

The background of the entire image is a photograph of a person's hand gripping a black digital camera. A vertical gradient overlay runs from left to right, transitioning from a light blue at the top to a deep red at the bottom.

Fátima Lopes Cardoso e Wagner Souza e Silva (Coords.)

Fragments fotográficos

RIA
Editorial

Fragments fotográficos

Fátima Lopes Cardoso
Wagner Souza e Silva
(Coordenação)

RIA
Editorial

Ria Editorial - Conselho Editorial

PhD Abel Suing (UTPL, Equador)

PhD Andrea Versuti (UnB, Brasil)

PhD Anton Szomolányi (Pan-European University, Eslováquia)

PhD Carlos Arcila (Universidade de Salamanca, Espanha)

PhD Catalina Mier (UTPL, Equador)

PhD Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)

PhD Fátima Lopes Cardoso (ESCS/IPL, Portugal)

PhD Fernando Gutierrez (ITESM, México)

Ms. Fernando Irigaray (Universidade Nacional de Rosario, Argentina)

PhD Florian Andrei Vlad (Ovidius University of Constanta, Romania)

PhD Gerson Martins (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, Brasil)

PhD Jerónimo Rivera (Universidade La Sabana, Colombia)

PhD Jesús Flores Vivar (Universidade Complutense de Madrid, Espanha)

PhD João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)

PhD John Pavlik (Rutgers University, Estados Unidos)

PhD Joseph Straubhaar (Universidade do Texas – Austin, Estados Unidos)

PhD Juliana Colussi (Universidade Rey Juan Carlos, Espanha)

PhD Koldo Meso (Universidade do País Vasco, Espanha)

PhD Lionel Brossi (Universidade do Chile, Chile)

PhD Lorenzo Vilches (Universidade Autônoma de Barcelona, Espanha)

PhD Manuela Penafria (Universidade da Beira Interior, Portugal)

PhD Marcelo Martínez (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha)

PhD Marcos Pereira dos Santos (Univ. Tec. Federal do Paraná – UTFPR e
Fac.Rachel de Queiroz, Brasil)

PhD Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)

PhD Oksana Tymoshchuk (Universidade de Aveiro, Portugal)

PhD Paul Levinson (Fordham University, Estados Unidos)

PhD Pedro Nunes (Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Brasil)

PhD Piero Dominici (Universidade de Perugia, Italia)

PhD Raquel Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil)

PhD Ricardo Alexino Ferreira (Universidade de São Paulo – USP, Brasil)

PhD Sergio Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, Brasil)

PhD Thom Gencarelli (Manhattan College, Estados Unidos)

PhD Vicente Gosciola (Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)

FICHA TÉCNICA

Copyright 2025 ©Autoras e autores. Todos os direitos reservados

Foto de capa: [©splitov27](#) - stock.adobe.com (arquivo nº 312302843)

Design da capa: ©Denis Renó

Diagramação: Luciana Renó

ISBN 978-989-9220-35-5

Título: Fragmentos fotográficos

Coordenadores: Fátima Lopes Cardoso e Wagner Souza e Silva

1.^a edição, 2025.



Esta obra tem licença Creative Commons ***Attribution-NonCommercial-NoDerivatives***. Você tem o direito de compartilhar, copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato sempre que seja feito o reconhecimento de seus autores, não utilizá-la para fins comerciais e não modificar a obra de nenhuma forma.
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

©Ria Editorial

RIA
Editorial

rialeditora@gmail.com
<http://www.rialeditorial.com>

ESSA OBRA FOI AVALIADA POR PARECERISTAS

Todos os textos foram avaliados e selecionados pelos organizadores da obra. Os comentários dos organizadores foram enviados aos autores, que, mediante a aprovação, receberam tempo hábil para eventuais correções.

O livro foi posteriormente avaliado e aprovado pelo avaliador externo Dra. Andrea Versuti, que informou parecer positivo à publicação da seguinte forma:

O livro “Fragmentos Fotográficos” é uma obra relevante pois aborda questões centrais da cultura visual contemporânea, como midiatização, identidade digital e memória social. Sua atualidade se evidencia na análise de fenômenos recentes — redes sociais, guerra em Gaza, design pós-digital — articulados com teorias clássicas e práticas emergentes. A obra reúne capítulos de rigorosa qualidade acadêmica, fundamentados em referências sólidas e metodologias inovadoras, como análise imagética e estudos de caso. Além de promover reflexão crítica sobre visibilidade, apagamentos e ética da imagem, oferece discussões interdisciplinares valiosas para comunicação, arte e tecnologia. Trata-se, portanto, de um conteúdo rico e plural, que traz importantes contribuições para a compreensão dos desafios estéticos e políticos da sociedade conectada..

O parecer foi enviado previamente ao lançamento.

Autoras e autores

Breno da Silva Carvalho

Camila Fernandes

Denis Porto Renó

Denise Cerqueira da Silva

Dorotea Souza Bastos

José Patricio Pérez-Rufí

Gláucia Maria Costa Trinchão

Karla Di Giacomo Dias Oliveira dos Santos

Lilian Lindquist Bordim

Pedro Henrique Nakamura

Roseane Andrelo

Sevie Pastrana-Crespillo

Suélen Vilela Cruvinel Flores

Thiago Costa

Thiago Rizan

Vânia Tembe

Wagner Souza e Silva

SUMÁRIO

Introdução a uma vida desacelerada.....	11
<i>Denis Renó</i>	

PARTE 1 - REFLEXÕES

Fotografia e midiatização: da imaginação ao imagenciamento.....	14
---	----

Wagner Souza e Silva

Uma utopia para zumbis iconofágicos: a potência dos encontros traumáticos com as imagens.....	31
---	----

Thiago Rizan

Somos todos UFU? Imagens em prancha, sentidos nas lacunas.....	51
--	----

Suélen Vilela Cruvinel Flores

Corpos em risco, imagens em disputa: a guerra em Gaza pelo perfil @omarherzshow.....	73
--	----

Camila Fernandes

As narrativas fotográficas na comunicação institucional PRODAPE em Manica-Moçambique: perspectiva das mediações visuais e protagonismo dos beneficiários	93
<i>Vânia Tembe</i>	
<i>Roseane Andrelo</i>	
“Será que a verdadeira Cindy Sherman poderia se levantar?” Ecos e o olhar do analógico ao digital	115
<i>Thiago Costa</i>	
Tendencias globales del diseño gráfico postdigital: diseño emocional vs diseño funcional	148
<i>Sevie Pastrana-Crespillo</i>	
<i>José Patricio Pérez-Rufi</i>	
PARTE 2 - ANÁLISES	
Da memória à insurgência: considerações sobre as fotografias no filme “Ainda estou aqui”	177
<i>Breno da Silva Carvalho</i>	
Representação imagética do Brasil e do povo brasileiro na série Carmen Sandiego: um exercício interpretativo	196
<i>Denise Cerqueira da Silva</i>	
<i>Dorotea Souza Bastos</i>	
<i>Gláucia Maria Costa Trinchão</i>	
This is Brasil: a construção da imagem de país na campanha da CBF para a Copa América	229
<i>Pedro Henrique Nakamura</i>	

Entre o visível e o imaginado: aproximações poéticas entre Henri Cartier-Bresson e Manuel Álvarez Bravo à luz da análise imagética.....	250
<i>Lilian Lindquist Bordim</i>	
<i>Denis Porto Renó</i>	
Memória e comunicação imagética em Arealva: primeiros olhares.....	280
<i>Karla Di Giacomo Dias Oliveira dos Santos</i>	
<i>Índice Remissivo</i>	298

FRAGMENTOS FOTOGRÁFICOS

INTRODUÇÃO A UMA VIDA DESACELERADA

A sociedade midiatizada urge movimentos denominados por Zygmunt Bauman (2017), em sua obra póstuma, como retrótópicos. Para o autor, em sua obra póstuma, é necessária uma revisão do mundo contemporâneo, observando o que abandonamos com o objetivo de voltar a caminhar adiante. Ainda, segundo o autor, não se trata de uma nostalgia sem sentido, mas a oportunidade de recuperar algumas características essenciais que sustentam a vida, dentre elas o tempo. Tal ideia está conectada diretamente a algumas das propostas do português António Fidalgo (2013), que defende a necessidade de uma ética mínima para a sociedade contemporânea, especialmente no tratamento à saúde e a necessidade de desacelerar, num movimento *Slow Living* que já está presente em outros setores da sociedade contemporânea.

Diante disso, o tema que mais podemos absorver das ideias do português quando pensamos na ecologia dos meios está na ética do descanso. O descanso é parte da vida, mas parece ter se transformado em privilégio. E a falta do descanso está diretamente conectado à obra *Retrotopia*, que oferece ao leitor a última grande reflexão do polonês Zygmunt Bauman. O livro, publicado pela primeira vez em fevereiro de 2017, um mês após o falecimento do pensador, traz à tona reflexões sobre a humanidade, com olhares (*topia*) para o passado (*retro*) em busca dos pontos pelos quais ela se perdeu. A introdução da obra e o primeiro capítulo dedicam-se a debater sobre o que é nostalgia para, em seguida, apontar os caminhos aparentemente equivocados. Neste espectro de erros direcionais, Bauman nos apresenta exatamente a velocidade

pela qual a sociedade passa pela vida, apesar da crescente expectativa de vida. Uma busca pela rapidez, que não é exclusivo da fotografia, e que, de fato, precisa de uma revisão. Para o autor, “A nostalgia - como sugere Svetlana Boym, professora de literatura eslava comparada em Harvard – ‘é um sentimento de perda e de deslocamento, mas também é um romance da pessoa com sua própria fantasia’” (Bauman, 2017, p. 8). Neste cenário, encontramos um ecossistema midiático contemporâneo que resulta de transformações tecnológicas marcantes, somadas às alterações comportamentais no uso destas novas tecnologias. De fato, essa não é uma característica somente da contemporaneidade, mas da própria ecologia dos meios (Postman, 2015). Porém, parece-nos ser obrigatório o reconhecimento de que a tecnologia digital nos levou a alterações mais rápidas e expressivas (Renó & Flores, 2018). Uma sociedade acelerada, portátil, móvel, multiplataformizada, cada vez mais dependente das tecnologias e com a instantaneidade como característica básica.

No panorama desta aceleração, propomos o debate desta obra, que reúne textos que se relacionam ao olhar retrotópico sobre a ecologia dos meios e os temas do livro. A partir de uma seleção rigorosa e realizada às cegas pelas coordenações, chegou-se à composição capitular. Espero, com este conteúdo, que pensamentos sobre o ecossistema em que vivemos sejam alavancados e soluções para um cotidiano eticamente saudável sejam encontradas. Boa leitura.

*Denis Renó
Diretor Geral*

PARTE 1 - REFLEXÕES

FOTOGRAFIA E MIDIATIZAÇÃO: DA IMAGINAÇÃO AO IMAGENCIAMENTO

Wagner Souza e Silva¹

A fotografia ocupa um lugar central na configuração da experiência moderna e contemporânea, não apenas como artefato técnico, mas sobretudo como prática social e cultural. Desde sua invenção no século XIX, ela tem desempenhado funções múltiplas e, muitas vezes, contraditórias: documento, testemunho, mercadoria, memória, arte, prova e espetáculo. Essas funções, entretanto, não podem ser compreendidas de maneira isolada; elas se articulam em um processo mais amplo de midiatização da sociedade (Hjarvard, 2013, 2014), no qual a imagem se afirma como mediadora de vínculos sociais, modos de ver e formas de estar no mundo.

1. Doutor em Ciências da Comunicação.
Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP.
wasosi@usp.br

Vilém Flusser (2002, 2008) identificou na fotografia o evento inaugural da imagem técnica e, com isso, abriu caminho para entendê-la como paradigma de uma nova condição cultural. Se o gesto fotográfico já esteve antes associado mais à invenção e ao impulso criativo, agora parece haver espaço para uma operação em diferentes níveis de funcionalidade, de acordo com a diversidade de demandas sociais e tecnológicas. Ao longo do tempo, a fotografia deixou de ser apenas um registro solene de ocasiões formais para se infiltrar em praticamente todas as dimensões da vida cotidiana: dos retratos de família aos álbuns digitais, das paisagens turísticas às selfies que habitam redes sociais, das imagens jornalísticas às anotações visuais mais banais. Essa capilaridade sugere uma permeabilidade crescente da fotografia na vida social, o que permite encará-la como vetor privilegiado dos processos de midiatização.

É nesse contexto que se propõe o conceito de *imagenciamento*, uma aglutinação entre imagem e agenciamento, pensado aqui como chave interpretativa para compreender o deslocamento da fotografia da esfera da imaginação, esta comumente associada à criatividade, contemplação e invenção, para a esfera de sua inserção cada vez mais pragmática em fluxos comunicacionais. O *imagenciamento* designa, portanto, um regime em que as imagens deixam de reivindicar o estatuto estético ou a atenção contemplativa e passam a operar como marcas instrumentais de presença, vínculos e circulação. Essa perspectiva permite revisitá-la recorrente crítica ao “excesso de imagens” sob outro ângulo: mais do que excesso, o que se observa é uma transformação qualitativa, na qual muitas imagens não pedem ser vistas demoradamente, mas apenas marcam ou comunicam.

Para discutir o tema, este artigo organiza-se em três momentos. Na seção “Vida esparramada em superfícies”, um título que remete diretamente a um livro organizado por este autor (Souza e Silva, 2021), será delineada uma síntese da trajetória histórica da fotografia, destacando como ela foi se esparramando nas superfícies do cotidiano e consolidando-se como mediadora de experiências sociais. Em seguida, em “Da imaginação ao imagenciamento”, será discutido o deslocamento conceitual proposto, examinando de que modo a fotografia perde parte de seu apelo criativo e contemplativo quando se integra às práticas comunicacionais ordinárias. Por fim, o ensaio se encerra com o reconhecimento da “Fotografia como instituição”, em sessão com este título, em que serão apontadas as implicações desse percurso para o debate contemporâneo sobre midiatização, cultura visual e comunicação.

Vida esparramada em superfícies

Desde o século XIX, a fotografia tem se mostrado uma tecnologia singular na forma como se insere nas práticas sociais, estendendo-se por múltiplas superfícies e contextos. Do daguerreótipo pesado e solene às imagens instantâneas circulando em redes digitais, a fotografia construiu um percurso de permeabilidade que acompanha, e em grande medida molda, a experiência moderna e contemporânea.

Esse processo pode ser pensado como um “esparramamento” da fotografia. Inicialmente, ela ocupava espaços delimitados: os ateliês de retratistas, os salões de arte, os álbuns familiares guardados em gavetas e estantes. Nessas primeiras décadas, a imagem fotográfica era marcada pela solenidade do gesto e pelo caráter ceremonial de sua produção. Retratar-se era um acontecimento raro, que exigia tempo, recursos

financeiros e disposição para se expor diante da objetiva. O resultado era uma imagem destinada à preservação, à memória e, em muitos casos, à legitimação social, tal como podemos fartamente observar a partir dos célebres *cartes-de-visite*, por exemplo, que muito colaboraram para a expansão do potencial social da técnica fotográfica.

Com a modernização dos processos técnicos, desde a popularização da chapa seca, a invenção da película flexível e, sobretudo, a introdução das câmeras portáteis como a Kodak no final do século XIX, a fotografia começou a escapar desses espaços restritos e a se infiltrar nas práticas ordinárias. O famoso slogan de George Eastman, “Você aperta o botão e nós fazemos o resto”, sintetiza essa virada: a fotografia deixa de ser privilégio de especialistas e passa a se tornar hábito acessível, acompanhando as rotinas de lazer, turismo e sociabilidade. A vida cotidiana, aos poucos, começa a ser insculpida em superfícies fotográficas que registram não apenas momentos solenes, mas também passagens banais e efêmeras.

No século XX, esse movimento se intensifica. O fotojornalismo, consolidado nas primeiras décadas, transforma a fotografia em testemunha privilegiada dos acontecimentos históricos. Nas revistas ilustradas, nas páginas de jornal e nas agências internacionais, a fotografia conquista um papel central na mediação entre mundo e o público, tornando-se não apenas registro, mas também dispositivo de construção da realidade social. A fotografia documental, por sua vez, amplia o repertório de usos, aproximando-se das lutas sociais, das narrativas sobre a pobreza, a desigualdade e a riqueza cultural, diversificando enormemente o repertório visual disponível. A cada novo suporte, a fotografia conquistava mais superfícies por onde se esparramar.

Esse esparramamento atinge uma nova escala com a digitalização. A passagem do suporte analógico ao digital não apenas multiplicou a quantidade de imagens produzidas, mas também modificou consideravelmente sua lógica de circulação. Agora, elas se espalham por telas portáteis, perfis pessoais, bancos de dados, nuvens e algoritmos de recomendação. A fotografia tornou-se onipresente, perpassando celulares, computadores, outdoors digitais, aplicativos de mensagens e plataformas sociais.

Uma expansão que se dá em sintonia com os processos de midiatização da sociedade, em que “a mídia pode geralmente ser entendida enquanto recursos ou ‘ferramentas sociais’ da *representação de informação, ação comunicativa e construção de relacionamentos*, tornando-a valiosa para a sociedade como um todo (Hjarvard, 2014, p. 26, grifos do autor). Processo que permite à fotografia não ser mais apenas um documento do vivido, mas um elo na cadeia comunicacional que estrutura interações sociais. Ao compartilhar uma imagem em uma rede social, não apenas se registra um momento, mas se inscreve esse momento em um fluxo contínuo de sociabilidade midiatizada. O retrato solene dá lugar à selfie espontânea; a paisagem grandiosa cede espaço ao registro trivial do prato de comida, do ambiente de trabalho ou da reunião com amigos. A vida se esparrama nas superfícies digitais, e essas superfícies, por sua vez, devolvem essa vida transformada, reconfigurada em curtidas, comentários, reações e métricas de visibilidade.

Se, por um lado, esse fenômeno não deva necessariamente ser interpretado apenas como banalização ou perda de qualidade estética, por outro, é certo de que sua instalação recobre a fotografia de processos de ressignificação que independem de sua estetização. Se a fotografia,

enquanto tecnologia social, responde às demandas do tempo em que se insere, as telas determinam uma efemeridade que incide numa certa desvalorização das materialidades envolvidas nos processos fotográficos que antes dependiam de conhecimentos e tecnologias laboriosamente artesanais. Isso para se refletir nas práticas e usos: se no século XIX o retrato fotográfico legitimava identidades e status, hoje a selfie e o registro banal cumprem a função de garantir presença, de inscrever o sujeito nas dinâmicas de visibilidade que estruturam a vida em rede. Assim, as imagens deixam de ser raras e excepcionais para se tornarem fragmentadas e múltiplas, operando como anotações que compõem a tessitura da experiência midiatizada, que vem sendo altamente propulsão e intensificada pelos códigos algorítmicos que sustentam a vida cotidiana implicada nas telas.

É nesse sentido que se pode falar em vida esparramada em superfícies: a fotografia tornou-se um modo de inscrição constante, que acompanha a passagem do tempo, o trânsito entre espaços e a multiplicidade de vínculos sociais. Cada superfície, seja o papel fotográfico, a tela de um celular, a interface de uma rede social ou o banco de dados de uma plataforma, torna-se lugar de passagem da experiência, lugar onde a vida se deposita e se refaz. O esparramamento não significa exatamente uma dispersão caótica, mas um regime de presença difusa, no qual a fotografia atua como fio condutor que conecta passado e presente, intimidade e público, singularidade e massificação.

Ao percorrer este itinerário, observa-se que a fotografia não apenas acompanhou a modernidade, mas também foi um de seus motores fundamentais. Ao se esparramar em superfícies, ela instaurou novas formas de ver e de se ver, reconfigurando constantemente as fronteiras entre o

individual e o coletivo, o privado e o público, o efêmero e o duradouro. Esse movimento prepara o terreno para o deslocamento conceitual que discutiremos na próxima seção: a passagem da imaginação ao imagenciamento, em que a imagem, cada vez mais funcional e instrumental, se integra aos fluxos comunicacionais que sustentam a vida contemporânea.

Da imaginação ao imagenciamento

Se, em sua origem, a fotografia esteve associada ao campo da imaginação, tanto na forma de invenção técnica quanto na possibilidade de criação estética, na contemporaneidade ela se inscreve em um regime distinto, que aqui denominamos de imagenciamento. Esse deslocamento não significa a extinção da dimensão criativa, mas sim a sua reconfiguração em um horizonte no qual a imagem opera prioritariamente como vetor de comunicação, inscrição e circulação. Em outras palavras, a fotografia não deixa de imaginar, mas passa a fazê-lo em sintonia com as demandas sociais e tecnológicas que a tornaram onipresente.

A imaginação fotográfica do século XIX e das primeiras décadas do século XX se ancorava em certa aura de invenção. Fotografar era compor, narrar, inscrever uma visão de mundo. Mesmo no registro documental ou no retrato de família, havia uma intenção de permanência e contemplação. Esse gesto, no entanto, foi progressivamente tensionado pela incorporação da fotografia às rotinas cotidianas e, mais recentemente, pela sua integração orgânica às plataformas digitais. O que antes se constituía como imagem para ser vista, pensada e lembrada, hoje se converte, em grande medida, em imagem para ser compartilhada, indexada, curtida e esquecida rapidamente: a imagem pede muito menos para ser vista do que para ser um elemento de um banco de dados.

Esse processo de transformação evidencia o que se pode chamar de imaginação midiatisada. As imagens técnicas deixam de pertencer exclusivamente ao campo do artístico ou do estético e passam a operar como engrenagens fundamentais na institucionalização da própria midiatisação. A fotografia não apenas documenta a vida social, mas também a estrutura, garantindo que os vínculos, as interações e as experiências se materializem nas superfícies visuais que conectam sujeitos e instituições. Fotografar não é apenas criar uma imagem: é inscrever-se em uma dinâmica comunicacional mais ampla, na qual a imagem já nasce midiatisada.

Nesse sentido, a fotografia constitui não apenas um produto cultural, mas um processo social que favorece e intensifica a institucionalização da midiatisação. A cada clique, reforça-se a centralidade da imagem técnica como mecanismo de agenciamento de práticas sociais, culturais e políticas. É por essa razão que a fotografia ocupa um papel tão decisivo: ela se confunde com a própria gramática da comunicação digital. A cultura digital, nessa perspectiva, pode ser entendida como uma cultura essencialmente tecnoimagética.

O conceito de imageramento encontra ressonância direta na noção de imagem técnica formulada por Vilém Flusser. Para o autor, a imagem fotográfica inaugura uma nova etapa da cultura visual, na qual a produção de imagens deixa de depender da mão humana e passa a ser mediada por aparelhos programados. Ao operar segundo códigos e programas, as imagens técnicas já não são expressões diretas da imaginação criadora, mas resultados de combinações e manipulações de informações preexistentes. Isso implica um deslocamento epistemológico: se as imagens tradicionais representavam o mundo visível,

as imagens técnicas passam a representar conceitos, dados, abstrações — são traduções do pensamento científico em visualidade.

Nesse sentido, a ideia moderna de “criação” — associada ao gesto individual, ao gênio artístico e à originalidade — torna-se problemática. A fotografia, enquanto imagem técnica, nasce de um programa que pré-determina suas condições de existência: enquadramento, foco, exposição, sensibilidade, processamento. Flusser já antecipava que o fotógrafo, mais do que criar, programa e reprograma o aparelho, explorando as possibilidades internas de seu código. O gesto fotográfico é, assim, um ato de manipulação dentro de um sistema de possibilidades limitadas, e não uma invenção *ex nihilo*. Com a digitalização e a automação, essa condição se intensifica: fotografar hoje é menos um exercício de imaginação do que uma operação de seleção, filtragem e circulação de imagens dentro de fluxos preestabelecidos. As redes sociais, os aplicativos móveis, as interfaces gráficas e os sistemas de inteligência artificial operam com base em imagens, tanto em sua materialidade quanto em sua lógica de funcionamento. A visualidade não é apenas um ornamento, mas o próprio fundamento da experiência digital. Nesse ponto, cultura digital e cultura tecnoimagética praticamente se sobrepõem, uma vez que o mundo das telas conectadas organiza-se em torno da produção, circulação e consumo incessantes de imagens.

Tivemos uma vertiginosa ascensão de um universo midiático desde o surgimento da fotografia, o que também permitiu alavancar processos imaginativos até então inimagináveis, visto essa imagem calculadamente construída representar também a expressão de uma confluência entre arte e ciência. Sendo capaz de conjugar esses modos de conhecimento a princípio antagônicos, a tecnoimagem foi o principal pilar de estruturação de um cenário

favorável aos redimensionamentos técnico, estético e político da informação visual. (Souza e Silva, 2021, p. 6)

O conceito de imagenciamento busca, portanto, nomear um regime em que a imagem já não se destina prioritariamente à contemplação ou ao deleite estético, mas à funcionalidade comunicacional. Trata-se de um gesto fotográfico que se desloca do ato criativo singular para a inserção em fluxos coletivos de sociabilidade midiatisada. Mais do que imaginar mundos possíveis, a fotografia contemporânea agencia vínculos, garante presenças, marca existências. O resultado é uma imagem menos contemplativa e mais pragmática, menos voltada ao olhar demorado e mais atenta ao trânsito veloz das redes.

Esse deslocamento, entretanto, não deve ser lido como empobreecimento ou perda de valor cultural. Ao contrário, ele revela a capacidade da fotografia de se adaptar às exigências de cada época. Ao migrar da imaginação para o imagenciamento, a fotografia reafirma sua centralidade como linguagem da modernidade tardia e da hipermodernidade digital. Ela se torna condição de possibilidade para a comunicação no mundo das telas, onde ver e ser visto, mostrar e compartilhar, são práticas fundamentais de pertencimento social.

É justamente nesse ponto que o imagenciamento se torna uma categoria adequada ao nosso tempo. Ele designa um modo de funcionamento das imagens que prescinde da ideia de criação original e se ancora na lógica da recombinação, do reuso e da circulação. As imagens não aspiram mais à novidade, mas à conexão — elas existem para inserir-se em fluxos comunicacionais, para registrar, marcar e dar continuidade à experiência social. O imagenciamento, portanto, é o regime contemporâneo da

imagem técnica: um sistema em que o valor da imagem não depende de sua singularidade estética, mas de sua capacidade de operar socialmente como mediadora, dado ou signo de presença.

Assim, pode-se afirmar que o imagenciamento representa o ponto de maturação da imagem técnica na era da cultura digital. Enquanto Flusser via a fotografia como paradigma da pós-história, momento em que a produção de imagens se emancipa da autoria e da intenção, o imagenciamento atualiza essa reflexão em um contexto de hiperconectividade e automação. Se antes o fotógrafo já agia dentro de um programa técnico, hoje o próprio programa age: as câmeras reconhecem rostos, ajustam luzes, sugerem poses, aplicam filtros e distribuem automaticamente as imagens em redes globais. Nesse cenário, o gesto humano é absorvido pela lógica tecnoimagética, e o imagenciamento descreve exatamente essa condição em que a fotografia se torna não apenas produto de um sistema técnico, mas sua própria expressão social, automatizada e institucionalizada.

Assim, o imagenciamento emerge como categoria que permite compreender a fotografia não apenas como produção estética, mas como força estruturante da midiatização. No mundo conectado, a vida circula por imagens que já não precisam ser belas ou criativas para cumprir sua função. Basta que existam, que se inscrevam, que se façam presentes. A imaginação persiste, mas agora reconfigurada, domesticada pela lógica tecnoimagética que sustenta a cultura digital.

A fotografia como instituição

A midiatização, como destaca Hjarvard, é compreendida quando a mídia deixa de ser apenas um canal de comunicação e passa a funcionar

como instituição social autônoma, com normas, valores e lógicas próprias que moldam outros campos da vida social. Para o autor,

a teoria de midiatização, entretanto, aponta para um importante desenvolvimento adicional, mais especificamente que as mídias, como estruturas, ou seja, práticas institucionalizadas, conseguiram impulso próprio, o que cada vez mais influencia outras esferas sociais. De um ponto de vista institucional, a midiatização é caracterizada por um desenvolvimento bila-teral, no qual a mídia se tornou institucionalizada dentro de outros domínios sociais, ao mesmo tempo em que adquiriu o status de instituição social em si mesma. (Hjarvard, 2014, p. 26)

Assim, ao pensarmos a fotografia sob essa perspectiva, não se trata apenas de entendê-la como linguagem ou técnica de registro, mas como prática cultural que adquiriu estatuto institucional. A fotografia, mais do que refletir a sociedade, passou a organizar modos de interação, reconhecimento e memória, assumindo funções que transcendem o âmbito individual.

A institucionalização da fotografia pode ser observada, em primeiro lugar, no modo como ela foi integrada a sistemas formais de poder e legitimação. Estados, escolas, empresas, tribunais e famílias fizeram da fotografia um recurso fundamental para certificar identidades, construir arquivos e estabelecer provas. Carteiras de identidade, registros escolares, prontuários médicos, dossiês policiais e álbuns domésticos são evidências dessa dimensão institucional: a fotografia garante reconhecimento social e organiza a vida coletiva em molduras visuais que passam a ter validade legal, afetiva e política.

A autonomia conquistada pela fotografia ao longo de sua história (Souza e Silva, 2016) permitiu que ela se transformasse em um sistema

de práticas institucionalizadas, dotado de lógica própria de produção, circulação e reconhecimento. Essa lógica fotográfica — marcada pela instantaneidade, pela serialidade e pela indexação do cotidiano — antecipou o funcionamento das mídias digitais descrito por Hjarvard. Ao se tornar autônoma, a fotografia passou a operar como uma instituição difusa, cujas normas e valores (visibilidade, autenticidade, reconhecimento e prova) foram assimilados por outras esferas sociais, moldando a forma como os sujeitos interagem, comunicam e constroem suas identidades.

O Instagram é talvez o exemplo mais emblemático dessa institucionalização da fotografia na cultura digital. A plataforma não apenas reproduz a lógica da fotografia moderna, mas a amplifica, transformando-a em infraestrutura social. Ali, o ato de fotografar e publicar— este que é o segundo clique da fotografia (Silva Jr., 2017), são mediados por uma lógica imagética que regula a visibilidade e o pertencimento: ver e ser visto, curtir e ser curtido, compartilhar e ser compartilhado. A autonomia da fotografia, em razão de seu impulso próprio de circulação e legitimação, converte-se em base para a lógica da mídia que sustenta o Instagram, onde a vida social se organiza segundo critérios visuais e métricas de engajamento. Como expressão das práticas visuais contemporâneas (Manovich, 2016), o Instagram evidencia o potencial da fotografia em fornecer o modelo institucional e operativo que permite às plataformas se constituírem como os novos espaços de midiatização da experiência contemporânea.

Vê-se, portanto, que com a digitalização, essa dimensão institucional se ampliou e se deslocou e, hoje, as plataformas digitais (DigiLabour., 2019) atuam como instituições de mediação que se apropriam da fotografia para estruturar suas dinâmicas de funcionamento.

Algoritmos de recomendação, sistemas de reconhecimento facial e bancos de imagens não apenas armazenam registros visuais, mas também os classificam, hierarquizam e redistribuem segundo lógicas econômicas e técnicas próprias. Nesse cenário, a fotografia consolida-se como elemento central da institucionalização da cultura digital, já que sua circulação incessante alimenta tanto a visibilidade social dos sujeitos quanto os modelos de negócio das plataformas.

Assim, falar em dimensão institucional da fotografia é reconhecer que ela opera para além do gesto individual do fotógrafo. Ela configura formas de pertencimento e de exclusão, determina visibilidades e invisibilidades e estrutura a própria lógica de funcionamento de esferas sociais distintas. A fotografia tornou-se, nesse sentido, uma espécie de “instituição difusa”, atravessando campos tão distintos quanto o artístico, o jurídico, o científico, o jornalístico e o pessoal, ao mesmo tempo em que os conecta na trama midiatisada da vida contemporânea. Institui um mundo mosaico de imagens (Salazar, 2018) que evidencia uma trama existencial baseada na articulação de imagens técnicas.

É nesse ponto que podemos reconhecer o imagenciamento como a própria institucionalização da fotografia. Se, como nos lembra Hjarvard, a midiatisação transforma as mídias em instituições sociais, a fotografia se estabelece como uma delas ao assumir funções que ultrapassam a criação individual e se enraízam no cotidiano coletivo. Fotografar tornou-se prática social obrigatória, sustentada por normas implícitas de visibilidade e pertencimento, cuja validade é reconhecida em diferentes esferas — do direito à ciência, do jornalismo à arte, da memória familiar às plataformas digitais.

O imagenciamento, portanto, é mais do que um regime de circulação: é a forma institucional que a fotografia assume na sociedade midiatisada. Ao ser produzida, compartilhada e arquivada em escala massiva, a imagem fotográfica legitima presenças, regula vínculos e organiza memórias. É nesse sentido que cultura digital e cultura tecnoci-mágica praticamente se confundem, pois ambas se estruturam sobre essa institucionalidade difusa da fotografia. Assim, a fotografia não apenas documenta a vida social; ela a institui, funcionando como mecanismo central de mediação e organização da experiência contemporânea.

Considerações finais

A reflexão desenvolvida mostrou que a fotografia não pode ser vista apenas como técnica ou arte, mas como eixo fundamental para compreender a midiatisação. De prática solene, limitada a ocasiões especiais, tornou-se linguagem vernacular e estrutural, espalhando-se por superfícies diversas e organizando a experiência cotidiana. Esse esparramamento reflete a capacidade da fotografia de conectar-se a diversas esferas de práticas culturais que sustentam a vida, sobretudo a vida conectada contemporânea.

O deslocamento da imaginação ao imagenciamento ajuda a entender esse processo. A fotografia deixa de reivindicar primazia estética ou contemplativa para atuar como inscrição pragmática em fluxos comunicacionais. As imagens tornam-se anotações visuais que garantem presença e vínculo, dissolvendo a crítica ao “excesso de imagens”, já que muitas não são feitas para serem contempladas, mas para comunicar de modo instrumental.

Nesse contexto, cultura digital e cultura tecnoimagética praticamente se confundem, pois ambas se sustentam na produção e circulação incessante de imagens. A fotografia, mais do que registro, é dispositivo de mediação que estrutura a vida social conectada. O conceito de imagenciamento, portanto, amplia a compreensão da fotografia como força organizadora da midiatização, reafirmando sua centralidade na cultura contemporânea.

Referências

- DigiLabour. (2019) Plataformização da produção cultural. Recuperado de <https://digilabour.com.br/plataformizacao-da-producao-cultural-entrevida-com-thomas-poell/>
- Flusser, V. (2002). *Filosofia da caixa preta*. Relume Dumará.
- Flusser, V. (2008). *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. Annablume.
- Hjarvard, S. (2014). Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. *MATRIZes*, 8(1), 21-44. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>
- Hjarvard, S. (2013). *Midiatização da cultura e da sociedade*. Editora Unisinos.
- Manovich, Lev. (2017). *Instagram and contemporary image*. Recuperado de http://manovich.net/content/04-projects/163-instagram-and-contemporary-image/instagram_book_manovich_2017.pdf

Recuero, R. (2019, julho 9). Mídia social, plataforma digital, site de rede social ou rede social? Não é tudo a mesma coisa? *Medium*. <https://medium.com/@raquelrecuero/m%C3%ADdia-social-plataforma-digital-site-de-rede-social-ou-rede-social-n%C3%A3o-%C3%A9-tudo-a-mesma-coisa-d7b54591a9ec>

Salazar, M. (2018). *Mundo mosaico: a estetização do cotidiano no Instagram*. Kotter Editorial.

Silva Júnior, J. A. da. (2017). O segundo clique da fotografia. Entre o registro e o compartilhamento. *Discursos fotográficos*, 3(22), 147-168. http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/25637/pdf_1

Souza e Silva, W. (org.) (2021). *Tecnoimagética: vida esparramada em superfícies*. ECA/USP.

Souza e Silva, W. (2016). Autonomia midiática da fotografia. In M. Nicolau (Org.), *Interseções midiáticas: as múltiplas faces da internet* (Vol. 1, pp. 59-77). Ideia.

UMA UTOPIA PARA ZUMBIS ICONOFÁGICOS: A POTÊNCIA DOS ENCONTROS TRAUMÁTICOS COM AS IMAGENS¹

Thiago Rizan²

Diferentes autores já exploraram a centralidade das imagens e a “estetização do mundo” (Lipovetsky & Serroy, 2015) nas sociedades contemporâneas. Desde o olhar pioneiro de Walter Benjamin (1989) para as imagens técnicas no início do século XX, outras valiosas contribuições das dinâmicas de produção, circulação e consumo das imagens nos espaços urbanos vieram à luz. Este trabalho possui afinidade teórica com algumas dessas contribuições, como a sociedade do espetáculo de Guy Debord (2007), as alucinações estéticas do real de

-
1. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.
 2. Doutorando e mestre em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM-SP). Pesquisador do GP CNPq Juvenália: questões estéticas, geracionais, raciais e de gênero na comunicação.

thiago.rizan@gmail.com

Jean Baudrillard (1998), as imagens-sonhos que estetizam e fantasiam a sociedade de consumo de Mike Featherstone (1995), e a dimensão desejante das imagens em suas relações libidinais com os humanos de Massimo Canevacci (2008) e W. T. J. Mitchell (2005).

Dando sequência às imbricações entre estética e social, Norval Baitello Junior (2014) expõe dinâmicas iconofágicas nas sociedades contemporâneas, nas quais humanos deixam de apenas produzir, circular e consumir imagens para serem por elas consumidos. Concordando com a argumentação do autor sobre o excesso na produção de imagens e a velocidade virulenta de sua difusão, este trabalho resgata a teoria do choque de Walter Benjamin (1989) e as contribuições da psicanálise sobre o trauma em Laplanche e Pontalis (2014) para elucubrar a respeito da potencialidade do trauma (Santos, 2020).

Mais especificamente, propõe-se a noção de “encontro traumático” (Santos, 2020) como experiência de saída, ainda que momentânea, do jogo de espelhos da sociedade contemporânea. Ou, para pensar em remediações à denúncia do desequilíbrio entre imagens endógenas e exógenas realizada por Malena Contrera e Norval Baitello Junior (2006), o encontro traumático pode ser uma interrupção ao fluxo desenfreado de consumo de imagens externas, possibilitando pausas para sua digestão e, eventualmente, retomada da produção endógena de imagens.

Sobre a teoria do choque de Benjamin

A máquina que fragmenta o trabalho. Os transeuntes que se esbarram. O clique surdo da máquina do fotógrafo. A montagem como estética do cinema. Os jogos de azar que esquecem o passado de vitórias e derrotas do jogador a cada nova partida. O tiro dadaísta a cada

vez que escandalizava o público com as saladas de palavras que eram seus poemas e os botões e bilhetes de trânsito colados a seus quadros. Essas imagens tão modernas e cotidianas da vida urbana são utilizadas por Walter Benjamin (1987, 1989) para compor sua teoria do choque.

Segundo o autor, o processo urbano e industrial da modernidade desencadeou uma série de fenômenos que alterou a experiência de estar no mundo. Um deles é o excesso de estímulos externos com os quais passamos a ser bombardeados na vida moderna, exigindo do nosso corpo um novo modo de lidar com tantos disparos. Um simples andar em público envolve um estado de alerta constante aos sinais de trânsito, à conduta esperada de um transeunte (andar de determinado lado da calçada para não impedir o fluxo, por exemplo), à publicidade que salta aos olhos, às mercadorias sedutoras nas vitrines e, entre outras tentações, aos intempestivos esbarrões entre os corpos na multidão. Ou seja, uma sucessão de choques impossíveis de serem experienciados em sua plenitude, pois gerariam um aumento de atividades psíquicas intolerável, cujo amortecimento é função do “consciente desperto”, uma parte do cérebro supostamente tão “queimada” por estímulos externos que se tornara propícia a ampará-los (Benjamin, 1989, p. 110). Desse modo, a consciência não retém a infinidade de choques da modernidade e não é por eles modificada permanentemente: os estímulos se “esfumaçam” no “fenômeno da conscientização” (Benjamin, 1989, p. 108). Quanto mais frequente são os choques, mais inoculado se está deles, incólume a seus efeitos (Santos, 2020).

Debrucemo-nos um pouco mais sobre a imagem da multidão para pensarmos sobre os choques:

O mover-se através do tráfego implicava uma série de choques e colisões para cada indivíduo. Nos cruzamentos perigosos, inervações fazem-no estremecer em rápidas seqüências [sic], como descargas de uma bateria. [Charles] Baudelaire fala do homem que mergulha na multidão como em um tanque de energia elétrica. E, logo depois, descrevendo a experiência do choque, ele chama esse homem de “um caleidoscópio dotado de consciência”. Se, em [Edgar Allan] Poe, os passantes lançam olhares ainda aparentemente despropositados em todas as direções, os pedestres modernos são obrigados a fazê-lo para se orientar pelos sinais de trânsito. (Benjamin, 1989, pp. 124-125)

Leitor e crítico de Charles Baudelaire (1821-1867), Benjamin (1989, p. 113) interpreta o autor de *As flores do mal* como um esgrimista que se propõe a duelar com os choques, enfrentá-los, ampará-los com o seu ser físico e espiritual, desferindo golpes e abrindo caminhos pelas multidões, sejam estas quais forem, de “subúrbios”, de “pessoas”, de “fantasmas”, de “palavras” e, acrescento, de imagens. Uma dessas imagens é o choque narrado por Baudelaire (2012, p. 63, grifo no original) no poema *A uma passante*, no qual ele compartilha um amor não à primeira senão à última vista:

A rua em torno era um frenético alarido.
Toda de luto, alta e util, dor majestosa,
Uma mulher passou, com sua mão suntuosa
Erguendo e sacudindo a barra do vestido.

Pernas de estátua, era-lhe a imagem nobre e fina.
Qual bizarro basbaque, afoito eu lhe bebia
No olhar, céu lívido onde aflora a ventania,
A doçura que envolve e o prazer que assassina.

Que luz... e a noite após! – Efêmera beldade
Cujos olhos me fazem nascer outra vez,

Não mais hei de te ver senão na eternidade?

Longe daqui! tarde demais! *nunca* talvez!
Pois de ti já me fui, de mim tu já fugiste,
Tu que eu teria amado, ó tu que bem o viste!

Trata-se de uma cena de amor na cidade grande, esta que reverbera dentro dos seus habitantes e das relações que eles (não) constituem entre si. “Uma despedida para sempre”, segundo Benjamin (1989, p. 118), “que coincide, no poema, com o momento do fascínio. Assim, o soneto apresenta a imagem de um choque, quase mesmo a de uma catástrofe [...], capturando o sujeito”.

Outra imagem do choque tátil proposta por Benjamin (1989) que interessa explorar é a da mecanização do trabalho, pois, para ele, a técnica condicionou até mesmo o nosso sistema sensorial. Quando das atividades artesanais, o processo de trabalho era contínuo e o artesão tinha contato com todas as etapas da feitura, ao passo que, na indústria, as atividades na linha de montagem são fragmentadas e o ritmo é o da máquina: “A peça entra no raio de ação do operário, independentemente da sua vontade. E escapa dele da mesma forma arbitrária” (Benjamin, 1989, p. 125). Trabalhar na linha de montagem da fábrica é mais uma exposição aos choques da modernidade, cujos efeitos se espalham para além do espaço de trabalho, contaminando a indumentária, o comportamento e os gestos. Condicionamo-nos a dar respostas automáticas, como quando nos chocamos com um transeunte e pedimos desculpas imediatamente e na frase familiar “*keep smiling*”, pinçada por Benjamin (1989, p. 125) por atuar no comportamento como um “amortecedor gestual”.

A fragmentação, característica indissociável do choque, conforme se depreende do autor, pode ser observada também nos jogos de azar, nos quais cada jogo não depende do anterior, ignorando o passado de vitórias e derrotas daquele que joga. Jogador, operário e transeunte se comportam, nesse sentido, sob a mesma lógica automática condicionada pela exposição aos choques. Nas palavras de Benjamin (1989, p. 127):

O arranque está para a máquina, como o lance para o jogo de azar. Cada operação com a máquina não tem qualquer relação com a precedente, exatamente porque constitui a sua repetição rigorosa. Estando cada operação com a máquina isolada de sua precedente, da mesma forma que um lance na partida do jogo de seu precedente imediato, a jornada do operário assalariado representa, a seu modo, um correspondente à férias do jogador. Ambas ocupações estão isentas de conteúdo.

A dinâmica dos choques está, ainda, na fotografia, na qual os cliques com os dedos na máquina congelam e fragmentam momentos diversos e sem, necessariamente, conexão (Benjamin, 1989), e no cinema, que tem o choque como “princípio formal” (Benjamin, 1989, p. 125) com sua constante sucessão de imagens, interrompendo a todo instante possíveis associações de ideias do espectador, privando-o da possibilidade de contemplação, expondo-o a uma fragmentação imágética contínua e provocando “metamorfoses profundas do aparelho perceptivo”: “*o cinema é a forma de arte correspondente aos perigos existenciais mais intensos com os quais se confronta o homem contemporâneo*” (Benjamin, 1987, p. 192, grifos no original).

A consciência desperta, conforme aprendemos, é a responsável por amortecer essa diversidade de choques aos quais a vida moderna nos expõe e bombardeia. Fragmentos atirados como tiros certeiros. Como o

esgrimista Baudelaire (Benjamin, 1989), resta-nos duelar, golpear os choques, desferindo e recebendo golpes (Santos, 2020).

Sobre o choque das imagens na sociedade do espetáculo

No diagnóstico de Benjamin (1989), já duelavamos também com as imagens do cinema e da fotografia. Mas, na sociedade do espetáculo de Guy Debord (2007), começamos a perder o duelo. E o mais perigoso: sem percebermos. Seduzidos por sua dimensão libidinal e fetichista (Mitchell, 2005; Canevacci, 2008), escolhemos as imagens sobre as coisas. Pouco a pouco, em uma servidão voluntária, alimentamo-as a ponto de se tornarem mais reais que a própria realidade: “tudo o que era diretamente vivido se afastou numa representação” (Debord, 2007, p. 22).

Não nos relacionamos mais com outros humanos, nem mesmo com outras coisas não-humanas, sem a mediação das imagens, de acordo com a crítica de Debord (2007), para quem elas ocupam um papel de “vedetes” na tarefa de representar o humano na sociedade e supostamente compensá-lo da pequenez de sua vida reduzida a migalhas pelo capitalismo. Imagens-vedetes dançam para os trabalhadores como miragens dos resultados inacessíveis de seu trabalho. Pelas imagens, passamos a nos relacionar com o mundo subtraindo nosso próprio corpo humano dessa relação.

Comentando a obra de Debord, Anselm Jappe (1997) descreve que diante das nossas vidas fragmentadas e empobrecidas, resta-nos apenas consumir no plano das imagens tudo o que nos falta na existência material. E falta muita coisa. Temos que olhar para as estrelas

de cinema, para os políticos, para os influenciadores digitais, em busca do que nos falta.

A realidade torna-se uma imagem, e as imagens tornam-se realidade; a unidade que falta à vida, recupera-se no plano da imagem. Enquanto a primeira fase do domínio da economia sobre a vida caracterizava-se pela notória degradação do ser em ter, no espetáculo chegou-se ao reinado soberano do aparecer. As relações entre os homens já não são mediadas apenas pelas coisas, como no fetichismo da mercadoria de que Marx falou, mas diretamente pelas imagens (Jappe, 1997, par. 3).

Igualmente interessado pelas novas lógicas do capitalismo e pela reificação estética do mundo, Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015, p. 28) afirmam que “depois da arte-para-os-deuses, da arte-para-os-príncipes e da arte-pela-arte, triunfa agora a arte-para-o-mercado”. A crítica deles não se circuncreve ao âmbito da arte, mas é desde esse lugar que observam no capitalismo “um novo modo de funcionamento que explora racionalmente e de maneira generalizada as dimensões estético-imaginárias-emocionais tendo em vista o lucro e a conquista dos mercados” (Lipovetsky & Serroy, 2015, p. 14). De acordo com eles, a potência emocional das imagens é explorada na concorrência das marcas pelas sensibilidades dos consumidores no que chamam de uma “era transestética”, na qual estamos órfãos de grandes promessas religiosas e políticas.

Antes olhavamos o mundo com nossos próprios olhos, agora olhamos pelos olhos das imagens. Subservientes, entregamo-nos, fascinados, ao “fluxo de imagens” (Debord, 2007) que passou a simplificar para nós a complexidade do mundo, direcionando-nos o olhar e impondo seu ritmo frenético, sem tempo para a reflexão. Nesse ritmo incessante,

enfraquecemo-nos expostos aos sucessivos golpes na retina. Deixamos de nos surpreender com o excesso e a fragmentação de choques da modernidade, pois, na sociedade do espetáculo, eles são a regra e as imagens, nosso destino fatal. Jean Baudrillard (1998, p. 30, grifo no original), analisando os “fenômenos extremos” da pós-modernidade, diagnostica:

Cada um procura seu visual. Como já não é possível achar argumento na própria existência, só resta fazer *ato de aparência* sem preocupação de ser nem mesmo de ser olhado. Não se trata de ‘existo, estou aqui’, ma de: ‘sou visível, sou imagem’. Já nem é narcisismo, é extraversão sem profundidade, um tipo de ingenuidade publicitária em que cada um torna-se empresário da própria aparência.

Estamos vacinados, acostumados, fatigados, enfraquecidos pelas imagens, como a Albertine de Marcel Proust (1871-1922), em *Em Busca do Tempo Perdido*, cujo excerto pinçado por Benjamin (1989, p. 118) expõe o esgotamento parisiense pela multidão:

Quando Albertine voltou ao meu quarto, usava um vestido negro de cetim que a empalidecia; e assim se assemelhava ao tipo ardente e, no entanto, pálido da parisiense, da mulher que, desafeita ao ar livre, enfraquecida por seu modo de vida em meio às massas e, talvez, até por influência do vício, pode ser reconhecida por um certo olhar nas faces sem pintura que causa uma sensação de inquietação.

A imagem invocada por Proust é de uma mulher cuja energia vital é drenada pela multidão e tem sua queda de potência manifestada no próprio corpo. Pode-se pensar em um corpo que não vibra mais. Um

corpo drenado. As imagens, ou audiovisualidades³, em sua dimensão do excesso, da fragmentação e do fetichismo sub-reptício, podem ter essa potencialidade de nos devorar como as massas devoraram a mulher de Proust? (Santos, 2020) Mais do que isso, teríamos saída para esse enlace voluntário de “uniões desejantes entre objetos, corpos e imagens” (Rocha, 2009b)?

Sobre a potência dos encontros traumáticos

Por ora, visualizamos uma linha de fuga. Márcio Seligmann-Silva (2009), leitor de Walter Benjamin, em sua preocupação com as “imagens técnicas eletrônicas” – da fotografia digital, mas também de qualquer dispositivo técnico contemporâneo de produção de imagens –, aponta para o efeito terapêutico possível de ser depreendido no pensamento do autor. De acordo com ele,

[f]alando do cinema (que com a montagem incorpora também o choque como princípio estético), ele [Benjamin] indicou uma capacidade terapêutica via esta performance que abala. Estes dispositivos nos treinam para a vida pontuada por choques e rupturas. Além disto, com Benjamin, também podemos ver tanto o cinema como a fotografia como capazes de abrir aquilo que ele denominou de inconsciente ótico. Este revela novos aspectos insuspeitos de nosso corpo e de nossos gestos. Valorizando a recepção tático das imagens [proposta por Benjamin] [...], podemos pensar na capacidade destas de criar esteios para nosso mundo. Ou seja: as imagens técnicas, e de modo mais radical, as imagens eletrônicas, servem tanto de reprodução do abalo e de potenciação do trauma, como também podem servir de terapia de choque. Evidentemente cada imagem ressolverá esta ambiguidade a seu

3. O termo invoca a discussão sobre visualidades e visibilidades (visualidades dotadas de legitimidade e legibilidade) de Rose de Melo Rocha (2009a).

modo, conforme também o seu modo de recepção. (Seligmann-Silva, 2009, p. 313)

Desse modo, então, quanto mais expostos aos choques das imagens, mais imunes a eles nos tornaríamos, supostamente. Poderíamos encontrar no veneno o remédio? Pois, vislumbro no trauma a capacidade de nos tirar justamente do torpor que o excesso nos vacinou. Poderia o trauma ser o veneno inoculado, o veneno tornado bálsamo que, em vez de aliviar, consegue fazer voltar a arder nossos olhos fatigados? (Santos, 2020).

Trauma, sintetizam Jean Laplanche e Jean-Bertrand Pontalis (2014, p. 522):

Acontecimento da vida do sujeito que se define pela sua intensidade, pela incapacidade em que se encontra o sujeito de reagir a ele de forma adequada, pelo transtorno e pelos efeitos patogênicos duradouros que provoca na organização psíquica. Em termos econômicos, o traumatismo caracteriza-se por um afluxo de excitações que é excessivo em relação à tolerância do sujeito e à sua capacidade de dominar e de elaborar psiquicamente estas excitações.

Na psicanálise freudiana, da qual Benjamin (1989) se apropria para pensar sua própria teoria do choque, o trauma tem três características para se configurar: um choque violento externo, uma efração (uma ruptura que expõe aquilo que foi golpeado) e um efeito na organização do todo (Laplanche & Pontalis, 2014). Trata-se, de modo geral, de um aumento de excitação interna intolerável ao aparelho psíquico. Uma intensidade tão alta em um espaço de tempo tão curto que os meios habituais de lidar com esses golpes externos não são suficientes, excedendo a

tolerância do aparelho psíquico. A causa do trauma pode ser tanto um evento único como o acúmulo de situações que, isoladamente, seriam toleráveis (Laplanche & Pontalis, 2014).

Em Benjamin (1989, p. 109), um “choque traumático” é justamente aquele que foge à vivência cotidiana, escapa à dinâmica dos choques com os quais estamos acostumados, e rompe, de algum modo, a proteção do consciente, instalando-se inconscientemente na memória. Seligmann-Silva (2009, p. 313) concorda que há uma aproximação entre as imagens técnicas e o trauma, ressaltando que ambas experiências congelam o tempo, o achatum em uma bidimensionalidade e servem de “fragmentos do mundo”, e não sua simbolização.

Diante disso, sugiro a possibilidade de entendermos a dimensão traumática do encontro com algumas imagens em sua potencialidade. “Encontro” é um termo sequestrado de Suely Rolnik (2006), para quem dos encontros entre corpos, de natureza humana ou não, emergem os afetos enquanto efeitos de tais encontros. Assim, alguns encontros entre humanos e imagens – ou consumo de imagens, se utilizarmos os termos de Norval Baitello Júnior (2014) e Rose de Melo Rocha (2009a) – se sobressaem, descarrilhando o fluxo de imagens do espetáculo descrito por Debord (2007). Apropriando-me de Seligmann-Silva (2009), defendo que a ambiguidade entre a reprodução do choque anestésico e a potencialidade do encontro traumático será resolvida na singularidade do encontro entre o humano e a imagem.

Isso significa dizer que não há uma solução mágica ou uma imagem única para fazer os olhos voltarem a arder. A mesma imagem se relaciona de forma diferente de acordo com cada olhar. Mas dessa relação depende a vivacidade dos nossos mundos internos.

Considerações finais, sobre uma utopia para zumbis contemporâneos

Há muito tempo as imagens se tornaram independentes do mundo da vida e das coisas e impuseram seu domínio (Baitello Junior, 2014; Rocha, 2010), fundando seu mundo próprio e convidando-nos incisivamente a nos transferirmos para lá e cultuá-las em seus simbolismos e luminosidades. Portadores de uma “cegueira para o apocalipse” (Baitello Junior, 2014, p. 33), somos seduzidos por promessas de bem-estar, otimismo, heroísmo, invencibilidade e imortalidade das imagens. Mas para adentrar pelos portões de Hades, é preciso abandonar o próprio corpo. Precisamos deixá-lo para trás em prol de uma existência em imagem, *in effigie* (Santos, 2020).

Paula Sibilia (2004) materializa a discussão ao investigar o “pavor da carne” na contemporaneidade, quando técnicas e estratégias de estilização corporal são empregadas para expurgar tudo aquilo que denuncie a humanidade do corpo – suor, gordura, viscosidades. O objetivo final das “práticas bio-ascéticas” dos regimes alimentares, cirurgias plásticas e exercícios físicos – que têm como unidades de medida e valoração dor, tempo e dinheiro – é a construção de um “corpo-imagem”, disponibilizado para o consumo exclusivamente visual. Nessa cosmologia descrita pela autora, cozinhamos a nós mesmos para o banquete final: quando as imagens devoram a (nossa) humanidade (Bateillo Junior, 2014). Tal como a consumação pelo excesso, quando em seu extremo mortífero, as imagens são capazes de devorar a nós mesmos e o beijo delas se torna o beijo da morte (Santos, 2020).

Esse processo é a iconofagia de Baitello Junior (2010, 2014), quando as imagens passam a orientar nossos sentimentos e percepções, ou seja, devorar nossa humanidade. Na sociedade do espetáculo, trata-se

de uma condição inexorável, da qual não se pode escapar. Assim, devorar ou ser devorado por imagens não são opções a serem escolhidas, mas condição simultânea do habitar o mundo contemporâneo (Arriaga Flórez, 2014), no qual o excesso se tornou cotidiano e avançou para todos os espaços (Baitello Junior, 2014).

Tal perspectiva pode soar delirante, visto que estamos acostumados “ao excesso de imagens e à visualidade exuberante que caracterizou progressivamente o desenrolar do século XX, moldado que foi pelas máquinas de reprodução, de conservação, de projeção e de transmissão” (Baitello Junior, 2010, p. 81). Não obstante, o autor entende que os modos de habitar e se relacionar, consigo e com o mundo, são muito diferentes entre a sociedade que produzia manualmente suas imagens – entalhadas, esculpidas, pigmentadas lentamente – e a que pariu as máquinas reprodutoras de imagem. Essa proliferação disputa espaço no mundo assim como o olhar e o tempo de vida dedicado a consumir e se transformar em imagens, conforme exemplifica a análise crítica de Sibilia (2004).

A iconofagia serve tanto para quando os humanos devoram as imagens, como para quando as imagens devoram os humanos e surge de uma leitura de Baitello Junior (2010; 2014) sobre Vilém Flusser e Oswald de Andrade. Deste último, ele se apropria do conceito de antropofagia, uma proposta de devorar a cultura europeia em vez de imitá-la, com um sentido construtivo e criativo. E, de Flusser, ele se vale da “escada da abstração”, onde a cada degrau que se desce, perde-se uma dimensão do mundo, como em direção a uma “goela que faz sumir tudo em suas entranhas” (Baitello Junior, 2010, p. 22).

A dimensão da profundidade (que dá a materialidade palpável, corpórea) perde-se no universo das imagens planas, das tradicionais representações imagéticas sobre superfícies. O degrau seguinte é alcançado pela transformação as imagens em pictogramas, ideogramas e letras, que abrem ao homem o caminho para o universo da escrita (e de sua decifração, a leitura). [...] A linearização do mundo por meio da escrita exigiu a tradução do mundo tridimensional e do mundo bidimensional ao mundo unidimensional. Com a escrita o mundo passa a ser descriptível, o que abre os caminhos para o pensamento lógico, linear e conceitual. [...] Pois foi justamente esse pensamento linear e conceitual que criou as bases para o surgimento dos aparelhos produtores da imagens técnicas ou tecnoimagens. Tais tecnoimagens nada mais têm a ver com as imagens tradicionais, pois são frutos da etapa seguinte na escalada da abstração: não possuem mais nenhuma corporeidade, são uma fórmula, um cálculo, um algoritmo (que apenas se projetam sobre um suporte qualquer: papel, vidro, parede e até mesmo a névoa, o vapor ou o ar). Elas são nulodimensionais, uma vez que a última dimensão espacial que lhes restava também é subtraída. (Baitello Junior, 2010, pp. 53-54)

Esse descenso descrito não é uma imagem de devoração, e sim de ser devorado. Uma queda no vazio vertiginosa. Um desequilíbrio na “homeostase imagética” (Santos, 2020) responsável pelo salutar da vida psíquica, de acordo com Malena Segura Contrera e Norval Baitello Junior (2006, p. 121): “Ambas, imagens endógenas e imagens exógenas, são evidentemente mediadoras de sentidos e enquanto as imagens exógenas veiculam esses sentidos em mensagens interpessoais, as imagens endógenas são portadoras de mensagens intra-pessoais”.

O desequilíbrio imagético na “selva de imagens” da contemporaneidade, provocado por uma dinâmica de obsessão, resulta no diagnóstico apocalíptico de Contrera e Baitello Junior (2006) de que nos tornamos “zumbis contemporâneos”.

Para eles, o excesso de imagens exógenas soterra as endógenas, atrofiando nossa capacidade de processá-las e criar vínculos com nosso mundo interno. Deixamos de criar, elaborar e prosperar para nos tornarmos insaciáveis em nossa gula flusseriana pelas imagens. Nosso mundo interno embolora, sem que consigamos encontrar a saída para o labirinto de espelhos no qual entramos (Santos, 2020).

Esse movimento de mão dupla [entre imagens endógenas e exógenas] e sua homeostase é que se encontra afetado [...] somos solicitados (e vemos nossa atenção nisso concentrada) a um contínuo movimento de exteriorização. Na mesma proporção dedica-se tanto menos atenção às imagens endógenas. Estas, é claro, não se extinguem, mas tornam-se cada vez mais inacessíveis, relegadas a um segundo e terceiro planos. Ao invés de cumprirem o papel de alimentar o âmbito externo, passam a espelhá-lo indiscriminada e acriticamente. (Contrera & Baitello Junior, 2006, p. 121)

Essa saturação exógena e subnutrição endógena faz o homem do século XXI perder o contato com o próprio mundo interior, carente de vínculos internos, pois sem tempo de processar os choques externos outrora já denunciados por Benjamin (1987, 1989).

Quando a consciência está sub-alimentada pelas imagens endógenas, ou seja, quando não há vida simbólica interior, vida reflexiva, o sistema cognitivo pessoal acaba se colocando mais no papel de mero consumidor das imagens exógenas oferecidas pelo mercado do que como receptor e transformador dessas imagens, extraíndo delas apenas os seus significados funcionais, e não os demais significados complexos que elas poderiam evocar. E no final as imagens exógenas restam ocas e inúteis, obtendo apenas resposta de padrões psíquicos autômatos e inconscientes como os padrões maníacos do consumo. [...] Ou seja, estramos mais

expostos ao ritual de enfeitiçamento do que ao teor do feitiço propriamente dito. (Contrera & Baitello Junior, 2006, p. 123)

Ao próprio modo, Lipovetsky e Serroy (2015) também reclamam por uma saída para o fluxo iconofágico da sociedade do espetáculo. Para eles, precisamos urgentemente privilegiar a sensação de si e do mundo, o recentramento no tempo interior e na emoção do momento, a disponibilidade para o inesperado e o instante vivenciado, reivindicando uma “estética da tranquilidade” e uma “arte da lentidão”.

Nesse cenário por vezes apocalítico, o trauma talvez seja uma possibilidade para acordar do torpor iconofágico. Em vez dos zumbis contemporâneos que falam Contrera e Baitello Junior (2006), prefiro acreditar que somos adictos das imagens em uma combinação ardilosa de vetores antropológicos e socioculturais entre a promessa de imortalidade das imagens (Morin, 1973), suas fantasias sedutoras (Mitchell, 2005; Canevacci, 2008) e as dinâmicas coercitivas de um capitalismo metamórfico que fez das imagens seu suporte de inoculação (Debord, 2007; Featherstone, 1995; Lipovetsky & Serroy, 2015).

Enquanto zumbis, não poderíamos mais voltar à vida, porque já teríamos cruzado o interdito da morte. Já na condição de adictos, talvez os encontros traumáticos possam interromper, ainda que momentaneamente, nossas dinâmicas compulsivas para, enfim, alimentarmos nossos mundos internos por tempo suficiente a fim de vislumbrarmos saídas para que, como esperançou Rocha (2012), as imagens nos tatuem, mas não nos desfaçam.

Referências

- Arriaga Flórez, M. (2014). Apresentação. In N. Baitello Junior, *A era da iconofagia: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura* (pp. 7-9). Paulus.
- Baitello Junior, N. (2010). *A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma teoria da mídia*. Paulus.
- Baitello Junior, N. (2014). *A era da iconofagia: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura*. Paulus.
- Baudelaire, C. (2012). A uma passante. In C. Baudelaire, *As flores do mal* (p. 63). Nova Fronteira.
- Baudrillard, J. (1998). *A transparência do mal: Ensaio sobre os fenômenos extremos*. Papirus.
- Benjamin, W. (1987). *Obras escolhidas, volume 1: magia e técnica, arte e política*. Editora Brasiliense.
- Benjamin, W. (1989). *Obras escolhidas, volume 3: Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo*. Editora Brasiliense.
- Canevacci, M. (2008). *Fetichismo visuais: corpos erópticos e metrópole comunicacional*. Ateliê Editorial.
- Contrera, M., & Baitello Junior, N. (2006). Na selva das imagens: algumas contribuições para uma teoria da imagem na esfera das ciências

da comunicação. *Significação: Revista De Cultura Audiovisual*, 33(25), 113-126.

Debord, G. (2007). *A sociedade do espetáculo*. Contraponto.

Featherstone, M. (1995). *Cultura de consumo e pós-modernismo*. Studio Nobel.

Jappe, A. (1997, 17 ago.). A arte de desmascarar. *Folha de S.Paulo*.
<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs170805.htm>

Laplanche, J., & Pontalis, J-B. (2014). *Vocabulário da Psicanálise*. Martins Fontes.

Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2015). *A estetização do mundo: viver na época do capitalismo artista*. Companhia das Letras.

Mitchell, W. J. T. (2005). *What do pictures want? The lives and loves of images*. The University of Chicago Press.

Morin, E. (1973). *O paradigma perdido: a natureza humana*. Publicações Europa América.

Rocha, R. M. (2009a). É a partir das imagens que falamos de consumo: reflexões sobre fluxos visuais e comunicação midiática. In G.G.S. Castro & M.A. Baccega (Orgs.), *Comunicação e consumo nas culturas locais e global* (pp. 268-293). ESPM.

Rocha, R. M. (2009b). Por uma erótica das visualidades: laço improváveis e uniões desejantes entre objetos, corpos e imagens. *Matrizes*, 3(1), 2009, 247-250.

Rocha, R. M. (2010). Políticas de visibilidade como fatos de afecção: Que ética para as visualidades? *Famecos*, 17(3), 199-206.

Rocha, R. M. (2012). A pureza impossível: consumindo imagens, imaginando o consumo. In R. M. Rocha & V. Casaqui (Orgs.), *Estéticas midiáticas e narrativas do consumo* (pp. 21-48). Sulinas.

Rolnik, S. (2006). *Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo*. Sulina; Editora da UFRGS.

Santos, T. H. R. (2020). “*Deixe-me ser teu templo de promiscuidade*”: consumo escópico do excesso nas performance-vida e performance post mortem de *Hija de Perra* [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Propaganda e Marketing]. <https://tede2.espm.br/handle/tede/500>

Seligmann-Silva, M. (2009). Fotografia como arte do trauma e imagem-ação: jogo de espectros na fotografia de desaparecidos das ditaduras na América Latina. *Temas em Psicologia*, 17(2), 311-328.

Sibilia, P. (2004). O pavor da carne: riscos da pureza e do sacrifício no corpo-imagem contemporâneo. *Famecos*, (25), 68-84.

SOMOS TODOS UFU? IMAGENS EM PRANCHA, SENTIDOS NAS LACUNAS

Suélen Vilela Cruvinel Flores¹

A universidade é imaginada por diferentes sujeitos em suas interações interpessoais e representada pelas mais diferentes imagens midiatisadas. Estas imaginações e representações possibilitam compreender profundamente como são estabelecidas as relações entre a academia, a comunidade interna (docentes, discentes, técnicos administrativos, colaboradores e gestores) e a sociedade, evidenciando- se lacunas, relações e perspectivas menos óbvias para conhecer o objeto de estudo.

A prancha de imagens (figura 1) nomeada como *Somos Todos UFU?* propõe abordar a comunicação entre a universidade e a sociedade e possíveis relações destas interações com a permanência estudantil na

1. Mestranda em Tecnologias, Comunicação e Educação, Universidade Federal de Uberlândia.
Assistente Social da Pró-Reitoria de Assistência Estudantil - PROAE.
svcruvinel@ufu.br

Universidade Federal de Uberlândia, a partir de imagens em circulação nos jornais regionais, notícias publicadas no site institucional da universidade e imagem de arquivo próprio.

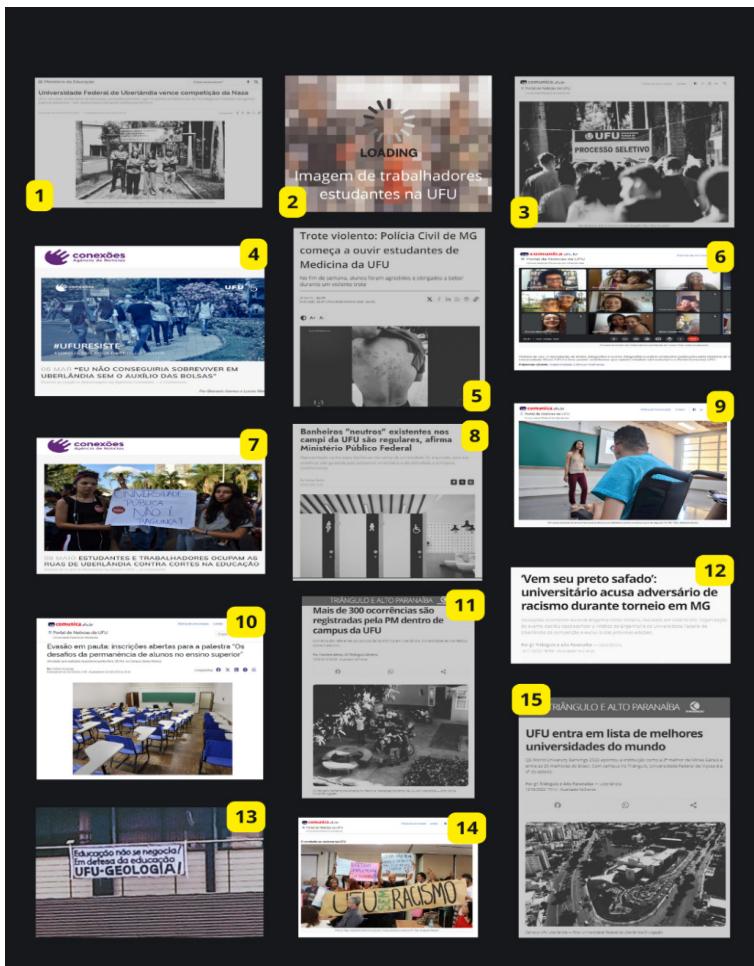
A partir da perambulação pela internet foram selecionadas 15 imagens, as quais foram dispostas em uma prancha de cor de fundo preta, buscando produzir um efeito visual que remetesse ao ícone que compõe o slogan da própria universidade. A intencionalidade desta composição está na busca por demonstrar que tanto as imagens que a universidade faz circular sobre si mesma, quanto aquelas que circulam sobre ela fazem parte da totalidade que compõem os sentidos produzidos sobre a UFU.

A montagem não pretende organizar uma linha cronológica ou estabelecer hierarquias ou contraposições entre os acontecimentos retratados, mas sim provocar a imaginação, o ato criativo, sensível e crítico. Trata-se de uma proposta que convida à reflexão sobre o papel da imagem na construção de imaginários sociais sobre a universidade pública.

Nesse sentido, a prancha “Somos Todos UFU?” não é apenas um objeto visual, mas também um gesto metodológico e investigativo. Ela parte da ideia de que os sentidos atribuídos à universidade não estão apenas em documentos formais ou dados estatísticos. Assim, o trabalho com as imagens torna-se um caminho potente para compreender as múltiplas dimensões da permanência estudantil e da própria experiência universitária.

Figura 1

Prancha de imagens “Somos todos UFU”



Adaptada a partir das imagens de reportagens e arquivo pessoal. (Imagen 1 - Adaptada de Universidade Federal de Uberlândia vence competição da Nasa (2025); Imagem 2 – Adaptada de Tribuna online (2020); Imagem 3 - Dourado (2023); Imagem 4 - Agência Conexões (2025); Imagem 5 - JR na TV (2025); Imagem 6 - Borges (2023); Imagem 7 - Ortiz (2025); Imagem 8 - Rocha (2023); Imagem 9 - Dourado (2019); Imagem 10 - Alvarenga (2019); Imagem 11 - Aleixo (2019); Imagem 12 - G1 Triângulo e Alto Paranaíba (2022a); Imagem 13 - Arquivo pessoal; Imagem 14 - Brasil (2025); Imagem 15 - G1 Triângulo e Alto Paranaíba (2022b)).

A montagem de imagens e a circulação de sentidos

Em menção à sua tese de doutorado, Damasio (2025, p. 1) propõe utilizar as pranchas de imagens em circulação, inspiradas no trabalho analítico e exploratório de Aby Warburg, como metodologia para estudo da iconicidade do imaginário na midiatização. Esta metodologia possibilita vislumbrar as imagens para além da ideia convencional de representação do real e de sua significação objetiva. “Em síntese, a imagem não é compreendida apenas como técnica visual que representa o real, mas como experiência simbólica de revelação de um sentido, por vezes intangível” (Damasio, 2025). A montagem de imagens em prancha resgata a importância da observação sensível, promovendo o encontro ou a cooperação entre o ato criativo, a análise e a construção de conhecimento.

O ato criativo de compor uma prancha de imagens parte do olhar de quem a monta e dispõe os olhares daqueles que registraram cada imagem. A circulação de sentidos aponta formas diferentes do “ver”. Aquele que olha para uma imagem e nela imagina um sentido pode percebê-la especulativamente. Especular, conforme sinaliza Carli (2021): aproximar-se daquilo que se deseja ver e a partir de um ponto de onde se vê, de um ponto de vista.

As imagens estão por toda parte e seus sentidos podem ser múltiplos. Rosa (2019, p. 156) defende que o sentido nunca é único. Ele é fruto da mente humana e sujeito a variações e dissonâncias. Nele as imagens estão conectadas à cultura e operam afetações quando midiatizadas.

Se a midiatização implica o afetamento social por lógicas midiáticas, é possível dizer que as imagens midiatizadas apresentam uma tripla condição: a) afetam o coletivo, mobilizando

a produção de sentido e a consolidação ou não de imaginários sociais; b) emergem de uma disputa pela atribuição de valor ao visível; e c) implicam o desenvolvimento de domínios técnicos e apropriações não antes necessários, mas que no espaço da midiatisação se consolidam pelas condições de acesso aos aparatos. (Rosa, 2019, p. 156)

As pranchas de imagens resgatam imagens em circulação que foram produzidas em tempos históricos diferentes e cujos sentidos podem ser transformados com o passar dos anos. Elas promovem a interação entre tempos históricos diferentes, os quais explicitam lacunas e ao mesmo tempo sugerem relações. “E, assim, as imagens em circulação configuram sempre uma presença necessariamente midiática entre a sobrevivência do antigo e a imaginação criadora” (Damasio, 2025).

A universidade em perspectiva

Muitos estudos e pesquisas dedicam-se à compreensão de processos como o ingresso, a permanência e a evasão acadêmica. Diversos deles oferecem contribuições, seja ao identificarem fatores determinantes, ao sugerirem causalidades ou ações mitigadoras de problemas dentre outros tantos resultados obtidos.

Neste breve estudo, a especulação está centrada nos sentidos que circulam sobre a universidade, na comunicação institucional da UFU e sua relação com o ingresso e a permanência, a partir da comunicação com a sociedade e com a própria comunidade interna. O que a sociedade pensa sobre a universidade? Quais informações midiatisadas circulam sobre a UFU? Como a própria universidade noticia os acontecimentos ou ações em seu site institucional? O que ela comunica para e sobre sua comunidade interna?

A universidade pública enfrenta desafios constantes referentes à mobilização do interesse público para o ingresso em seus cursos de graduação e pós-graduação e à elaboração e implementação de políticas institucionais para a garantia do direito à permanência estudantil. A comunicação aqui é o ponto de partida, é aquela que permeia os fenômenos, sendo por vezes elo ou por vezes lacuna. Os aspectos comunicacionais podem ser aliados nos estudos de questões complexas as quais merecem ser compreendidas mais profundamente a partir dos sujeitos que participam dos processos comunicacionais e sociais da universidade.

Rosa (2019, p. 156) indica que na midiatização não são apenas as imagens que estão em circulação. É preciso identificar quais imagens circulam e também quais imaginários estão sendo colocados em circulação. Ela destaca a imaterialidade da imagem, aquilo que é simbólico. As matérias de jornais, as publicações em site institucional não são meras representações da UFU. Elas trazem consigo a necessidade de uma qualificação do olhar para desvendar as imaterialidades.

O imaginário midiático, na perspectiva deste texto, é aquele composto por um conjunto de imagens apresentadas e reapresentadas na mídia, mas que para além de sua característica como representação, passam a constituir ou a convocar um conjunto de imagens e de relações interiores que nos permitem estabelecer sentidos. (Rosa, 2019, p. 156)

A universidade também opera a midiatização dentro de seus muros. Ela faz circular imagens que são apreendidas por estudantes, servidores e colaboradores que nela estão inseridos. Tais imagens colocam em evidência sujeitos, projetos, campis, ideias, prioridades. Estas imagens partem de políticas de comunicação e editorial. Tais políticas

por sua vez remetem aos interesses institucionais em vigência, os quais também refletem conjunturas sociopolíticas e econômicas.

Da mesma forma, as imagens referentes à universidade que circulam midiaticamente surgem de conflitos de interesses, de sujeitos que conhecem ou desconhecem a universidade pública, de contextos em que a universidade tanto pode ser vista como potência social transformadora, quanto como ameaça à reforma empresarial da educação, à cenários políticos que privilegiam a negação de direitos e o desconhecimento como estratégia de expansão.

Perambulação pela/sobre a UFU

Como dito anteriormente, as imagens que compõem a montagem deste trabalho surgiram a partir de uma perambulação pela internet e site institucional, ou seja, uma busca despretensiosa de imagens sobre a UFU, elencadas nas resultados de buscas realizadas do *Google* e nas ferramentas de pesquisa do site institucional da UFU. Este vaguear não é calculista ou proposital, ele se depara com imagens que parecem comuns e corriqueiras e que passam a assumir sentidos e configurações importantes para o estudo visual.

Argumento, na esteira do que já foi elaborado por outros autores, que a flaneure pode ser adaptada para a pesquisa em ambientes digitais enquanto uma prática metodológica. Nesse sentido, entendo a perambulação como uma sensibilidade constitutiva dessa prática, principalmente quando o ambiente investigado, em decorrência de suas dinâmicas espaciais e temporais, oferece-se a errâncias virtuais (Dias, 2022, p. 33)

As imagens foram saltando aos olhos, como que de forma a dizer o que era a UFU para as pessoas que tivessem acesso a elas. Daí o

título “Somos Todos UFU”. Uma frase dita cotidianamente em ações e eventos do campus, mas que evoca algumas interrogações. De fato todos são UFU, sentem pertencimento, possuem condições materiais e simbólicas de nela permanecer, são sujeitos da comunicação institucional? Flusser propõe:

Os textos não significam o mundo diretamente, mas através de imagens rasgadas. Os conceitos não significam fenômenos, significam idéias. Decifrar textos é descobrir as imagens significadas pelos conceitos. A função dos textos é explicar imagens, a dos conceitos é analisar cenas. Em outros termos: a escrita é meta-código da imagem. (Flusser, 1985, p. 8)

Desta forma, a primeira imagem selecionada (Figura 2) é a imagem de um grupo de estudantes que venceram um importante desafio internacional da NASA. Os estudantes, dispostos em um corredor central da UFU, campus Santa Mônica, refletem o orgulho e a conquista da universidade em alcançar patamares científicos e educacionais importantes para o fortalecimento de sua marca e do tripé ensino, pesquisa e extensão. A imagem constava em diferentes notícias, assim como em redes sociais, o que despertou uma curiosidade: quais estudantes da UFU não estão representados em imagens que circulam com tamanha intensidade? Os estudantes retratados na imagem estiveram em inúmeras matérias de jornais e sites, e simbolicamente pertencem a um modelo ideal de estudante universitário, o qual muitas vezes não corresponde ao estudante real que ingressa na UFU e que enfrenta inúmeros desafios para nela permanecer e ainda desafios maiores para participar de projetos com destaque institucional, uma vez que a sobrevivência na universidade acaba por ser sua prioridade.

Figura 2

O que você procura?

Ministério da Educação

Universidade Federal de Uberlândia vence competição da Nasa

UFU, vinculada ao Ministério da Educação, conquistou primeiro lugar no prêmio de Melhor Uso de Tecnologia em hackaton da agência espacial americana. Time representará o Brasil em celebração nos EUA

Publicado em 30/03/2025 12h09 | Atualizado em 30/03/2025 12h29

Compartilhe: [f](#) [X](#) [in](#) [e-mail](#) [link](#)

Equipe da UFU é a primeira do Brasil a chegar à final utilizando inteligência artificial. Foto: Milton Santos

Nota. Adaptada de Universidade Federal de Uberlândia vence competição da Nasa (2025)

A partir destas imagens, todas as outras foram constituindo-se em achados da perambulação, direcionados pelas relações estabelecidas com esta e entre todas as outras, ou pelas próprias lacunas ressaltadas. As imagens a seguir (Figura 3, Figura 4 e Figura 5) possibilitaram compreender diferenças na circulação entre as conquistas obtidas por determinados grupos presentes na universidade e os desafios enfrentados por outros grupos para nela permanecerem. Isto não é posto enquanto contraponto ou contraposição, mas como identificação de processos midiáticos que resultam em apagamentos e visibilizações.

A Figura 3 foi adaptada para demonstrar que, ao perambular pelas imagens disponíveis no site institucional da UFU, não foi possível encontrar imagens que remetessem aos estudantes trabalhadores, os quais conciliam as atividades acadêmicas com os desafios da sobrevivência para permanecerem na universidade. A expansão do ensino superior, assim como as cotas e reservas de vagas possibilitaram o ingresso

de estudantes oriundos de camadas populares na universidade. Estes estudantes apresentam desafios peculiares em sua jornada acadêmica, sejam eles socioeconômicos, emocionais, pedagógicos ou de pertencimento. É interessante pensar que o olhar da UFU para este público sequer foi midiatizado. Neste caso, a própria imagem não surgiu, não foi produzida, nem circulou na mídia. A imagem utilizada na prancha para remeter a este grupo de estudantes é a imagem que compõe uma matéria sobre o crescimento de estudantes que estudam e trabalham no estado do Espírito Santo. Por não dizer respeito à UFU, a imagem foi pixelada e adicionado o texto provocativo “Imagen de trabalhadores estudantes na UFU”.

Outros sujeitos que enfrentam barreiras para permanecer e concluir seus cursos são as pessoas com deficiência e estudantes com filhos, cujas trajetórias ao serem visibilizadas também colocam em agenda as mudanças institucionais necessárias para uma vivência acadêmica rica em pertencimento e equidade.

Figura 3



Figura 4

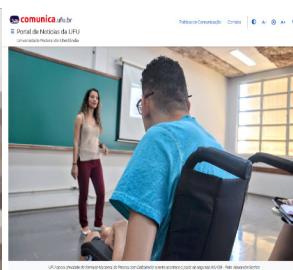
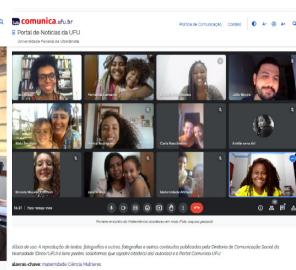


Figura 5



Nota. Adaptadas de Tribuna online (2020); Borges (2023); Dourado (2019), respectivamente.

Algumas imagens postas na prancha trazem fenômenos importantes para a existência e resistência da universidade. As figuras 6, 7 e 8 ao mesmo tempo que representam fenômenos como o ingresso, a assistência estudantil e a evasão, evocam a imaterialidade das próprias imagens. Como o ingresso, a evasão e a permanência se relacionam com a midiatização das imagens em circulação sobre a UFU? Quais as lacunas, os distanciamentos comunicacionais são percebidos entre universidade e sociedade? O que de fato a comunidade regional sabe sobre a universidade a ponto de engajar-se na busca de soluções para o ingresso, a permanência e a evasão? As pessoas que estão dentro da UFU se sentem parte dela? As pessoas que nela não estão desejam conhecê-la, defendê-la enquanto equipamento público a serviço da população?

Tais imagens também podem evocar outras dinâmicas de olhar. A preocupação institucional centra-se no ingresso e na evasão, mas como se dá de fato o percurso educacional dos graduandos e pós graduandos na UFU?

Figura 6



Figura 7



Figura 8



Nota. Adaptadas de Dourado (2023); Ortiz (2025); Alvarenga (2019), respectivamente.

As imagens a seguir, encontradas dentre outras em buscas realizadas no Google com o termo “Universidade Federal de Uberlândia” vem ao encontro do que reverbera no imaginário sobre a universidade pública. Apesar de todos os esforços e todas as conquistas sociais empenhadas pelo ensino superior público, ainda ganham notoriedade e impulsionamento notícias que abordem questões pontuais que encontram conexão com aquilo que parte da sociedade sente com relação à universidade.

Figura 9



Figura 10



Nota. Adaptadas de Rocha (2023); Aleixo (2019); respectivamente.

Figura 11



Figura 12

'Vem seu preto safado': universitário acusa adversário de racismo durante torneio em MG

Ausavações ocorreram durante Engenho da Minao, realizado em Uberlândia. Organização do evento decidiu desclassificar a Atéida da Engenharia da Universidade Federal de Uberlândia da competição e exclui-la das próximas edições.

Por g1 Triângulo e Alto Paranaíba - Ute Aranda
18/12/2022 19:53 - Atualizado há 2 anos

Nota. JR na TV (2025); G1 Triângulo e Alto Paranaíba (2022a); respectivamente

Tais imagens trazem objetivamente cenas sobre trotes violentos que ocorreram no meio acadêmico, uso de drogas, banheiros neutros e acusação de ato de racismo. Elas representam fatos ocorridos, porém circulam atemporalmente por que já existem simbolicamente em parte dos sentidos atribuídos à UFU. A respeito dessa circulação para além do tempo e das imagens, Rosa traz o conceito de imagem – sombra, a qual “vincula-se à percepção da existência de imagens que se instauram no imaginário coletivo, de tal forma que, mesmo quando não estão presentes, elas ressurgem em nossa memória, fantasmáticas” (Rosa, 2019, p. 162).

As imagens contidas nas figuras 13 e 14 interagem dialeticamente com as imagens anteriores. Elas registram atos em defesa da universidade pública e contra o racismo. A mesma instituição sobre a qual reverberam midiaticamente práticas socialmente reprováveis, também disputa a realidade e o imaginário com iniciativas em defesa da educação e contra o racismo estrutural. Os mesmos sujeitos cujas trajetórias aparecem timidamente em notícias ou publicações institucionais disputam o espaço midiático para romperem os apagamentos e defenderem o direito humano de ser e existir.

Figura 13



Arquivo pessoal; Brasil (2025); respectivamente.

Figura 14



Toda a montagem aqui retratada e relatada pode assumir sentidos e configurações diferentes, a partir do sujeito que a olha, devaneia, imprime sentido partindo de outros pontos de origem, de vista, de aproximação. Damasio (2025) defende a importância de metodologias como esta, da prancha de imagens em circulação, a qual valoriza o exercício do ver como modo de conhecimento.

A última imagem (Figura 15) fixada na prancha deste trabalho é uma imagem aérea do campus Santa Mônica, da Universidade Federal de Uberlândia e que faz parte de uma notícia publicada por um jornal em que aparece a chamada “UFU entra em lista de melhores universidades do mundo”. Desta vez a mídia em torno da universidade ressalta imageticamente a posição da UFU entre as universidades do mundo todo. O olhar para esta imagem pode imprimir os mais variados sentidos mas, o conjunto de imagens a ela relacionadas apresenta possíveis conexões, estranhamentos e revelações.

O estudo visual aqui proposto não pretende criar novos entendimentos sobre a universidade, o ingresso, a permanência e a comunicação institucional, parodiando Carli (2021, p. 8). O objetivo é criar histórias sobre “quem é” a UFU ou “quem pode ser” a UFU. Os resultados de rankings podem ser percebidos positivamente ou podem ser questionados. Eles podem indicar quais os caminhos e políticas são priorizadas para se alcançar determinadas posições em um conjunto de universidades. Eles podem refletir jornadas individuais e coletivas bem – sucedidas mas podem ocultar campos importantes que não aparecem entre os parâmetros de uma universidade que está na lista de melhores do mundo.

A montagem propõe uma dinâmica de cores em que as imagens que representam determinados apagamentos ganham destaque, enquanto

aqueelas que já possuem maior visibilidade são colocadas em preto e branco, não para que ganhem status de menor importância, mas para que produzam a experiência sensorial de que os apagamentos sociais e midiáticos precisam ser descobertos, evidenciados, pensados e transformados. É importante retomar o que Ana Paula da Rosa (2019, p.155) escreve sobre a duração das imagens. Para ela, “as imagens inseridas no processo de circulação, seja por instituições jornalísticas ou atores sociais, possuem um tempo de exposição dilatado.” Tais imagens “duram para além da vida dos acontecimentos aos quais se referem.”

Figura 15



Nota. Adaptada de G1 Triângulo e Alto Paranaíba (2022b).

Scanning como ponto de partida na produção dos sentidos

Ainda que o processo de montagem tenha se utilizado, para a sua composição, da perambulação pelos arquivos publicados em mídias digitais, ele também foi organizado por meio do método scanning. Há uma intencionalidade na montagem, uma elaboração que provoca em quem

a olha o acionamento de repertórios e imaginários para traduzir aquilo que se vê, para criar novas cenas e imagens.

Flusser (1985, p. 7) explica que o olhar pode circular a superfície das imagens e retornar a elas de acordo com as preferências de quem as vê. As imagens não eternalizam acontecimentos ou eventos, mas sim os transformam em cenas. Elas exercem mediação entre os homens e o mundo. Este entendimento contribui para que a pesquisa em imagens também seja uma pesquisa da relação entre a humanidade e o mundo.

Assim, a prancha “Somos todos UFU” foi composta pelo scanning das imagens midiatisadas e será vista por qualquer observador cuidadoso também a partir de scanning. Os tempos diferentes presentes na montagem, os acontecimentos distintos uns dos outros, os sujeitos participantes de cada acontecimento, as imagens imaginadas por cada interlocutor, as imagens já existentes em cada observador que confronta o que vê, que questiona ou concorda, que reinventa e enxerga prospecções, alternativas ou soluções, tudo interage circularmente por meio de retornos aos espaços existentes na montagem. São estes espaços como pausas e como correntes que articulam ideias e evidenciam pontos para direcionar o olhar. Para além do mapeamento, o scanning é uma manifestação corporal e intelectual do humano frente às imagens circulantes.

Essa forma de leitura das imagens aproxima-se de uma experiência cognitiva que recusa a linearidade na atribuição de sentido. O método do scanning permite que o observador não apenas veja, mas revisite continuamente as imagens, possibilitando interpretações. O scanning convida à permanência, à repetição, ao movimento errático do olhar que se demora e se transforma junto daquilo que observa.

A montagem, nesse caso, assume um papel ativo na construção do conhecimento, ao propor não uma resposta, mas um campo de dilemas. As imagens acionam tanto o repertório visual quanto as vivências pessoais de cada interlocutor. A própria ideia de “somos todos UFU?” passa a ser questionada de maneira sensível, diante da pluralidade de realidades que a universidade abriga.

O uso do scanning permite compreender a prancha não apenas como produto, mas como processo em movimento. A montagem se torna, assim, um convite à deriva, um dispositivo que articula pensamento, percepção e imaginação. É nesse jogo entre o visível e o invisível, entre o dado e o imaginado, que emergem sentidos complexos e múltiplos sobre a universidade. A prancha, nesse contexto, não pretende significar a UFU, mas estabelecer um espaço simbólico de conhecimento das diferentes versões da própria universidade.

Poética e devaneios

A prancha de imagens aqui proposta como estudo se utiliza também da poética e do devaneio. A poética está naquilo que anteriormente já foi dito: as imagens não são tomadas como representações ou signos do real. O sentido pode não estar nas informações já sabidas sobre cada imagem. A fruição, o olhar diretamente para a imagem sem ter grandes informações sobre elas possibilita imaginar.

Importa aqui destacar que a teoria do imaginário funda esse gesto metodológico diante da imagem. Um gesto que se elabora em instâncias como a arte, a literatura, a religião e os fazeres culturais. Por isso, a base de trabalho dessa teoria está, principalmente, nos estudos de história das religiões, nas etnografias e nas artes. (Damasio, 2025, s.p.)

Ao acessar as imagens da prancha, qualquer pessoa pode trazer significados a partir de sua imaginação, de seu ato criador. Esse ato criador, estimulado pela liberdade do olhar e pela necessidade de compreender logicamente o que se vê, é central para a proposta metodológica aqui utilizada. A imagem, nesse contexto, não é algo a ser decifrado, mas sim vivido. Tal vivência permite acessar camadas subjetivas de sentido, acessando memórias, afetos e experiências individuais que ressignificam o que é visual. O devaneio, assim, não é fuga da realidade, mas um modo legítimo de se relacionar com ela por meio da imaginação.

A prancha convida à suspensão do saber prévio. É nesse espaço de suspensão que a imagem ganha potência poética e imagética, rompendo com a lógica imediatista da visualidade. O que se propõe é uma abertura ao simbólico, ao não-dito, ao que escapa à linguagem e se aproxima do sensível. Essa abordagem permite compreender a imagem como um lugar de encontro entre o sensível e o imaginário, entre o indivíduo e a cultura. A poética da imagem, nesse sentido, está não apenas no que é visto, mas no modo como é visto e no que esse modo revela sobre quem vê.

Conclusão

A prancha de imagens “Somos Todos UFU?” busca provocar o olhar para além do óbvio. Ao compor uma prancha de imagens que articula conquistas e apagamentos, presenças e ausências, visibilidades e silenciamentos, este estudo convida a pensar a universidade pública como espaço de múltiplos sentidos.

A UFU, ao ser vista e revista por diferentes olhares, se torna uma paisagem simbólica em disputa, tanto por aquilo que é mostrado

quanto por aquilo que permanece pouco visualizado . Nesse percurso, comprehende-se que as imagens que circulam sobre a universidade não são neutras ou apenas ilustrativas. Elas carregam intencionalidades, representações e são moldadas por políticas editoriais, interesses institucionais e disputas simbólicas que atravessam o campo educacional. O que aparece nas mídias e aquilo que não aparece contribui para consolidar imaginários sobre pertencimento, permanência e apagamentos. Por isso, é fundamental observar essas imagens não apenas pelo que mostram, mas pelo que as próprias lacunas temporais e espaciais sugerem.

A composição visual em prancha, neste estudo, propõe uma metodologia que integra sensibilidade e reflexão crítica. O uso do devaneio e da poética, articulado à teoria do imaginário, abre espaço para que o observador se torne também autor de sentidos. Cada imagem escolhida carrega em si a intenção de acionar percepções e inquietações. A montagem não é, portanto, um fim em si mesma, mas um dispositivo de leitura do mundo universitário e de suas tensões internas e externas.

Diante disso, é possível afirmar que o estudo visual aqui realizado revela a potência das imagens como meio de questionamento e reflexão sobre os modos de existir e resistir na universidade pública: inclusivo apenas em discurso? Representativo apenas em rankings? Democrático apenas em editais?

Por fim, se todos somos ou podemos ser UFU, essa identidade coletiva não se constitui apenas por declarações institucionais ou slogans. Ela se constrói na complexidade das vivências que atravessam a vida universitária, nas lutas por permanência, nas conquistas compartilhadas, nas imagens que saltam aos olhos e naquelas que permanecem na sombra. O desafio é que a comunicação institucional e midiática consiga

dar conta da diversidade que habita a universidade, reconhecendo os sujeitos que a constroem e as histórias que, mesmo quando não são ditas, continuam a circular silenciosamente nos corredores, nas redes, nas imagens.

Referências

- Agência Conexões. (2025, março 6). “Eu não conseguiria sobreviver em Uberlândia sem o auxílio das bolsas”. Recuperado de <https://www.agenciaconexoes.org/eu-nao-conseguiria-sobreviver-em-uberlandia-sem-o-auxilio-das-bolsas>
- Aleixo, C. (2019, março 18). Mais de 300 ocorrências são registradas pela PM dentro de campus da UFU. *G1*. <https://g1.globo.com/mg/triangulo-mineiro/noticia/mais-de-300-ocorrencias-sao-registradas-pela-pm-dentro-de-campus-da-ufu.ghtml>
- Alvarenga, C. (2019, abril 22). Evasão em pauta: inscrições abertas para a palestra “Os desafios da permanência de alunos no ensino superior”. *Comunica.ufu.br*. <https://comunica.ufu.br/noticias/2019/04/evasao-em-pauta-inscricoes-abertas-para-palestra-os-desafios-da-permanencia-de>
- Borges, D. (2023, junho 15). Materniência: projeto une mães cientistas da UFU e outras instituições. *Comunica.ufu.br*. <https://comunica.ufu.br/noticias/2023/06/materniciencia-projeto-une-maes-cientistas-da-ufu-e-outras-instituicoes>
- Brasil, T. (2025, abril 1). ‘Dia Internacional Contra a Discriminação Racial’: uma história de resistência e legado. *Comunica.ufu.br*. <https://comunica.ufu.br/noticias/2025/03/dia-internacional-contra-discriminacao-racial-uma-historia-de-resistencia-e-legado>

Carli, A. (2021). Como permanecer no dilema: fragilidades e perspectivismos no objeto frágil do pensamento por imagem. *Dobra*, 8(9), 1-9.

Damasio, J. (2023). Pranchas de imagens em circulação: explorando as iconicidades do imaginário na midiatização. Em *Experimentações metodológicas em circulação, imagem e midiatização* (no prelo). Unisinos.

Dias, M. S. M. (2022). *O desassossego das imagens: Políticas do sofrimento em redes digitais* [Tese de Doutoramento, Universidade do Vale do Rio dos Sinos]. RDBU – Repositório Digital da Biblioteca da Unisinos. <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/11246>

Dourado, H. (2029, setembro 12). UFU participa da Semana Nacional da Pessoa com Deficiência. *Comunica.ufu.br*. <https://comunica.ufu.br/noticias/2019/09/ufu-participa-da-semana-nacional-da-pessoa-com-deficiencia>

Dourado, H. (2023, julho 2). Vestibular UFU 2023/2 tem início com provas em sete cidades. *Comunica.ufu.br*. <https://comunica.ufu.br/noticias/2023/07/vestibular-ufu-20232-tem-inicio-com-provas-em-sete-cidades>

G1 Triângulo e Alto Paranaíba. (2022a, novembro 18). ‘Vem seu preto safado’: universitário acusa adversário de racismo durante torneio em MG. *G1*. <https://g1.globo.com/mg/triangulo-mineiro/noticia/2022/11/18/vem-seu-preto-safado-universitario-acusa-adversario-de-racismo-durante-torneio-em-mg.ghtml>

G1 Triângulo e Alto Paranaíba. (2022b, junho 13). UFU entra em lista de melhores universidades do mundo. *G1*. <https://g1.globo.com/mg/triangulo-mineiro/noticia/2022/06/13/ufu-entra-em-lista-de-melhores-universidades-do-mundo.ghtml>

Flusser, V. (1985). *Filosofia da Caixa Preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Ed. Hucitec.

JR na TV. (2025, janeiro 24). Trote violento: Polícia Civil de MG começa a ouvir estudantes de Medicina da UFU. *R7*. <https://noticias.r7.com/jr-na-tv/video/trote-violento-policia-civil-de-mg-comeca-a-ouvir-estudantes-de-medicina-da-ufu-25012025>

Ortiz, B. (2025, maio 9). Estudantes e trabalhadores ocupam as ruas de Uberlândia contra cortes na educação. *Conexões*. <https://www.agenciaconexoes.org/estudantes-e-trabalhadores-ocupam-as-ruas-de-uberlandia-contra-cortes-na-educacao>

Rocha, F. (2023, agosto 25). Banheiros “neutros” existentes nos campi da UFU são regulares, afirma Ministério Público Federal. *Patos Hoje*. <https://patoeshoje.com.br/noticias/banheiros-neutros-existentes-nos-campi-da-ufu-sao-regulares-afirma-ministerio-publico-federal-81025.html>

Rosa, A. P. (2019). Imagens em espiral: da circulação à aderência da sombra. *Matrizes*, 13(2), 155-177.

Tribuna online. (2020, fevereiro 24). Recorde de jovens que estudam e trabalham. Recuperado de <http://tribunaonline.com.br/economia/recorde-de-jovens-que-estudam-e-trabalham-62721>

Universidade Federal de Uberlândia vence competição da Nasa. (2025, janeiro 31). Universidade Federal de Uberlândia vence competição da Nasa. *Gov.br*. <https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos//noticias/2025/janeiro/universidade-federal-de-uberlandia-vence-competicao-da-nasa>

CORPOS EM RISCO, IMAGENS EM DISPUTA: A GUERRA EM GAZA PELO PERFIL @OMARHERZSHOW

Camila Fernandes¹

A Faixa de Gaza é um território de 360 km² que abriga mais de 2 milhões de habitantes. De acordo com dados da Organização Mundial da Saúde, mais da metade dessa população tem menos de 18 anos de idade. O território fez parte do Império Otomano, foi dominado pelo Reino Unido de 1918 a 1948, e pelo Egito até 1967, quando foi tomado por Israel. Desde 2007, o território palestino permanece completamente isolado por muros e cercas, e vive sob bloqueio de Israel, constituindo-se hoje como um dos lugares mais densamente povoados e vulneráveis do mundo.

1. Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais.
Bolsista Capes.
camila.sfernandes@outlook.com

Sujeita a sucessivas ofensivas militares, a região se tornou sinônimo de destruição, precariedade e mortes em larga escala, muitas vezes registradas apenas como números em relatórios oficiais ou estatísticas em matérias jornalísticas — principalmente após a eclosão de uma nova guerra em outubro de 2023. Essa redução da vida palestina a dados quantitativos, somada à proibição da entrada de jornalistas estrangeiros no território desde a eclosão do conflito atual, reflete não apenas a violência material da guerra, mas também uma violência simbólica, que apaga histórias individuais e silencia vozes locais. Nesse cenário, a disputa pelo direito de narrar e pelo poder de aparecer ganha centralidade: não basta sobreviver, é preciso existir publicamente como sujeito digno de atenção, de memória e de luto.

Se por muito tempo o enquadramento da guerra esteve sob o domínio da mídia internacional — frequentemente alinhada a perspectivas ocidentais e estatais —, a difusão das redes sociais introduziu novas possibilidades de visibilidade. Plataformas digitais vêm sendo apropriadas por moradores de Gaza, assim como de outros territórios em guerra, não apenas como espaços de denúncia, mas também como ferramentas de resistência simbólica. Em meio à destruição e ao risco constante, jovens palestinos têm recorrido às câmeras de seus celulares para registrar o cotidiano da guerra, disputar narrativas e sensibilizar audiências globais.

Segundo Divon e Krutrök (2025, pp. 1-2), o modo como acessamos imagens de guerra transformou-se ao longo do tempo: se antes os conflitos eram mediados pelas transmissões televisivas, que traziam para a sala de estar sons e imagens distantes (como apontou Sontag, 2003), hoje eles se apresentam em fragmentos fugazes incorporados à

experiência cotidiana de rolagem em telas, tornando o horror remoto parte imediata e visceral da vida diária. Esse movimento conecta-se a um fenômeno contemporâneo mais amplo: o surgimento dos chamados influenciadores de guerra (war influencers), definidos pelos autores como criadores de conteúdo inseridos em zonas de conflito que conquistam grandes audiências ao adotar formas não convencionais de comunicação da guerra, traduzindo criativamente suas experiências por meio de dialetos da internet e de estratégias retóricas como humor, ironia e uso de memes (Divon & Krutrök, 2025, p. 2).

O fenômeno dos war influencers evidencia como sujeitos inseridos em zonas de conflito se apropriam das lógicas digitais para disputar a narrativa da guerra. Diferentemente de jornalistas tradicionais, esses sujeitos falam a partir da experiência direta, em tempo real, compartilhando fragmentos de sua vida cotidiana em meio ao conflito (Divon & Krutrök, 2025). Heřmanová et al. (2025) relacionam a produção de conteúdo informativo nas redes sociais ao conceito de jornalismo cidadão, observando que muitos criadores atuam como mediadores de informações em contextos de conflito, mesmo sem formação ou vínculo institucional com a imprensa. Para os autores, os war influencers são “usuários que habitam um espaço distinto nas mídias sociais, situado na interseção entre o jornalismo cidadão, o testemunho voluntário, o ativismo de microcelebridades e a criação de conteúdo online” (p. 4).

Ao documentar eventos em tempo real e compartilhar experiências pessoais, esses criadores de conteúdo ocupam um território híbrido entre o relato individual e a prática jornalística, ampliando as formas de testemunho e engajamento público, mas também expondo os limites éticos e as tensões de credibilidade que marcam a circulação de

informações nas plataformas. Os perfis em diferentes redes mobilizam estratégias próprias das mídias digitais — memes, humor, ironia — para traduzir suas experiências em formatos comprehensíveis e engajantes para públicos globais. Essa forma de testemunho produz um efeito de autenticidade e proximidade capaz de mobilizar solidariedades transnacionais. Ao mesmo tempo, levanta questões sobre o papel das imagens na constituição de memórias coletivas e na disputa por reconhecimento. Essa prática não elimina a violência, mas a reinscreve em linguagens cotidianas, aproximando o espectador de realidades frequentemente distantes e mediadas por filtros hegemônicos. Assim, os influenciadores reconfiguraram a forma de testemunhar, tornando-se agentes de uma comunicação híbrida que transita entre denúncia, ativismo e entretenimento.

Essa reconfiguração conecta-se às reflexões de Butler (2015, 2022) sobre precariedade, enquadramento e vidas passíveis de luto, na medida em que os influenciadores de guerra colocam em circulação corpos e histórias que o enquadramento midiático dominante tende a invisibilizar. Ao expor vulnerabilidades de maneira criativa e performática, esses sujeitos não apenas testemunham a destruição, mas reivindicam reconhecimento público como vidas dignas de atenção. Do mesmo modo, ecoam a proposta de Macé (2018), ao convocar o espectador a um movimento duplo: ser siderado pelo choque da violência e, ao mesmo tempo, considerar — isto é, responder eticamente às imagens.

O perfil @omarherzshow no Instagram

É nesse contexto que se insere o perfil @omarherzshow, administrado por dois adolescentes palestinos, Mohammed Herzallah e Omar Rashid, que chegou a alcançar mais de 1,6 milhões de seguidores ao

compartilhar registros da guerra em Gaza. Suas imagens não apenas documentam a precariedade da vida sob bombardeios, mas também reconfiguram os regimes de visibilidade, ao reivindicar um lugar de enunciação para corpos e vozes historicamente marginalizadas. Este artigo propõe analisar posts do perfil como estudo de caso, refletindo sobre como as imagens produzidas por jovens em situação de vulnerabilidade tensionam enquadramentos hegemônicos, mobilizam afetos e instauram novas formas de presença política no espaço digital.

No momento dessa análise, o perfil contava com 1,4 milhões de seguidores e tinha 106 publicações feitas, todas em formato de vídeo. O primeiro post foi feito no dia 13 de abril de 2024, e o último, até o momento, no dia 25 de fevereiro de 2025. No começo, as publicações eram feitas diariamente, em formato de vlog, um tipo de conteúdo em que a rotina é mostrada e narrada em primeira pessoa. O fio condutor do perfil são os dias em meio à guerra, por isso, a legenda da maior parte dos vídeos é apenas o número do dia ao qual eles se referem desde o início do perfil naquele contexto, com algumas poucas exceções. Pela conta, pessoas de todo o mundo puderam acompanhar os dois adolescentes caminhando em meio a escombros, se deslocando entre abrigos, ouvindo barulho de sirenes e bombas e, apesar de tudo, vivendo — estudando, tentando conquistar uma vaga na universidade, comendo, conversando, jogando futebol, torcendo pelo time favorito.

Neste artigo, será feita uma análise qualitativa de cinco vídeos do perfil, sendo três por marcos temporais e dois por engajamento. Olharemos para o primeiro vídeo da página, publicado em 13 de abril de 2024; o que marca um ano desde o início da guerra, publicado em 8 de outubro de 2024; o último vídeo disponível, publicado em 25 de

fevereiro de 2025; e os dois vídeos com mais engajamento público (soma das curtidas e comentários), que são respectivamente de 11 de maio e 14 de junho de 2024. Para a análise, será considerado o conteúdo do vídeo — do que se trata, qual é o cenário e o que é falado — e também o que dizem os primeiros comentários, a partir da organização do próprio Instagram que coloca visíveis os considerados mais relevantes.

Vídeo 1: The journey just started get ready!

No primeiro vídeo que foi publicado na página, Mohammed e Omar se apresentam e explicam que, além de compartilharem o cotidiano em meio à guerra, eles também tocam alguns “mini negócios” e iniciativas voltadas para crianças. Como a Faixa de Gaza sofre constantemente com a falta de conexão, eles se organizaram para atuar como uma espécie de centro de internet: com eSIMs, chips digitais, eles ajudam outras pessoas a realizarem tarefas básicas que dependem de conexão, como pagamentos e compras online, baixar aplicativos, assistir a filmes e até acompanhar partidas de futebol.

Eles anunciam então que estão iniciando um vlog no qual compartilharão mais detalhes sobre essas iniciativas, mostrando como apoiam crianças, dividindo informações sobre seus negócios e a renda que conseguem a cada semana, em meio ao cenário de guerra. Por fim, pedem que o público continue acompanhando a página, reforçando o convite para que as pessoas sigam conectadas às suas atividades. A legenda do vídeo, além de várias hashtags, diz “The journey just started get ready!”, em tradução livre, “a jornada acabou de começar, se prepare!”.

No cenário, vemos algumas tendas e acampamentos, mas a maior parte das imagens foca nas iniciativas que são citadas pelos adolescentes. Apesar de contextualizarem que se tratam de vlogs de uma rotina em meio à guerra, as imagens não mostram o que estamos habituados a associar a guerras: bombardeios, destroços, pessoas feridas e em sofrimento. O tom do vídeo é mais de empreendedorismo, técnicas de sobrevivência e crescimento em meio ao caos. É um recado de que, contra todas as expectativas, a vida continua. Afinal, foi a guerra que invadiu a vida deles, e suas necessidades continuam: além da busca por água, comida e eletricidade, as crianças ainda querem brincar e os adultos ainda querem torcer por seus times favoritos no futebol.

O fato de Omar e Mohammed falarem em inglês nos vídeos não é apenas uma escolha linguística, mas uma estratégia comunicacional que amplia significativamente o alcance de suas vozes. O inglês, enquanto língua global, permite que suas mensagens ultrapassem os limites geográficos e culturais da Palestina e atinjam públicos internacionais, mobilizando solidariedades transnacionais. Dessa forma, os jovens não se comunicam apenas com sua comunidade local, mas com uma audiência global capaz de compartilhar, repercutir e amplificar seus relatos em diferentes contextos midiáticos. O uso do inglês, portanto, insere suas narrativas em um espaço de visibilidade mais amplo, rompendo com a marginalidade frequentemente imposta às vozes palestinas. Essa mesma estratégia tem sido usada por criadores de conteúdo que falam sobre a guerra na Ucrânia, por exemplo ((Heřmanová et al., 2025).

Nos comentários em destaque, é possível identificar pessoas de diferentes países, como Estados Unidos, Japão e Alemanha, respondendo em inglês, além de comentários em árabe, espanhol e português. Ao todo,

o vídeo recebeu 56.292 curtidas e 502 comentários. Vale destacar um dos comentários, de uma pessoa que afirma ter encontrado o perfil dos garotos após ver o vídeo do dia 33. O comentário elogia as iniciativas empreendedoras e de apoio às crianças em meio à zona de guerra, e destaca que “isso ajuda nós no (nome de um país) a ver as vidas de verdade, e não apenas as estatísticas”.

Vídeo 2: 1 ano desde o início do conflito

Entende-se que o início oficial do conflito que assola o território palestino ocorreu no dia 7 de outubro de 2023, com o ataque do Hamas ao território israelense. O segundo vídeo aqui analisado foi publicado um ano e um dia depois, no dia 8 de outubro de 2024. Ele está entre as últimas postagens do perfil, que na época já tinha quase 100 vídeos. A legenda diz: More than a year since this nightmare, still resisting from showing weakness. Joy is our fight language, they can't beat our smile....never....ever... (Mais de um ano desse pesadelo, ainda resistindo a demonstrar fraqueza. A alegria é a nossa linguagem de luta, eles não podem vencer o nosso sorriso... nunca... nunca...). Diferente do anterior, esse vídeo não é narrado. O som é da música Bad Habit, do cantor estadunidense Steve Lacy, cuja letra fala sobre o relacionamento amoroso que não deu certo.

Nas imagens, a primeira cena que vemos traz Omar e Mohammed em pé em meio a escombros, com a frase “finding joy amidst war” (encontrando alegria em meio à guerra) em destaque. Em seguida, vemos várias cenas dos meninos sorrindo, brincando, correndo, jogando futebol e xadrez, se divertindo entre amigos e fazendo atividades do dia a dia. Nos comentários em destaque, vemos várias mensagens de

apoio e carinho, elogios e incentivo para que continuem resistindo. Os comentários negativos também aparecem. O vídeo soma 74.484 curtidas e 1.002 comentários.

Em *Vidas rebeldes, belos experimentos* (2022), Saidiya Hartman apresenta a vida cotidiana de mulheres negras nos Estados Unidos pós-abolição, destacando como suas existências foram marcadas não apenas pela violência estrutural, mas também por práticas inventivas de liberdade. Em diferentes momentos, mas especialmente no capítulo A beleza do gueto, a autora enfatiza que a alegria, nesses contextos, não pode ser vista como mero escapismo, mas como uma forma radical de resistência e reinvenção da vida. Rir, dançar, cantar, criar laços afetivos e imaginar futuros possíveis tornam-se gestos insurgentes diante da precariedade imposta, funcionando como maneiras de desafiar as normas de opressão e afirmar a dignidade de vidas que insistem em florescer mesmo em condições adversas. Nesse sentido, a alegria se configura como política do cotidiano: não nega a dor, mas a atravessa, abrindo espaço para experimentos de existência que desafiam os enquadramentos que buscam reduzir esses corpos apenas ao sofrimento.

A perspectiva de Hartman (2022), ao pensar a alegria como forma de resistência, ilumina também a prática comunicacional dos dois adolescentes em Gaza. Mesmo em meio à destruição, eles não se limitam a registrar cenas de sofrimento e violência: frequentemente utilizam o humor, a ironia e situações triviais do cotidiano para construir narrativas que escapam da redução de suas vidas à dor. Esses gestos — brincar diante da câmera, rir entre ruínas, criar memes sobre a guerra — funcionam como aquilo que Hartman descreve como “belos experimentos”: modos de inventar vida onde ela parece impossível. Ao exporem não apenas

sua vulnerabilidade, mas também sua capacidade de rir e de criar, os garotos produzem imagens que desafiam o enquadramento hegemônico da Palestina como espaço exclusivo de morte e desespero, afirmando a potência política da alegria como forma de resistência.

Vídeo 3: Day 28

O vídeo com mais engajamento na página foi publicado no dia 11 de maio de 2024. A legenda diz apenas Day 28 (dia 28) — é o vigésimo oitavo vlog em meio à guerra. A princípio, é só mais um dos vários vídeos em que os garotos mostram a rotina, sem muita diferença dos outros, mas foi esse o vídeo que mais viralizou, alcançando a incrível marca de 2.699.323 curtidas e 22.700 comentários. O vídeo que fica em segundo lugar tem bem menos que a metade da quantidade de curtidas e cerca de um quarto dos comentários.

No vídeo, Omar e Mohammed narram a rotina em meio às condições de escassez impostas pela guerra: o preço do pão disparou devido à falta de farinha, e a preparação de alimentos, antes feita com gás, passou a depender de lenha improvisada. Ao mesmo tempo, a filmagem é atravessada por marcas de celebração, como o agradecimento pelo alcance de cem mil seguidores, o que “mudou suas vidas”, segundo o próprio relato. Essa justaposição entre a precariedade do cotidiano e a comemoração de conquistas digitais evidencia como os jovens constroem uma narrativa híbrida, em que a denúncia da crise humanitária se combina com gestos de resiliência e esperança. A câmera, nesse sentido, não apenas documenta carências materiais, mas também registra formas de inventividade e de resistência simbólica, fazendo

da rotina em Gaza um testemunho vivo da capacidade de persistir e de mobilizar solidariedade global.

Nesse vídeo, vemos mais ruínas, com os meninos caminhando em meio a lugares destruídos. A própria narrativa sobre a falta de mantimentos básicos também traz de forma mais evidente as dificuldades, se é que podem ser chamadas assim, de viver em um território que está sob ataque. Talvez por ter sido o vídeo mais viral, nesse post tivemos uma quantidade considerável de comentários negativos em destaque. Comentários ofensivos e irônicos sobre organizações terroristas, incluindo um que diz: “da próxima vez, não comece uma guerra!”, como se a culpa pelo conflito fosse da própria população, ou dos dois adolescentes. Também vemos comentários de suporte, muitos comentários com a bandeira da Palestina, e vários outros falando sobre coisas aleatórias, sobre o algoritmo do Instagram e pedindo que o post chegue a mais pessoas.

Heřmanová et al. (2025) propõem o conceito de visibilidade ambivalente, que descreve a condição contraditória vivida por criadores de conteúdo no TikTok durante a guerra na Ucrânia. A partir da análise de perfis da plataforma, os autores mostram como esses criadores tentam dar visibilidade a experiências de conflito, ao mesmo tempo em que precisam se adequar às dinâmicas algorítmicas e estéticas do ambiente digital. Essa ambivalência se manifesta em três dimensões: (1) a tensão entre o imediatismo da experiência e a visibilidade “amigável” à plataforma; (2) as fronteiras tênues entre narrativa pessoal e prática jornalística; e (3) o paradoxo da viralização, em que a tragédia se converte em motor de engajamento. O estudo discute o conflito entre

ética, algoritmo e audiência na mediação de eventos traumáticos no contexto das mídias sociais.

Os autores também discutem a noção de “estar lá” (being there) enquanto os acontecimentos se desenrolam, destacando o valor atribuído à presença e ao testemunho direto nas narrativas digitais. No entanto, esse impulso de capturar a gravidade da guerra e o sofrimento humano entra em conflito com a própria infraestrutura algorítmica, que favorece formatos de conteúdo em tendência. Cria-se, assim, uma tensão constante entre visibilidade, engajamento e responsabilidade ética na construção dessas narrativas — um embate entre a urgência do real e as exigências performáticas da plataforma (Heřmanová et al., 2025).

Ao relacionar essas reflexões com o caso do perfil @omarherzshow, observa-se que o fenômeno da visibilidade ambivalente ultrapassa o contexto ucraniano e se manifesta também na forma como jovens palestinos constroem suas narrativas em meio à guerra em Gaza. A produção de conteúdo por Omar e Mohammed evidencia o mesmo movimento paradoxal entre denúncia e performance, vulnerabilidade e engajamento, ética e algoritmo. Suas imagens, ao mesmo tempo que comunicam a experiência da precariedade, precisam dialogar com as dinâmicas de visibilidade impostas pelas plataformas — o que revela como o testemunho contemporâneo é mediado por estruturas tecnológicas e econômicas que influenciam o modo de sentir, ver e se solidarizar.

Vídeo 4: amizade

O quarto vídeo aqui observado é um agradecimento dos garotos um ao outro, pela amizade. Nas imagens, vemos um compilado de momentos dos dois, felizes, comemorando ou caminhando entre

escombros, com o lettering “just two bros trying to live in the war” (apenas dois amigos tentando viver na guerra). Na legenda, o texto diz “Sempre grato🙏 uma era que não esqueceremos; juntos fizemos história, mano❤️”. O som do vídeo é a música *Counting Stars*, da banda estadunidense OneRepublic, que traz uma reflexão sobre valores e sonhos. O vídeo é o segundo da página que recebeu mais interações, somando 980.215 curtidas e 5.251 comentários desde sua data de publicação, em 14 de junho de 2024.

Junho foi o último mês em que o perfil teve conteúdo diário — em julho e agosto os posts começaram a saltar alguns dias, e a partir de setembro de 2024 foram se tornando cada vez mais raros. Durante os meses de conteúdos diários, Omar e Mohammed conquistaram uma base de seguidores que acompanharam os posts de forma contínua — o conhecido senso de comunidade que é a base da influência digital. Essa interrupção gerou um movimento visível nos comentários: muitos seguidores expressaram preocupação com o silêncio dos garotos, perguntando se estavam bem e pedindo sinais de que continuavam vivos. O engajamento, nesse sentido, extrapola a lógica algorítmica para se tornar uma forma de vínculo afetivo e de cuidado coletivo, em que a audiência se mobiliza não apenas pelo conteúdo, mas pela vida dos próprios criadores. Tal dinâmica reforça como a comunidade digital formada em torno do perfil @omarherzshow se constituiu como espaço de solidariedade transnacional, em que a ausência de postagens era percebida como um risco real à sobrevivência dos jovens, evidenciando a intensidade da relação entre precariedade, visibilidade e pertencimento.

Vídeo 5: o último

O último vídeo aqui analisado é também o último conteúdo publicado no perfil, com data de 25 de fevereiro de 2025. O vídeo mostra Omar e Mohammed celebrando o retorno para casa após meses de deslocamento forçado para o sul do território. A fala é marcada por uma mistura de alívio, incredulidade e determinação: eles enfatizam a alegria de “estar de volta para casa”, ainda que entre ruínas, e ao mesmo tempo denunciam a desigualdade entre as condições relativamente mais seguras do sul e a devastação no norte. O registro coincide com o período em que milhares de palestinos iniciaram movimentos de retorno às áreas severamente destruídas, após a promessa de um cessar-fogo em janeiro de 2025 que seguiu uma fase intensa de bombardeios e deslocamentos internos. O cessar-fogo, infelizmente, não durou, com um ataque surpresa acontecendo sobre o território palestino no mês de março.

No discurso dos jovens, o retorno é descrito como “a coisa mais doce”, ainda que permeado por “tristeza e destruição”, revelando uma relação paradoxal entre dor e pertencimento. A referência às longas caminhadas de famílias que carregam “toda a vida nas costas” reforça o caráter coletivo dessa experiência, transformando o testemunho individual em uma narrativa representativa da condição palestina no pós-bombardeio. O vídeo mobiliza também uma dimensão política, ao convocar explicitamente ajuda internacional para a reconstrução de Gaza e ao afirmar reiteradamente a promessa de “reerguer a cidade”, mesmo que isso demande “anos e anos de nossas vidas”. A publicação foi feita com a legenda “We learnt all the words and broke them up to make a single word, homeland” (Aprendemos todas as palavras e as separamos para formar uma única palavra, pátria), paráfrase de um

trecho do poema do escritor palestino Mahmoud Darwish. O registro se tornou ainda mais emblemático por ser o último postado no perfil. Desde então, acumulou 113.405 curtidas e 2.091 comentários, muitos deles expressando solidariedade, preocupação e esperança. Nesse gesto de despedida, Omar e Mohammed sintetizam o elo entre memória, pertencimento e futuro: apesar da devastação, insistem na promessa de reconstrução, reafirmando o território como pátria e a comunicação como ferramenta de resistência.

Os comentários revelam que o público se preocupou com os protagonistas, manifestando curiosidade e apreensão sobre seu destino. Muitos pediam atualizações e notícias sobre eles, com comentários nesse e em outros vídeos, indicando um envolvimento afetivo. De acordo com o que se sabia naquele momento, os dois jovens planejavam sair de Gaza para iniciar a faculdade em países diferentes. Meses depois, os seguidores ainda aguardavam por novas atualizações no perfil.

Vulnerabilidade, visibilidade e insurgência: narrativas digitais palestinas

As narrativas visuais construídas por Mohammed Herzallah e Omar Rashid no perfil [@omarherzshow](#) configuram-se como uma forma singular de insurgência em meio à guerra em Gaza. Sob a perspectiva de Achille Mbembe (2017), a política de inimizade estabelece regimes nos quais certos corpos são sistematicamente desvalorizados e expostos à destruição, tornando-se “passíveis de eliminação” sem que sua morte provoque escândalo. Nesse contexto, a visibilidade das vidas palestinas é constantemente controlada e seletiva: algumas vidas são reconhecidas, lamentadas e mediadas, enquanto outras são invisibilizadas ou reduzidas

a estatísticas. Ao compartilhar seu cotidiano em meio à destruição, os dois meninos desafiam essa lógica, afirmando o direito à existência e ao reconhecimento simbólico em uma arena pública global.

Judith Butler (2015; 2022) contribui para a compreensão desse fenômeno ao refletir sobre precariedade e vidas passíveis de luto. Butler argumenta que a vulnerabilidade é uma condição compartilhada, ainda que desigualmente distribuída: nem todos os corpos são reconhecidos como dignos de proteção, nem todos os lutos são socialmente legitimados. Nesse sentido, a performance de vida dos adolescentes — seu riso, suas brincadeiras, sua rotina cotidiana — não apenas evidencia a precariedade, mas também reivindica um espaço de enunciação. Tornar-se visível é um gesto ético que desafia o enquadramento hegemônico da mídia internacional sobre o conflito, que frequentemente descontextualiza ou apaga a experiência palestina. Como Butler ressalta, “A esfera pública é constituída em parte pelo que pode aparecer, e a regulação do campo da aparência é uma forma de estabelecer o que contará como realidade e o que não contará. É também um modo de estabelecer quais vidas podem ser marcadas como vidas e quais mortes contarão como mortes” (Butler, 2022, p. 19). Aparecer, portanto, é afirmar a própria existência em meio a regimes que tentam negar-lhe valor.

Marielle Macé, em Siderar, considerar (2018), enfatiza a dimensão ética da relação com imagens de sofrimento. Ela propõe que as imagens nos “sideram” — nos atingem com força —, mas que também nos convocam a “considerar”, ou seja, a atribuir importância, a reconhecer o que está sendo mostrado. Essa política da consideração implica responsabilidade: ao olhar para a vida exposta em contextos de guerra, não somos meros observadores, mas participantes de uma

relação ética que exige reconhecimento e cuidado. As imagens de Omar e Mohammed, mesmo mediadas por redes digitais e lógicas de engajamento, convocam o público global a atravessar a distância, a responder à precariedade com solidariedade e a reconhecer a agência desses jovens como sujeitos políticos.

As redes sociais, nesse contexto, tornam-se arenas de disputa simbólica e política. Elas permitem que sujeitos marginalizados produzam e distribuam seus próprios relatos, contornando filtros midiáticos tradicionais, e mobilizem solidariedades transnacionais. A performance da vida cotidiana, atravessada por destruição e adversidade, transforma-se em gesto de insurgência ética: mostrar-se, brincar, criar vínculos, celebrar pequenas conquistas e reivindicar pertencimento constitui resistência contra a lógica que procura tornar essas vidas invisíveis ou irrelevantes.

Em síntese, a análise das narrativas digitais palestinas evidencia como a vulnerabilidade e a visibilidade se articulam como formas de insurgência contemporânea. A comunicação digital emerge, assim, como espaço possível de resistência simbólica, capaz de subverter enquadramentos hegemônicos, afirmar a dignidade de vidas marginalizadas e criar modos de presença e pertencimento em um campo que insiste em apagá-las. Nesse entrelaçamento de precariedade, visibilidade e agência, as narrativas de Omar e Mohammed exemplificam como a vida vulnerável pode ser, simultaneamente, objeto de observação e gesto de insurgência política, desafiando a invisibilidade e mobilizando solidariedade global.

Conclusão

A análise do perfil @omarherzshow evidencia que, em contextos de guerra e vulnerabilidade extrema, a produção de imagens se torna

um gesto político e ético. Mohammed Herzallah e Omar Rashid não apenas registram a destruição, mas reconfiguram a forma como corpos e histórias palestinas são reconhecidos globalmente, questionando regimes de visibilidade e hierarquias de luto.

As narrativas digitais dos adolescentes mostram que a vida cotidiana — marcada por criatividade, alegria e resiliência — pode funcionar como prática de insurgência simbólica, subvertendo enquadramentos hegemônicos e mobilizando solidariedades transnacionais. Nesse processo, a câmera e as redes sociais transformam-se em instrumentos de agência e afirmação: a vulnerabilidade não é apenas exposta, mas performada como um ato de resistência e reivindicação de pertencimento.

Ao olhar para essas imagens, o espectador é convocado a atravessar a distância e assumir uma postura ética diante do sofrimento, reconhecendo a existência de vidas que, de outra forma, permaneceriam invisíveis. Nesse sentido, a comunicação digital emerge como um espaço capaz de inscrever subjetividades marginalizadas no debate público, transformando a precariedade em ação política e fortalecendo a potência das narrativas visuais como instrumentos de presença, resistência e solidariedade global.

É importante, ainda, reconhecer as limitações deste trabalho. A análise concentrou-se em um único perfil e em um recorte temporal específico, o que restringe a compreensão das dinâmicas mais amplas de representação digital em contextos de guerra. Além disso, não foram explorados em profundidade os mecanismos algorítmicos e institucionais que regulam a visibilidade nas plataformas, nem as formas como políticas de moderação e economia de dados moldam a circulação dessas narrativas.

Pesquisas futuras poderiam ampliar esse olhar, comparando práticas de criadores de conteúdo em diferentes territórios e conflitos, bem como investigando o papel das audiências — suas formas de engajamento, recepção afetiva e participação política diante das imagens de sofrimento. Compreender como os públicos interagem com esse tipo de conteúdo pode oferecer pistas sobre os modos contemporâneos de construção da empatia, da solidariedade e da responsabilidade ética no ambiente digital. Um olhar voltado para o papel das plataformas e das audiências, portanto, é fundamental para aprofundar a reflexão sobre os limites e as possibilidades da visibilidade em tempos de guerra.

Referências

- Bauman, Z. (2017). *Estranhos à nossa porta*. Zahar.
- Butler, J. (2015). *Quadros de guerra: Quando a vida é passível de luto?* Civilização Brasileira.
- Butler, J. (2022). *Vida precária: o poder do luto e a violência*. Autêntica.
- Divon, T., & Eriksson Krutrök, M. (2025). The rise of war influencers: Creators, platforms, and the visibility of conflict zones. *Platforms & Society*, 2. <https://doi.org/10.1177/29768624251325721>
- Hartman, S. (2022). *Vidas Rebeldes, Belos Experimentos: Histórias Íntimas de Meninas Negras Desordeiras, Mulheres Encrenqueiras e Queers Radicais*. Fósforo.
- Heřmanová, M., Eriksson Krutrök, M., & Divon, T. (2025). The algorithm loves the war: Ambivalent visibility in content creator practices

during war. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 1-17.
<https://doi.org/10.1080/10304312.2025.2507777>

Macé, M. (2018). *Siderar, considerar: ensaio sobre as maneiras de viver*. Bazar do Tempo.

Mbembe, A. (2017). *Políticas da inimizade* (M. Lança, Trad.). Antígona.

Mohammed & Omar Show [@omarherzshow]. (s.d.). *Posts* [Perfil do Instagram]. Recuperado em 31 de julho de 2025, de <https://www.instagram.com/omarherzshow/>

AS NARRATIVAS FOTOGRÁFICAS NA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL PRODAPE EM MANICA-MOÇAMBIQUE: PERSPECTIVA DAS MEDIAÇÕES VISUAIS E PROTAGONISMO DOS BENEFICIÁRIOS

Vânia Tembe¹
Roseane Andrelo²

O artigo, com título “As narrativas fotográficas na comunicação institucional do Projeto de Desenvolvimento da Aquacultura de Pequena Escala em Manica-Moçambique: Perspectiva das mediações visuais e protagonismo dos beneficiários”, surge no contexto uma pesquisa explicativa, realizada no âmbito da disciplina Novas Ecologias dos Meios, do Programa de Pós – Graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes Comunicação e Design da UNESP, e está incorporado no projeto

-
1. Doutoranda em Comunicação Universidade Estadual Paulista (UNESP- PPGCOM).
vania.tembe@unesp.br
 2. Docente em Media Literacy Universidade Estadual Paulista (UNESP).
roseane.andrelo@unesp.br

pesquisa de Doutorado, com o título “Da Gestão da Comunicação do projeto de Desenvolvimento de Aquacultura de Pequena Escala (PRODAPE) à Geração de renda para as Comunidades Beneficiárias no Distrito de Gondola: Um olhar sobre o Contexto dos Meios Emergentes (2020-2025)”

O PRODAPE, aprovado em 2020, financiado pelo Fundo Internacional para o Desenvolvimento Agrícola (FIDA), com participação do Governo de Moçambique e beneficiários, está concentrado em 23 distritos das províncias do Centro e Norte de Moçambique. Apesar do enorme potencial existente, a Estratégia para o Desenvolvimento da Aquacultura, 2020-2030 (EDEA) (Ministério do Mar, Águas Interiores e Pescas, s.d., p. 24) aponta que “o desenvolvimento da aquacultura é ainda baixo: Fraca divulgação da atividade como fonte de renda”. É precisamente pensando na divulgação que se suscita a necessidade de compreender a atmosfera envolvente aos processos de interação, dinâmicas e particularidades da ecologia mediática dos intervenientes da implementação do PRODAPE para possibilitar a geração de renda para os beneficiários do mesmo.

Ao longo do tempo, a comunicação ganhou diversos contornos, no contexto da sociedade contemporânea ela é marcada pela intensificação do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) Berbel e Andrelo (2020). As marcas do uso da tecnologia e de todos seus artefatos estão tão sedimentadas nas sociedades contemporâneas que estas tornaram-se numa ferramenta essencial e integrada na vida humana, nas interações sociais e igualmente na comunicação das, nas e para as organizações.

Os processos estratégicos de comunicação dizem respeito a necessidade e oportunidade de comunicação identificadas pelas organizações, a fim de orientar suas interações com a sociedade bem como apresentar publicamente posicionamentos sobre questões relacionadas à sua atuação (Oliveira & Paula 2012 p.71).

A sociedade que se encontrava num contexto de dados e informação escrita, “onde tinha apenas a imprensa como meio de comunicação e informação” Barcellos et al. (2018 p. 12), teve ao seu dispor outras formas de comunicação como:

O cinema e o rádio, ampliando o leque de opções que oferecem informações, e anos depois vem a televisão com programação focada em entretenimento, unindo os recursos auditivos aos visuais, entregando ao público programas que o distraem e o fazem relaxar da extensiva jornada de trabalho, e finaliza o século com o advento da Internet. Barcellos et al. (2018 p.12)

Na era digital, o ecossistema mediático é marcado pela incerteza das imagens e pela velocidade com que elas são produzidas, compartilhadas e consumidas. A imagem digital, seja estática ou em movimento, não apenas representa a realidade, mas a estrutura da realidade chegando mesmo a substituir a realidade.

É no contexto deste elemento estruturante da comunicação e do pensamento contemporâneo que se questiona em que medida as narrativas fotográficas construídas no processo de gestão da comunicação do PRODAPe engajam os beneficiários do projeto possibilitando geração de renda a partir aquacultura.

Assim apresenta-se como objetivo compreender como as narrativas fotográficas em ações comunicação são utilizadas na gestão da

comunicação no PRODAPE, importa frisar que o ponto de partida para este artigo é primeiro objetivo específico do projecto de doutorado acima mencionado, que é apresentar o estado a arte das principais plataformas digitais e literacia mediática da gestão da comunicação do Projecto de Desenvolvimento de Aquacultura de Pequena Escala.

As mediações visuais no contexto da ecologia dos meios

A influência das tecnologias nas relações sociais impactam em diferentes campos da sociedade, concorrendo para transformações e mudanças marcantes na maneira como as pessoas interagem, estudam, compram, trabalham devido à crescente ocupação de espaços pela tecnologia, por meio de automação de atividades mais simples. O planeta se vê em uma global mudança de hábitos, práticas e rotinas sociais, económicas, culturais e políticas.

Berbel e Andrelo (2020 p. 11) afirmam que as mudanças sociais:

Impulsionam novas formas de viver em sociedade e demandam novos conhecimentos frente às transformações que vivenciamos. Como exemplo do nosso tempo observamos o protagonismo crescente em torno da informação e da midiatização, que correspondem às transformações que afetam as dinâmicas sociais.

A partir da concepção destas transformações, as autoras sublinham que “ecodem novas competências que são vistas como resultado das transformações sociais e que se desenvolvem no contexto da aprendizagem onde o indivíduo deve ser um tomador de decisão, capaz de utilizar a informação adequadamente e colocar em prática o conhecimento adquirido em seu processo de reflexão e ação” (Berbel & Andrelo 2020 p.11).

Estes novos contextos e novas competências apontadas por Berbel e Andrelo, foram alvo de estudos para perceber as articulações deste novo ambiente no contexto mediático que igualmente se pode questionar até que ponto é novo e por via disso se inferir que a novidade é das transformações tecnológicas é contextual, pois a prensa de Gutemberg em determinado momento e contexto foi “novo” assim como a rádio, o cinema e a televisão.

A ecologia dos meios, conceito desenvolvido por teóricos como Marshall McLuhan e Neil Postman. Para estes, os meios de comunicação não são entendidos como meros canais de transmissão de informação, mas como macro ambientes que tem a capacidade de modificar as percepções individuais, as relações sociais e formas de pensar, formando um “ecossistema comunicacional”.

Ao propor que “o meio é a mensagem”, o que McLuhan deseja expressar, é que os meios de comunicação criam ambientes socioculturais nos quais seus públicos e usuários estão inseridos e neles produzem e consomem conteúdo (Mateus, 2018, p. 18). A grande questão colocada pelos teóricos da Ecologia dos Meios é a visão de que as mídias têm funções importantes dentro não apenas dos processos comunicacionais, mas nas relações culturais que se estabelecem por meio delas, sejam como intermediadores físicos ou simbólicos.

Para Mateus (2018, p. 18), o pensamento da Ecologia dos Meios apoia-se nas ideias de autores como Marshall McLuhan e Neil Postman, que desenvolveram interpretações célebres a respeito dos efeitos dos meios na percepção e cognição humanas e as possíveis consequências desses processos. Entendendo que, parte considerável da comunicação se dá por meio de dispositivos tecnológicos ou mesmo pelas instituições

midiáticas (ao pautarem a agenda pública, por exemplo), “ela precisa ser garantida e aprendida de forma crítica, o que justifica a necessidade da alfabetização midiática” (Andrelo, 2023, p. 4).

Mais do que conhecer os mesmos códigos e compartilhar símbolos, cada integrante do ecossistema mediático deve, primeiro, se reconhecer como sujeito participante do diálogo e, então, reconhecer o seu interlocutor como sujeito, (Andrelo, 2023).

No contexto deste artigo o compartilhamento a que Andrelo se refere, seria a fotografia, que toma como conteúdo não a palavra falada, mas o próprio mundo exterior. O truísmo de que uma imagem vale mais que mil palavras reconhece essa posição privilegiada: a fotografia pode valer muito mais do que palavras precisamente porque faz o que as palavras fazem, sem palavras, de uma maneira muito diferente. De fato, a fotografia participa de um modo icônico não verbal de comunicação que remonta às pinturas rupestres de Chauvet, Lascaux e Altamira, e se entrelaça com os hieróglifos do Egito Antigo e os sistemas de escrita ideográfica ainda em uso hoje no Extremo Oriente (Jenkins, 1999, p. 41).

A imagem fotográfica é uma poderosa ferramenta ao serviço das organizações para garantir a construção de memória e imagem institucional, engajamento institucional e reforço da cultura. Uma imagem pode valer mil palavras mas, quando impressa, e sobretudo no âmbito institucional quase sempre vem acompanhada de uma legenda escrita.

E essas ilhas icônicas em um mar de palavras simbólicas estão agora passando por uma reconfiguração digital completa: uma vez convertida para um formato digital, a fotografia se torna tão passível de manipulação, tão divorciada da realidade que pretende representar, quanto as palavras que aparecem na mesma tela. Nesse sentido, a cooptação

da fotografia pela internet — a representação da imagem anteriormente analógica como seu conteúdo — é pelo menos tão profunda quanto a promoção da comunicação escrita pela internet. (Levinson, 1999, p. 41).

Entende-se que existe uma interdependência que simboliza a harmonia, ou não, de cidadãos frente às novas tecnologias, seja para atender às expectativas prévias, seja para construir necessidades em alguns casos questionáveis, assim se procede nas narrativas fotográficas.

Para Manovich (2012), embora as mídias contemporâneas sejam criadas, editadas, combinadas, vividas e organizadas com software que inclui design profissional, produção e gerenciamento de mídia aplicativos de edição; ferramentas de compartilhamento, comentários e suporte em mídias sociais (Facebook, YouTube, Vídeo, Photobucket), têm seus predecessores físicos em filtros analógicos, que foram usados no telefone, rádio, telégrafo, instrumentos musicais eletrônicos e outras tecnologias da primeira metade do século XX, tudo isso já estava sendo estudado no processamento de sinal antes da conversão para imagem digital.

A fotografia digital foi configurada como uma forma mais integrada e repetição eficiente do passado, mais fácil de vender ao consumidor apreensivo mesmo que seja celebrado como parte da “revolução digital” (um termo que tem entrado para o léxico da marca de consumo). Seu nome pretende expressar mudança massiva, enquanto paradoxalmente cita um meio que data do era mecânica. Uma ambiguidade reconfortante resulta, não por coincidência, abdica da nossa própria responsabilidade pelo que inventamos (Ritchin, 2009, p. 9)

As mudanças de escala são enormes. A Web 2.0 e sua origem — o que se poderia chamar de Fotografia 2.0 — reconhecem a enorme quantidade de contribuições de qualquer pessoa com acesso, não apenas

de uma elite profissional. A produção de conteúdo e sua publicação são agora consideradas um direito de qualquer pessoa com capacidade tecnológica, contornando os filtros editoriais e curatoriais convencionais. Novos softwares estão sendo desenvolvidos para aproveitar o vasto número de fotografias online, o que permitirá a conclusão de uma cena usando fotos de outras pessoas ou, ainda mais ambiciosamente, sobrevoos fotográficos tridimensionais de sites de todo o planeta.

Levinson, faz uma analogia entre o novo e o velho com um espelho retrovisor, e afirma que o espelho retrovisor é uma faca de dois gumes e, nesse sentido, os críticos não estão errados em algumas de suas preocupações. Analisar metáforas ou espelhos retrovisores é notoriamente difícil, e muitas vezes o espelho pode nos cegar para maneiras pelas quais o novo meio não é análogo às mídias do passado. Quando se usa a web como uma biblioteca e nossa conexão trava ou o Windows trava, se pode ficar literalmente incapaz de continuar lendo o texto; isso simplesmente não acontece com um livro físico em mãos, a menos que fiquemos cegos. (Levinson, 1999, p. 176).

Apontamentos metodológicos

O quadro metodológico deste artigo, articula caminhos para compreender como as narrativas fotográficas em ações comunicação são utilizadas na gestão da comunicação no PRODAPE. Deste modo, foram usadas imagens fotográficas com menção textual ou infográfica ao PRODAPE, disponíveis nas publicações da página de Facebook do Instituto Nacional de Desenvolvimento de Pesca e Aquacultura (IDEPA), uma instituição pública responsável pela implementação do projecto, no período de Maio de 2021 (ano de lançamento do projecto) à

Outubro de 2024, no total foram identificadas quinze (15) publicações. O procedimento de busca de imagens fotográficas envolveu a identificação de publicações com assuntos relativos ao PRODAPE; Criação de categorias para a imagens fotográficas e agrupamento por descrição realizada com base nas legendas das publicações.

A principal limitação identificada na pesquisa foi a indisponibilidade de documentos no site oficial do IDEPA, os documentos usados foram obtidos em outros sites, apesar de Gerhard et al. (2009, p. 84) referirem que “nem toda informação disponibilizada em meios eletrônicos deve ser considerada como sendo de caráter científico, há de se observar a procedência do site ou da home page”.

Em termos de concretos, foi adoptada a abordagem qualitativa, pois no artigo preocupa-se, com aspectos das narrativas fotográficas que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais como elucida Silveira e Córdova (2009, p. 32). Quanto a natureza, trata-se de uma aplicada com gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos (gerar renda para os beneficiários do PRODAPE). Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa explicativa pois têm como preocupação central, segundo Gil (2008, p. 28) “identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos”.

Em relação aos procedimentos, sentiu-se a necessidade de combinar quatro procedimentos a pesquisa bibliográfica: realizada a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, de autores que tratam sobre novas ecologias dos meios e narrativas fotográficas; pesquisa documental de fontes como relatórios, documentos oficiais e

fotográfica com assuntos sobre a Aquacultura em Moçambique; Estudo de caso, do PRODAPE para a “conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico segundo Fonseca (2002, p. 33) como citado em Silveira e Córdova (2009, p. 39). E, por fim a pesquisa eletrônica, constituída por informações extraídas de endereços eletrônicos, disponibilizados em home page e site, a partir de livros, artigos de revistas e publicações no Facebook do IDEPA.

Para o tratamento de dados, pautou-se pela análise de conteúdo, que é conceituado, como “conjunto de técnicas de análise de comunicação, visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo da mensagem, que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção destas mensagens”, Bardin (2016, p. 48), como citado em Sampaio e Lycarião (2021, p. 14).

A análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa e, como tal, tem determinadas objetividade, sistematização e inferência. Segundo Bardin (1979, p. 42), citado em Gerhardt et al. (2009, p. 84), ela representa um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visam a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitem a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e recepção dessas mensagens.

Fases da análise de conteúdo:

Fase da pré-exploração do material: Leituras flutuantes e *stalks* da página: Conhecer o contexto e familiarização com o conteúdo pesquisado, apreender as ideias principais.

Fase da seleção de unidades de análise, e interdependência com o objetivo.

Criação de categorias e descrições, classificação dos elementos constitutivos das narrativas fotográficas de um conjunto de diferenciação e agrupamento das narrativas de acordo com as suas semelhanças

Narrativas fotográficas e a legitimação das práticas comunicacionais na gestão do PRODAPE

Ecologia dos meios mostra-se eficaz por justamente propor uma forma de se compreender como ocorrem as relações entre homens e mídias, assumindo como um de seus principais pressupostos a ideia de que os meios criam ambientes em que a comunicação ocorre. Imagem é o meio e a mensagem, o novo não e tão novo, ainda recorre-se a Gutemberg na medida em que apesar de se analisar as narrativas fotográficas, o artigo também se orienta nos textos que acompanham as imagens, até para identificar claramente o assunto de que se trata nas narrativas.

Para a discussão foi fundamental a identificação das imagens fotográficas mas também houve uma preocupação em verificar os textos que acompanham as imagens para se ter a noção do contexto em que as narrativas fotográficas são apresentadas, foi igualmente fundamental apresentar a descrição de publicação com fotográfica relacionadas ao PRODAPE apresentadas em categorias, conforme o quadro 1 (vide apêndice 1).

Após categorizar a imagens fotográficas e as associar as textos descriptivos, passou-se para o estágio de identificação do tipo de narrativa, de acordo com a percepção da pesquisadora e baseando- se no

referencial teórico. Deste modo, nas publicações do IDEPA, foi possível identificar quatro (04) tipos de narrativas: narrativa fotográfica documental; narrativa fotográfica educacional; narrativa fotográfica Social / Comunitária; e narrativa fotográfica de prestação de contas públicas.

1. Narrativa fotográfica documental: Verificou-se a intenção de registrar fielmente o dia a dia das instalações nos espaços de implementação do PRODAPE. Nesta narrativa o enfoque foi a captura de rotinas, processos produtivos, manejo dos animais, interações humanas e condições ambientais com pode visualizar na publicação na categoria E) do Quadro 1 Um exemplo é o ensaio fotográfico na descrição na figura 1, mostrando as etapas da colheita, conservação e venda do peixe.

Figura 1

Etapas da colheita, conservação e venda do peixe



IDEPA (2024c).

2. Narrativa fotográfica educacional: Na figura 2, onde a publicação apresenta a fotografia sobre a capacitação de aquacultores em matéria de planificação de negócios, a disposição dos participantes, os artefatos presentes nas imagens (quadro, rádios, máquinas calculadoras, homens e mulheres sentados e em escuta) permitem entender que há um esforço em explicar práticas e técnicas de aquacultura ao público geral ou especializado. Percebe-se a necessidade de oferecer processos participativos, a narrativa apresenta uma linguagem dinâmicas que sugere a participação dos intervenientes do PRODAPE.

Figura 2

Capacitação de aquacultores em matéria de planificação de negócios



IDEPA (2024b).

3. Narrativa fotográfica Social / Comunitária: compreende-se a intenção de dar visibilidade ao envolvimento dos beneficiários na

implementação do PRODAPE e no decurso das atividades das comunidades. O enfoque é mostrar o impacto da aquacultura na geração de renda, na segurança alimentar e na inclusão social. Na figura 3, apresentam-se homens e mulheres, mulheres com crianças de colo participando das atividades, com caracterizações peculiares das comunidades como presença de líderes comunitários, artefatos de uso do contexto social dos beneficiários, como esteiras onde se sentam para as formações, uso de indumentária comum nas comunidades locais como a capulana (tecido usado por mulheres sobretudo como peça de vestuário). Espaço de formação improvisado com material local (tendas de lona e estacas de madeira), assim como a presença de um grupo de mulheres sentadas de forma separada dos homens embora no mesmo contexto de interação social.

Figura 3

Narrativa social



IDEPA (2023a).

4. Narrativa fotográfica de prestação de contas públicas: imagens fotográficas que ilustram ações e dados técnicos do PRODAPE, comprovativos a implementação, apelo a identidade visual institucional dos envolvidos: agência gestora IDEPA e agências implementadoras. Imagens fotográficas ilustrativas de visitas oficiais de membros do governo, realização de encontros formais com base em procedimentos da administração pública conforme se visualiza na categoria A), B) e D), do apêndice 1. Apresenta – se igualmente, na figura 4 o material de identidade visual corporativa (sombras, treardrop, banner, indumentárias institucional) e assinatura de fotográfica com recurso de infográficos.

Figura 4
Material de identidade visual corporativa



A imagem configura-se como um forte instrumento da comunicação, em particular das organizações que precisam ser vistas e

precisam engajar públicos especialmente no atual contexto mediatizado. No PRODAPE, as imagens publicadas nas redes sociais, em particular do Facebook que é o objeto de análise deste artigo, cumprem funções estratégicas que estão vinculadas aos tipos de narrativas fotográficas acima mencionadas. As narrativas fotográficas cumprem a função de legitimar as práticas organizacionais adoptadas pelo projecto e são aplicadas para diferentes funções, nomeadamente:

- Prestação de contas e transparência: para os financiadores, agências implementadoras, beneficiários, governo e a sociedade.

Na função acima é possível identificar os sistemas de produção da aquacultura, o produto da atividade (peixe), os procedimentos técnicos de produção, os encontros de orientação das comunidades e o seu envolvimento e encontros realizados com os diferentes parceiros de implementação (FIDA, INGD³, INAM⁴). Estes atos atribuem credibilidade ao IDEPA e gera transparência para investidores, beneficiários, autoridades governamentais, entidades privadas e comunidades locais.

5. Credibilidade e profissionalismo: Imagens fotográficas com um roteiro bem planeado tais como o objetivo da imagem, os planos, a saturação, a aplicação de infográficos, captação fotográfica profissional e o alinhamento a estratégia ou planeamento da comunicação do PRODAPE, com transmitiriam uma credibilidade e profissionalismo

3. Instituto Nacional de Gestão do Risco de Desastres, uma das agências de implementação do PRODAPE

4. Instituto Nacional de Meteorologia, IP

Figura 5

Visita de financiadores e agências de implementação



IDEPA (2024a).

Nas imagens fotográficas publicadas no Facebook da organização, legitimando o projecto perante o FIDA e outros públicos de interesse, percebe-se um esforço e registar os momentos mais formais do PRODAPE como visitas oficiais, encontros entre entidades, para passar uma imagem de credibilidade, mas Levinson (1999) tem um posicionamento sobre as imagens fotográfica cosméticas e apresenta um exemplo elucidativos onde refere que

Se conhecemos alguém online, mesmo vendo fotográfica ou imagens de vídeo ao vivo do seu rosto, ainda não sabemos com certeza vários aspectos dessa pessoa que poderíamos perceber em um instante, em um encontro pessoal: a foto ou mesmo a imagem de vídeo, por exemplo, pode ser uma farsa (uma palavra instrutiva, aliás, porque sua derivação aparentemente reside nas possibilidades de engano em uma conversa telefônica). (Levinson 1999, p. 176)

As narrativas fotográficas de todos os estágios de implementação do PRODAPE, gráficos visuais de crescimento ou melhoria ambiental servem como evidência visual de progresso, sendo um suporte importante para relatórios técnicos ou apresentações institucionais. A disponibilização de narrativas que aparentem também o percurso de mudança dos beneficiários serão o suporte para a afirmação que de fato a vida dos beneficiários está sofrendo mudanças positivas ou não.

Conclusão

A credibilidade da fotografia é percebida também como tem sido propositalmente mal utilizada para manipular o público desde o início do meio, com objetivos políticos e comerciais potencial da narrativa fotográfica como ferramenta estratégica de comunicação.

Da mesma forma, a fotografia no ambiente digital envolve a reconfiguração da imagem em um mosaico de milhões de pixels mutáveis, não uma impressão contínua de tons da realidade visível. Em vez de uma citação de aparências, ela serve como um registro inicial, um roteiro preliminar, que pode preceder uma reorganização rápida e fácil. A fotografia digital — e todos os que a sucederam — potencialmente desempenha o papel de um disc jockey visual pós-moderno, (Ritchin 2024).

No bios mediático das sociedades contemporâneas, a imagem pode ser considerada um meio eficaz para engajar públicos, legitimar práticas, promover transparência em programas e ou projetos que visam uma mudança de um estágio inicial para o outro. Portanto, é preciso planejar a curadoria da narrativa fotográfica que o PRODAPE apresenta.

A sociedade contemporânea é imagética, há uma necessidade de promover uma participação plena de todos os intervenientes do PRODAPE, os beneficiários que são reportados como sujeitos passivos do PRODAPE devem ser atores pois fazem parte do ecossistema mediático do Projecto.

É fundamental promover uma retrotopia. Olhando para trás para poder voltar a caminhar adiante. Há necessidade de minimizar os profundos afastamentos entre a organização e os públicos, o PRODAPE apresenta-se nas narrativas fotográficas como a “estrela”, rompendo como os objetivos da EDP 2024.

Referências

- Andrelo, R. (2023). A comunicação em Paulo Freire e a alfabetização midiática: Relações possíveis como contribuições epistemológicas. *Razon y Palabra*, 27(116).
- Barcellos, M. de M., Micheli, F., Vissoto, A., & Renó, D. (2018). Dissertações sobre a Nova Ecologia dos Meios. In D. Renó, V. Gosciola, & L. Renó (Eds.), *Nova Ecologia dos Meios e Tecnologia* (1^a ed.). Ria Editorial.
- Berbel, C. C. F., & Andrelo, R. (2020). Competência em informação para a sustentabilidade: Análise em uma organização de call center de serviços financeiros. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, 16, 1-29.
- IDEPA. (14 de setembro de 2023a). [Imagens anexadas]. Facebook. <https://web.facebook.com/share/14Rz1GLasJE/>
- IDEPA. (14 de setembro de 2023b). *BÚZI TERÁ ESTAÇÃO METEOROLÓGICA ATÉ MARÇO O distrito de Búzi, província*

de Sofala, terá uma estação meteorológica até Março do próximo ano, tendo [Imagens anexadas]. Facebook. <https://web.facebook.com/share/p/1CgF4KE4Ra/>

IDEPA. (6 de maio de 2024a). *Piscicultores de Majune desafiados a trabalhar para o desenvolvimento. O Vice-Ministro do Mar, Águas Interiores e Pescas desafiou os piscicultores de Majune, no Niassa, a trabalhar arduamente para o desenvolvimento [Imagens anexadas]. Facebook. <https://web.facebook.com/share/p/1G27DRU8Bw/>*

IDEPA. (13 de setembro de 2024b). *PRODAPE capacita aquacultores em matéria de planificação de negócios em Nampula O Instituto Nacional de Desenvolvimento da Pesca e Aquacultura (IDEPA), através do Projecto [Imagens anexadas]. Facebook. <https://web.facebook.com/share/p/17NJDdkV1V/>*

IDEPA. (16 de setembro de 2024c). *Província de Nampula. LARDE COM MAIS DISPONIBILIDADE DE PEIXE DA AQUACULTURA. O distrito de Larde, província de Nampula, passa a ter mais [Imagens anexadas]. Facebook. <https://web.facebook.com/share/p/1FzrfjxBCc/>*

Gerhardt, T. E., Ramos, I. C. A., & Riquinho, D. L. (2009). *A construção da pesquisa*. Editora da UFRGS.

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6^a ed.). Atlas.

Levinson, P. (1999). *Digital McLuhan: A guide to the information millennium*. Routledge.

Manovich, L. (2012). *El software toma el mando*. [Edição linguística conforme original].

Mateus, F. de O. (2018). O meio é a cultura: diálogos possíveis entre a Nova Ecologia dos Meios e os Estudos Culturais Latino-Americanos. In D. Renó, V. Gosciola, & L. Renó (Eds.), *Nova Ecologia dos Meios e Tecnologia*. Ria Editorial.

Ministério do Mar, Águas Interiores e Pescas. (s.d.). *Estratégia para o Desenvolvimento da Aquacultura 2020-2030*. Instituto Nacional de Desenvolvimento da Pesca e Aquacultura <https://www.proazul.gov.br/mz/wp-content/uploads/2021/08/Estretegia-para-Desenvolvimento-de-Aquacultura-EDA-27.06.pdf>

Ritchin, F. (2012). Depois da fotografia. W. W. Norton & Company.

Sampaio, R. C., & Lycarião, D. (2021). *Análise de conteúdo categorial: Manual de aplicação*. ENAP.

Santos, D. L. (2009). Estrutura do projeto de pesquisa. In T. E. Gerhardt & D. T. Silveira (Eds.), *A construção da pesquisa*. Editora da UFRGS.

Silveira, D. T., & Córdova, F. P. (2009). A pesquisa científica: Métodos de pesquisa. In T. E. Gerhardt & D. T. Silveira (Eds.), *A construção da pesquisa*. Editora da UFRGS.

Apêndice

Quadro 1

Descrição de publicações com imagens fotográficas relacionadas ao PRODAPE

Categorias	Descrição de publicações com fotografia relacionadas ao PRODAPE
Actividades institucionais	FIDA realiza missão de apoio à implementação do PRODAPE; Visitas oficiais; Ações institucionais de coordenação.
Capacitação institucional	Curso de treinadores sobre tecnologias, manuseamento e processamento de pescado; Extensionistas recebem kits de trabalho.
Capacitação de beneficiários	Capacitação de aquacultores em matéria de planificação de negócios; formação prática e teórica.
Visita de trabalho	Visitas ministeriais, entrega de meios circulantes para melhorar assistência aos piscicultores.
Encontro com beneficiários	Povoamento de tanques; disponibilidade de peixe de aquacultura; kits de trabalho para piscicultores afetados por eventos climáticos.
Actividades com agências de implementação	Parcerias com INGD, INAM, FIDA; lançamento de infraestruturas e cooperação interagencial; estações meteorológicas.

Nota. Adaptado pela autora com a partir das nas publicações do Facebook do IDEPA

“SERÁ QUE A VERDADEIRA CINDY SHERMAN PODERIA SE LEVANTAR?” ECOS E O OLHAR DO ANALÓGICO AO DIGITAL

Thiago Costa¹

O autorretrato fotográfico funciona como uma autobiografia visual, apresentando o autor ao espectador por meio de uma narrativa visual em primeira pessoa. Devido à natureza indicial da fotografia — o que Barthes (1981, p. 77) chamou de “isso foi” — essa prática busca restaurar o autor como origem significativa da obra e como objeto dos desejos do espectador. Essa busca por sentido, em que a obra de arte revela o autor e este garante o significado ao mostrar sua intenção, destaca-se especialmente no autorretrato fotográfico.

Cindy Sherman (Cynthia Morris Sherman) é uma das artistas visuais mais proeminentes na representação ficcional (feminina) no

1. Doutorando do PPGCOM-UERJ.
Bolsista FAPERJ.
thiagolethi@ufrj.br

campo fotográfico. Desde os anos 1970, com sua obra *Untitled Film Stills*, ela provoca reflexões sobre performance, identidade, autorretrato e, mais recentemente, selfies. Em 2017, Sherman tornou público seu perfil na plataforma Instagram, onde passou a postar diversos registros — de selfies com amigos, fotos de comida e obras de arte, a capturas de paisagem e selfies altamente estilizadas, evocando a artificialidade comum das redes sociais (Mahon, 2022).

A escolha da artista e da questão autorrepresentacional do sujeito diante da objetiva fotográfica (autorretrato/selfie), especialmente com o advento da web 2.0, baseia-se na ideia de que o rosto humano tem sido, há muito tempo, visto como uma *janela para a alma*. Os primeiros retratos fotográficos, assim como seus equivalentes pictóricos, eram interpretados dessa forma. Isso desperta fascínio e levanta questões sobre quem está diante da câmera. No entanto, no final do século XX, com o desmantelamento da noção de essências, emergiu um questionamento contínuo sobre o que constitui um retrato fotográfico e sobre a plasticidade da prática fotográfica (Costa, 2019).

Com a abertura pública de sua conta, a questão ontológica sobre quem está sendo registrado é novamente evocada — algo que permeia a obra de Sherman desde o início. Se a selfie é uma presentificação do sujeito registrado, Sherman desafia a noção de indexabilidade do registro de si na esfera das redes sociais, que demanda uma produção autêntica de si. Uma das inovações da selfie é que, teoricamente, a pessoa que se autofotografa é a mesma que compartilha o registro em suas redes, devido à instantaneidade tecnológica. Como argumenta Costa (2019), delimitar sua prática é importante para evitar anacronismos históricos, visto que, popularmente, o termo é tratado como sinônimo de autorretrato.

A presentificação do sujeito autoregistrado é reforçada pelo fato de se tratar de um registro de si feito por meio de um aparelho digital que possui câmera fotográfica e acesso às redes sociais (Costa, 2019).

Moorhouse (2014) observa que a obra de Sherman é frequentemente classificada como “pós-moderna”, caracterizada não pela busca de originalidade formal, mas pela apropriação e citação de estilos existentes, evitando pintura e escultura em favor da fotografia como meio de problematizar formas de representação já difundidas pela mídia de massa. Parte da crítica analisa sua produção sob a chave psicanalítica do olhar lacaniano, em diálogo com o aparato cinematográfico, tendo Mulvey (2014) como referência central. Embora a psicanálise seja alvo de críticas feministas por essencializar o gênero (Miller, 2020), Mulvey a retoma como instrumento político para revelar como o inconsciente patriarcal estruturou a linguagem do cinema e reforçou a fascinação filmica por meio de padrões sociais preexistentes.

Mulvey tem o mérito de cunhar o conceito, ainda hoje utilizado, de *olhar masculino* (*male gaze*), promovido pelo cinema ao posicionar o espectador em um lugar masculino que vê a figura feminina como objeto de desejo (Miller, 2020). Influenciada pelo estádio do espelho (Lacan, 2001)², Mulvey concebe o olhar como um exercício de poder — algo

2. Para Lacan, o estádio do espelho é o processo pelo qual o bebê reconhece através de um espelho uma imagem como si mesmo. Além de ver, o bebê reconhece outros objetos refletidos dentro do espaço refletido. Todavia, embora se reconheça, o bebê sabe que a imagem não é ele mesmo. Esta imagem “no espelho implica em certa alienação do que é visto: ‘A identificação de um mundo de objetos está ... fundamentada no momento em que a imagem da criança foi alienada de si mesma como objeto imaginário e lhe devolveu a mensagem de sua própria subjetividade’ (Rose, 1986, p.173). Portanto, o estádio do espelho envolve tanto a identificação com uma imagem quanto a alienação dela: tanto reconhecimento quanto equívoco” (Rose, 2016, p. 161).

que o sujeito exerce ao olhar — em que “o olhar masculino pertence a um sujeito ativo cujo ponto de vista organiza e domina o campo de visão” (Miller, 2020, p. 121)³. Todavia, o olhar lacaniano não é uma ação, mas um objeto insimbolizável. Assim, “o olhar é o ponto em que o sujeito perde seu privilégio subjetivo” (McGowan, 2007, citado em Miller, 2020, p. 121). Não há, portanto, um espectador dominante que objetifica algo, mas um olhar que interrompe radicalmente a maestria do sujeito que observa ou, como explica Copjec (citado em Miller, 2020, p. 121), “não há portador do olhar, há apenas o olhar”.

Deste modo, busca-se desenvolver uma metodologia crítica visual com base psicanalítica. Por abordagem crítica, entende-se uma metodologia “que pensa o visual em termos de seu significado cultural, práticas sociais e relações de poder nas quais está inserido; e isso significa pensar nas relações de poder que produzem, são articuladas através de, e podem ser desafiadas por maneiras de ver e imaginar” (Rose, 2016, p. xxii). Uma abordagem psicanalítica da cultura visual destaca a importância do visual nesse campo do saber. Freud considera a escopofilia — ou prazer em olhar — um impulso básico presente desde o nascimento. Já Lacan vê o visual como essencial na formação das subjetividades e sexualidades (Rose, 2016). Além disso, ao se pensar imagens em um contexto psicanalítico, deve-se lê-las como operando no campo psíquico: “o que vemos quando olhamos para uma imagem não é apenas informado pela ótica, mas também determinado pelo nosso inconsciente. Embora possamos nos considerar seres racionais, a psicanálise nos pede para reconhecer que nossa relação com o visual

3. Todas as citações estrangeiras são de autoria do autor.

é determinada pelo desejo [do Outro]” (Miller, 2020, p. 107, grifos do autor).

Cindy Sherman foi escolhida por sua habilidade em desmistificar mitos, explorando as sombras da sociedade contemporânea e questionando crenças culturais. Segundo Morris (1999, p. 45), Sherman “pega as coisas que aceitamos como verdadeiras e as expõe pelo que realmente são —histórias falsas que encobrem os funcionamentos de nossa cultura.”

“A verdadeira Cindy Sherman, por favor, se apresente?”⁴

Para compreender a extensão e a criatividade de Sherman, é crucial considerar suas influências culturais e artísticas. Nascida em Glen Ridge, Nova Jersey, em 1954, ela pertence à primeira geração americana criada com a televisão. Estava imersa na cultura de massa e recorda assistir a programas como *Million Dollar Movie* e *The Mary Tyler Moore Show*, além de filmes como *Janela Indiscreta (Rear Window)*, de Hitchcock (Respini, 2021; Sherman, 2003). Outra atividade que a envolvia era fantasiar-se: “Eu tentava parecer outra pessoa — até mesmo uma velha [...]. Eu me maquiava como um monstro, coisas assim, o que parecia muito mais divertido do que simplesmente parecer com a Barbie” (Sherman citado em Respini, 2021, p. 14).

No início dos anos 1970, Sherman ingressou no Buffalo State College, em Nova York, onde começou a estudar pintura porque, em

4. Título inspirado no capítulo Will the Real Cindy Sherman Please Stand Up? de Respini (2012). A frase é oriunda do programa de televisão dos anos 1950, *To Tell the Truth*, onde um painel de celebridades tentava identificar a verdadeira identidade de um concorrente descrito entre vários impostores.

suas palavras, “parecia uma maneira rápida de expressar o que você quer, sem o trabalho de fazer algo parecer real. Nunca tive uma sensibilidade abstrata forte. Minha mente precisava de organização, então comecei na fotografia pela arte conceitual, criando meus próprios projetos” (Sherman citado em Sussler, 1985, p. 32). Embora gostasse de reproduzir detalhes na tela, logo se interessou pela fotografia, especialmente pelo uso que artistas conceituais e performáticos faziam dela. Sherman também se envolveu com o trabalho de artistas feministas que performavam diante da câmera e utilizavam seus próprios corpos como centro de suas obras (Respini, 2021). Em 1977, ela começou a criar registros fotográficos que viriam a integrar a série *Untitled Film Stills*. Segundo Respini (2021, p. 18), qualquer “consideração sobre sua carreira deve abordar os *Stills*, possivelmente um dos corpos de trabalho mais significativos do século XX e totalmente canonizado por historiadores de arte, curadores e críticos. Esta série estabeleceu Sherman como uma das artistas mais importantes e influentes de seu tempo”.

Stills é uma série de imagens em preto e branco que evocam o imaginário cinematográfico feminino dos anos 1950 e 1960, incluindo estereótipos como dona de casa, fugitiva e símbolo sexual, além de referências a filmes B, noir, *film-art* e a diretores como Hitchcock, Sirk e Antonioni (Moorhouse, 2014; Morris, 1999; Respini, 2021; Sehgal, 2018; Sussler, 1985). Essas mulheres são capturadas em momentos entre ações cinematográficas, como se “estivessem a caminho de onde quer que a ação esteja [...] ou acabaram de sair de uma confrontação” (Sherman, 2003, p. 9).

As imagens não têm títulos específicos, pois Sherman desejava manter a ambiguidade de seu trabalho. Elas são identificadas pelo título

da série seguido de uma numeração, que inicialmente seguia o ano, mas posteriormente tornou-se desordenada e arbitrária, servindo apenas para fins de catalogação (Sherman, 2003). Cada foto a apresenta como um tropo e é meticulosamente encenada — desde o ângulo da câmera e os adereços até o cabelo, a maquiagem, as poses e as expressões faciais.

Um exemplo é *Untitled Film Still #54* (Figura 1), que mostra uma mulher caminhando por uma rua à noite, em direção ao observador, enquanto puxa a gola do casaco até o pescoço. Com traços faciais e penteado loiro semelhantes aos de Marilyn Monroe, a figura é intensamente iluminada pelo flash de uma câmera na escuridão ao seu redor. Sua postura sugere autodefesa e proteção, como se estivesse sendo abordada por um paparazzo durante uma caminhada noturna.

Figura 1

Untitled Film Still #54, Cindy Sherman, 1980.



Sherman (2003).

Stills funciona como um inventário de arquétipos visuais, remetendo ao projeto de Sander em *People of the 20th Century*, mas voltado à era midiática (Respini, 2021). Sua relevância pode ser observada em quatro dimensões. Primeiro, as imagens não correspondem a filmes reais, mas remetem a fotografias promocionais de estúdios, projetadas para sugerir atmosfera e enredo sem narrar a ação (Morris, 1999; Sherman, 2003; Moorhouse, 2014). Em segundo lugar, Sherman utiliza a fotografia como meio de criar ficções e personas, retomando práticas inauguradas por Bayard e Castiglione, e atualizadas por artistas como Amalia Ulman, o que evidencia a fotografia como testemunho ambíguo, capaz tanto de registrar quanto de falsificar a realidade (Costa, 2023; Kafer, 2019). Terceiro, embora apareça diante da câmera, Sherman não realiza autor-retratos: seu corpo é suporte para encenar arquétipos, e não uma forma de autorepresentação, já que a artista afirma não revelar sua identidade, mas apagá-la (Respini, 2012; O'Hagan, 2019). Por fim, a fotografia em sua obra é tratada como meio, não como fim: Sherman não busca explorar processos técnicos da fotografia, mas construir representações, distanciando-se da prática de fotógrafos tradicionais (Moorhouse, 2014).

Sherman é uma das artistas que evocam questões sobre o (auto) retrato e a identidade. Mas por que tal prática desperta identificação? Segundo Badger (citado em Miller, 2020, p. 10), graças à fotografia, todos passaram a ter uma identidade, visto que “o retrato daguerreótipo era uma prova mágica de existência”. A fotografia, ao testemunhar a existência física do sujeito retratado de forma indexical, ainda assim não oferece um significado direto ou imediato ao eu representado. Um exemplo disso é a forma como as pessoas se relacionaram com o advento das *cartes de visite* (cartões de visita), criadas por Disdéri em

1854. As *cartes* eram uma alternativa mais acessível ao daguerreótipo, democratizando a prática do autorretrato (Miller, 2020). No entanto, não foi apenas a materialidade do meio que democratizou o privilégio da produção identitária, mas também a *mise-en-scène* criada a partir do “vestuário, gestos, posturas e configurações das classes mais abastadas, disponíveis a todos na forma de cenários e props de estúdio” (Miller, 2020, p. 11). Isso evidencia o quanto, desde os primórdios da fotografia, indexicalidade, identidade e performatividade estão entrelaçadas.

As tensões entre o que é e o que não é na obra de Sherman provocam questionamentos sobre quem é a artista e o que, em um sentido essencialista, há dela em sua obra. Esse debate ganhou novo fôlego quando ela tornou público seu perfil no Instagram, em 2017⁵. A artista desloca, então, a questão de quem é o sujeito que tira um autorretrato para quem é aquele que tira uma selfie e a publica em sua própria rede social. Para Sehgal (2018), o perfil no Instagram introduz uma questão inédita em relação aos trabalhos anteriores. Sherman transita dos arquétipos das personagens reconhecíveis para suas primeiras protagonistas. Essas novas mulheres não são metáforas “esperando para serem representadas, resgatadas ou destruídas. Elas são gloriosa e catastroficamente elas mesmas, e as encontramos em seus próprios termos — como tão frequentemente nos encontramos — em selfies teatrais, embarracosas e cativantes lançadas ao mundo” (Sehgal, 2018, s. p.). Como explica Saar (2019), as mulheres representadas não estão sendo passivas; elas estão registrando a si mesmas, estando ativamente no controle do que será apresentado aos usuários da plataforma.

5. Para mais informações: Becker (2017) ou Frago (2017).

Sherman ingressou no Instagram após uma viagem ao Japão, durante a qual uma amiga insistiu para que ela criasse uma conta. Inicialmente, fez registros típicos de viagem, como qualquer pessoa que vive na era da web 2.0 (Figura 2). No entanto, passou a se fascinar pelas subculturas da plataforma e pelos usuários que só pôde conhecer por meio do aplicativo. Mesmo inserida no universo das selfies, a artista não se considera uma entusiasta do formato (Sherman citado em Blasberg, 2020).

Figura 2

Coletânea de registros de Cynthia em sua viagem pelo Japão, outubro, 2016



Coletânea de registros de Cynthia em sua viagem pelo Japão. [da esquerda para direita]. Sherman (2016a); Sherman (2016b); Sherman (2016c); Sherman (2016d).

Pensar as selfies no âmbito da arte tornou-se especialmente relevante após a disseminação das redes sociais e dos smartphones. Diferentemente de outras práticas de retrato, elas são produzidas por pessoas comuns, geralmente com pouca ou nenhuma reflexão sobre sua criação. O ato de fotografar tornou-se um hábito cotidiano, exercido quase de forma inconsciente. Nesse contexto, as atividades artísticas emergem como uma experiência subsequente, subvertendo o processo de popularização — que antes partia dos artistas e alcançava o público — ao inverter sua

direção (Costa, 2019). Seja no formato analógico ou digital, a obra de Sherman revela a complexidade do que é registrado na fotografia de pessoas, especialmente nas selfies. As suposições sobre o objeto fotografado são interpretações formuladas pela mente do espectador, influenciadas por sua bagagem cultural e psicológica. Uma abordagem psicanalítica pode ser uma ferramenta útil para explicar como nos relacionamos com o olhar, seus signos e símbolos, no campo da cultura visual.

O que Sherman fala sobre nós e a prática do olhar?

O que os registros de Sherman nos revelam? Se analisarmos seu trabalho, Owens (citado em Respiñi, 2012, p. 24) argumenta que não estamos vendo mulheres reais, mas imagens dessas “modelos especulares de feminilidade projetados pela mídia para incentivar a imitação, a identificação; elas são, em outras palavras, tropos, figuras”. Por outro lado, Danto (citado em Respiñi, 2012, p. 24) afirma que tais mulheres seriam algo “sexy e sinistro”:

A Garota [em cada Still] é uma alegoria para algo mais profundo e sombrio, no inconsciente mítico de todos, independentemente do sexo... Cada um dos stills é sobre a Garota em Perigo, mas, no conjunto, eles tocam o mito que cada um de nós carrega desde a infância, de perigo, amor e segurança que define a condição humana onde as coisas selvagens estão.

Essas colocações sugerem que há algo nas imagens que o espectador complementa simbolicamente com seu mundo interno. A psicanálise pode ser uma chave importante para compreender o que significa esse completar representado pelas imagens. Um trabalho seminal nesse campo é *Visual Pleasure and Narrative Cinema*, de Mulvey (2014 [1975]), que

explora o efeito subjetivo da narrativa cinematográfica (Rose, 2016). Segundo Mulvey, a visualidade é estruturada de forma generificada. Assim, “em um mundo ordenado pelo desequilíbrio sexual, o prazer de olhar foi dividido entre ativo/masculino e passivo/feminino. O olhar masculino determinante projeta sua fantasia na figura feminina, que é estilizada de acordo” (Mulvey, 2014, p. 264). Dessa forma, a diferença sexual é entendida de forma relacional: as percepções de feminilidade dependem das percepções de masculinidade, e vice-versa. Além dessa distinção, Mulvey (2014, p. 360) argumenta que o complexo de castração influencia as representações das mulheres nessa visualidade patriarcal. Ela afirma que “a representação da forma feminina [...] em última instância [...] fala sobre a castração e nada mais”.

Figura 3

Untitled Film Still #63, Cindy Sherman, 1980



Sherman, 2003.

Para Freud, no complexo de castração, o pai afirma que a mãe lhe pertence, forçando o menino a abandonar sua proximidade com ela para, ao se tornar homem e ter sua própria mulher, vê-la como desprovida de pênis. Nesse contexto, ao observar os genitais da mãe, o menino não os percebe como diferentes dos seus, mas como faltantes. Essa suposição só é possível, no entanto, se o que Freud está discutindo aqui não for simplesmente a visão, mas a visualidade. O menino já estaria percebendo por meio de uma visualidade que define a posição masculina como aquela que olha e a feminina como aquela que é olhada — considerando, portanto, o feminino como incompleto (Rose, 2016).

Ao discutir visualidades, especialmente em relação a um sujeito observado, podemos considerar a questão do voyeurismo. Este pode ser entendido como um mecanismo visual ativo que distancia e objetifica o que é observado. Para Mulvey (2014), esse olhar é conferido exclusivamente ao homem pelos filmes. Trata-se de um olhar que lida com a ansiedade de castração, investigando a mulher e, posteriormente, punindo-a ou salvando-a. Mulvey observa que isso é típico da representação das mulheres no gênero *noir*: ameaçadoras, mas, em última análise, culpadas e fracas — um eco dos arquétipos apresentados por Sherman em *Stills*. Um exemplo é *Untitled Film Still #63* (Figura 3), que mostra uma personagem entre ações, observada à distância. Ela parece estar fugindo de algo ou perdida, provavelmente à noite. De qualquer forma, uma leitura possível é que ela necessita de ajuda — possivelmente de um homem (branco, cisgênero e não-pobre). Outra abordagem sobre o voyeurismo em relação ao corpo feminino no cinema é a escopofilia fetichista, na qual a figura feminina é percebida como um objeto a ser apreciado por sua beleza. Isso pode ser observado em *Untitled Film*

Still #52 (Figura 4), que mostra uma mulher na cama, possivelmente de camisola, em um contexto íntimo. Dentro do contexto da época, o registro poderia fomentar a curiosidade voyeurística masculina.

No entanto, uma crítica à leitura de Mulvey é que as mulheres são vistas exclusivamente como castradas — e que elas mesmas só podem se perceber dessa maneira. Assim, todos os membros da audiência cinematográfica, sejam homens ou mulheres, são posicionados da mesma forma em relação às figuras na tela e as veem de maneira idêntica. A implicação é que todos os espectadores de um filme são transformados em fetichistas e voyeuristas pela própria estrutura visual e espacial da obra. Nesse sentido, o argumento de Mulvey posiciona todos os espectadores de cinema como masculinos (Mulvey, 2016; Rose, 2016).

Figura 4

Untitled Film Still #52, Cindy Sherman, 1979



Sherman, 2003.

No entanto, embora a representação feminina não se reduza a um corpo castrado ou a um signo de não-homem, ela pode ser vista como uma superfície que não esconde nada: uma mascarada (*masquerade*). A feminilidade pode funcionar como mascarada ao ocultar ou revelar diferentes aspectos do *self* feminino, não necessariamente relacionados à presença ou ausência do falo (o que remete ao castrado — aquilo que tememos perder e identificamos no outro, geralmente na mulher, como ausente). Para Riviere (citado em Rose, 2016, pp. 166-167), “a feminilidade poderia [...] ser assumida e usada como uma máscara, tanto para esconder a posse da masculinidade quanto para evitar as represálias esperadas se fosse descoberta — muito como um ladrão vira os bolsos e pede para ser revistado para provar que não roubou os bens”. Assim, para Riviere, a feminilidade não é inata, mas construída. Trata-se de um código aprendido pela mascarada para mimetizar a ideia do que é compreendido como feminino, podendo ser pensada como uma representação que ajuda a “fornecer uma maneira de pensar sobre como as mulheres veem a si mesmas e umas às outras que não depende da forma de ver delineada por Mulvey” (Rose, 2016, p. 167).

Isso se aproxima do que Butler discute sobre a prática *drag*. Nela, “vemos sexo e gênero desnaturalizados por meio de uma performance que admite sua distinção e dramatiza o mecanismo cultural de sua unidade fabricada” (Butler citado em Miller, 2020, p. 80). Segundo Williamson (1983), a feminilidade é produzida como um efeito de superfície por meio de códigos visuais, tornando sua representação redundante. Quando um(a) artista representa o feminino através dessas estruturas visuais, duplica o efeito, fazendo-o parecer estranho e artificial. No campo do cinema, Rose (2016) explica que tais representações podem

ser observadas: pelo excesso — como nas encenações de Marlene Dietrich, marcadamente femininas; pela construção — quando uma mulher se produz a partir de códigos considerados femininos, como maquiagem, vestimenta ou penteado; ou pela repetição — uma reprodução da estética vigente, entendida como bela, quando o personagem é visto como signo de beleza.

Mulvey apresenta a questão do olhar masculino — posteriormente popularizado por diversas teóricas feministas — inspirada nas reflexões de Jacques Lacan sobre o olhar. No entanto, este não opera da mesma forma que aquele. Lacan desenvolve o conceito de olhar a partir de suas reflexões sobre o estádio do espelho, aspecto que impacta várias abordagens da cultura visual (Rose, 2016). A partir desse ponto, Lacan não se concentra em como o sujeito vê, mas em como é visto. Nesse contexto, “o olhar é uma forma de visualidade que preexiste ao sujeito individual; é uma visualidade na qual os sujeitos nascem. No entanto, como a visualidade é algo que estes adotam como sua, o olhar é culturalmente constituído” (Rose, 2016, p. 170). Se o olhar não pode ser localizado, nenhum gênero é seu detentor — o que contraria a noção de *olhar masculino*. Assim, todos estão à mercê do olhar.

Lacan (2004, p. 106) explica que “no campo escópico, o olhar está fora, eu sou olhado; isto é, eu sou um campo, o olhar está fora, eu sou olhado; isto é, eu sou uma imagem”. Essa estrutura está no cerne da constituição do sujeito no campo do visível. Ele prossegue: “o que me determina, na maioria das vezes, é pelo olhar que eu entro na luz, e é do olhar que recebo seus efeitos. Daí resulta que o olhar é o instrumento através do qual a luz se corporifica e através do qual sou *foto-grafado*” (Lacan, 2004, p. 106, grifos originais). Žižek (citado em Miller, 2020,

p. 121) explica a exterioridade do olhar evocando um arquétipo feminino hitchcockiano que se aproxima de uma casa misteriosa, aparentemente vazia. A personagem olha para a casa, mas o que inquieta o espectador é que a *ausência* devolve o olhar para ela. Esse olhar de retorno não é subjetivado nem pode ser identificado como objeto material. Ele pode ser encontrado na figura do Outro, uma “figura de autoridade social que representa a ordem social como um todo e que faz demandas nos sujeitos” (Žižek citado em Miller, 2020, p. 133).

Partindo disso, ao reler os Stills #54, #63 e #52, não encontramos um olhar subjetivado, mas o olhar do Outro. Os tropos se constituem e desejam — dentro de suas narrativas — a partir do Outro. Žižek ilustra o desejo como constitutivo da identidade com base em uma análise de Freud sobre uma menina que sonhou estar comendo morangos com prazer enquanto era observada pelos pais. Nesse exemplo, o fato crucial não é apenas o ato de comer os morangos, mas o de ser vista comendo-os. O prazer não se dá no objeto consumido, mas no olhar do Outro que legitima e sustenta o

é que, quando a menina estava comendo morangos vorazmente, ela notou como seus pais ficaram profundamente satisfeitos com esse espetáculo, ou seja, ao vê-la desfrutar plenamente disso. Então, o que a fantasia de comer morangos realmente representa é a tentativa dela de formar uma identidade (daquela que desfruta plenamente de comer morangos dados pelos pais) que satisfaria seus pais, que a tornaria o objeto do desejo deles (Žižek, 1999, p. 159).

Assim, entendemos como posamos, nos vestimos, consumimos e aprendemos a desejar. Lacan (2004, p. 38, grifos originais) afirma que “*o desejo do homem é o desejo do Outro*”. Ele articula essa dinâmica por

meio de uma indagação: “*che vuoi?*” (O que você quer?) (Lacan, 2001). Com a transição de uma sociedade da proibição para uma sociedade do gozo (*jouissance*), o desejo do Outro desloca-se das regulamentações sociais para aquilo que pode ser buscado através da cultura do consumo. Nessa nova perspectiva, McGowan (citado em Miller, 2020, p. 134) explica que “quando sinto que devo ter um novo produto, me envolvo completamente na fantasia do que o Outro deseja”. Pensando na cultura atual da web 2.0, “quando postamos online, estamos respondendo e interpretando à questão do desejo do Outro. Seja ao postar sobre uma festa, ler um livro, visitar uma galeria ou ir à academia, estamos nos imergindo na fantasia do que o Outro deseja” (Miller, 2020, p. 134).

Deste modo, os *Stills* de Sherman evidenciam como o olhar é uma força pulsante em sua obra. Suas personagens estão submetidas a um olhar tanto diegético quanto extradiegético. O espectador, a partir desses registros, estrutura uma narrativa própria. No entanto, é por meio dos códigos culturais que tais narrativas se convertem em ficções. Com o Instagram, essas ficções passam a mobilizar outros aspectos culturais, revelando a artificialidade das redes sociais. Ambos os momentos mostram como lidamos com ficções em contextos distintos e como nos relacionamos com elas de maneiras diferentes.

Essa realidade é uma ficção, e daí?

A fotografia possui um certo poder de verdade, e as mídias carregam esse poder mesmo quando sabemos que se trata de uma ficção (Fontcuberta, 2010; Morris, 1999). Sherman parte dessa premissa. Ela afirma: “as pessoas estão mais propensas a acreditar em fotografias, especialmente se for algo fantástico. Elas estão dispostas a ser mais

crédulas. [...] Mesmo sabendo que é falso, elas podem acreditar em qualquer coisa. As pessoas estão acostumadas a serem informadas sobre o que acreditar” (Sherman citado em Sussler, 1985, p. 30). Além disso, ao comentar sua apreciação pelos filmes de John Carpenter, Sherman acrescenta: “uma das razões pelas quais gosto disso é porque sei que não é real, mas ainda assim você pode acreditar na sua falsidade” (Sherman citado em Sussler, 1985, p. 32).

Fontcuberta (2010) cita Žižek ao discutir como as ficções nos permitem estruturar nossas experiências com o real. Žižek (2001, p. 77) argumenta que

nossa realidade social é mantida por uma ficção ou fantasia simbólica, então a maior realização da arte [...] não é recriar a realidade dentro da narrativa ficcional para nos enganar e fazer-nos confundir ficção com realidade. Em vez disso, seu objetivo é nos permitir perceber o caráter ficcional da própria realidade, levando-nos a experimentar a realidade como se fosse uma ficção.

Posteriormente, Žižek (2012) aprofundou a questão da ficção ao reler Lacan, que interpreta a noção de aparência em Bentham. Para Lacan, a aparência provém da ordem simbólica e se dirige ao real; já a ficção benthamiana é construída unicamente a partir da linguagem que, apesar de sua imaterialidade, afeta o corpo humano em suas dores e prazeres. A ficção de Bentham é um dispositivo artificial que questiona as noções de moral e as ideias sociais por serem simples aparências, em vez de verdades interiores consolidadas (Žižek, 2012). Assim, emerge um paradoxo sobre a eficácia das ficções ideológicas, mesmo quando reconhecidas como tais. Bentham (citado em Žižek, 2012, p. 44) observa

que “é possível usar ficções para alcançar o real sem acreditar nelas”. Portanto, a eficácia das ficções não depende da crença nelas.

Uma chave para compreender o fenômeno da autobiografia é o conceito de *pacto autobiográfico*, conforme descrito por Lejeune (2008). Esse conceito é fundamental para entender como a autobiografia é percebida e aceita, uma vez que estabelece um compromisso do autor em narrar a verdade sobre sua vida — diferentemente do autor de ficção, que engaja o leitor em um jogo imaginativo. O pacto também assegura a coerência textual, alinhando escritor, narrador e protagonista dentro do texto autobiográfico (Lejeune, 2008). A prática de escrever sobre si mesmo, como sugere Lejeune (2009), tem suas raízes na Roma antiga, em livros de contabilidade e crônicas familiares que registravam eventos significativos. Lejeune observa que, embora o diário moderno tenha evoluído dessas práticas antigas, a escrita de si possui uma história mais longa. Foucault (1997) retrocede ainda mais, à Grécia antiga, onde os *hypomnemata*, ou cadernos pessoais, reuniam pensamentos e citações destinados a serem revisitados. Essa prática auxiliava na formação da individualidade e pode ser vista como precursora da autobiografia e do diário.

O pacto de Lejeune (2008) aborda a crença na relação entre a constituição do eu e um grau relativo de semelhança presente na representação, apesar dos sinais que indicam sua construção implícita ou até explícita (Fontcuberta, 2010; Morris, 1999; Sherman citado em Sussler, 1985; Žižek, 2001, 2012). Deste modo, tudo isso “é bem sabido, ninguém é tão bobo assim, mas uma vez tomada essa precaução, age-se como se não se soubesse disso” (Lejeune, 2008, p. 65, grifos originais).

Se nos atermos à cultura da web 2.0, a prática da selfie também envolve a questão do pacto. Ela é considerada referencial quando há a crença em uma relação direta entre a pessoa na fotografia e a pessoa que a publica. É crucial que exista um sujeito real por trás da imagem compartilhada, especialmente se esse sujeito for um desconhecido ou uma celebridade. No caso do *catfishing*, em que alguém se passa por outra pessoa utilizando suas selfies, o pacto referencial é rompido quando se descobre que as imagens não foram postadas pela mesma pessoa que aparece na foto (Kafer, 2019). Um exemplo de como o pacto autobiográfico funciona nesse universo é o trabalho *Excellences and Perfections* (2014), de Amalia Ulman, no qual a feminilidade é abordada como construção e não como algo inerente a qualquer mulher (Ulman citado em Miller, 2020). Nesse projeto, a artista combina ficção com elementos de sua vida pessoal, levando seus seguidores da época a acreditar na autobiografia visual que ela elaborou na plataforma ao longo de quatro meses. Sua persona transita entre três arquétipos femininos online: a *garota Tumblr*, seguida da *garota sugar-baby ghetto* e, posteriormente, da *garota next door* (Costa, 2019; Kafer, 2019; Miller, 2020).

Essa *mise-en-scène* pode ser entendida também como imagem encenada (*l'image performée*), algo que “torna possível alargar a dialética entre arte e documento ao real e ao imaginário” (Poivert, 2010, p. 209). A imagem encenada permite criar uma ficção que Fontcuberta (2010) denomina ficção lúdica ou ficção artística — modalidades que não disfarçam sua simulação. Para o autor, essas “categorias se distinguem pela ilusão cognitiva e manipulação por se apresentarem sempre como ficção, sem disfarçar sua natureza de simulação” (Fontcuberta, 2010, p. 109). Esse conceito é crucial para compreendermos a potencialidade

da arte em trabalhar com ficções fotográficas, evitando confusões com noções como *pós-verdade* ou *fake news*, amplamente presentes, sobre tudo nas redes sociais.

Uma *mise-en-scène* no Instagram também depende do auxílio textual para reforçar o pacto referencial, seja por meio da legenda ou dos comentários dos seguidores. Muitas vezes, a imagem sozinha não é suficiente para transmitir a *mise-en-scène* ou situar o conteúdo dentro da narrativa do perfil. A relação entre texto e fotografia não é novidade: desde os primórdios, o texto desempenhou um papel fundamental na história da fotografia, estabelecendo com frequência o vínculo referencial da imagem por meio da linguagem.

Se voltarmos ao Instagram, encontramos uma abordagem distinta em relação a Ulman ao visitar o perfil de Sherman. Há uma diferença de tom entre a obra oficial de Sherman exibida em galerias e as fotografias que ela publica na plataforma. A própria natureza das galerias confere valor à obra de arte, mesmo quando se trata de produções legitimadas pela crítica institucional — herança histórica da exclusividade dos salões e da economia da arte. No Instagram, entretanto, essa valorização é substituída pela validação mediada por curtidas, comentários e número de seguidores. Ao abrir a crítica para um público massivo e não especializado, suas fotos na plataforma adquirem um senso de informalidade, reforçado pelo fato de estarem intercaladas com publicações mais casuais e cotidianas, que remetem à figura do diário e à escrita de si.

Além da presença de muitas fotos espontâneas, várias das imagens mais recentes de Sherman vêm acompanhadas de legendas (Kafer, 2019). Seu trabalho é notoriamente conhecido por não ter títulos descritivos, sendo distinguido apenas por números. Assim, o fato de

muitas de suas selfies no Instagram apresentarem legendas pode indicar uma mudança em sua abordagem ou, ainda, a percepção de que essas imagens não integram seu trabalho característico. Sua primeira selfie estilizada — imagens que ressoam as mesmas problemáticas de seus autorretratos anteriores — data de maio de 2017 (Figura 5), acompanhada da legenda: “Selfie! Sem filtro, hahaha”.

Figura 5

Selfie! No filter, hahaha, Cindy Sherman, 2017



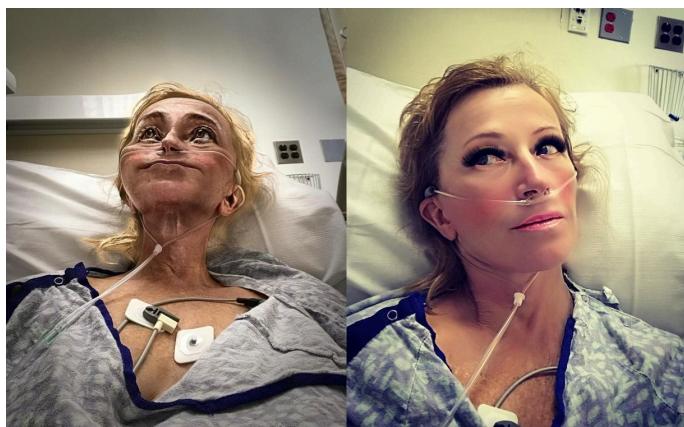
Sherman (2017a).

Ao afirmar que não há filtro — edição que busca estilizar uma fotografia para emular determinado estilo ou modificar a aparência —, Sherman cria uma ironia em relação ao pacto autobiográfico estabelecido nas plataformas digitais, nas quais o texto frequentemente não corresponde à imagem. Esse descompasso, no entanto, não representa um problema ético para os seguidores. Diferentemente das selfies que

qualquer usuário da plataforma poderia postar, essas selfies estilizadas são registros de si visualmente modificados de forma intensa com o auxílio de aplicativos de edição, como o *Facetune*. Um exemplo de como Sherman explora a visualidade ocorre em 2017, quando, internada, utiliza a questão do olhar do Outro para estilizar seu rosto (Figura 6), provocando novas leituras sobre os pactos autobiográficos presentes em diversos perfis da rede. Ao contrário dos tropos de *Stills*, aqui vemos Sherman performando digitalmente estereótipos femininos comuns nas redes sociais, nos quais o cotidiano é exibido em versões *bonitas* ou *feias*. Sherman está no hospital postando selfies em seu perfil, mas trata-se de *ficções factuais*, produzidas por uma artista que há décadas trabalha criticamente com esse tema.

Figura 6

Coletânea das postagens On the mend (Se recuperando) e Am I cured doctor?, Cindy Sherman, 2017



Sherman (2017c); Sherman (2017b).

Em outros registros, é possível ver o rosto digitalmente manipulado — por vezes com marcas faciais realçadas, sorrisos artificiais, cabelos digitais, distorções na estrutura da face e até fundos artificialmente construídos. Questionada, no contexto da web 2.0, sobre se é ela quem aparece nos registros, Sherman (citado em Blasberg, 2020, s.p.) afirma: “São versões irreais de mim mesma, mas nem sequer as vejo como eu mesma. Sinto como se estivesse desaparecendo na obra, em vez de tentar revelar alguma coisa. [...]. Estou me escondendo por trás da composição, então é sobre me aniquilar, apagar-me e me tornar algo diferente”. Em muitos de seus trabalhos, o público pode olhar para os registros e imaginar-se no lugar das personificações de Sherman. Com as selfies no Instagram, isso não ocorre da mesma forma: elas são tão distorcidas e moldadas que transcendem a categoria humana e expõem a artificialidade que muitas vezes tomamos como natural. Para alguns, essas imagens podem soar engraçadas — sobretudo porque a própria artista recorre ao humor em suas legendas —, enquanto para outros podem parecer perturbadoras.

Além das distorções e das maquiagens digitais, o que chama a atenção em algumas postagens de Sherman é o realce das marcas da idade — algo raramente visto em selfies e que contrasta com os mecanismos de embelezamento⁶ oferecidos por aplicativos de manipulação facial. O envelhecimento, quando associado às mulheres e à imagem, constitui um combo de forte peso simbólico. Sherman (citado em Saar, 2019, s.p.) observa: “Tenho colegas que sigo e consigo perceber quando estão

6. Embelezamento é entendido como emagrecimento, clareamento e anulação ou suavização de expressões faciais para as empresas desses *apps*, muitas vezes localizadas na Ásia.

se sentindo vulneráveis ou inseguros/as porque, de repente, começam a postar todas essas fotos bonitas de si mesmos/as”.

Esses registros podem ser entendidos como ecos de obras anteriores da artista, como *Head Shots* (2000) e *Society Portraits* (2008). Eles podem ser lidos como reflexões sobre como as mulheres lutam desesperadamente para alcançar os ideais contemporâneos de beleza, refletindo a obsessão, intensificada no século XXI, em preservar a juventude. Não é surpreendente, portanto, que Sherman esteja explorando a noção de envelhecimento, dado que ela mesma entrou em seus 60 anos (Saar, 2019). Em uma de suas fotos no Instagram (Figura 7), Sherman se insere na capa do que parece ser uma revista de beleza, com rugas profundas e uma expressão desalinhada, complementada por uma maquiagem rústica de primavera ao redor dos olhos.

Figura 7

Ready for my fashion week, Cindy Sherman, 2018



Isso remete ao trabalho *Cover Girl* (*Mademoiselle*), de 1976 (Figura 8). Assim, a migração para o Instagram marca uma evolução orgânica da prática artística de Sherman, uma transição em sintonia com a maneira como as plataformas de mídia social transformaram a forma como nos vemos uns aos outros, a nós mesmos e os seres que aspiramos ser. A passagem da comunicação de massa para o conteúdo gerado por usuários na web 2.0 evidencia as implicações latentes dessa nova forma de nos relacionarmos com a imagem e a identidade.

Figura 8

Cover Girl (Mademoiselle), Cindy Sherman, 1975



<https://www.thebroad.org>

Considerações finais

Pensar Sherman no contexto 2.0 implica considerar não uma ruptura, mas um eco de seus trabalhos anteriores (Saar, 2009). Seu perfil no Instagram possibilita visualizar registros da artista que vão além dos arquétipos que ela tradicionalmente encena, mas que continuam evocando a forma como o feminino é representado em diferentes mídias.

A plataforma reforça a noção de pacto autobiográfico ou referencial (Lejeune, 2008; Kafer, 2019), levando os usuários a buscarem pela verdadeira *Cindy Sherman* (Respini, 2012).

Suas imagens encenadas evidenciam como as imagens podem ser pensadas a partir da questão do olhar enquanto Outro. Esse olhar não é localizado, mas coloca os sujeitos em uma posição de autoprodução a partir de uma entidade exterior não identificável. Este trabalho, fundamentado na teoria psicanalítica, procurou mostrar que pensar a obra de Sherman a partir de um olhar localizado — como o *olhar masculino* — não é suficiente para contemplar os complexos atravessamentos dos sujeitos em relação à imagem. Os *Stills* não estão à mercê do homem, mas do Outro — homens, mulheres, instituições, etc. —, assim como seus registros no Instagram. O que diferencia os dois contextos é que, enquanto um passa por um processo moroso de recepção, o outro é absorvido pelo Outro de maneira instantânea.

Este trabalho não se propôs a criticar as abordagens feministas sobre a obra de Sherman. Pelo contrário, reconhece que diversas contribuições desse campo proporcionaram insights valiosos sobre a cultura visual feminina. O foco esteve em refletir sobre como nos relacionamos com as imagens de si e dos outros a partir da noção do Outro lacaniano. A partir da metodologia visual crítica, buscou-se explorar a produção imagética, sua recepção e os efeitos visuais, modos de apresentação e circulação. A obra de Sherman evidencia a natureza transitiva do nosso envolvimento com múltiplos embates: autobiografia e texto/imagem; cultura visual e real/ficção. Com seus múltiplos comportamentos e poses, a artista revela o paradoxo do desejo: apegamo-nos à superfície como se fosse a garantia das profundezas interiores do sujeito,

enquanto esperamos recuperar a autoidentidade a partir da alteridade. Nesse processo, a mascarada surge como ferramenta artística de fuga e de provocação do olhar.

Referências

- Barthes, R. (1981). *Camera lucida: Reflections on photography*. Hill and Wang.
- Becker, N. (2017, agosto 9). How Cindy Sherman's Instagram selfies are changing the face of photography. The Guardian. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/aug/09/cindy-sherman-instagram-selfies-filtering-life>
- Blasberg, D. (2020). In conversation: Cindy Sherman. *Gagosian*. <https://gagosian.com/quarterly/2020/04/16/cindy-sherman-derek-blasberg-in-conversation/>
- Costa, T. (2019). Forjando narrativas do eu através de registros de si: Amalia Ulman e sua encenação com selfies no Instagram. *Palíndromo*, 11(24), 137-151. <https://doi.org/10.5965/2175234611242019137>
- Farago, J. (2017, agosto 12). Fotógrafa Cindy Sherman faz Selfies como só ela sabe no Instagram. *Estadão*. <https://www.estadao.com.br/cultura/fotografa-cindy-sherman-faz-selfies-como-so-ela-sabe-no-instagram>
- Fontcuberta, J. (2010). *La cámara de Pandora*. Gustavo Gili.
- Foucault, M. (1997). *Ethics: Subjectivity and truth* (Vol. 1). The New Press.

Kafer, G. (2019). Believing is being: Selfies, referentiality, and the politics of belief in Amalia Ulman's Instagram. In M. Tinel Temple, L. Busetta, & M. Monteiro (Eds.), *From self portrait to selfie*. Peter Lang.

Lacan, J. (2001). *Écrits*. Routledge.

Lacan, J. (2004). *The four fundamental concepts of psychoanalysis*. Karnac.

Lejeune, P. (2008). *O pacto autobiográfico: De Rousseau à internet*. Editora UFMG.

Lejeune, P. (2009). *On diary* (J. D. Popkin & J. Rak, Eds.). University of Hawaii Press.

Mahon, F. (2022). The changing faces of Cindy Sherman. *Wallpaper*.

Miller, S. (2020). *Contemporary photography and theory*. Routledge.

Moorhouse, P. (2014). *Cindy Sherman*. Phaidon.

Morris, C. (1999). *The essential Cindy Sherman*. Harry N. Abrams.

Mulvey, L. (2014 [1975]). Visual pleasure and narrative cinema. In S. MacKenzie (Ed.), *Film manifestos and global cinema cultures* (pp. 359-369). University of California Press.

O'Hagan, S. (2019, June 8). Cindy Sherman: "I enjoy doing the really difficult things that people can't buy." *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2019/jun/08/cindy-sherman-interview-exhibition-national-portrait-gallery>

Poivert, M. (2010). *La photographie contemporaine*. Flammarion.

Respini, E. (2012). *Cindy Sherman*. The Museum of Modern Art.

Rose, G. (2016). *Visual methodologies*. Sage.

Saar, E. (2019). She actually hates the idea of selfies. *C Print*. <https://www.c-print.se/post/she-actually-hates-the-idea-of-selfies>

Sehgal, P. (2018, October 5). The ugly beauty of Cindy Sherman's Instagram selfies. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/interactive/2018/10/05/magazine/instagram-cindy-sherman-ugly-beauty.html>

Sherman, C. (2003). *The complete untitled film stills*. The Museum of Modern Art.

Sherman, C. [@cindysherman]. (2016a, October 14). [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/cindysherman/p/BLkQLfxhort>

Sherman, C. [@cindysherman]. (2016b, October 14). *Inujima* [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/cindysherman/p/BLkSHneBVxT>

Sherman, C. [@cindysherman]. (2016c, October 17). *Me & musician at ceremony* [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/cindysherman/p/BLqwADfhagf>

Sherman, C. [@cindysherman]. (2016d, October 19). [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/cindysherman/p/BLxDAqCBtwK>

Sherman, C. [@cindysherman]. (2017a, May 12). *Selfie! No filter, hahaha* [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/cindysherman/p/BUAWSyngU4q>

Sherman, C. [@cindysherman]. (2017b, July 28). *Am I cured doctor?* [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/cindysherman/p/BXFGbxA-Ky>

Sherman, C. [@cindysherman]. (2017c, July 31). *On the mend!* [Photograph]. Instagram. https://www.instagram.com/cindysherman/p/BXM_AGmgUFc

Sherman, C. [@cindysherman]. (2018, February 6). “*Ready for fashion week!*” [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/cindysherman/p/Be3c8AkgxRh>

Sussler, B. (1985). An interview with Cindy Sherman. *BOMB*, 12, 30-33.

The Broad. (2011, dezembro 15). Cover Girl (Mademoiselle). Recuperado de <https://www.thebroad.org/art/cindy-sherman/cover-girl-mademoiselle>

Williamson, J. (1983). Images of “woman”: The photographs of Cindy Sherman. *Screen*, 24(6), 102-116. <https://doi.org/10.1093/screen/24.6.102>

Williamson, J. (1983). Images of ‘Woman’. The Photographs of Cindy Sherman. *Screen*, 24(6), 102-116.

Žižek, S. (1999). The seven veils of fantasy. In D. Nobus (Ed.), *Key concepts of Lacanian psychoanalysis* (pp. 190-218). Other Press.

Žižek, S. (2001). *The fright of real tears*. British Film Institute.

Žižek, S. (2012). *Less than nothing*. Verso.

TENDENCIAS GLOBALES DEL DISEÑO GRÁFICO POSTDIGITAL: DISEÑO EMOCIONAL VS DISEÑO FUNCIONAL

*Sevie Pastrana-Crespillo¹
José Patricio Pérez-Rufo²*

En el contexto contemporáneo, el diseño gráfico global se caracteriza por la convergencia de fuerzas tecnológicas y culturales que generan nuevas estéticas. La irrupción de herramientas de inteligencia artificial (IA) en la creación visual ha impulsado una búsqueda paralela de la imperfección y la autenticidad humana en el diseño (May, 2024). Como resultado, coexisten tendencias contrapuestas: por un lado, aproximaciones futuristas de alta tecnología y, por otro, corrientes que

-
1. Grado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga, España.
seviepc@uma.es
 2. Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla, España.
Profesor Titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga.
patricioperez@uma.es

reivindican lo artesanal, lo imperfecto e incluso lo “feo” como rasgo deliberado.

Teóricamente, estas tendencias pueden enmarcarse en la dialéctica modernidad versus nostalgia. Actualmente conviven dos grandes corrientes: una mirada retrospectiva que rescata estilos históricos (como el Art Nouveau, el brutalismo o el punk) y una visión orientada al futuro con una estética geométrica, abstracta y fría (Gràffica, 2024a).

Paradójicamente, la tecnología más avanzada –incluyendo la IA y el 3D– se utiliza para reimaginar estéticas del pasado, a la vez que para explorar imaginarios futuristas casi de ciencia ficción (Gràffica, 2024a). Esta dinámica refleja cómo el diseño gráfico actual bebe simultáneamente de la nostalgia y de la innovación y difumina las fronteras temporales en busca de nuevas formas de expresión visual.

Otra dimensión clave del contexto global es la creciente importancia de los valores sociales en el diseño. Factores como la sostenibilidad ambiental y la inclusión están remodelando el panorama creativo (Gràffica, 2024b). Las marcas y creadores buscan dotar de propósito al diseño, incorporando mensajes de responsabilidad social y diversidad cultural en sus gráficos. Esta realidad condiciona las decisiones estéticas a nivel global, pues un diseño exitoso debe funcionar en escalas reducidas y en entornos de redes sociales saturados de contenido.

De esta forma, el diseño gráfico en 2025 se configura como un territorio de tensiones entre la precisión técnica impuesta por la automatización digital y la búsqueda de una expresión visual que preserve marcas de subjetividad, imperfección e identidad cultural. Esta investigación se propone examinar las principales tendencias visuales del presente año desde un enfoque crítico. Dichas tendencias, aunque formalmente

disparas, responden de manera complementaria a la saturación visual de los entornos digitales y al deseo de diferenciación y autenticidad que atraviesa las culturas del consumo visual.

La hipótesis que orienta esta investigación sostiene que, en un contexto de homogeneización visual derivada de la estandarización digital, el diseño gráfico contemporáneo genera una doble reacción: una vertiente funcional que optimiza la legibilidad y la síntesis visual y una vertiente expresiva que cultiva la disonancia, el error o la saturación como formas válidas de comunicación emocional. De esta forma, el diseño gráfico ha dejado de ser concebido como una herramienta funcional destinada a transmitir información visual clara y eficiente y ha pasado a ser un recurso estratégico para activar vínculos afectivos con los públicos.

Este giro emocional se ha convertido en un factor clave en la diferenciación competitiva de las marcas globales (Gobé, 2001; Roberts, 2004). Como afirman Mostafa & Kasamani (2021, p. 1047), “las marcas experienciales generan vínculos emocionales y lazos irresistibles con los clientes, refuerzan la autoidentidad de estos y fomentan su sentido de afecto hacia las marcas”. El diseño emocional, además de embellecer o intensificar el mensaje visual, desempeña una función estructural en la configuración de la personalidad marcaria y en la creación de una experiencia de marca coherente y significativa (Costa, 2004; Norman, 2004).

En síntesis, el escenario actual del diseño gráfico manifiesta cierta simultaneidad de valores: precisión algorítmica y espontaneidad humana, nostalgia y prospectiva, uniformidad funcional y ruptura expresiva. Comprender esa coexistencia resulta imprescindible para quienes

investigan o ejercen el diseño gráfico, pues las decisiones visuales de hoy determinan la narrativa visual que guiará la próxima década.

Del diseño funcional al diseño emocional en el *branding* contemporáneo

Desde un punto de vista teórico, la coexistencia de un diseño funcional con otro emocional se fundamenta en los aportes de Norman (2004), quien estableció una taxonomía de niveles en el diseño emocional (visceral, conductual y reflexivo) y subrayó que los objetos y entornos diseñados impactan emocionalmente en los usuarios y condicionan su comportamiento y su percepción de calidad. El diseño emocional permite que el usuario establezca una relación afectiva con la interfaz o con el producto, lo que influye directamente en la valoración de la marca.

En la misma línea, Gobé (2001) defendió la necesidad de crear vínculos emocionales entre marcas y consumidores, anticipando el fenómeno que hoy se consolida en la mayoría de estrategias de marca. A estas aportaciones se suman los desarrollos en psicología del consumo, que subrayan el papel de las emociones en la toma de decisiones de compra (Pine & Gilmore, 1999), así como las teorías de la comunicación y del marketing experiencial que han replanteado el rol del público como agente activo en la interpretación de los mensajes visuales (Katz et al., 1974; Schmitt, 1999).

Durante gran parte del siglo XX, el diseño gráfico aplicado al *branding* se estructuró sobre principios racionalistas que priorizaban claridad comunicativa, legibilidad tipográfica, simplicidad formal y coherencia sistemática. Influido por las corrientes del diseño moderno, especialmente la Bauhaus y el movimiento suizo, este enfoque adoptó la máxima arquitectónica “la forma sigue a la función” como principio

rector (Frascara, 2000; Müller-Brockmann, 1981). El diseño se entendía como herramienta de organización visual al servicio de la funcionalidad, orientada a transmitir mensajes inequívocos mediante signos gráficos concebidos para la eficacia perceptiva y la precisión lingüística.

En el ámbito del *branding*, este paradigma se materializó en identidades visuales que aspiraban a la neutralidad, la racionalidad y la estabilidad. Los logotipos y sistemas gráficos se concebían para garantizar uniformidad y repetibilidad en todos los puntos de contacto con el público. Tipografías sin serifas, composiciones simétricas, paletas cromáticas reducidas y geometrías abstractas se convirtieron en códigos globales del diseño corporativo (Olins, 1995; Van den Bosch et al., 2005). El objetivo consistía en dotar a las marcas de autoridad visual, *memorabilidad* y capacidad de diferenciación en un entorno saturado de estímulos, asegurando su identificación inmediata y la comprensión inequívoca de su mensaje.

A finales del siglo XX, este modelo empezó a ser cuestionado. La creciente complejidad de los mercados, la segmentación de audiencias y la consolidación de una cultura visual postmoderna evidenciaron las limitaciones del enfoque funcional para generar vínculos sólidos con consumidores. Costa (2004) y Roberts (2004) señalan que el surgimiento de un consumidor más autónomo, emocionalmente implicado y culturalmente diverso llevó a replantear las estrategias visuales. Ya no bastaba con ser reconocible: las marcas debían resultar significativas y establecer conexiones simbólicas duraderas.

Este giro estuvo acompañado por el auge del marketing experiencial, que prioriza la creación de vivencias memorables sobre la mera exposición de atributos funcionales (Pine & Gilmore, 1999;

Schmitt, 1999). En este nuevo marco, el diseño gráfico adquirió un papel decisivo como mediador entre identidad de marca y subjetividad del consumidor (Gobé, 2001). Estéticamente, supuso un desplazamiento desde la sobriedad funcional hacia un lenguaje más expresivo, sensorial y afectivo, en el que proliferaron colores intensos, composiciones dinámicas, tipografías gestuales, ilustraciones personalizadas y recursos de evocación nostálgica (Lupton, 2014).

Norman (2004) formuló un modelo de diseño emocional que distingue tres niveles: el visceral, vinculado a la respuesta sensorial inmediata; el conductual, relacionado con la experiencia de uso; y el reflexivo, centrado en el significado simbólico y la memoria afectiva. Estas dimensiones, simultáneamente operativas, explican cómo el diseño de marca incide en distintos planos de la experiencia emocional del consumidor. Desde perspectivas complementarias, Gobé (2001) desarrolló el concepto de *emotional branding* para describir estrategias orientadas a provocar alegría, nostalgia, orgullo o pertenencia, mientras Roberts (2004) introdujo el término *lovemarks* para identificar marcas que, además de respeto, suscitan amor mediante intimidad, misterio y sensualidad.

Otros autores como Costa (2004) y Thomson *et al.* (2005) han resaltado el papel de los signos visuales e iconos en la construcción de identidades emocionalmente significativas. Costa (2004) destaca que logotipos, colores, tipografías y formas simbólicas actúan como condensadores de significado y emoción, transformando a la marca en un referente cultural cuando se asocian con experiencias positivas. Thomson *et al.* (2005) sostienen que las marcas que combinan eficazmente señales nostálgicas con mensajes coherentes crean una narrativa

coherente que apela a la identidad y las necesidades emocionales de los consumidores, de tal modo que incrementa las posibilidades de reactivación.

Desde la semiótica, este tránsito puede interpretarse como un cambio de una lógica denotativa —centrada en la claridad objetiva— a una lógica connotativa, que busca activar universos simbólicos, afectivos y culturales (Barthes, 2003; Eco, 2010). En un mercado saturado de mensajes, esta capacidad de generar afectos diferenciadores se ha convertido en un activo estratégico. El consumidor postmoderno, descrito por Baudrillard (2009) y Lipovetsky (2006), se caracteriza por su eclecticismo estético y su preferencia por experiencias y narrativas que refuercen su identidad, más allá de criterios de precio o utilidad.

En consecuencia, el diseño gráfico contemporáneo se ha convertido en un campo de experimentación formal, discursiva y emocional. Las marcas innovadoras han incorporado tipografías expresivas, gamas cromáticas no convencionales, ilustraciones únicas, animaciones y realidad aumentada, siempre en función de estrategias para construir *memorabilidad*, conexión afectiva y singularidad identitaria (Landa, 2010; De Byl, 2015; Günay, 2024).

Los entornos digitales han amplificado este enfoque. Frente a los soportes tradicionales, las plataformas digitales y las redes sociales posibilitan experiencias interactivas, inmersivas y personalizadas que fortalecen el vínculo emocional con el usuario. *Microinteracciones*, animaciones tipográficas, mensajes en tiempo real y campañas transmedia permiten sostener narrativas emocionales coherentes en distintos canales, lo que se ha convertido en un factor determinante para el éxito del *branding* digital (Heller & Vienne, 2018).

Objetivos y metodología

El objetivo principal de esta investigación es identificar y analizar las tendencias predominantes en diseño gráfico a nivel global durante 2025, a partir de la hipótesis que plantea la existencia de una dialéctica activa entre un paradigma funcional, orientado a la claridad comunicativa y la eficacia técnica, y un paradigma emocional, centrado en la activación de vínculos afectivos y memorables con el público. Esta confrontación, documentada en el marco teórico, constituye el eje interpretativo desde el que se examinan las manifestaciones gráficas contemporáneas, en las que se valora cómo el diseño gráfico aplicado combina o prioriza recursos formales y narrativos para responder a las transformaciones del mercado y de la cultura visual.

De este objetivo general se derivan dos objetivos específicos. El primero es describir los recursos formales, cromáticos, tipográficos y compositivos presentes en las propuestas más influyentes, evaluando su afinidad con el enfoque funcional o con el enfoque emocional. El segundo es analizar los discursos visuales y narrativos que dichas propuestas despliegan para reforzar el recuerdo, la diferenciación y la conexión afectiva con el público.

Para cumplir con estos fines, se ha empleado una metodología de carácter cualitativo basada en la revisión documental y el análisis de contenido visual. La estrategia metodológica incluye, en primer lugar, la consulta de informes de tendencias publicados entre 2024 y 2025 por plataformas reconocidas del ámbito del diseño, como *Creative Bloq*, *GoDaddy*, *Gràffica*, *DiarioDesign* o *Graphic Design Junction* (May, 2024; Foley, 2025a; John, 2025; Culhane, 2025; Phillips, 2025; Gràffica, 2024; Marín, 2024; Graphic Design Junction, 2024). Se han priorizado

aquellas publicaciones que presentan una base empírica clara, ya sea a través del análisis de casos, la consulta a expertos del sector o la documentación de proyectos reales, y que ofrecen una perspectiva global.

En segundo lugar, se han seleccionado ejemplos de aplicación concreta de las tendencias. Estos casos se han identificado a través de medios especializados, redes profesionales y fuentes oficiales de las propias marcas y estudios. La selección se ha guiado por criterios de diversidad geográfica, visibilidad mediática y relevancia tipológica. En todos los casos se ha contrastado la veracidad del ejemplo con fuentes fiables.

El corpus resultante se ha organizado temáticamente en bloques que siguen las categorías estilísticas predominantes. Para cada tendencia, se han analizado las decisiones formales, los materiales gráficos empleados y los referentes estéticos invocados. Esta metodología permite articular un enfoque descriptivo con una lectura crítica que pone en diálogo las prácticas visuales con sus contextos de producción y recepción. La sistematización de las tendencias en forma de tipologías interpretadas no pretende ser exhaustiva, pero sí suficientemente representativa para caracterizar el momento presente del diseño gráfico en clave internacional.

De este modo, la relación entre los objetivos formulados y la metodología adoptada permite comprobar la validez de la hipótesis, ya que la descripción detallada de los recursos formales y narrativos, junto con el análisis interpretativo de los discursos visuales, proporciona evidencias concretas sobre la prevalencia y la interacción de los enfoques funcional y emocional. Al examinar cómo cada tendencia articula su propuesta estética y comunicativa en función de estos dos paradigmas,

el estudio ofrece un marco comparativo capaz de revelar si existe, en la práctica, la dialéctica activa que la hipótesis plantea, y en qué medida orienta las estrategias creativas y de posicionamiento de las marcas.

Resultados: *Ugly minimalism* y *bold minimalism*

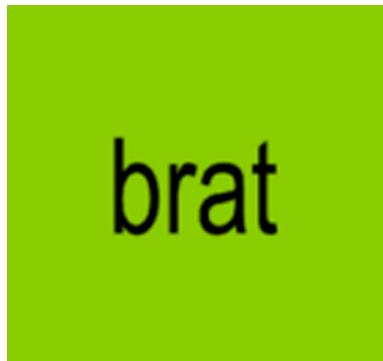
Entre las tendencias que marcan con mayor intensidad el panorama del diseño gráfico en 2025 destaca el *ugly minimalism*, que podría traducirse como *minimalismo feísta*: se trata de un enfoque que subvierte los principios clásicos del minimalismo mediante decisiones formales provocadoras, el uso deliberado de lo feo y una estética visualmente agresiva (Marín, 2024; May, 2024). Su lógica no reside en la pulcritud ni en la neutralidad, sino en incomodar, atraer mediante el contraste o lo disonante y transmitir una idea de autenticidad visual. Esta corriente no es meramente accidental: se construye conscientemente como reacción a la limpieza aséptica de las composiciones generadas por IA, a la normalización del *branding* plano y a la homogeneidad visual del diseño corporativo globalizado.

El *ugly minimalism* se caracteriza por la reducción extrema de elementos, la ampliación excesiva del texto en composiciones básicas y el uso de tipografías grotescas, sin correcciones ópticas, a menudo deformadas o de trazo basto. Las paletas cromáticas tienden a lo estriidente, como en el caso de los verdes ácidos, los rosas saturados o los fondos monocromos de alta luminosidad. Un ejemplo paradigmático de esta estética es la portada del álbum *Brat* (2024) de Charli XCX (figura 1), diseñada por Brent David Freaney, en la que la palabra “BRAT” aparece con escasa nitidez en una fuente sans-serif gruesa, colocada en el centro de un fondo verde chillón, sin efectos, sin adornos

y sin sombras. El diseño se desarrolló con el objetivo de romper con cualquier expectativa estética convencional (May, 2024).

Figura 1

Portada del álbum Brat de Charli XCX



Xclopedia (2024).

Lejos de implicar descuido o falta de profesionalidad, el *ugly minimalism* se convierte en una herramienta estratégica para diferenciarse en un entorno sobresaturado de imágenes digitalmente optimizadas. El acto de diseñar con elementos que parecen mal ejecutados se convierte, así, en un gesto intencional, cargado de discurso. Según Marín (2024), el *feísmo* supone “una ruptura radical con los cánones tradicionales de belleza”, donde cada vez más creadores valoran lo caótico y lo imperfecto como forma de expresión auténtica.

Esta tendencia ha encontrado un terreno fértil especialmente en proyectos dirigidos a audiencias jóvenes o *underground*, que valoran la frescura y honestidad por encima del refinamiento. Pequeñas marcas alternativas, sellos de música independiente y eventos culturales

han adoptado el *minimalismo feísta* como forma de diferenciarse de la comunicación corporativa tradicional (May, 2024).

Cabe señalar, sin embargo, que el *ugly minimalism* no constituye una moda carente de raíces: se sitúa en continuidad con el diseño grunge de los años noventa, con referentes como David Carson, el *kitsch* o el *antidiseño*. La diferencia reside en su actual legitimación en el ámbito comercial: lo que antes era marginal hoy se exhibe en portadas de discos, campañas de moda y *branding* de pequeños negocios. Marcas de ropa urbana, festivales independientes o locales gastronómicos de estética *underground* adoptan con naturalidad este lenguaje gráfico para construir una imagen cercana, humana y alternativa.

Incluimos dentro de este apartado otra tendencia actual ligada al minimalismo: el *bold minimalism*. A diferencia del minimalismo gráfico dominante en la década de 2010, caracterizado por la sobriedad tipográfica inspirada en la Escuela Suiza y el uso estratégico de amplios espacios en blanco, la tendencia actual se orienta hacia una reformulación más expresiva y contundente del concepto. Esta corriente, en lugar de suprimir elementos, enfatiza su presencia visual mediante decisiones tipográficas de gran impacto y paletas cromáticas intensas que, sin perder la economía formal, generan una experiencia visual memorable (Foley, 2025a; John, 2025).

El *bold minimalism* no renuncia a los principios de claridad y funcionalidad, pero amplifica su capacidad comunicativa concentrando la atención en elementos muy seleccionados. Tipografías sans-serif de trazo grueso, formas geométricas sólidas y colores saturados configuran la nueva sintaxis visual (Foley, 2025a). Ejemplos recientes de esta tendencia se observan en el rediseño de la identidad visual de PayPal, que

ha optado por una tipografía sans-serif robusta como signo de confianza y estabilidad (John, 2025).

Geometría abstracta

Otra de las tendencias clave es el uso intensivo de la geometría abstracta como recurso estructural y estético. Esta corriente, aunque vinculada históricamente a movimientos artísticos de vanguardia como el constructivismo o a las acciones de la Bauhaus, ha adquirido en los últimos años una renovada vitalidad gracias al diseño digital, la animación y las herramientas de diseño generativo. Se caracteriza por la utilización de formas geométricas simples —círculos, cuadrados, rectángulos, líneas, triángulos— combinadas con composiciones abiertas, disposición asimétrica, aplicación de máscaras para insertar imágenes y esquemas cromáticos que van desde los tonos pastel hasta las paletas más vibrantes. La superposición, el blanco como espacio negativo y la combinación de tipografía sans-serif con formas básicas generan así una composición vibrante y estructurada a la vez (figura 2).

La geometría abstracta se presenta como un lenguaje visual universal que permite generar dinamismo, claridad y coherencia sin depender de elementos figurativos. La simplicidad formal de las figuras geométricas actúa como una plantilla flexible sobre la que construir mensajes gráficos versátiles y atractivos. En 2025, esta estética se ha consolidado como una solución visual efectiva para múltiples aplicaciones: desde la identidad gráfica institucional hasta el diseño editorial, pasando por redes sociales, *packaging* o presentaciones corporativas.

Figura 2

Plantillas diseñadas por Tetiana Lazunov



Alamy (2025).

El uso de geometría abstracta también se beneficia del avance en herramientas de animación y diseño 3D. Muchas composiciones estáticas se desarrollan como versiones en movimiento en redes sociales o plataformas web, donde las formas giran, se transforman o se fusionan generando una experiencia más envolvente, conectando con los principios del diseño responsivo y adaptativo.

Desde una perspectiva histórica, puede entenderse como una reactualización del legado del diseño suizo, aunque desprendida de su rigidez normativa. Si el International Typographic Style se construía a partir de retículas estrictas y un rechazo de la decoración, la geometría abstracta actual recupera la forma simple, pero no renuncia al color vibrante, la asimetría ni la composición lúdica. En este sentido, funciona

como una actualización contemporánea de los principios de racionalidad visual, adaptados a la estética de la cultura digital.

Degrados texturizados y estética líquida

Los degradados, lejos de desaparecer como recurso visual tras el auge que vivieron en la segunda mitad de la década de 2010, se han consolidado en 2025 como una de las soluciones cromáticas más eficaces y versátiles en diseño gráfico. Su presencia en interfaces, *packaging*, cartelería digital y gráfica editorial persiste y evoluciona hacia un enfoque más complejo y táctil, lo que se ha definido como degradado líquido o degradado texturizado. Esta forma renovada de aplicar transiciones cromáticas abandona los degradados planos y lineales en favor de mezclas dinámicas, multitonales y cargadas de matices visuales, con una fuerte dimensión sensorial y espacial.

En términos formales, estos degradados se caracterizan por la incorporación de transiciones suaves entre múltiples colores (a menudo tres o más), la aparición de efectos de iluminación sutiles y la inclusión de texturas como grano, difuminado o ruido digital. El resultado es una superficie visual que recuerda a materiales líquidos, metálicos o translúcidos, donde la luz parece desplazarse dentro del color. En estas composiciones, el degradado funciona como fondo atmosférico, pero también como elemento estructurador que distribuye la atención visual y genera profundidad. Se trata, por tanto, de una estrategia formal que no decora, sino que organiza, intensifica y dramatiza la experiencia del espectador.

Figura 3

Anuncio en Instagram de Operación Triunfo 2025.



Prime Video (2024).

En 2025, los degradados combinan desde paletas vibrantes hasta tonos neutros, según el mensaje que la marca busque transmitir. Suelen incorporar texturas, variaciones de luz y sombra o mezclas que añaden complejidad y *memorabilidad* e integran formas geométricas (Culhane, 2025). La identidad visual de *Operación Triunfo 2025* (figura 3) constituye un ejemplo representativo de la tendencia de diseño líquido. El logotipo combina degradados vibrantes entre tonos cálidos y fríos, con matices y texturas que aportan profundidad y adaptabilidad. Contornos difusos, transparencias y composiciones fluidas refuerzan una estética versátil y sensorial, coherente con el carácter dinámico del programa.

La capacidad de los degradados líquidos para construir atmósferas visuales, su potencial sensorial y su flexibilidad compositiva los convierte en un recurso clave tanto para marcas comerciales como para proyectos editoriales, culturales o institucionales. El degradado se ha transformado en una herramienta discursiva con la que modelar la

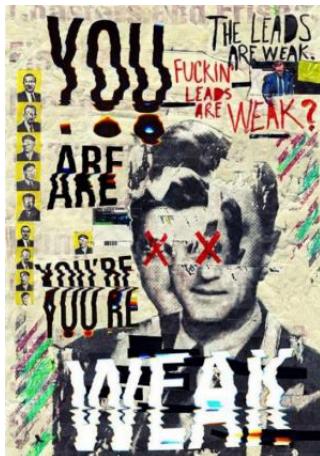
percepción del color, del espacio y de la emoción en el universo visual contemporáneo.

Estética *glitch* y descomposición visual

La estética *glitch* se ha consolidado como un lenguaje visual reconocible, especialmente en ámbitos vinculados a la tecnología, la música electrónica, la cultura digital y el arte experimental. Basada en la apropiación deliberada de errores digitales —distorsiones, duplicaciones, interferencias, desplazamientos de canal—, esta tendencia convierte la imperfección tecnológica en un recurso expresivo (Graphic Design Junction, 2024). Frente a la homogeneidad de las imágenes limpias y perfectas, el *glitch* introduce disonancia visual para generar impacto, subrayar modernidad y proyectar una identidad disruptiva.

Figura 4

25 Amazing Examples Of Glitch Typography Bashooka



Pinterest (2025).

Entre sus características más recurrentes se encuentran la *pixelación* y la baja resolución intencionada, los desfases de color inspirados en efectos analógicos, la superposición de capas desalineadas y la fragmentación tipográfica (Graphic Design Junction, 2024). En el terreno audiovisual, se traduce en animaciones que simulan caídas de sistema, reinicios o bucles de error, aportando dinamismo y sorpresa (figura 4). El *glitch* tridimensional amplía este lenguaje a entornos inmersivos y objetos 3D, fragmentando o distorsionando elementos en tiempo real (Graphic Design Junction, 2024).

En su dimensión simbólica, esta estética remite a la fragilidad de los sistemas, la estética del colapso y la nostalgia por las imperfecciones tecnológicas del pasado, desde las cintas VHS hasta los videojuegos de 8 bits. Su carácter contracultural y próximo al *antidiseño* lo convierte en un signo de resistencia frente a los discursos visuales corporativos, al tiempo que seduce a públicos jóvenes y familiarizados con la cultura de internet.

Antidiseño

El *antidiseño* no consiste en una ausencia de diseño, sino en una forma estratégica de transgresión formal, donde se desarticulan los criterios clásicos de jerarquía visual, alineación, proporcionalidad o armonía cromática (Foley, 2025b). Esta corriente recupera, con un enfoque contemporáneo, las lógicas visuales de los fanzines *punk*, el diseño *grunge* de los 90 de David Carson, las páginas web del internet primitivo y los collages impresos de baja resolución, combinándolos con herramientas digitales actuales y un sentido irónico de autorrepresentación.

Figura 5

Campaña de Diesel en la Navidad de 2024



Spiliotopoulos (2024).

Según Foley (2025b), el *antidiseño* “rompe el manual de estilo” y encuentra su potencia visual precisamente en lo disonante: textos en exceso, fuentes discordantes, composiciones sobrecargadas y una mezcla caótica de colores y elementos gráficos. Esta estrategia se emplea tanto en entornos independientes como en proyectos comerciales que buscan diferenciarse de la neutralidad corporativa. Marcas como Balenciaga o Diesel (figura 5) han coqueteado con esta estética en campañas publicitarias recientes, adoptando una gráfica saturada y aparentemente amateur como símbolo de irreverencia, provocación o rebeldía cultural.

El *antidiseño* contemporáneo se caracteriza por composiciones visuales deliberadamente caóticas, en las que convergen múltiples tipografías dispares, escalas y paletas cromáticas discordantes, sin jerarquía ni retícula aparente (Foley, 2025b). Este exceso visual, que integra solapamientos, marcos incongruentes y elementos heterogéneos, busca generar un “ruido estético” que tensiona la percepción y desafía la

claridad comunicativa. Se incorporan recursos como imágenes de baja calidad, distorsiones, iconografía obsoleta, emojis sobredimensionados y gráficos inspirados en la Web 1.0 o en estéticas *lo-fi* y *retro-web*. En el plano cromático y formal, se privilegian combinaciones estridentes y formas irregulares que rompen la armonía tradicional.

Este repertorio visual no persigue la legibilidad inmediata, sino provocar una reacción crítica o irónica, a menudo reforzada con mensajes provocadores o guiños culturales que apelan a audiencias familiarizadas con el código. En su circulación digital, especialmente en plataformas como Tumblr o TikTok, el *antidiseño* se presenta como un gesto de auto reflexividad y de resistencia a las convenciones estéticas dominantes.

El *antidiseño* se configura, por lo tanto, como una estrategia visual orientada a cuestionar las convenciones formales y a generar diferenciación en un contexto de elevada saturación visual. Este enfoque convierte la imperfección en un recurso identitario y articula composiciones deliberadamente caóticas como medio para transmitir autenticidad y singularidad. Si bien su aplicación integral puede implicar riesgos para las marcas, al favorecer interpretaciones divergentes por parte del público, su influencia es constatable en el repertorio gráfico contemporáneo. En este marco, actúa como un elemento de experimentación que coexiste con otras tendencias, contribuyendo a diversificar los lenguajes visuales del diseño global.

Diseño *mobile-first* y adaptabilidad visual

En un escenario marcado por la hegemonía de los dispositivos móviles como principal vía de acceso a contenidos digitales, el enfoque *mobile-first* se ha consolidado como un principio estructurador del diseño

gráfico actual. El tráfico en la web a través de dispositivos móviles ya supone casi el 62% del total en 2024 (Statista, 2025). Esta tendencia prioriza el diseño de piezas visuales concebidas originalmente para pantallas pequeñas, especialmente teléfonos inteligentes, y solo posteriormente adaptadas a otros soportes como tabletas, ordenadores o formatos impresos. La limitación de espacio fomenta el minimalismo funcional: tipografías de gran tamaño, amplios márgenes, alto contraste, iconografía reconocible y estructuras modulares verticales pensadas para el desplazamiento táctil. También impulsa una estrategia multiplataforma, donde logotipos, paletas y sistemas visuales se diseñan de forma adaptable y escalable, garantizando su correcta visualización (Visual Edge, 2024).

El *mobile-first* ha transformado la producción de contenidos para redes sociales, ha impuesto formatos verticales (9:16) como norma y ha favorecido composiciones fragmentadas en secuencias breves, optimizadas para la inmediatez del consumo en plataformas como Instagram o TikTok. Las interfaces incorporan gestos táctiles, *microanimaciones* y elementos interactivos que generan experiencias inmersivas y combinan principios de usabilidad con una estética limpia y sintética.

Asimismo, ha influido en la identidad visual corporativa, lo que ha motivado rediseños que simplifican formas, optimizan tipografías para alta densidad de píxeles y ajustan colores a las condiciones de visualización en móviles. De esta forma, el *mobile-first* representa un cambio cultural que redefine la estética contemporánea hacia la claridad, la verticalidad y el diseño en módulos, unifica en parte el lenguaje visual global y condiciona las decisiones de diseño en todos los sectores.

Conclusiones

La hipótesis inicial de esta investigación sostenía que las tendencias globales del diseño gráfico actual estarían determinadas por la interacción entre un enfoque funcional, centrado en la claridad y la eficiencia comunicativa, y un enfoque emocional, orientado a generar experiencias visuales capaces de conectar con las audiencias en un contexto de saturación mediática. El análisis realizado confirma en gran medida esta premisa y evidencia que las corrientes dominantes integran ambos discursos en proporciones variables según el medio, el sector y el público objetivo. Las prácticas observadas muestran que la estética y la funcionalidad ya no se conciben como ámbitos excluyentes, sino como dimensiones complementarias que deben coexistir para responder a las exigencias de un ecosistema digital fragmentado y dinámico.

Las tendencias analizadas articulan una lógica compleja de producción visual marcada por la simultaneidad, la hibridez y la adaptación constante, aunque dependen de las modas y de los gustos contemporáneos. Frente a concepciones unificadoras del estilo, el diseño contemporáneo apuesta por una versatilidad que combina tradición y ruptura, eficacia y fricción, precisión formal y disonancia afectiva.

Las conclusiones de la investigación apuntan hacia tres direcciones estratégicas. En primer lugar, la eficacia comunicativa se construye hoy desde una oposición productiva entre claridad y desobediencia visual. En segundo lugar, la centralidad de los dispositivos móviles redefine las condiciones del diseño y obliga a repensar la escala, el ritmo y la jerarquía gráfica. En tercer lugar, el valor simbólico del error, la nostalgia y la huella humana cobra relevancia como antídoto frente a la perfección algorítmica de la inteligencia artificial. En este escenario,

el diseñador deja de ser un ejecutor de estilos para convertirse en un mediador cultural entre lenguajes técnicos y experiencias sensibles.

La investigación también ha mostrado que la coexistencia de tendencias aparentemente opuestas no implica la fragmentación del discurso visual, sino la ampliación de un repertorio estético que se adapta a públicos y contextos diversos. En paralelo, la exigencia de coherencia y legibilidad en entornos multiplataforma ha impulsado una depuración formal que canaliza la creatividad hacia soluciones eficaces.

Los objetivos planteados en este trabajo se han cumplido de forma satisfactoria. Se han identificado y descrito las principales tendencias estilísticas, se ha contextualizado su aparición en relación con factores tecnológicos, culturales y sociales, y se ha evaluado su impacto en distintos ámbitos del diseño gráfico. La investigación ha aportado un marco de referencia que conecta la observación empírica de piezas y campañas con las categorías conceptuales desarrolladas en el marco teórico y ha permitido explicar la lógica que subyace en la proliferación de ciertas estéticas.

Pese a estos avances, el trabajo presenta algunas limitaciones. La naturaleza cambiante del diseño gráfico dificulta fijar un marco estable de tendencias, ya que muchas de ellas evolucionan o desaparecen en plazos cortos. La selección de casos y referencias, aunque amplia y variada, no agota la totalidad de propuestas emergentes a nivel internacional.

A partir de estas limitaciones se abren posibles líneas de ampliación para futuras investigaciones. Resultaría pertinente incorporar un análisis cuantitativo sobre la presencia y evolución de tendencias en entornos digitales, apoyado en herramientas de seguimiento y minería

de datos visuales. También sería de interés explorar la recepción de estas corrientes en audiencias segmentadas, según diversos factores. Otra línea potencial se orienta al impacto medioambiental de las prácticas de diseño, tanto en entornos físicos como virtuales, en un contexto donde la sostenibilidad comienza a influir en las decisiones estéticas y técnicas.

Referencias

- Alamy (2025). Geometric posters. Bauhaus cover templates with abstract geometry. *Alamy*. <https://bit.ly/4mcCwFW>
- Barthes, R. (2003). El mensaje fotográfico. En R. Barthes, *Ensayos críticos* (pp. 205–219). Ediciones Seix Barral.
- Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Siglo XXI.
- Costa, J. (2004). *La imagen de marca: un fenómeno social*. Paidós.
- Culhane, D. (2025, 28 de febrero). 10 tendencias de diseño gráfico para redes sociales. *GoDaddy*. <https://bit.ly/3HgDm5f>
- Eco, U. (2010). *Tratado de semiótica general*. Editorial Lumen.
- De Byl, P. (2015). A conceptual affective design framework for the use of emotions in computer game design. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 9(3), Article 4. <https://doi.org/10.5817/CP2015-3-4>
- Foley, J. (2025a, 16 de abril). What is Bold Minimalism, the bold new trend sweeping the design world? *Creative Bloq*. <https://www.creativebloq.com/design/bold-minimalism-design-trend>

[creativebloq.com/design/graphic-design/what-is-bold-minimalism-the-bold-new-trend-sweeping-the-design-world](https://www.creativebloq.com/design/graphic-design/what-is-bold-minimalism-the-bold-new-trend-sweeping-the-design-world)

Foley, J. (2025b, 2 de mayo). What is anti-design, the rising trend that tears up the rule book? *Creative Bloq*. <https://www.creativebloq.com/design/graphic-design/what-is-anti-design-the-trend-that-tears-up-the-rule-book>

Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente*. Infinito.

Gràffica (2024a, 20 de enero). Tendencias visuales de 2024: Usar el futuro para diseñar el pasado. *Gràffica*. <https://bit.ly/3Hw2e90>

Gràffica (2024b, 10 de diciembre). Las tendencias en diseño gráfico para 2025 según HelloPrint. *Gràffica*. <https://bit.ly/4lkUEfi>

Graphic Design Junction (2024, 11 de noviembre). 10 top visual trends for 2025. *Graphic Design Junction*. <https://graphicdesignjunction.com/2024/11/10-top-visual-trends-for-2025>

Gobé, M. (2010). *Emotional branding: The new paradigm for connecting brands to people*. Allworth Press.

Günay, M. (2024). The impact of typography in graphic design. *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 15(57), 1446-1464. <https://doi.org/10.35826/ijoeess.4519>

Heller, S., & Vienne, V. (2018). *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility*. Allworth Press.

John, D. (2025, 16 de abril). What is Bold Minimalism, the bold new trend sweeping the design world? *Creative Bloq*. <https://www.creativebloq.com/design/graphic-design/what-is-bold-minimalism-the-bold-new-trend-sweeping-the-design-world>

Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. En Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (eds.), *The uses of mass communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (pp. 19-32). Sage.

Landa, R. (2010). *Diseño gráfico y publicidad. Fundamentos y soluciones*. Anaya Multimedia.

Lipovetsky, G. (2006). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Anagrama.

Lupton, E. (2010). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, and students*. Princeton Architectural Press.

Marín, L. (2024, 12 de noviembre). Adiós a la belleza perfecta. El feísmo irrumppe para cuestionar “el buen gusto”. *DiarioDesign*. <https://diariodesign.com/disenio/adios-belleza-hola-feismo/>

May, T. (2024, 5 de diciembre). 10 graphic design trends to watch in 2025 (plus 4 to avoid). *Creative Bloq*. <https://bit.ly/3J7uAHn>

Müller-Brockmann, J. (1981). *Grid Systems in Graphic Design*. Niggli Verlag.

Norman, D. A. (2005). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. Basic Books.

Olins, W. (1995). *La imagen corporativa internacional*. Gustavo Gili.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy. Work Is Theater & Every Business a Stage*. Harvard Business Press.

Pinterest (2025). 25 amazing examples of glitch typography Bashooka. <https://es.pinterest.com/pin/18718154688660814/>

Prime Video España [@primevideos] (2024, 9 de julio). *¡Operación Triunfo volverá en septiembre de 2025!* [Imagen]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C9NKGofIM6z/?utm_source=ig_embed

Phillips, J. (2025, 23 de enero). Graphic design trends 2025: Blending tech and texture. GoDaddy. <https://www.godaddy.com/resources/skills/graphic-design-trends-2025>

Roberts, K. (2004). *Lovemarks: El futuro más allá de las marcas*. Empresa Activa.

Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. Free Press.

Statista (2025, 28 de enero). Percentage of mobile device website traffic worldwide from 1st quarter 2015 to 4th quarter 2024. <https://www.statista.com/statistics/277125/share-of-website-traffic-coming-from-mobile-devices/>

Spiliopoulos, P. (2024, noviembre 21). More, more, more: Diesel's Holiday 2024 campaign lauds opulent excessiveness. *VMagazine*.

<https://vmagazine.com/article/more-more-more-diesels-holiday-2024-campaign-lauds-opulent-excessiveness/>

Thomson, M., MacInnis, D. J., & Park, C. W. (2005). The Ties That Bind: Measuring the Strength of Consumers' Emotional Attachments to Brands. *Journal of Consumer Psychology*, 15(1), 77-91. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1501_10

Van den Bosch, A. L. M., de Jong, M. D. T., & Elving, W. J. L. (2005). How corporate visual identity supports reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(2), 108-116. <https://doi.org/10.1108/13563280510596925>

Visual Edge (2024, 20 de abril). The impact of mobile design on graphic design trends. *Visual Edge*. <https://visualedge.ro/the-impact-of-mobile-design-on-graphic-design-trends/>

Xcxpedia (2025). Charli XCX Wiki. *Xcxpedia*. https://xcx-world.fandom.com/wiki/Charli_XCX_Wiki

PARTE 2 - ANÁLISES

DA MEMÓRIA À INSURGÊNCIA: CONSIDERAÇÕES SOBRE AS FOTOGRAFIAS NO FILME “AINDA ESTOU AQUI”

Breno da Silva Carvalho¹

O presente texto parte do livro “Ainda estou aqui”, relato memórialístico de Marcelo Rubens Paiva (2015) sobre sua família, tendo como pano de fundo o desaparecimento do seu pai, Rubens Beyrodt Paiva, durante a ditadura brasileira, a fim de refletir sobre o manejo das fotografias presentes em sua adaptação para o cinema, assinada por Walter Salles (2024) e roteirizada por Murilo Hauser e Heitor Lorega.

Desse ponto de partida, pode-se debruçar sobre três conjuntos de imagens que o longa-metragem emprega em sua produção: o primeiro deles consiste nas *imagens particulares*, pertencentes à família Paiva,

1. Doutor em Antropologia.

Professor do Departamento de Comunicação Social (DECOM) e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) – na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

brenosc@uol.com.br

protagonista do filme, exibidas na obra, expondo, os pais – Rubens e Eunice Paiva, que assume o protagonismo no filme, e seus cinco filhos/as (crianças e jovens): Ana Lúcia Facciolla Paiva, Maria Beatriz Facciolla Paiva, Maria Eliana Facciolla Paiva, Marcelo Rubens Paiva (autor do livro) e Vera Sílvia Facciolla Paiva; o segundo conjunto compreende a *recriação de imagens* a partir desse acervo histórico pessoal – seja em sua retratação como registro fotográfico ou audiovisual; por fim, o terceiro bloco apropria-se de algumas *imagens contemporâneas* produzidas em decorrência da obra filmica, divulgadas em perfis pessoais do *Instagram* – preferencialmente, do elenco.

Para desenvolver esse percurso analítico, este texto aciona, metodologicamente, as contribuições de Penafria (2009) sobre análise filmica, sendo a base para as percepções que a obra audiovisual enseja, fruto da adaptação direta do livro homônimo – o que já se inicia na seção a seguir. Inicialmente, torna-se oportuno descrever as premissas de análise proposta pela autora, a qual se baseia em duas etapas: a primeira relacionado à decomposição / descrição da peça audiovisual; a segunda, o estabelecimento das relações entre esses elementos decompostos, a fim de compreendê-los e interpretá-los. Assim, tem-se a decomposição de um filme de longa-metragem com *2 h 16 min 33 seg* em 4 partes, a saber:

- *Parte 1* - Do início a *35 min 18 seg*: no Rio de Janeiro de 1970, há a apresentação do ambiente familiar com olhar sobre os hábitos cotidianos em um contexto vivenciado pela família com sua rotina e suas partilhas, seus momentos para refeições coletivas, danças com música ambiente, ligações telefônicas, chegada de um cão etc.

- *Parte 2* - De *35 min 18 seg* a *2 h 1 min 57 seg*: corresponde ao momento de prisão/desaparecimento do deputado Rubens Paiva no

Rio de Janeiro, em 1971, até o envelhecimento de Eunice Paiva em São Paulo com atenção aos anos de 1996 e 2014. Ainda na década de 70, ocorre a prisão de Eliana Paiva por 2 dias, em janeiro de 1971 e de Eunice Paiva durante 11 dias no fim de janeiro - início de fevereiro também em 1971.

Importante registrar os silenciamentos narrativos praticados nesse grande intervalo temporal: os silêncios associados à inexistência (explícita) de motivo que justifique a prisão/desaparecimento de Rubens Paiva, de sua esposa e de sua filha; os “não-ditos” em contexto familiar – seja de Rubens, sobre suas ações; de Eunice, após voltar da prisão, como também em condutas sociais, como a partir da volta de Eunice, em interações entre amigos, no banco etc.; a morte de Pimpão (o cachorro da família); o silêncio da casa vazia com a mudança da família para São Paulo; de um silêncio que deriva da “política de esquecimento” instaurada pelo Estado durante a ditadura brasileira até o momento de obtenção do atestado de óbito de Rubens Paiva por sua mulher em 1996. Paiva (2015) descreve esse momento:

23 de fevereiro de 1996. Centro velho de São Paulo. Calor. Sol. Não ia chover. Ela [minha mãe] me fez vestir um dos ternos que eu tinha herdado dele [meu pai] e que estão comigo até hoje. Pegamos o metrô para descer na praça da Sé. Adorávamos andar de metrô. Caminhamos até o cartório de Registro Civil das Pessoas Naturais – 1º Subdistrito da Sé. Os funcionários estavam assustados com a quantidade de fotógrafos e cinegrafistas. Era um momento sublime. Mal sabiam que se fazia história naquela repartição abafada. Um cordão da imprensa respeitou a nossa passagem. A escrevente substituta Cibeli da Silva Bortolotto nos entregou, com as mãos trêmulas e um sorriso forçado, o atestado: “Certifico que, em 23 de fevereiro de 1996, foi feito o registro de óbito de Rubens Beyrodt Paiva. Profissão, engenheiro civil. Estado civil, casado. Natural de Santos, neste Estado.

Nascido em 26 de dezembro de 1929. Observações: Registro de Óbito, lavrado nos termos do Artigo 3º da Lei nº 9140, de 4 de dezembro de 1995”. Meu pai, um dos homens mais simpáticos e risonhos que Callado conheceu, morria por decreto, graças à Lei dos Desaparecidos, vinte e cinco anos depois de ter morrido por tortura. (Paiva, 2015, p. 30)

- *Parte 3* - De 2 h 1 min 57 seg a 2 h 8 min: contempla o processo de envelhecimento de Eucine Paiva e seu diagnóstico com a doença de Alzheimer;

- *Parte 4* - De 2 h 8 min ao término da obra: refere-se à apresentação dos créditos do longa-metragem e o momento de apresentação das *imagens particulares* da família Paiva, oferecendo ao espectador a compreensão sobre a reprodução e recriação desse acervo imagético para o filme – seja como fotografias ou como registro audiovisual.

Para dar início a esta análise, convém revisitar alguns conceitos teóricos do campo das imagens e do pensamento social brasileiro contemporâneo.

Entre imagens particulares, recriadas e registros contemporâneos

A constituição da obra audiovisual “Ainda estou aqui” apresenta um conjunto imagético que provoca a reflexão sobre a memória na perspectiva de Bosi (1994) por meio de sua apropriação de Henri Bergson (1999) – especificamente, o livro “Matéria e memória”. Segundo a autora, ele parte da análise entre *ação e representação*, acompanhada do seguinte questionamento acerca da experiência da percepção: “o que percebo em mim quando vejo as imagens do presente ou evoco as do passado?” (Bosi, 1994, p. 44).

Para responder tal questão é preciso às ações e reações do corpo ao seu ambiente, pois, em um primeiro ponto, a percepção surge como um intervalo entre ações e reações – é nesse momento lacunar que surgem imagens, as quais, elaboradas, assumem a qualidade de signos da consciência; um segundo ponto consiste na perda da função de produtor das percepções por parte do sistema nervoso central, tornando-se um “condutor” (no esquema da ação) ou um “bloqueador” (no esquema da consciência). Assim, ação e representação ligam-se ao esquema corpo-ambiente: em âmbito positivo, a ação; negativo, a representação.

É por meio desta distinção que se situa o desafio da perspectiva bergsoniana, tensionada por Bosi (1994), já que o universo das percepções (e, consequentemente, das ideias e das representações) não se constitui do mesmo modo que o universo das lembranças. Segundo ele, cabe à memória um “estatuto espiritual diverso da percepção”, uma vez que compete à mesma o papel de “conservação do passado” – passado este que se faz presente na forma de “imagens-lembrança” (Bosi, 1994, p. 53). É crucial enfatizar essa distinção, pois a própria autora aponta como

todo esforço científico e especulativo de Bergson [(1999)] está centrado no princípio da diferença: de um lado, o par percepção-ideia, par nascido no coração de um presente corporal contínuo; de outro, o fenômeno da lembrança, cujo aparecimento é descrito e explicado por outros meios. (Bosi, 1994, p. 46)

“Ainda estou aqui” evoca duplamente esses meios: seja por meio das recordações dos personagens ao longo da narrativa, movendo a ação dramática, como também pelas imagens apresentadas ao espectador – as particulares, pertencentes à família Paiva, exibidas na obra e

as recriadas a partir desse acervo histórico pessoal, ora retratadas como registro fotográfico ou como conteúdo audiovisual do próprio filme.

A seguir, é reproduzido um conjunto comparativo dessas imagens, apresentadas, em sua maioria, na *Parte 4* do filme; as Figuras 5 e 6 surgem também na *Parte 2*, expondo o momento original de realização do registro fotográfico para uma matéria jornalística. No conjunto mencionado, pode-se ver, à esquerda, a imagem particular; à direita, sua recriação para o filme com parte do elenco, sendo elas: nas Figuras 1 e 2, respectivamente, Rubens Paiva e o ator Selton Mello, seu intérprete; nas Figuras 3 e 4, Rubens com Eunice, retratados por Selton Mello e pela atriz Fernanda Torres, sua intérprete; nas Figuras 5 e 6, Eunice com as filhas e o filho, tendo essa cena especialmente reproduzida no filme por Fernanda Torres juntamente com as crianças (quatro atrizes e um ator); nas Figuras 7 e 8, Rubens com casal de filhos, imagem refeita por Selton Mello com os intérpretes infantis.

Figura 1 e 2



Figura 3 e 4



Figura 5 e 6



Figura 7 e 8



Nota. Copiadas de matéria do GShow (2025).

Assim como Bergson (1999), esse texto insere-se em um esforço científico-especulativo que tensiona a relação entre ação e representação por meio da perspectiva filmica, remontada à luz de Manuela Penafria (2009), e a partir da visão microssociológica, observada nas ações (e reações) de seus personagens, o que convém olhar para as contribuições de Anthony Giddens (1989).

Compete ao sociólogo o entendimento das relações humanas como fruto de uma recíproca influência exercida entre os indivíduos sobre suas ações, quando em “copresença”, ou seja, estando conscientes de que “toda interação social é uma interação situada – [...] no espaço e no tempo” (Giddens, 1989, p. 69), além de estabelecer-se frente a contextos individualizadores e a um sistema de relevância configurados temporal e historicamente, o que se sustenta e se evidencia por meio das interpretações apresentadas no filme, aliando imagem e memória

a partir de sequências de eventos que focalizam *gente, tempo e lugar*. [O que possibilita, dessa forma,] a realização de análises que levam conjuntamente em consideração ação e representação, no contexto de circunstâncias específicas que se desenvolvem através do tempo, [e que podem ainda] favorecer a operacionalização de pesquisas que têm por premissa entender como conjuntos de significados são transmitidos e desenvolvidos e como a ação humana é medida por um projeto cultural no contexto das complexidades dos processos sociais. (Feldman-Bianco, 1987, p. 11)

O recurso explicitado por Feldman-Bianco (1987) articula-se com Giddens (1989) e dirige-se à própria produção científica ao permitir conciliar um tratamento dos personagens de “Ainda estou aqui” como atores sociais, o que faz dirigir o olhar ao comportamento concreto – típico da *teoria das ações* – com o entendimento decorrentes das lembranças

manifestas em algumas das cenas – conduta característica da *análise sobre as representações*. Tal combinação conduz à (efetiva) possibilidade de compreender como a narrativa culmina no pleito da insurgência.

Por meio da *análise da ação* tem-se a ênfase na observação do comportamento concreto por meio da demarcação de uma vigilância microssociológica, o que requer a (já mencionada) consideração dos personagens como atores sociais e a adoção de um enfoque utilitarista resultante em uma análise da razão prática – a teoria da práxis (Sahlins, 1997) e, consequentemente, “a apreensão de processos, ações e sequências de desenvolvimento, a partir de uma perspectiva histórica da sociedade em movimento e constante fluxo” (Feldman-Bianco, 1987, p. 11).

No filme, isso se projeta no entendimento, por parte de Eunice Paiva, da sua condição de viúva e de protagonista para a sobrevivência familiar em decorrência do desaparecimento (e do assassinato) do seu marido pelo estado brasileiro durante a ditadura militar. Consequentemente, sua luta se voltará à causa dos povos originários e aos direitos humanos, como destaca o próprio Marcelo Rubens Paiva (2015) em dois trechos do seu livro:

Assim era o Brasil da ditadura: o órgão que deveria defender os índios defendia os fazendeiros que invadiam as terras indígenas, a polícia federal, que deveria defender o direito do cidadão, defendia o Estado e o poder, que se sentia ameaçado pelo cidadão. Minha mãe viu semelhanças aí entre duas políticas de Estado, a da eliminação planejada e incontestável dos seus oponentes. Mataram deliberadamente os inimigos da ditadura. Deixam agora morrer os inimigos do progresso, do futuro, dos fazendeiros amigos do poder, poder instaurado por eles. Deixaram apodrecer nos porões da ditadura os adversários políticos. Deixem apodrecer os índios que não trabalham e são tutelados. (Paiva, 2015, p. 152)

Via minha mãe sem rancor, publicamente a favor da Anistia, aliada a movimentos dos direitos humanos, sensata, com um ideal nos punhos, e me dizia que ali estava a atitude correta, a nossa guerra. Ela aos poucos se tornava um ícone da redemocratização. Uma autoridade. Dava entrevistas, recepcionava aliados, frequentava reuniões no Congresso, agregava (Paiva, 2015, p. 145).

Complementarmente, por meio da *análise das representações*, busca-se a reconstrução de “visões de mundo”, o quê, na perspectiva de Marshall Sahlins (1997) resulta em uma ênfase na análise da razão simbólica (ou significativa, como ele também denomina).

A atenção à *representação* pode ser observada por meio das imagens produzidas em decorrência da obra filmica – no caso, divulgadas em perfis pessoais do *Instagram* do elenco. Esse artigo dedica-se a 3 (três) delas, a saber;

- Uma imagem de “bastidor”, publicada por Selton Mello (Figura 9), do momento em que é filmada a sequência em que Eunice tem seu marido levado preso. Pode-se identificar um outro ator ao fundo e profissionais da equipe técnica de filmagem – dentre eles, o operador de câmera;

- Uma outra imagem de “bastidor”, postada pela atriz Valentina Herszage (Figura 10): são identificados Fernanda Torres, Selton Mello e as crianças (atriz e ator) posando para a câmera dentro do carro da família;

- Uma terceira imagem consiste na visita de Fernanda Torres ao túmulo de Eunice Paiva, no Rio de Janeiro/BR, após o encerramento das filmagens do longa-metragem (Figura 11).

Figura 9



Selton Mello (2024).

Figura 10



Valentina Herszage (2024).

Figura 11



Oficial Fernanda Torres (2024).

O caráter simbólico da *representação* evocada por tais imagens reflete o que Gonçalves (2020) denomina de um “caráter conectivo e conversacional”, em diálogo com André Gunther (2015), que se coaduna à própria natureza dialógica das redes sociais na contemporaneidade em uma sociedade midiatizada.

Em duas dessas fotos (Figuras 10 e 11), a produção e o sentido das *selfies* cumprem função estética, associada ao sentido e à performance – o que, por um lado, promove o “conectivo e o conversacional”, legitimando genuinamente a conexão em busca da conversação e da interação com a audiência digital; e, por outro, confere visibilidade a uma memória (Torezani, 2018). Tem-se, desse modo, a retratação e a divulgação digital de um cotidiano como “forma de enxergar as forças políticas, artísticas e sociais que se concentram em torno [das suas formas] de representação” (Salazar, 2017, p. 130).

Nesse sentido, por meio dessas 3 (três) imagens, tem-se um cotidiano estetizado que resgata o tempo, a partir da produção da história de uma família, a fim de alcançar a memória nacional, acompanhado de um processo de visibilidade ao familiar e ao íntimo a partir da violência ditatorial brasileira, impedindo que se promova uma política do esquecimento sobre o tema.

Gonçalves (2020) observa ainda o “potencial estético”, por meio da acepção de Michel Poivert (2010), o que permite apontar que, independente da natureza das imagens (*particulares, recriadas ou produzidas para rede social*), elas se revelam revestidas desse “potencial” – o que as projeta para a *representação* de uma estética de insurgência (Freitas et al., 2024), o que será discutido a seguir.

A partir da memória, a insurgência

O entendimento de insurgência aqui empregado repousa na perspectiva de uma “cidadania insurgente”, como propõe James Holston (2013). Trata-se de uma visão que reflete os desafios brasileiros e emerge como resposta coletiva nacional ao reconhecimento da privação de direitos políticos, da exclusão da propriedade fundiária legal, da submissão a condições de moradias segregadas e da alienação ao reconhecimento jurídico e legal do estado-nação.

Segundo o autor, a concepção desse projeto tem início na década de 50 no país e imprime uma pauta reivindicatória da própria sociedade civil brasileira por bem estar social e pelo pleno exercício da cidadania. Ou seja, são pleitos e intenções anteriores ao período ditatorial, que são, obviamente, solapadas com a intervenção militar.

Em produção mais recente sobre o tema, Santos (2022) advoga a existência de um espaço social de disputa fluido, dinâmico e atravessado pela interação entre humanos e não humanos (pela materialidade) em prol da insurgência. Esse espaço deve ser visto como uma arena de troca de simbolismos, percepções de mundo e partilha de imaginários, onde há ainda a oportunidade para elaboração de questionamentos, adoção de condutas de vigilância e estímulo à contestação.

Em sua acepção, esse lócus ganha fôlego no contexto urbano e a partir do seu contraste com o Brasil rural: o projeto urbanístico nacional evidencia o seu tom segregador ao refletir as desigualdades nos direitos à sua ocupação de forma legítima, simétrica e igualitária. Essas clivagens estendem-se à construção de relações sociais dos sujeitos, na própria subjetividade de seus habitantes e, consequentemente, em seus processos de socialização.

Com isso, há, explicitamente, redefinições discursivas e conceituais para uma exposição da estética da insurgência, o que se materializa na modificação dos sentidos da emergência para o sujeito e no modo de sua dedicação à mobilização, como também no emprego de terminologias de ordem adequadas ao contexto digital (quando necessário) – o que se dá por meio do uso de “*hashtags, memes, gifs, remix* de imagens, cartazes e palavras de ordem” (Santos, 2022, p. 221), ou seja, um conjunto original de recursos e elementos que instauram novos sentidos aos discursos reivindicatórios.

Nesse sentido, para o autor, a ação insurgente pode contaminar e refletir-se na produção cultural de uma sociedade, enquanto uma expressão estética. Para a operacionalização de práticas insurgentes nessa esfera, Santos (2022) reflete sobre a criação de significados estéticos inéditos por meio da possibilidade de penetração da “estética insurgente” em diferentes campos artísticos, incluindo, os registros filmicos – o que se torna valioso para “Ainda estou aqui”.

O referencial estético insurgente surge como força ativa de natureza política com a ressignificação poética de eventos e/ou ocorrências cotidianas, a fim de suprir a falta de lógica da realidade a partir do estabelecimento de conexões metafóricas. Atividade esta que pode levar à ocorrência de mudanças na percepção do espaço e nas possibilidades engendradas pelo tempo – o que manifesta conexão com a tentativa bergsoniana de refletir sobre a ação e a representação.

Trecho de publicação de Marcos Gonçalves (2025) para a *Folha de S. Paulo* auxilia na explanação sobre esse ponto de vista ao cruzar a história de família Paiva com os anseios libertários do Ocidente:

Ela [a família Paiva] representa ela mesma e os valores que compartilha, que são humanistas e civilizatórios, ligados a uma tradição e uma história de emancipação que também teve lugar no apedrejado Ocidente: liberdade de ir vir, de opinar, de denunciar, de lutar por justiça, de viver sua vida sem a ameaça de um poder arbitrário que hipocritamente, em nome de proteger justamente alguns desses valores, os atropela de maneira sinistra.

Por meio das imagens, “Ainda estou aqui” referencia-se duplamente como manifesto insurgente: seja pela sua narrativa, ao retratar a busca de Eunice Paiva para que o estado brasileiro reconhecesse e se responsabilizasse pelo desaparecimento do seu marido, seja como obra filmica que mobiliza as “imagens-lembrança” (Bosi, 1994) em prol da percepção bergsoniana acerca do agir e do representar.

Considerações finais

Para efeito conclusivo (embora não esgote ou encere o tema aqui debatido), torna-se pertinente retomar um questionamento de Bosi (1994, p. 44) já citado nesse texto: “o que percebo em mim quando vejo as imagens do presente ou evoco as do passado?”. A resposta é clara: a visão da memória por parte da autora baseia-se em uma concepção coletiva, histórica e, principalmente, afetiva. Para ela, o passado é conservado pela memória, o que justifica a relevância dos idosos, como ela mesma enfatiza ao destacar no subtítulo da obra – “lembraça de velhos”.

Ironicamente, o envelhecimento de Eunice Paiva tornou sua memória rarefeita em virtude do Alzheimer, como descreve o próprio Marcelo Rubens Paiva (2015):

A memória é uma mágica não desvendada. Um truque da vida. Uma memória não se acumula sobre outra, mas ao lado. A memória recente não é resgatada antes da milésima. Elas se embaralham. Minha mãe, com Alzheimer, não se lembra do que comeu no café da manhã. Minha mãe, com Alzheimer, vê meu filho de um ano, que é a minha cara, e o reconhece. Não acha que sou eu, mas o chama de filhinho, de meu filhinho. E sempre diz: “– É a coisa mais linda”. E às vezes se confunde e diz: “– Ela é a coisinha mais linda”. Pode ser ela, a criança. Pode ser que, por ter tido quatro filhas, todos os bebês se tornem ela (Paiva, 2015, p. 16).

Comprometida com a doença, a função social dos idosos – lembrar e orientar – desfaz-se. Por outro lado, Eunice Paiva realizou e estimulou, ao longo de sua trajetória de vida, práticas cidadãs (e profissionais) de alerta e de sinalização acerca do direito à cidadania, da preservação e do reconhecimento da história nacional – inclusive, com a participação e o envolvimento sobre o papel dos povos originários.

A memória é tomada, portanto, como um gesto de resistência ao esquecimento praticado pela sociedade neoliberal contemporânea e pela própria política estatal brasileira, a qual pode anular o exercício da cidadania e marginalizar determinados grupos sociais, como os idosos, além de minimizar e/ou apagar experiências não desejadas pela história oficial. Com isso, Bosi (1994) vincula ao envelhecimento valores como dignidade, reconhecimento e continuidade – esse último cumprido a partir da transmissão de saberes e vivências às novas gerações.

Irmanados pela obra que os une, Marcelo Rubens Paiva (2015) e Walter Salles (2024), juntamente com Murilo Hauser e Heitor Lorega, responsáveis pela adaptação do roteiro, dedicam-se à criação e à

construção das “imagens-lembrança” como forma de acionar o apelo insurgente com o auxílio de recursos imagéticos e memorialísticos.

Por meio de imagens *particulares, recriadas e realizadas para postagem em rede social* tem-se a história revisitada, a memória ativada e o presente renovado e aquecido, como um explícito gesto de “cidadania insurgente” (Holston, 2013) que se projeta, inclusive, nas famílias vitimadas pelo período ditatorial brasileiro. É esse tripé supracitado – história, memória e presente – que contamina a narrativa filmica, a qual avança a partir da busca de Eunice Paiva, permitindo a legitimação da insurgência imagética de “Ainda Estou Aqui”, além de lançar luz e atualizar o permanente processo de revisão da identidade brasileira e de busca (ou renovação) por um projeto – talvez utópico – de nação.

Referências

- Bergson, H. (1999). *Matéria e memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito*. Ed. Martins Fontes.
- Bosi, E. (1994). *Memória e sociedade: lembranças dos velhos*. Ed. Companhia das Letras.
- Carvalho, L., Cruz, N. V. (Orgs.) (2022). *Imagem, estética, política: territórios fluidos do contemporâneo*. Ed. das Autoras.
- Feldman-Bianco, B. (Org.). (1987). *A antropologia das sociedades complexas*. Ed. Global.
- Freitas, G., Sá, F., Figueiredo, L., & Paula, V. de. (Orgs.) (2024). *Estética da insurgência: as linguagens da democracia em imagem, som e escrita*. Ed. FAC Livros.

Giddens, A. (1989). *A constituição da sociedade*. Ed. Martins Fontes.

Gonçalves, F. N. (2020). *Estéticas e políticas da representação na fotografia contemporânea*. Ed. Sulina.

Gonçalves, M. A. (2025, 23 janeiro). ‘Ainda Estou Aqui’ é um presente do Brasil para o mundo. *Folha de S. Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2025/01/ainda-estou-aqui-e-um-presente-do-brasil-para-o-mundo.shtml>

GShow. (2025, 28 janeiro). Ainda Estou Aqui: veja as fotos da família Paiva recriadas para o filme. *GShow*. <https://gshow.globo.com/globoplay/noticia/ainda-estou-aqui-veja-as-fotos-da-familia-paiva-recriadas-para-o-filme.ghtml>

Gunther, A. (2015). *L'image partagée*. Ed. Textuel.

Herszage, V. [@valentinaherszage]. (2024, 7 novembro). “‘Ainda estou aqui’ estreia hoje” [Fotografia]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DCEjINjRU68> Holston, J. (2013). *Cidadania insurgente: disjunções da democracia e da modernidade no Brasil*. Ed. Companhia das Letras.

Mello, S. [@seltonmello]. (2024, 1º dezembro). “Esperando para fazer uma cena” [Fotografia]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DDCa8afunAS/>

Oficial Fernanda Torres [@oficialfernandatorres]. (2024, 25 novembro). “Há um ano se encerravam as filmagens” [Fotografia]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DCzI2T2uhQC>

Oliveira, H. C., Ferraz, T., & Pinheiro, S. (2024). *Rupturas e insurgências no cinema e audiovisual*. Ed. Eduff.

Paiva, M. R. (2015). *Ainda estou aqui*. Ed. Objectiva.

Penafria, M. (2009). *Análise de filmes: conceitos e metodologia(s)* [Trabalho apresentado]. VI Congresso SOPCOM, Lisboa, Portugal.

Poivert, M. (2010). *La photographie contemporaine*. Ed. Flammarion.

Sahlins, M. (1997). *Ilhas de história*. Ed. Jorge Zahar.

Salazar, M. (2017). *Mundos-mosaicos: a estetização do cotidiano no Instagram* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Pernambuco].

Salles, W. (Diretor). (2024). *Ainda estou aqui*. [Filme]. Globoplay.

Santos, G. S. (2022). O gigante que acorda e vai às ruas: a produção simbólica, estética e insurgente das Jornadas de Junho. *Mídia & Cotidiano*, 16(3), 216-236.

Torezani, J. (2018). *As selfies do Instagram: os autorretratos na contemporaneidade* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Pernambuco].

REPRESENTAÇÃO IMAGÉTICA DO BRASIL E DO POVO BRASILEIRO NA SÉRIE CARMEN SANDIEGO: UM EXERCÍCIO INTERPRETATIVO

*Denise Cerqueira da Silva¹
Dorotea Souza Bastos²
Gláucia Maria Costa Trinchão³*

Cada vez que nos deparamos com cenas a respeito de Brasil, refletimos sobre sua imensidão geográfica que na maioria das vezes fica de fora da representação imagética dessas narrativas e com isso nos questionamos acerca dos silenciamentos da nossa brasiliade, sejam em

-
1. Mestra em Desenho Cultura e Interatividade pela Universidade Estadual de Feira de Santana - UEFS.
dcs.denise.silva@gmail.com
 2. Doutora em Média-Arte Digital (UALG/UAb) e em Comunicação e Cultura Contemporâneas (em co-tutela, UFRB).
Professora da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.
doroteabastos@gmail.com
 3. Doutora em Educação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos.
Professora da Universidade Estadual de Feira de Santana.
trinchao@uefs.br

aspectos culturais, sociais ou geográficos. De mesma forma, passamos também a refletir sobre quais características são enfatizadas em determinadas representações e porque insistem em frisá-las. É importante ressaltar que não cremos em visões polarizadas como verdadeiro ou falso, certo ou errado, mas sim de levar o espectador destas narrativas a refletir e problematizar a geração de imagens, principalmente as que visam representar a cultura de um povo. Assim, terão embasamento para refletir sobre quaisquer outras representações.

Escolhemos algumas imagens que visavam representar o Brasil e buscamos fazer uma interpretação, tendo em vista a observar aspectos de estereotipia possivelmente residente nelas. A escolha de tais imagens se deu por perceber nestas algum traço de identificação com a nossa cultura. O exercício interpretativo foi feito detalhadamente nos seguintes tópicos: Cidade do Rio de Janeiro; Família Brasileira; Favela; e, Carnaval. Tomamos como parâmetro de interpretação o contexto histórico, político e cultural que influenciaram na criação de tais imagens, bem como na geração de significados que a elas foram atribuídos.

Cidade do Rio de Janeiro

Rio 40 graus
Rio 40 graus

Rio 40 graus
Cidade maravilha
Purgatório da beleza
E do caos

[...]

Capital do sangue quente do Brasil
Capital do sangue quente
Do melhor e do pior do Brasil

[...]

Cidade sangue quente
Maravilha mutante

O Rio é uma cidade de cidades misturadas
O Rio é uma cidade de cidades camufladas
Com governos misturados, camuflados, paralelos
Sorrateiros, ocultando comandos (Abreu, 1992).

“Rio 40 graus” é uma canção de Fernanda Abreu, cantora e compositora brasileira, famosa por misturar gêneros considerados marginalizados, como o hip hop e o funk. Escolhemos começar este subtópico com a música que, ao nosso ver, melhor define a “cidade maravilhosa”. Nesta letra, Abreu consegue retratar, de forma acertada, as contradições do Rio, seu dual de beleza e caos, encantos e desafios que fazem parte dos diferentes e contrapostos cenários cariocas.

O Rio de Janeiro⁴ é a cidade brasileira que mais aparece em canções e produções cinematográficas, seja a nível nacional ou mundial. Seus cenários naturais de paisagens fascinantes, os contrastes urbanos vistos entre as áreas nobres e as favelas, a arquitetura que mistura traços modernos com as construções tradicionais. Esse conjunto de fatores faz do lugar um atrativo para artistas do mundo inteiro, que veem na cidade

4. Foi a segunda capital federal entre os anos de 1763 a 1960, quando o Brasil ainda era colônia de Portugal, passando a ser o centro político, cultural e econômico do país, ganhando assim grande notoriedade nacional e internacional. Foi substituída por Brasília, durante o Governo de Juscelino Kubitschek de Oliveira.

do samba, do funk e da bossa nova uma fonte de inspiração para suas criações. Com o passar do tempo, a cidade foi convertida num símbolo de brasiliade, tal como acontece com o Coliseu, na Itália, e a Torre Eiffel, na França. Não mencionamos especificamente o monumento do Cristo Redentor pelo fato de que, ao nosso ver, somente na cidade do Rio de Janeiro, vários lugares se tornaram referência de Brasil e portanto não daria para escolhermos apenas um, como no caso dos países citados acima.

Em Carmen Sandiego (2019), novamente, o solo carioca foi eleito por seus produtores para representar o Brasil nas aventuras da Ovelha Negra. Toda a saga é ambientada nos espaços mais conhecidos da cidade, como a Baía de Guanabara, a Praia de Copacabana, a Marquês de Sapucaí e a favela Santa Marta (Figura 1).

Figura 1

*Lugares cariocas representados na série
Carmen Sandiego*



Capizzi (2019).

Certamente, o Cristo Redentor não ficaria de fora da representação imagética de Brasil e é visitado pela Vermelha, que faz vários

elogios, principalmente no que se refere à exuberância da vista do lugar, classificando-a como “alucinante”.

O Cristo Redentor é considerado o mais famoso cartão postal da cidade, reproduzido em uma infinidade de mídias mundo afora. O monumento é uma estátua feita de concreto armado, que visa retratar Jesus Cristo, está a 709 metros acima do nível do mar e foi construída no topo do morro do Corcovado, localizado no Parque Nacional da Tijuca. É o ponto turístico com taxa de visitação mais frequentado por moradores da cidade e turistas de várias partes do Brasil e do mundo, durante todo o ano.

Figura 2

Carmen visita o Cristo Redentor



Capizzi (2019).

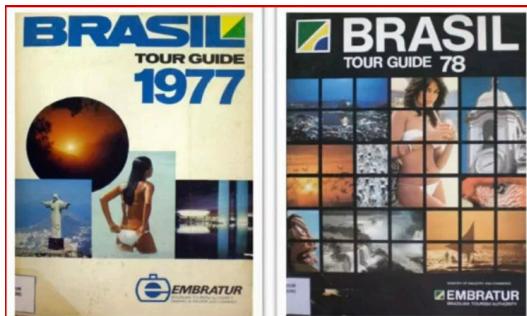
Na série, a protagonista aparece aos pés do Cristo e, com a ajuda de um binóculo, procura por seus rivais que estão em outros pontos da cidade. Após ser informada da localização destes, utiliza sua capa voadora para sobrevoar o local (Figura 2), é quando a câmera captura a imagem do monumento e as belas paisagens que ficam ao seu redor,

apresentando o Morro do Corcovado e parte da Baía de Guanabara para os telespectadores. Logo em seguida sai ao encontro dos seus adversários, encontrando-os na Favela Santa Marta.

Diversos destes cenários cariocas já estiveram presentes em narrativas ficcionais passadas, e acabaram se transformando na iconografia internacional de Brasil. Vemos muitos deles nas cenas do filme *Orfeu Negro* (1959), do diretor francês Marcel Camus. Sendo uma adaptação cinematográfica inspirada na peça de teatro “*Orfeu da Conceição*”, do poeta brasileiro Vinícius de Moraes, este longa projetou para o mundo a imagem do Brasil do carnaval, da favela, do samba, do Rio de Janeiro. Apesar de ter recebido muitas críticas com relação à visão eurocêntrica estereotipada do povo brasileiro, este filme também teve grande contribuição na divulgação das nossas brasiliidades. Em 1960, *Orfeu Negro* ganhou o Oscar de Melhor Filme Estrangeiro, levando a estatueta para a França.

A Embratur, órgão federal responsável pela promoção e marketing do turismo brasileiro no mercado internacional, passou anos divulgando esta imagem caricata no exterior, o que passou a ser interpretado como o Brasil de uma única cara, de um único povo, de um único destino. Entre as décadas de 1970 e 1980, o que prevalecia em seus anúncios e mídias eram as paisagens da cidade do Rio de Janeiro e exposições de mulheres seminuas, com poses e olhares provocativos (Figura 3), um inconveniente chamariz a turistas estrangeiros interessados em sexo e prostituição.

Figura 3
Anúncios publicitários da Embratur



Mantovani, 2014.

O resultado dessas propagandas carregadas de segundas intenções foi que o Rio de Janeiro ficou marcado como a capital do turismo sexual, muitas vezes sendo divulgado abertamente nas mídias de alguns países, a exemplo da Itália. A pesquisadora Maria Cristina Caponero, em sua tese de Doutorado “A imagem do Brasil na Itália: divulgação do patrimônio natural, cultural e antropológico” (2007), traz uma análise das imagens e discursos textuais divulgados pela mídia impressa italiana, a respeito do Brasil. Nestes, vemos claramente uma exaltação à beleza e sensualidade das mulheres brasileiras, associando o Rio de Janeiro ao turismo sexual, como em:

“É fácil encontrar companhia, as mulheres brasileiras não se fazem de difícil”; “As cariocas são tentadoras”; “São um mito que se torna realidade na Praia de Ipanema”; “Possuem corpos estatuários”; “Formam um mosaico de corpos bronzeados de todas as idades que perseguem o sonho do hedonismo coletivo”; “as mulatas são esplêndidas”; “São maravilhosas criaturas dançantes”. (Caponero, 2007, p. 237)

Nesse sentido, podemos inferir que, estes tipos de divulgações, além de darem margem à associação do Rio de Janeiro ao turismo sexual, também contribuíram na criação da imagem da mulher brasileira de vida fácil, que até hoje ronda o imaginário internacional.

É interessante constatar que a cidade do Rio de Janeiro foi convertida numa espécie de vitrine e espelho do Brasil, e sua imagem, assim como tudo que a ela se refere, passou a ser vendida como cenário nacional. O verbo “vender” foi posto aqui de forma intencional para percebermos que, desde o tempo em que atuou como capital da nação, este município foi alvo de muitas batalhas impulsionadas por interesses políticos e financeiros, basta lembrarmos da vinda de Walt Disney, durante a década de 1940. Esta viagem foi uma das estratégias do governo estadunidense de tentar se aproximar dos países latino-americanos, que ainda não tinham se posicionado com relação à Segunda Guerra Mundial, que estava em curso naquele momento. Foi nesse clima de turismo e trabalho que o famoso produtor teve inspirações para criar o personagem Zé Carioca (Figura 4), em quem pusera figurino e traços característicos da personalidade de algumas figuras pitorescas com as quais ele teve contato na terra carioca, para moldar seu personagem brasileiro dos estúdios Disney.

Até os dias de hoje, tal representação é alvo de críticas por conta dos traços carregados de estereótipos atribuídos ao brasileiro. Preguiçoso, malandro, que não gosta de trabalhar mas gosta de enganar as pessoas, essa foi a imagem do brasileiro que foi transmitida nas mídias internacionais. Lá fora, o papagaio continua fazendo parte do imaginário coletivo há muitas gerações, tornando-se um símbolo de brasiliade.

Figura 4

Zé Carioca, criação de Walt Disney



Bernardo, 2022.

A imagem visual do personagem que passou a representar o Brasil nas narrativas animadas hollywoodianas não foi criada por um brasileiro, mas sim por um estadunidense em viagem ao país. Uma imagem que ele pensou para referenciar um povo e que, logo, foi utilizada para representar uma nação. A partir disso podemos perceber o quanto uma imagem pode influenciar padrões, povos, culturas e também, o quanto pode influenciar na criação da identidade nacional.

Esse jeito malandro de ser não foi esquecido na representação do brasileiro na série de Carmen. Na cena em que Zach e Yve tentam buscar informações a respeito do paradeiro das joias, o vendedor, que não recebe nome na trama, tenta extorquir os jovens para se dar bem. Além do ar de esperteza do personagem, fica fácil perceber seu envolvimento com o tráfico de joias, ou seja, nessa representação, o Rio de

Janeiro do tráfico de drogas, comumente representado em filmes, foi substituído pelo de joias.

A Família Brasileira

Figura 5

Família brasileira que acolhe Carmen



Capizzi (2019).

Para falar da representação da família brasileira na série, escolhemos a cena em que personagens de um mesmo núcleo familiar estão sentados no sofá da sala, ouvindo atentamente Carmen falar, de forma resumida, o que estava acontecendo (Figura 5). Esta cena consta no episódio um, da segunda temporada, e o encontro se dá após a personagem perseguir o ladrão Le Cherve pelos labirintos da favela Santa Marta, situada na zona sul do Rio de Janeiro, e juntos invadirem a casa desta família. Após saírem correndo e adentrarem em outra casa, Le Cherve consegue fugir, Carmen senta, esboça um ar de decepção por não conseguir capturá-lo e logo em seguida é surpreendida pela família que chega à porta do vizinho demonstrando preocupação com o bem estar da desconhecida, convidando-a para jantar uma feijoada.

Esta família é composta por pessoas de pele mestiça, com traços físicos distintos, características essas que remetem à diversidade e miscigenação do povo brasileiro. Em sua formação temos o pai e a mãe, ambos aparentando ter entre 30 e 40 anos, e uma filha, de aproximadamente 10 anos de idade. Seus nomes são ignorados, exceto o da menina que nos é apresentada como Isabel⁵, que, segundo o dicionário Michaelis, significa “de cor entre o branco e o amarelo, café com leite, ou cor de camurça”, fato que nos leva a reforçar a proposta de enfatização na peculiaridade mestiça da população brasileira. Aovê-la, Carmen tem rápidas lembranças de sua infância, rememorando-se na imagem da menina, quando a mesma demonstra ousadia e coragem.

A moradia é simples e pequena, porém bem arrumada, com o sofá de costas para a parede onde tem uma janela aberta. A mãe, solícita e simpática, o pai segurando uma travessa com quatro bolos de rolo, enquanto a filha aprecia a iguaria mas não tira os olhos da invasora nem por um segundo, demonstrando tamanha admiração pela estrangeira. O chapéu vermelho na cabeça de Isabel é o de Carmen, que a deixou brincar com ele enquanto conversava e comia a feijoada, revelando um certo grau de intimidade, como se já fossem grandes amigas de longas datas. Cabe-nos ressaltar que o fato de Carmen dispor o chapéu, símbolo maior de sua caracterização imagética, para um momento de lazer da menina pode ser compreendido como uma sinalização de uma força conjunta que corre nas veias das mulheres latinoamericanas, sendo estas consideradas audaciosas e desbravadoras, capazes de remodelar seus destinos de forma astuta e destemida. Tal leitura faz-se pertinente

5. É pertinente destacar que Isabel é o nome da princesa que assinou a Lei Áurea, que deflagrou a abolição da escravatura no Brasil.

tendo em vista que Carmen é de origem argentina, fator que a reúne identitariamente com a jovem brasileira.

De igual modo, o compartilhamento deste acessório, elemento caracterizado por cobrir parcialmente o rosto daquela que o usa, pode ser visto como uma sinalização da potência oculta das mulheres do Cone Sul das Américas, que mesmo sendo subestimadas são capazes de assumir o controle de suas próprias vidas e desarticular arquitetações machistas e patriarcais, como é o caso da instituição da qual Carmen retirou-se em favor do seu plano de restituir as localidades espoliadas com seus elementos patrimoniais.

Isabel tem olhos bem grandes, como eram os de Carmen quando tinha a sua idade, cabelos longos e negros. Traja roupas simples e claras, calça chinelo estilo havaianas (traço singular da estética brasileira, especialmente da cidade do Rio de Janeiro) e joga futebol dentro de casa, mostrando ser uma garotinha esperta e ativa, o que faz Carmen se lembrar de sua infância devido à semelhança com sua personalidade. O pai e a mãe também vestem roupas simples, claras e sem estampas. A cor mais vibrante que aparece nesta cena é a do forro do sofá em que estão sentados, que mais parece um sofá-cama devido ao seu modelo sem braços. Chama a atenção o vermelho intenso do forro, cheio de estampas florais, uma referência ao estilo que foi tendência nos lares dos anos 1990 e que até hoje são vistos em residências do nosso país.

É na favela Santa Marta que a família recebe e acolhe amistosamente aquela que adentrou à sua residência, sem pedir permissão, e acabou ficando para desfrutar de um jantar carioca, com feijoada e bolo de rolo de sobremesa. Fato que nos leva a entender que a nossa cordialidade para com os estrangeiros também foi apresentada na tela,

porém de forma um tanto exacerbada ao convidarem uma pessoa estranha para jantar junto com os seus, pessoa esta que invadiu sua moradia ao perseguir um ladrão. Claramente uma pretensa tentativa de mostrar a hospitalidade e generosidade do povo brasileiro, características amplamente atribuídas ao nosso povo e retratadas em diversas obras ficcionais.

Outro fato que merece ser mencionado é que, no calor da cidade do Rio de Janeiro, a cena mostra o sol aparecendo forte pela janela quando os moradores convidam a invasora para jantar. Sabemos que o horário da janta brasileira acontece a partir das sete da noite, quando o sol já se pôs. Entendemos que talvez tenha sido um desconhecimento acerca dos nossos hábitos, seguido de um erro de tradução visto que a fala em inglês seria: *We're just about to eat. Why don't you come join us?* Em português é o equivalente a: Vamos comer agora, porque você não vem conosco?

Logo em seguida Carmen aceita o convite, senta no sofá da sala, começa a saborear a comida e continuam dialogando:

Carmen: — Hum, eu acho feijoada uma delícia!

Mãe: — É um prato típico do Brasil, e receita da minha avó.

Aparece então a feijoada no cardápio do jantar carioca. Sendo um prato típico brasileiro, existe uma série de controvérsias com relação à sua origem, porém a mais aceita é a de que seja uma criação dos africanos escravizados que vieram para o Brasil e aproveitavam o que sobrava das cozinhas dos seus senhores para então fazer sua própria comida. Preparada com feijão preto, linguiça e diversas partes do porco, a feijoada é tida também como um símbolo da miscigenação racial do país devido à mistura de influências (portugueses com os ingredientes,

indígenas com as técnicas de preparo, e africanos com sua elaboração), tornando-se assim um signo de brasiliade.

Como dito na fala brasileira, a feijoada é um prato “pesado” que demora a ser digerido e que não é costume servi-lo em jantares, nem para poucas pessoas. Mas, na série, Já como sobremesa vemos o bolo de rolo, um popular doce pernambucano que se originou do “colchão de noiva”, pão de ló português enrolado em camadas grossas, recheado com pasta de amêndoas. Em terras pernambucanas, esse doce passou por uma adaptação recebendo recheio de goiabada, devido à abundância da goiaba no território, e suas camadas ficaram bem mais finas. É considerado Patrimônio Cultural Imaterial do Estado, perpetuando uma tradição de mais de 500 anos. Não é comum encontrar essa iguaria em qualquer lugar do país, assim como encontramos nosso pão francês, sua receita é considerada de difícil preparação. Refletindo sobre a inclusão deste elemento culinário no roteiro, concluímos que talvez essa família seja de origem nordestina que foi ao Rio de Janeiro “tentar a vida”, assim como tantas outras que lá estão, indo parar justamente em moradias de favelas, onde os aluguéis são mais acessíveis.

Uma outra família é apresentada rapidamente na trama. Ao espiar a favela através de binóculos, aos pés do Cristo Redentor, Carmen foca nessa família que anda pelas escadarias segurando um bebê no colo. Desta vez vemos uma família negra, novamente composta por pai, mãe e filho.

As famílias brasileiras representadas na tela são a natural biparental, formada por genitores e filhos. Uma família heterossexual convencional, mais aceita pela sociedade, pelas religiões e pelas bancadas parlamentares religiosas, a chamada família tradicional. Atualmente, a

estrutura familiar conta com novos recortes, podendo ser monoparental, multiparental, homoparental entre outras classificações, o que vem sendo representado em muitas novelas brasileiras que retratam constantemente a diversidade do conceito “família” na atualidade. Porém vemos que em “Carmen Sandiego” estas novas estruturas familiares, tão reconhecidas no século vigente, não são apresentadas.

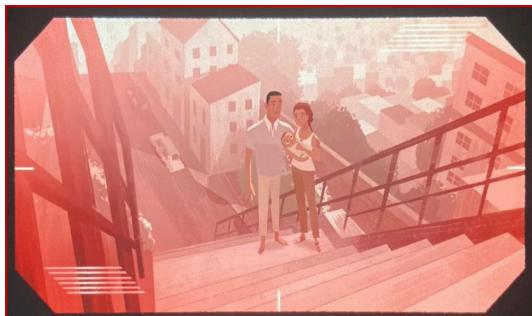
A ênfase foi dada na chamada família convencional, que pouco vemos nas comunidades periféricas do Brasil, onde boa parte dos núcleos familiares são formados por mães solteiras, as chamadas mães solo. Segundo dados de uma pesquisa elaborada pela Fundação Getúlio Vargas (2023), entre os anos de 2012 a 2022, o número de domicílios tendo como pessoa de referência uma mãe solo cresceu cerca de 17,4%. Logo, podemos inferir que tal representação nos traz leituras desconcertantes da realidade brasileira nas quais nos subtrai o fator reconhecimento.

Segundo Eni Orlandi “a política do sentido se define pelo fato de que ao dizer algo apagamos necessariamente outros sentidos possíveis, mas indesejáveis, em uma situação discursiva dada” (2005, p. 75). Nesse direcionamento, percebemos que os efeitos de sentidos gerados na representação da família brasileira, moradora da favela (Figura 5), por exemplo, nos remete ao bordão de ser uma “família de comercial de margarina”, completa e feliz, apagando outros enunciados que caracterizam as estruturas familiares brasileiras. Acabam por silenciar núcleos familiares compostos apenas por mãe e filho(s), como é boa parte das famílias brasileiras na atualidade, principalmente nos domicílios periféricos, como os das favelas do Rio de Janeiro encenados na série.

Em mais uma representação de parentela brasileira na série, vemos outra família, com a mesma estrutura da anterior, mãe, pai e filho, subindo as escadarias da favela (Figura 6).

Figura 6

Outra família brasileira em “Carmen Sandiego”



Capizzi (2019).

Todos esses questionamentos ganham proporções maiores quando pensamos no fator identificação, principalmente quando tal produção é voltada para o público infantil.

A Favela

Durante a visita de Carmen Sandiego ao Brasil, uma favela carioca fora escolhida como principal cenário para ser mostrado ao mundo. Na tentativa de representar imageticamente a favela Santa Marta, os produtores da editora estadunidense Houghton Mifflin Harcourt exploraram cada canto do lugar a fim de situar o telespectador, desde ruas estreitas, corredores, áreas externas, até o interior de algumas casas que ali estavam.

Tudo começa com a perseguição de Carmen ao ladrão Le Chever, quando ambos vão parar no conglomerado de casas da referida favela. Na sequência, os personagens entram e saem das vielas sem serem interrompidos, e assim os inúmeros labirintos do lugar nos são apresentados. Momentos depois, Carmen empreende um amistoso diálogo com Shawdosan na laje de uma das casas (Figura 7) e, nesse instante, podemos perceber como a leitura imagética da favela foi configurada. Casas e prédios amontoados, demonstrando que foram construídos de maneira desprogramada, fugindo das normas técnicas que regem os projetos de engenharia civil com relação aos limites de distância do terreno do vizinho, assim é a representação da parte exterior da favela, na série da Vermelha (Figura 8).

Figura 7

Representação da favela do Rio de Janeiro como moradia única brasileira



Capizzi (2019).

Em sua representação, Carmen Sandiego (2019) revela a estética da favela carioca expondo algumas casas sem acabamento (com blocos

visíveis e sem pintura), com telhados de amianto, chão batido, antenas de TV instaladas na laje ao lado de caixas d'água que ficam à mostra, tal como vemos na Figura 7. Nessa exibição, notamos que no local não aparecem moradores nem outros personagens da trama, dando um ar de deserto a um local predominantemente populoso, e dando espaço para diversas interpretações.

Figura 8

Parte exterior da favela, apresentada em Carmen Sandiego



Capizzi (2019).

Ao assistir ao episódio, um primeiro questionamento nos veio à mente: o que faríamos se encontrássemos bem pertinho da nossa janela, pessoas estranhas, trajando roupas diferentes do habitual, conversando de forma descontraída? Acreditamos que o mínimo a ser feito seria dar uma espiada para saber quem seriam e o que queriam, entretanto, em nenhum momento o casal de amigos é espionado, nem indagado. Da mesma forma como aconteceu com a invasão às casas, vista no subtópico anterior. O não dito revela que a favela era vista

como “terra de ninguém”, onde qualquer pessoa entra, faz o que quer e não dá satisfações.

As favelas são moradias tradicionalmente brasileiras. Difundiram-se no final do Século XIX, com a chegada dos combatentes da Guerra de Canudos e dos escravizados libertos após a assinatura da Lei Áurea, ao Rio de Janeiro, então capital federal. Desde essa época, ficaram conhecidas como lugares de poucos recursos, invisíveis aos olhos do poder público, como afirmam os pesquisadores Alba Maria Zaluar e Marcos Alvito, em seu livro *Um século de favela* (2006):

Mas a favela ficou também registrada oficialmente como a área de habitações irregularmente construídas, sem arruamentos, sem plano urbano, sem esgotos, sem água, sem luz. Dessa precariedade urbana, resultado da pobreza de seus habitantes e do descaso do poder público, surgiram as imagens que fizeram da favela o lugar da carência, da falta, do vazio a ser preenchido pelos sentimentos humanitários, do perigo a ser erradicado pelas estratégias políticas que fizeram do favelado um bode expiatório dos problemas da cidade, o ‘outro’, distinto do morador civilizado da primeira metrópole que o Brasil teve. (Zaluar & Alvito, 2006, pp. 8-9)

No Brasil existem mais de 12 mil favelas e comunidades urbanas, onde vivem aproximadamente 16 milhões de pessoas, segundo o Instituto Geográfico Brasileiro [IBGE], 2024. Boa parcela desta superpopulação se encontra na cidade do Rio de Janeiro, onde a palavra morro é sinônimo de favela. Também encontramos este tipo de moradia em outros países, a exemplo de Portugal, onde recebe o nome de “bairro de lata” ou “bairro degradado”. A nomenclatura pode até ser distinta, porém as características são semelhantes: habitações precárias e ausência do poder público.

Desde a abolição da escravatura, quando se tornaram moradia dos excluídos, as favelas eram vistas pela polícia e alguns setores da população como locais perigosos e refúgios de criminosos. E é justamente essa visão que a Houghton Mifflin Harcourt teve ao retratar a favela como refúgio para o ladrão de Carmen Sandiego (2019). Não foi no Leblon, nem em Copacabana, mas sim na Favela Santa Marta, que ficou conhecida mundialmente quando o cantor Michael Jackson resolveu gravar seu videoclipe *They don't care about us* (1996), divulgando imagens da periferia brasileira aos “quatro cantos do mundo”. Pensamos que este feito talvez tenha sido um dos principais meios de divulgação das favelas brasileiras, de forma global, contribuindo para a criação no imaginário de favela que hoje os estrangeiros têm sobre elas.

Ademais, outras produções internacionais passaram a escolher o Brasil como cenário. No filme *O incrível Huck* (2008), o diretor Louis Leterrier narra a perseguição dos militares norte-americanos ao personagem Dr. Bruce Banner, que foge para a favela da Rocinha, também no Rio de Janeiro, enquanto busca a cura para a sua transformação.

Em 2011, a franquia Velozes & Furiosos, em sua quinta produção, *Velozes & Furiosos 5: Operação Rio*, também interpreta o Brasil como reduto de criminosos, ao trazer um presidiário em fuga para a, já conhecida mundialmente, favela Santa Marta. O personagem Dominic Toretto é resgatado por Mia, sua irmã, e pelo amigo Brian O’Conner, desaparecendo em seguida. Tempos depois se encontram no Brasil e continuam cometendo crimes.

Cabe-nos recordar que muito antes disso, especialmente a partir da década de 1950, cantores e compositores da música brasileira como Cartola, Nelson Cavaquinho, Adoniran Barbosa, Bezerra da Silva e

tantos outros, levaram o morro para suas canções, expondo o cotidiano e suas insatisfações, também como forma de protesto. Dessa maneira, “através da cultura, e muito especialmente da música popular, as favelas começam a ser incorporadas à vida social da cidade” (Zaluar & Alvito, 2006, pp. 26-27).

Na letra de *A voz do Morro* (1965), composta por Zé Keti e gravada por diversos cantores, dentre eles Elis Regina e Jair Rodrigues, a luta é por reconhecimento, seja de valorização do samba ou como uma tentativa de desconstruir aquela imagem unicamente negativa que a sociedade tinha do povo da favela:

Eu sou o samba / A voz do morro sou eu mesmo sim senhor /
Quero mostrar ao mundo que tenho valor / Eu sou o rei do terreiro /
Eu sou o samba / Sou natural daqui do Rio de Janeiro /
Sou eu quem levo a alegria / Pra milhões de corações brasileiros
[...] (Morro, 1965).

Já, no cinema, a favela, como espaço geográfico, teve suas mazelas e cotidiano transformados em enredo e cenário de diversas narrativas, as quais tentavam mostrar suas dificuldades, preocupações, conflitos e alegrias. Através das imagens de “Rio, 40 Graus” (1955), de Nelson Pereira dos Santos, um dos precursores do Cinema Novo, ao lado de Glauber Rocha, tivemos acesso ao cotidiano de moradores do Morro do Cabuçu, de onde saem 5 meninos para viver um dia incomum, vendendo amendoim por pontos turísticos da cidade. Um dos primeiros filmes a retratar o duro contraste social existente entre o asfalto e o morro.

Não podemos deixar de mencionar sagas mais recentes de autores nacionais que tiveram grande repercussão internacional. Cidade de Deus (2002), adaptação do livro homônimo do escritor Paulo Lins, um

dos mais premiados filmes da história do cinema brasileiro, trouxe um recorte das vivências de moradores da favela carioca de mesmo nome, onde Fernando Meirelles traz para a discussão problemas sociais como violência, desigualdade e exclusão social. Além das cenas impactantes, emolduradas com requintes de crueldade, em suas imagens, vemos ruas vazias, característica típica de momentos de suspensão do cotidiano por conta da violência (Figura 9), sendo que o território periférico também se torna lugar de perseguição a bandidos. Tal qual vimos nas imagens de Carmen Sandiego (2019) que visavam representar o dia a dia de uma favela na cidade do Rio de Janeiro. Logo, tal fato nos leva a entender que talvez o filme Cidade de Deus seja a maior referência de favela brasileira que os estrangeiros tenham, devido às coincidências existentes nas narrativas.

Figura 9

Representação da favela no filme Cidade de Deus, durante a década de 1960



Meirelles (2002).

Ainda pensando em interpretações cinematográficas que trazem a favela como temática, é imprescindível recordar os filmes de José

Padilha, Tropa de Elite (2007) e Tropa de Elite 2 - o inimigo agora é outro (2010)⁶, que expuseram nas telas dos cinemas algumas das maiores feridas cariocas: as milícias, a corrupção dos políticos e o tráfico de drogas. Assim como Cidade de Deus, os filmes de Padilha tiveram grande notoriedade no exterior, o que intensificou as visitas de estrangeiros que vinham conhecer mais de perto as favelas cariocas, desde a década de 1990, consolidando-as como pontos turísticos.

É também com essa característica relacionada ao turismo que a favela é descrita por Carmen e Player, em diálogo com Zach e Ivy ao apresentar-lhes os atrativos da cidade do Rio de Janeiro:

“— Quando se cansar de se divertir no sol, visite as favelas do Rio... — Ai, as favelas! Comunidades inteiras construídas nas encostas dos morros do Rio” (Netflix, 2019).

O Carnaval

A mais conhecida e mais divulgada festa popular brasileira recebe uma representação bem detalhada na trama de Carmen Sandiego (2019). Por Carmen ser uma personagem advinda de um jogo educativo, também na série, toda e qualquer manifestação cultural que aparece é explicada pelo personagem Player, considerado a enciclopédia, ou, como dito popularmente, o “Google” de Carmen. Quando ela, Ivy e Zack saem de Praga rumo ao Rio de Janeiro, Player começa a descrição do carnaval definindo-o como “a grande festa”, e, em diálogo com a chefe, continua:

6. Adaptações dos livros Elite da tropa e Elite da tropa 2, escrito por ex-policiais como Rodrigo Pimentel.

Player: — pessoas viajam do mundo inteiro para participar; Carmen: — Essa festa da cidade tem suas raízes em tradições portuguesas e também africanas, e caracteriza-se por máscaras coloridas e fantasias, é a única vez do ano em que fingir ser alguém ou algo diferente é socialmente aceito. Player: — Eu espero que tenham levado seus sapatos de dança. Milhares de sambistas estarão se exibindo perto de carros alegóricos altamente elaborados. (Netflix, 2019)⁷

Enquanto estão conversando sobre o carnaval, algumas imagens são exibidas, dentre elas máscaras portuguesas, africanas e tantas outras repletas de cores e brilhos. Na sequência aparecem duas mulheres mascaradas, com roupas cheias de penas e coroas na cabeça, em referência às passistas das escolas de samba⁸ em dia de desfile⁹, sambando ao lado de um homem, também fantasiado à moda carnavalesca (Figura 10). Tudo aparece muito colorido e cheio de ritmo, tendo o conhecido silvo do apito de escola de samba como fundo musical, entretanto, as feições dos personagens apresentados em nada lembra a alegria do carnaval brasileiro.

7. Transcrito da série Carmen Sandiego, episódio 1, temporada 2.

8. As escolas de samba são associações de cunho popular que se caracterizam pelo canto e dança do samba. As mais famosas do país são as do Rio de Janeiro e de São Paulo. Atualmente boa parte delas também recebem financiamento de empresas privadas, que patrocinam grandes espetáculos de olho na disputa do título de campeã do carnaval e do prêmio final milionário.

9. É o evento competitivo das escolas de samba que se preparam durante todo o ano para desfilarem, apresentando seus espetáculos para o público.

Figura 10
Pessoas sambando



Capizzi (2019).

O carnaval vai acontecendo com o desenrolar da história. Os ladrões da V.I.L.E. escondem milhões de dólares em pedras preciosas (turmalinas) num carro alegórico, em formato de dragão, na Avenida Marquês de Sapucaí¹⁰, para, após o desfile, levarem-nas até Praga, onde se encontram seus potenciais clientes. O plano é transportá-las pelo mar, e para isso o carro alegórico é adaptado para virar um carro anfíbio¹¹, porém Carmen e sua equipe arquitetam um plano para recuperar as pedras, conseguem executá-lo e, em posse delas, as devolve para a comunidade em forma de fundo comunitário, demonstrando que o compromisso social agora faz parte dos princípios da nova Sandiego.

-
10. Espaço destinado para os desfiles das escolas de samba no Rio de Janeiro. Foi construída em 1984, durante o mandato de Leonel Brizola no Estado do Rio, e desde então passou a ser o lugar oficial dos desfiles. Tradicionalmente, os desfiles se concentram em dois dias durante o período do Carnaval e as escolas desfilam por ordem de sorteio. Todas têm 90 minutos e sofrem penalizações caso ultrapassem o tempo estabelecido.
 11. Um veículo anfíbio é um carro capaz de funcionar tanto em terra quanto na água, com um design exclusivo que combina todas as características de um carro padrão para estrada com um sistema de propulsão aquática de duas hélices (Segredos do mundo, 2025).

Espelhando a cultura festiva de nosso país, o carnaval vem como uma representação da grande joia do Brasil, e esconder as joias roubadas dentro da maior festa popular do país, onde as próprias pessoas se escondem por intermédio de máscaras e fantasias para fugir da realidade, é um sinal sugestivo de uma brincadeira, também característica da festa. Assim, é naquele show de luzes, sons e disfarces que Carmen tem o desafio de encontrar e resgatar o que foi roubado pelos criminosos. Por outro lado, é possível de entendimento o fato de que ver o carnaval como momento ideal para se esconder algo ou alguém, é similar a ver o Brasil como lugar de esconderijo de ladrões, da mesma forma como o país já foi representado em várias outras produções, especialmente as norte-americanas (como vimos no tópico *A favela*), contribuindo significativamente na formação de tal visão.

A imagem foco da nossa interpretação, neste tópico, se refere a um de nossos maiores símbolos de brasiliade: o carnaval. No entanto, cabe-nos aqui salientar que a diversidade das expressões carnavalescas de nosso país, na série, é reduzida ao aspecto formal do desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro, expressão carnavalesca que em muito se difere das realizadas em locais como Pernambuco e Bahia, onde o carnaval possui o aspecto da manifestação popular espontânea, estando distanciado da performatividade teatral apresentada no sambódromo carioca. Dessa maneira, a imagem do carnaval brasileiro é plasmada e diminuída à face da festa momesca da cidade do Rio de Janeiro.

Em Carmen Sandiego (2019), este símbolo é apresentado de forma rápida, porém com uma riqueza de detalhes. Em poucos instantes,

num enquadramento acertado, o carnaval na Marquês de Sapucaí¹² aparece ocupando toda a tela durante o tempo em que Carmen e Shadowsan procuram, com a ajuda de um binóculo, pelo carro alegórico adaptado que já estava saindo do sambódromo. Os personagens aparecem de costas, espiando o ambiente, enquanto o local é mostrado em sua totalidade, desde a passarela, que leva o nome de Professor Darcy Ribeiro¹³, por onde passa o desfile, as arquibancadas, até a concentração, onde as alas se organizam para entrar no Sambódromo (Figura 11). Os prédios que se localizam no entorno não ficaram de fora da representação.

Figura 11

Carmen e Shadowsan observando o Carnaval na Marquês de Sapucaí



Capizzi (2019).

-
12. É conhecida em todo o mundo, não só pelos desfiles que lá acontecem, mas também por ser um dos projetos arquitetônicos mais significativos de Oscar Niemeyer, importante arquiteto e urbanista brasileiro que ganhou inúmeros prêmios internacionais, levando o nome de seu país para o mundo, transformando-se num marco da Arquitetura Modernista Brasileira. Escolhido pelo então Presidente Juscelino Kubitschek, Niemeyer foi o arquiteto responsável pela construção de Brasília, a capital do país.
 13. Antropólogo, historiador, sociólogo, escritor e político brasileiro. Foi grande entusiasta da educação brasileira e defensor da causa indígena. Já atuou como vice-governador do Rio de Janeiro, Ministro da Educação e Chefe da Casa Civil.

Ao iniciar a exibição, uma chuva de papel picado enfeita a Marquês de Sapucaí, toda iluminada e com bastante cores, exatamente no momento em que uma escola desfila. Carros alegóricos exuberantes, alas repletas de pessoas fantasiadas, com destaque para a ala das baianas que dançam alegremente, representando o trecho mais antigo e tradicional dos desfiles, uma homenagem às “tias baianas” do samba¹⁴. Nas arquibancadas se encontrava a família humilde da favela, feliz e saltitante, vibrando com o momento festivo.

O carnaval carioca, especificamente o das escolas de samba, se transformou no expoente máximo de manifestação carnavalesca dentro da cidade do Rio de Janeiro, assim como de representatividade da festa brasileira pelo mundo. Em cronometrados 90 minutos de desfile, as escolas precisam apresentar para o público o que prepararam durante todo o ano, e realizam verdadeiros espetáculos, regados a muito samba, suor e alegria, para assim seguirem na disputa pelo título milionário de melhor escola de samba do ano. Vemos então a festa popular ganhar um viés mercantilizado, contando com grandes desfiles e patrocinadores.

Outro símbolo de brasiliade que povoa boa parte da memória global relacionada ao carnaval do nosso país, e igualmente aparece na representação da festa na série, é a chamada mulata brasileira, termo que na contemporaneidade vem passando por uma processo de críticas por representar uma hipersexualização do corpo da mulher negra e uma estereotipação da mulher brasileira. Tal estereótipo pode ter sido associado à mulher negra por demanda de um passado colonial escravocrata

14. Mulheres oriundas do estado da Bahia que fortaleciam a tradição e a resistência popular nos morros cariocas, promovendo rodas de samba no quintal de suas casas, as quais se tornavam “espaço de reunião num tempo e numa cidade onde não havia lugar para ‘os da raça’” (Velloso, 1990, p. 214).

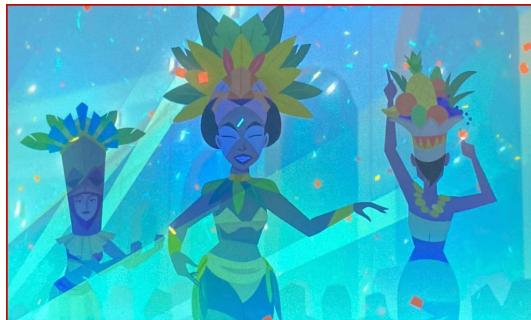
português, onde a palavra “mulata” assumia uma conotação pejorativa, sendo associada a características negativas, como indolência, arrogância e desonestidade:

As mulatas eram relacionadas à lascívia, ou seja, com considerada propensão à luxúria sendo, por isso, tidas como um risco à fidelidade conjugal da família branca. Não podiam, também, alcançar a estima social garantida às mulheres ditas honradas através do casamento legítimo, já que esse lhes era vetado. (Arquivo Nacional, 2021)

Carmen Sandiego exibe diversas mulatas com figurinos distintos, entretanto, seu gingado e suas curvas são similares. Vemos que elas aparecem na cena da ala das baianas, na ala das passistas (Figura 10), e também numa cena em que estão mais caracterizadas à moda “mulata de carnaval”. Em suas cabeças levam o chapéu de frutas, em referência a Carmen Miranda¹⁵, e fazem o mesmo trejeito que ela tinha ao sambar, torcendo as mãos. Nesta imagem, aparecem três mulheres sambando, sendo duas negras e uma branca. A câmera foca na negra que está ao centro, única das três que veste roupa mais sensual, bem curta, expondo partes do seu corpo (Figura 12), em alusão às rainhas de bateria que desfilam seminuas à frente dos instrumentistas. Como fundo musical ouvimos o conhecido batuque ritmado da bateria da escola e, cai sobre elas uma chuva de papel picado, decorando e caracterizando o momento.

15. É importante salientar que Carmen Miranda foi um nome importante na popularização do carnaval brasileiro pelo mundo. No musical Banana da Terra (1939), onde interpreta “O Que é Que a Baiana Tem”, de Dorival Caymmi, ela aparece, pela primeira vez, com traje de baiana e chapéu de frutas na cabeça. Figurino que passou a utilizar em filmes estadunidenses, fazendo deste sua marca registrada.

Figura 12
Representação da mulata no Carnaval



Capizzi (2019).

É perceptível que a sensualidade e o gingado da negra brasileira são características super enfatizadas em qualquer representação visual ou audiovisual que almeje falar sobre a folia. Consideramos que o samba e o carnaval carioca tiveram grande responsabilidade na propagação e manutenção do estereótipo da mulata brasileira, exibindo mulheres seminuas nos desfiles das escolas de samba, com enredos e marchinhas de carnaval com letras sugestivas, sendo a mulata sedutora um tema recorrente. De mesma forma, a mídia teve comprometimento ao hipersexualizar a mulher, em TV aberta e a qualquer horário, através da figura da globeleza¹⁶, que samba nua, com seu corpo coberto apenas por tinta e tapa sexo, se tornando alvo de desejo do público.

16. É uma personagem criada pela Rede Globo de televisão. Surgiu no início da década de 1990, no período de carnaval, e aparecia durante as transmissões da festa. Era representada por uma negra sambando nua com o corpo parcialmente pintado com tinta e purpurina. A primeira e mais conhecida Globeleza foi a ex modelo Valéria Valenssa, quem imortalizou a personagem.

Carnaval. Rio de Janeiro, Brasil. As palavras de ordem de sempre: bebida, mulher e samba. Todo mundo obedece e cumpre. Blocos de sujo, banhos a fantasia, frevos, ranchos, grandes bailes nos grandes clubes, nos pequenos também. Alegria, loucura, liberdade geral. Mas há um momento que se impõe. Todo mundo se concentra: na concentração, nas arquibancadas, diante da TV. [...] Todos sob o comando do ritmo das baterias e do rebolado das mulatas que, dizem alguns, não estão no mapa. “Olha aquele grupo do carro alegórico ali. Que coxas, rapaz.” “Veja aquela passista que vem vindo; que bunda, meu Deus! Olha como ela mexe a barriguinha. Vai ser gostosa assim lá em casa, tesão.” “Elas me deixam louco, bicho.” (González, 2020, p. 65)

Nesse viés, observa-se que determinadas composições musicais também possuem sua parcela de contribuição para a construção e propagação do estereótipo da mulata, sendo este caracterizado pela hipersexualização do corpo feminino brasileiro, gerando consequência, no formato de assédios, dentro e fora do período do carnaval. Em grande parte das canções que a mulata aparece, era tida como detentora de um encantamento único e uma sedução sem igual. Encantamento este capaz de deixar qualquer homem louco, como podemos conferir na letra de *Mulata Assanhada* (1968), interpretada por Elza Soares: “Ela finge que não sabe / Que tem feitiço no olhar / Ô, mulata assanhada / Que passa com graça, fazendo pirraça / Fingindo inocente / Tirando o sossego da gente[...].” (Assanhada, 1968).

De igual maneira, outras canções de artistas renomados, que fizeram sucesso também no exterior, traziam a palavra “mulata” em suas letras, ou seus sinônimos, “cabrocha” e “mestiça”, apresentando a mulher brasileira para o mundo, dentre eles estão Cartola, Clara Nunes, Caetano Veloso e tantos outros. A problemática ganha teor acentuado pois internacionalmente, o estereótipo da mulata é tido como imagem

única da mulher brasileira e, devido a esse imaginário construído ao longo do tempo, as mulheres brasileiras, até hoje, são vítimas dessa visão estereotipada que as associa à mulata sensual que tem samba no pé e exala encantos por onde passa, aquela figura exótica tal qual ainda aparece em diversas formas de representações midiáticas relacionadas ao nosso país. Destituindo-as de identidade própria e representando a todas com sendo única; uma identidade que anula e subordina (Hall, 2006).

Nesse mesmo viés, o brasileiro passou a ser interpretado como um ser carnavalesco, sambista, e o Brasil como uma terra onde as pessoas, mesmo as que vêm de fora, são tomadas por uma energia alegre e dançante, como se faz notar na experiência do Pato Donalds, no filme *Alô amigos* (1942). E assim foi desenhada a caricatura do povo brasileiro.

Referências

- Abreu, F. (1992). Rio 40 graus [Musica]. Em *SLA 2 Be Sample*. EMI-Odeon.
- Arquivo Nacional. (2021, dezembro 3). Mulato. *História Luso-Brasileira*. https://historialuso.an.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=6556:mulato&catid=2081&Itemid=121
- Bernardo, A. (24, agosto, 2022). Os 80 anos do Zé Carioca: o mais brasileiro dos personagens da Disney. *BBC News*. <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62660115>
- Capizzi, D. (Diretor). (2019). *Carmen Sandiego*. Netflix Production.
- Caponero, M. C. (2007). *A imagem do Brasil na Itália: divulgação do patrimônio natural, cultural e antropológico* [Dissertação de

Mestrado, Universidade de São Paulo]. <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-23072009-161351>

Gonzalez, L. (2020). *Por um feminismo afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogos*. Zahar.

Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. DP&A.

IBGE. (2024). *Censo 2022: Brasil tinha 16,4 milhões de pessoas morando em favelas e comunidades urbanas*. Agência de Notícias.

Mantovani, F. (2014). No passado, Brasil já teve material oficial de turismo com apelo sexual. *Turismo e viagem*. <https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2014/02/no-passado-brasil-ja-teve-material-oficial-de-turismo-com-apelo-sexual.html>

Meirelles, F. (Diretor). (2002). *Cidade de Deus* [Filme]. O2 Filmes; Globo Filmes.

Orlandi, E. P. (2005). *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. Pontes.

Regina, E., & Rodrigues, J. (1965). A voz do morro [Música]. Em *2 na bossa*. Philips. [Cd].

Soares, E (1968). *Mulata Assanhada* [Música]. EMI-Odeon. [LP].

Zaluar, A. M. & Alvito, M. (Orgs.). (2006). *Um século de favela*. Editora FGV.

THIS IS BRASIL: A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE PAÍS NA CAMPANHA DA CBF PARA A COPA AMÉRICA

Pedro Henrique Nakamura¹

Este trabalho tem como objetivo principal compreender, a partir dos fundamentos teórico-metodológicos da semiótica discursiva, os efeitos de sentido produzidos pela campanha *This is Brasil* da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), além de identificar os principais estereótipos sobre a cultura brasileira presentes nos vídeos de abertura e de encerramento. Ambos integram a estratégia de comunicação da entidade para a Copa América de 2024, realizada nos Estados Unidos. O primeiro material foi lançado em 20 de junho, antes da estreia da seleção na competição; o segundo, em 19 de julho, após a derrota e eliminação diante do Uruguai.

1. Mestrando em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Membro do Grupo de Estudos Audiovisuais (GEA). pedro.nakamura@unesp.br

A semiótica discursiva ou francesa é uma teoria geral, gerativa e sintagmática. É geral, porque se interessa por qualquer objeto, independentemente de sua manifestação (verbal escrito ou oral, musical, visual, audiovisual etc.). É gerativa, porque concebe a produção de sentido como um percurso, que vai do mais simples e abstrato ao mais complexo e concreto. É sintagmática, porque permite estudar a produção e a interpretação de um texto (Fiorin, 1995). Por esses motivos, a semiótica foi escolhida como método de análise.

Para cumprir os objetivos mencionados, o artigo está organizado em cinco seções. A primeira apresenta o referencial teórico que sustenta o trabalho. A segunda descreve os materiais e métodos utilizados. A terceira e a quarta reúnem a análise dos vídeos de abertura e de encerramento, respectivamente. Por fim, a quinta traz a conclusão, retomando os principais resultados e contribuições do estudo, além de sugestões para pesquisas futuras.

Identidade nacional e imagem do Brasil

Esta seção pretende descrever algumas características relevantes da identidade nacional, além de abordar a evolução histórica da imagem do Brasil. Comecemos pelo conceito de identidade. Segundo Ortiz (2013, p. 609), “todo debate sobre identidade nacional pressupõe algumas categorias de análise, sendo nação e cultura duas dentre as mais importantes”. A primeira é uma totalidade capaz de vincular e integrar os habitantes no interior de um mesmo território, mercado e Estado cujas normas são legítimas para todos. A segunda é um conjunto de capacidades e hábitos adquiridos por um grupo, e transmitidos através das gerações. Se os membros de uma nação estão separados pela distância

geográfica, pela origem de classe ou pelo fato de serem cidadinos ou camponeses, é a cultura que deve envolvê-los para que façam parte de uma unidade comum (Ortiz, 2013).

Ao contrário da tradição intelectual, que postulava a existência de uma essência, alguns autores defendem que a identidade, tanto a individual quanto a nacional, é uma construção simbólica que se faz em relação a um referente. Segundo a tradição, haveria povos tristes e alegres, bem como povos considerados avançados ou atrasados em relação às exigências do ideal civilizatório. Ortiz (2013, p. 622), pensador brasileiro que buscou romper com essa abordagem essencialista, explica que:

toda identidade é uma representação e não um dado concreto que pode ser elucidado ou descoberto, não existe identidade autêntica ou inautêntica, verdadeira ou falsa, mas representações do que seria um país e seus habitantes. Não há portanto o brasileiro, o francês, o americano, o japonês. Importa entender como as representações simbólicas dessas nacionalidades são construídas ao longo da história, qual o papel que desempenham nas disputas políticas ou nas formas de distinção sobre o que seria o Outro. Esta mudança conceitual encerra um movimento importante, passa-se da “essência” à representação, do dado ao signo.

A passagem contesta a visão tradicional das ciências sociais e defende que a identidade é um conjunto de representações simbólicas, ou seja, imagens que podem ser construídas e substituídas ao longo do tempo. Para Ortiz (2013), o debate sobre identidade encontra-se associado ao domínio dos conflitos e dos interesses políticos. Portanto, o que interessa não é descrever o caráter particular ou o traço sentimental de uma nação, mas saber como a identidade é construída e quais relações de força ela recobre.

Antes de abordar as representações do Brasil e dos brasileiros, é preciso esclarecer que elas frequentemente reforçam estereótipos. Portanto, reduzem a complexidade social e a diversidade cultural do país. Vannucchi (1999) reconhece que toda lenda possui um núcleo de verdade, mas ressalta que a reprodução exaustiva de uma tradição discursiva, sem qualquer análise crítica, deve ser rejeitada. Ao tratar da mitologia da brasiliade, segundo a qual até Deus é brasileiro, Vannucchi (1999) alerta que:

Estamos nos referindo a certas representações muito presentes nos meios de comunicação e na própria literatura, carregadas de ideologia, mais ou menos simplistas, mais ou menos pitorescas, tão repetidas e decantadas que passam, às vezes, por verdades chanceladas e indiscutíveis. Seria um empobrecimento cultural lamentável ficarmos presos sempre à interpretação estereotipada da nossa cultura, tentando captar toda a complexa e heterogênea realidade do nosso país, por meio do lugar-comum simplório e reducionista, como: Brasil = país do carnaval, do samba, do futebol, do jeitinho, da novela, do futuro, paraíso tropical, terra da cordialidade, da democracia racial, da conciliação, da improvisação, da macaqueação. (Vannucchi, 1999, p. 58)

A imagem do Brasil foi historicamente construída em torno da ideia de paraíso natural e tropical. Desde o século XVI, colonizadores e viajantes europeus, influenciados por seus imaginários bíblicos de paraíso e pecado original, descreveram o Brasil como um destino exótico e erótico. Nesse contexto, as mulheres brasileiras, que habitavam esse Jardim do Éden, foram divididas segundo uma moral cristã, patriarcal e racista, sendo as mulheres europeias idealizadas como virgens, mães e esposas, enquanto as indígenas e africanas eram retratadas como pecadoras e disponíveis sexualmente. Ou seja, as primeiras eram vistas como Marias; as segundas, como Evas (Gomes, 2012).

Após a independência do Brasil, em 1822, a identidade nacional brasileira sofreu importantes alterações. Do século XIX até meados do século XX, a mestiçagem da população tornou-se um dilema central para a classe intelectual, composta por escritores, historiadores e jornalistas. Enquanto alguns enfatizavam as belezas naturais e a miscigenação como características da nação, outros condenavam essa “mistura de raças” e defendiam o branqueamento da população através da imigração europeia. A obra de Gilberto Freyre, *Casa Grande & Senzala*, publicada em 1933, consolidou a interpretação da democracia racial, segundo a qual o brasileiro teria surgido da fusão entre três povos: europeus, indígenas e africanos. No mesmo período, o governo nacionalista de Getúlio Vargas incorporou elementos da cultura popular negra à identidade nacional mestiça (Gomes, 2012).

Além das representações marcadas pela sensualidade e pela mestiçagem, a evolução das imagens do Brasil pode ser considerada a partir da oposição entre dotes naturais e adquiridos. Como explica Antonio Brasil (2012), desde a chegada dos portugueses até o século XIX, predominou uma imagem associada aos dotes naturais, como a grandeza territorial, a abundância de vida selvagem e a sensualidade feminina. Tais características foram registradas pela primeira vez na carta de Pero Vaz de Caminha e reforçadas por relatos de outros viajantes e colonizadores. Posteriormente, houve destaque para os dotes adquiridos, como o jeitinho brasileiro, a malandragem, a musicalidade e a cordialidade.

Segundo Brasil (2012), a imprensa internacional, especialmente o segmento televisivo, tem papel fundamental na construção de uma imagem ou identidade nacional. Os correspondentes estrangeiros e as principais agências de notícias são responsáveis pela manipulação de

uma parcela significativa do imaginário, não somente do Brasil, mas de todos os países. O que justifica essa influência é o fato de que as matérias produzidas por esses profissionais provavelmente serão as únicas informações que o grande público receberá sobre o país. No caso do Brasil, as produções jornalísticas e audiovisuais o retratam como uma nação assombrosa, oscilando entre paraíso tropical e inferno de Dante. Essa imagem polarizada, influenciada tanto pelo pensamento dos estrangeiros, quanto pela visão dos brasileiros, é marcada por estereótipos e clichês, como bem aponta Antonio Brasil (2012):

O Brasil historicamente apresentado na mídia estrangeira é invariavelmente fruto de uma imaginação desbragada sobre os trópicos e de uma projeção de uma utopia cheia de estereótipos e clichês, nos quais prevalecem velhos modelos de representação, calcados na exploração de uma natureza exuberante e de costumes singulares frente ao olhar euro-americano. Trata-se de um repertório de imagens que remonta aos anos de 1930, quando o Brasil ingressava na rota do turismo a partir dos grandes cruzeiros, dos cassinos e da reprodução internacional de um imaginário de um povo cordial e com manifestações culturais particulares. A beleza das mulheres, a musicalidade das gentes e o carnaval são expressões que seriam agregadas à descoberta da Amazônia e, mais recentemente, à violência e à exclusão, numa linha de desenvolvimento histórico que representa a imagem que temos do país. (Brasil, 2012, p. 779)

Por fim, o autor (2012) explica que a construção da imagem do Brasil no exterior reflete um processo de autorreferencialidade, uma vez que os correspondentes estrangeiros utilizam a imprensa local como fonte primária de informações. Ou seja, são os próprios brasileiros que fornecem a matéria-prima para o noticiário internacional sobre o país. Eles são “cúmplices dos estrangeiros na criação de uma autoimagem”

(Brasil, 2012, p. 784). O conceito de autorreferencialidade é importante para esta pesquisa, pois permite entender como um objeto de comunicação feito por brasileiros, no caso, a campanha da CBF, reforça estereótipos e clichês sobre o Brasil.

Materiais e métodos

As duas produções que compõem o corpus deste trabalho serão analisadas a partir dos conceitos da semiótica discursiva, que foi desenvolvida por Algirdas Julien Greimas e seus colaboradores. Segundo Barros (2005, p. 11), a semiótica é uma teoria da linguagem que procura “descrever e explicar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz”. O texto, objeto de estudo da teoria, pode ser definido a partir de duas formas complementares: como objeto de significação e de comunicação entre dois sujeitos. No primeiro caso, são analisados os mecanismos e procedimentos que fazem do texto um “todo de sentido”. No segundo, o texto precisa ser examinado como um objeto cultural, inserido numa sociedade de classes e determinado por formações ideológicas específicas. A semiótica tem procurado conciliar essas duas formas de análise, a interna e a externa, no mesmo aparato teórico-metodológico, uma vez que o texto só existe quando concebido nessa dualidade que o define. Assim, a semiótica busca examinar a organização interna do texto e, ao mesmo tempo, os fatores sócio-históricos de fabricação do sentido (Barros, 2005).

Para a semiótica, o sentido do texto resulta da reunião de dois planos que toda linguagem possui: o da expressão e o do conteúdo. O primeiro é o plano em que as qualidades sensíveis são selecionadas e organizadas; o segundo, onde as ideias são estruturadas e encadeadas

(Floch, 2001). O conteúdo pode ser analisado separadamente da expressão, já que o mesmo conteúdo pode ser transmitido por diferentes planos de expressão. Por exemplo, uma negação pode ser manifestada verbalmente ou por um movimento da cabeça ou do indicador (Fiorin, 1995). Dessa forma, a semiótica deve ser entendida como a teoria que procura explicar os sentidos do texto pelo exame, em primeiro lugar, de seu plano do conteúdo, que é concebido sob a forma de um percurso gerativo (Barros, 2005). Este não tem um estatuto ontológico, mas constitui um simulacro metodológico que vai do mais simples e abstrato ao mais complexo e concreto. Os três patamares do percurso gerativo são: as estruturas fundamentais, as narrativas e as discursivas (Fiorin, 1995). As próximas duas seções deste trabalho são destinadas à análise dos vídeos de abertura (Confederação Brasileira de Futebol, 2024a) e de encerramento (Confederação Brasileira de Futebol, 2024b). Os elementos de cada nível do percurso gerativo serão introduzidos e discutidos ao longo do texto.

Análise do vídeo de abertura

No nível das estruturas fundamentais, o vídeo parte da oposição semântica entre alegria e tristeza, ou beleza e feiura. A alegria e a beleza são apresentadas como categorias fundamentais positivas ou eufóricas, enquanto a tristeza e a feiura são categorias negativas ou disfóricas. Essa oposição aparece sobretudo na primeira metade do vídeo, quando o locutor explica as diferenças entre duas letras do alfabeto. O Z é vinculado a características negativas, como “cintura dura”, “quadrado” e “sem graça”, enquanto o S representa o polo eufórico, sendo descrito como “cheio de curvas”, “cheio de vida” e “não é todo certinho”.

Embora o vídeo não declare explicitamente, essa oposição não remete apenas ao padrão gráfico de cada símbolo, mas às diferenças culturais entre gringos e brasileiros. A produção valoriza as curvas do Brasil e de seus habitantes frente à rigidez dos estrangeiros, especialmente os estadunidenses. Uma cena nos momentos iniciais reforça visualmente esse conflito ao apresentar as coordenadas geográficas de dois pontos distintos: um localizado no estado de Mato Grosso, acompanhado pela sigla BRA à esquerda da tela; e outro situado no estado do Kansas, nos Estados Unidos, marcado pela sigla USA à direita (Figura 1).

Figura 1

Imagen aérea de um campo de futebol com a palavra “Brasil” sobreposta em amarelo; duas coordenadas geográficas estão indicadas, uma à esquerda e outra à direita



Confederação Brasileira de Futebol (2024a).

O percurso do vídeo está orientado para as categorias eufóricas, ou seja, ele caminha do polo negativo em direção ao positivo. A linguagem verbal conduz esse movimento ou transição da rigidez para fluidez, porém a linguagem musical também contribui para essa

mudança. No início do vídeo, enquanto o locutor descreve a letra Z, a trilha sonora é composta apenas por instrumentos de percussão. Quando ele menciona que o S é “cheio de curvas”, o som de uma guitarra elétrica é incorporado à música e o ritmo da percussão acelera, alterando a dinâmica da expressão sonora.

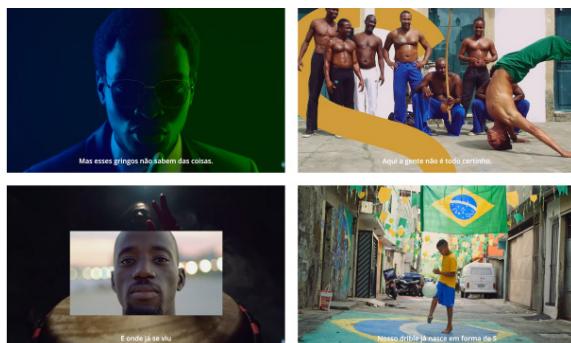
No segundo patamar do percurso gerativo, a organização narrativa gira em torno de um sujeito manipulado por outro sujeito. O destinador é uma parcela ou segmento da população brasileira que conhece a grafia correta da palavra “Brasil”, e que reconhece os valores que definem a identidade nacional. Já o destinatário, representado pelo povo brasileiro como um todo, é aquele que sofre a transformação. A manipulação ocorre por sedução, uma vez que o destinador elogia e enaltece o destinatário, criando uma imagem positiva do mesmo. O povo brasileiro, quando aceita o contrato de manipulação, confirma todas as qualidades atribuídas a ele pelo discurso da CBF.

No terceiro e último patamar, as estruturas narrativas são convertidas em discursivas, que devem ser examinadas a partir das relações entre a instância da enunciação e o texto-enunciado (Barros, 2005). O enunciado pressupõe a enunciação, que implica um sujeito que comunica e outro que recebe e interpreta a comunicação (Fiorin, 2023). No vídeo analisado, o enunciador é um simulacro da CBF, uma vez que “o sujeito da enunciação não é um sujeito ontológico” (Fiorin, 2023, p. 11). O enunciatário, por sua vez, é o povo brasileiro. O emprego da primeira pessoa no texto verbal oral produz o efeito de proximidade e subjetividade. Essa escolha linguística contribui para a manipulação do enunciatário pelo enunciador, visto que a CBF não é apenas a entidade máxima do futebol no Brasil, mas também um grupo de pessoas

formado por e para os brasileiros. Além dos papéis mencionados, o enunciado estabelece Jorge Aragão da Cruz como narrador. O cantor e compositor brasileiro cumpre o papel de porta-voz do discurso verbal oral. Ainda que o enunciatário não reconheça sua voz, a descrição do vídeo no YouTube o credita como responsável pela locução, confirmando sua identificação.

Figura 2

Montagem com quatro representações do povo brasileiro



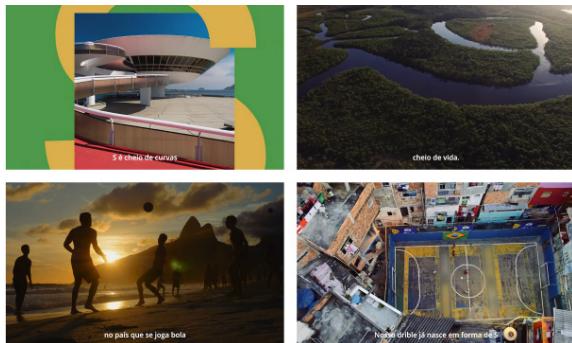
Confederação Brasileira de Futebol (2024a)..

Quanto às categorias de pessoa, espaço e tempo, o enunciador faz uma série de escolhas para destacar aspectos culturais e naturais do Brasil. No estudo da primeira categoria, o enunciado apresenta diferentes atores, incluindo celebridades e cidadãos comuns. A lista de famosos é formada por jogadores que já vestiram a camisa da seleção brasileira, como Pelé, Romário, Roberto Carlos, Ronaldo Fenômeno, Vinicius Júnior e Endrick. Três atletas são mencionados inclusive no texto verbal quando o narrador diz: “Z só se for de Zagallo, Zico, Zizinho”. A imagem dos cidadãos comuns, por sua vez, é construída principalmente pela

representação de jovens negros, reforçando a presença da população afrodescendente na sociedade brasileira (Figura 2). Além do futebol, alguns praticam atividades relacionadas à dança e à música, como a capoeira, que também reflete a presença e permanência da cultura africana no país. O enunciado também incorpora os estrangeiros nas imagens, ao mostrar partidas da seleção brasileira contra outros países, e no discurso verbal: “Mas esses gringos não sabem das coisas”.

Figura 3

Montagem com quatro representações do território brasileiro



Confederação Brasileira de Futebol (2024a).

No estudo da categoria espaço, o vídeo apresenta paisagens naturais e urbanas, percorrendo diferentes estados e regiões do Brasil (Figura 3). Campos, quadras, praias, ruas e quintais servem como cenário para a prática do futebol em múltiplos contextos sociais e geográficos. Além dos espaços diretamente ligados ao universo esportivo, o vídeo destaca outros que contribuem para a representação das curvas do Brasil. Entre essas expressões, estão a estrutura circular do Museu

de Arte Contemporânea de Niterói, projetado pelo arquiteto brasileiro Oscar Niemeyer; as curvas sinuosas do Rio Amazonas; e as formas naturais do Pão de Açúcar, no Rio de Janeiro. A repetição das palavras “aqui” e “daqui” no discurso verbal reforça a conexão com o território nacional e fortalece o sentimento de pertencimento. Embora o foco do vídeo esteja no Brasil, ele também apresenta registros visuais de partidas que ocorreram fora do país, como a Copa de 1970, sediada no México.

Figura 4

Registro de Ronaldo Fenômeno no ônibus da seleção brasileira; a data da gravação está indicada no canto superior esquerdo



Confederação Brasileira de Futebol (2024a).

No estudo da categoria temporal, o enunciado recupera momentos históricos da seleção, combinando eventos do passado e do presente para construir um discurso nostálgico. A identificação dos acontecimentos como pertencentes ao passado ocorre tanto pelo conhecimento prévio do espectador quanto pelas marcas visuais espalhadas no discurso, como a baixa qualidade das imagens antigas em relação às atuais. Em duas

dessas gravações, há uma data explícita na tela. A primeira indica o dia 12 de junho de 1994 e mostra Ronaldo dentro do ônibus da delegação brasileira (Figura 4). A segunda é de 24 de junho de 1994, quando Romário aparece em uma roda de samba com outros jogadores durante a Copa do Mundo nos Estados Unidos.

Além das escolhas linguísticas de pessoa, de espaço e de tempo, o sujeito da enunciação é responsável por outras duas tarefas: tematização e figurativização. A primeira consiste na formulação e disseminação de temas, compreendidos como unidades semânticas abstratas, que não remetem ao mundo natural. Já a segunda é o procedimento pelo qual conteúdos concretos, denominados figuras, recobrem os percursos temáticos. A repetição de temas e figuras são denominadas isotopias temáticas e isotopias figurativas, respectivamente. A redundância de percursos temáticos e traços figurativos asseguram a coerência semântica do discurso (Barros, 2005). A isotopia figurativa do futebol percorre o discurso do começo ao fim, concretizando o tema da alegria ou da festa, que fazem parte do cotidiano dos brasileiros. O samba e o sorriso são figuras que, embora não sejam consideradas isotopias, estão interligadas ao futebol por também revestirem o percurso temático da alegria. A escolha do sambista Jorge Aragão como narrador do enunciado reforça essa conexão e contribui para a reprodução de uma imagem idealizada do Brasil como o país do futebol e do carnaval.

O enunciado também aborda os temas da criatividade e do improviso, características associadas não apenas aos jogadores, mas ao povo brasileiro como um todo. A criatividade é figurativizada no trecho: “A gente até transforma o que é quadrado em bola ou em gol”. Já o improviso é concretizado em: “Até quando a gente faz curva pra fugir

da bola, é pra deixar ela entrar”. A figura do drible sintetiza esses dois percursos e simboliza a maneira como os atletas brasileiros superam os desafios dentro de campo. Há ainda uma breve menção ao jeitinho, concretizado na frase: “Aqui a gente não é todo certinho”. Em última análise, o vídeo explora o tema do patriotismo, perceptível ao longo de todo o enunciado, mas especialmente na escolha do nome da campanha *This is Brasil*, grafado com S, uma marca que valoriza a língua portuguesa e afirma a identidade nacional diante do público estrangeiro.

Em síntese, o vídeo de abertura reforça estereótipos frequentemente associados ao Brasil, como o futebol, o samba, as belezas naturais, o jeitinho, a criatividade e o improviso. Esses traços, exibidos de forma positiva e visualmente atraente, reduzem a complexidade da sociedade brasileira e fortalecem a imagem de um país tropical, alegre e vibrante. Assim, o enunciado reproduz uma visão já consolidada do Brasil, ancorada em temas e figuras amplamente reconhecidos, ao invés de promover novas representações sobre o país. Cabe destacar que também aparecem referências que fogem ao campo dos estereótipos, como a capoeira e a arquitetura moderna de Oscar Niemeyer, mas de forma menos relevante em relação aos demais elementos.

Análise do vídeo de encerramento

No nível fundamental, o vídeo é construído a partir da oposição ou da diferença entre vitória e derrota, categorias que ocupam, respectivamente, os polos eufórico e disfórico. Ainda que a derrota seja sentida como negativa pelos jogadores e torcedores, aqui ela é apresentada não como uma fraqueza, mas como parte natural do processo, como indicam os primeiros trechos: “Somos a seleção mais vencedora do planeta,

mas perder faz parte da nossa história". No nível narrativo, o vídeo de encerramento retoma a mesma organização presente no material de abertura. O destinador é um segmento que conhece e reconhece os valores que definem a identidade nacional, enquanto o destinatário é o povo brasileiro. A manipulação ocorre por sedução, visto que o destinador elogia e enaltece o destinatário, que possui a capacidade de adaptação e recuperação diante das adversidades.

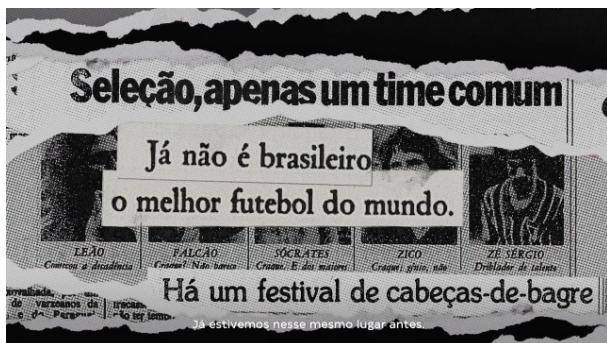
No nível discursivo, o vídeo de encerramento mantém a configuração enunciativa observada anteriormente. O enunciador é um simulacro da CBF, enquanto o enunciatário é o povo brasileiro, especialmente aqueles que são apaixonados por futebol e que sofreram com a eliminação da seleção na Copa América. Embora não seja creditado oficialmente, Jorge Aragão exerce a mesma função do primeiro vídeo, atuando como porta-voz do discurso verbal. O emprego da primeira pessoa do plural na locução cria a ilusão de que narrador, enunciador e enunciatário pertencem ao mesmo grupo.

Em relação à categoria de pessoa, o vídeo é protagonizado por jogadores e torcedores brasileiros, que compartilham tanto os momentos de dor quanto os de glória. Os estrangeiros aparecem como figuras antagônicas, dentro e fora de campo, que subestimam a seleção brasileira, como sugere o trecho: "Já decretaram nosso fim mais de uma vez". Em relação ao espaço, a maior parte dos cenários são estádios de futebol localizados no Brasil e no exterior. A categoria temporal abrange passado, presente e futuro, ampliando o alcance dos acontecimentos enunciados em relação ao vídeo de abertura da campanha. O passado é definido pelas inúmeras derrotas e pelas cinco conquistas de Copa do Mundo. Os eventos históricos são resgatados por meio de

gravações antigas, algumas em preto e branco, e por recortes de jornais impressos (Figura 5). O presente é marcado pela eliminação recente na competição sul-americana. Já o futuro é construído pela promessa de redenção: “E amanhã, acredite, nós vamos vencer”.

Figura 5

Recortes de jornais em preto e branco, com destaque para as manchetes “Seleção, apenas um time comum”, “Já não é brasileiro o melhor futebol do mundo” e “Há um festival de cabeças-de-bagre”



Confederação Brasileira de Futebol (2024b).

A repetição do tema da resiliência ou superação ao longo do vídeo configura uma isotopia que garante a coerência interna do discurso. A construção desse percurso ocorre por meio de uma sequência figurativa que articula três momentos distintos: antes, durante e depois da recuperação. Antes dela, predominam figuras relacionadas à derrota, como o choro e a cabeça baixa dos jogadores e torcedores brasileiros, além dos gols marcados pelas seleções adversárias. Durante o processo, surgem as figuras do sangue e do suor, ambas mencionadas no discurso verbal, enquanto o fogo é destacado nas imagens. Por último,

a superação é realizada nas cenas de comemoração, com a seleção brasileira erguendo taças e retomando o protagonismo do futebol mundial. O percurso temático de queda e ascensão é sintetizado em: “Tem quem chame a gente de cai cai. Mas nenhum outro povo sabe se levantar como o brasileiro”.

O vídeo de encerramento retoma elementos do primeiro material, estabelecendo uma intertextualidade, que produz um efeito de continuidade. As curvas do Brasil aparecem novamente no trecho: “Por isso, enquanto a bola for redonda e fizer as curvas do nosso jeito de ser, estamos no jogo”. O patriotismo também é reforçado, tanto pelo slogan da campanha, que valoriza a língua portuguesa, quanto pela gestualidade. O movimento de bater a mão no peito, repetido por um torcedor e por Vinicius Júnior, mostra que o sentimento de orgulho é compartilhado por quem está nas arquibancadas e por quem está em campo (Figura 6).

Figura 6

Torcedor vestido com camisa verde e amarela, segurando a bandeira do Brasil com uma das mãos e batendo no peito com a outra



Confederação Brasileira de Futebol (2024b).

Assim como o vídeo de abertura, a segunda produção reforça estereótipos sobre a cultura e sociedade no Brasil, especialmente aqueles ligados ao futebol e à capacidade de superação coletiva. Este último, embora menos conhecido do que os elementos do primeiro material, é assumido como um valor nacional e remete ao clichê de que o brasileiro não desiste nunca. Nesse sentido, o vídeo de encerramento sustenta uma visão romantizada do país, construindo a imagem de um povo sofredor, resiliente e unido.

Conclusão

O presente trabalho teve como objetivo compreender, a partir dos fundamentos da semiótica discursiva, os efeitos de sentido produzidos pela campanha *This is Brasil* da CBF, além de identificar os principais estereótipos que foram acionados nos vídeos de abertura e de encerramento. A análise evidenciou que ambos os materiais buscam construir uma imagem de país sustentada em valores amplamente reconhecidos, como a alegria, a criatividade, o improviso e a superação. Os resultados permitem afirmar que a campanha não rompe com os modelos tradicionais de representação. Pelo contrário, o discurso da CBF reproduz a mitologia da brasiliade, descrita por Vannucchi (1999), e confirma a hipótese de Antonio Brasil (2012), segundo a qual os brasileiros são responsáveis pela manutenção de uma imagem limitada.

Do ponto de vista teórico e metodológico, o estudo demonstra a relevância da semiótica discursiva para a análise de produções audiovisuais que retratam uma nação ou cultura. O percurso gerativo possibilitou o exame dos mecanismos e procedimentos internos responsáveis pela produção de sentido, sendo a tematização e a figurativização os

mais importantes para a identificação dos estereótipos sobre o Brasil e os brasileiros. Entre as limitações, destaca-se o recorte da pesquisa restrito a dois vídeos de uma mesma campanha. Pesquisas futuras podem ampliar o corpus e estabelecer comparações com campanhas de diferentes períodos ou de outras entidades, que pertencem ou não ao meio esportivo.

Referências

- Barros, D. L. P. de. (2005). *Teoria semiótica do texto*. Editora Ática.
- Brasil, A. (2012). A construção da imagem do Brasil no exterior: um estudo sobre as rotinas profissionais dos correspondentes internacionais. *Revista Famecos*, 19(3), 775-794.
- Confederação Brasileira de Futebol. (2024a, 20 de junho). *THIS IS BRASIL - COPA AMÉRICA* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=jFA0HJyJhpc>
- Confederação Brasileira de Futebol. (2024b, 19 de julho). *Nós vamos voltar a vencer: This is Brasil*. [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=gTYRrZuvug4>
- Fiorin, J. L. (1995). A noção de texto na semiótica. *Organon*, 9(23).
- Fiorin, J. L. (2023). 50 Anos de estudos sobre a enunciação na semiótica brasileira: 50 years of the enunciation studies in brazilian semiotics. *CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada*, 16(2), 10-24.

Floch, J. M. (2001). Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral. *Documentos de estudo do Centro de Pesquisas Sociossemióticas*, 1.

Gomes, M. S. (2012). A imagem do Brasil no exterior e o turismo: a operacionalização do Plano Aquarela em Portugal. *Rosa dos Ventos*, 4(4), 506-521.

Ortiz, R. (2013). Imagens do Brasil. *Sociedade e Estado*, 28, 609-633.

Vannucchi, A. (1999). *Cultura brasileira*. Edições Loyola.

ENTRE O VISÍVEL E O IMAGINADO: APROXIMAÇÕES POÉTICAS ENTRE HENRI CARTIER-BRESSON E MANUEL ÁLVAREZ BRAVO À LUZ DA ANÁLISE IMAGÉTICA

*Lilian Lindquist Bordim¹
Denis Porto Renó²*

A fotografia, desde sua invenção no século XIX, é frequentemente compreendida como um dispositivo privilegiado de registro do real, no entanto, sua potência expressiva reside justamente na tensão entre o que mostra e o que sugere. Sua força documental esteve associada à capacidade de fixar, com aparente objetividade, cenas e acontecimentos, servindo como prova ou testemunho do que existiu diante da câmera.

-
1. Mestre em Mídia e Tecnologia.
Doutoranda em Comunicação na Universidade Estadual Paulista (UNESP).
lilian.lindquist@unesp.br
 2. Doutor em Comunicação.
Professor associado na Universidade Estadual Paulista (UNESP).
denis.reno@unesp.br

No entanto, tal compreensão, embora recorrente, revela-se limitada quando se observa a pluralidade de possibilidades expressivas que a linguagem fotográfica comporta. Ao mesmo tempo em que atesta a presença de algo no mundo, a fotografia sugere dimensões que escapam à pura objetividade, instaurando ambiguidades, metáforas e deslocamentos de sentido, e é justamente nessa tensão entre o visível e o imaginado que reside a sua potência poética.

Nesse horizonte, o presente artigo propõe uma leitura comparativa das obras de dois fotógrafos centrais do século XX: Henri Cartier-Bresson, francês, considerado um dos fundadores do fotojornalismo moderno e do conceito de “instante decisivo”, e Manuel Álvarez Bravo, mexicano, cuja obra se consolidou como um dos marcos da fotografia latino-americana e do diálogo com o imaginário surrealista.

Embora oriundos de contextos sociais, políticos e culturais bastante distintos, ambos compartilham a construção de narrativas visuais que se afastam de uma função meramente documental, assumindo uma dimensão poética e criadora de possibilidade de múltiplos sentidos.

Henri Cartier-Bresson, formado inicialmente nas artes plásticas e influenciado pelo surrealismo parisiense da década de 1930, encontrou na fotografia um meio de conciliar rigor formal e sensibilidade estética em suas composições fotográficas. Seu conceito de “instante decisivo” ultrapassa a ideia de captura técnica do momento exato: trata-se da capacidade de perceber e condensar, em um único disparo, uma narrativa complexa, carregada de sugestão e de potência simbólica.

Já Manuel Álvarez Bravo, ativo no contexto cultural do México pós-revolucionário, dialogou diretamente com o surrealismo e com uma tradição estética que mesclava elementos do cotidiano popular,

da religiosidade e da crítica social, na qual suas imagens exploravam a ambiguidade entre o real e o imaginado, revelando a presença do sonho, da morte e do erotismo como forças latentes da experiência humana.

A escolha por aproximar esses dois fotógrafos justifica-se não pela semelhança temática ou pela similaridade de repertórios visuais, mas pela convergência de estratégias compositivas que instauram uma poética do mistério. Ambos trabalham com a pausa, o silêncio e a sugestão, convocando o espectador a ultrapassar a superfície visível da imagem e adentrar universos simbólicos. Ao contrário da fotografia de denúncia explícita ou de registro puramente factual, as obras de Cartier-Bresson e Álvarez Bravo deslocam o olhar para uma dimensão subjetiva, cultural e filosófica, na qual o banal se transforma em signo e o cotidiano se abre para múltiplas leituras.

Para sustentar essa análise, a pesquisa apoia-se na metodologia de análise da imagem proposta por Martine Joly (2012), que distingue três níveis de leitura: o plástico (relacionados aos elementos visuais), o icônico (os elementos reconhecíveis na imagem, seu referente direto) e o linguístico (quando há títulos, legendas ou textos associados). A isso, soma-se a dimensão da conotação cultural e subjetiva, fundamental para compreender autores que operam com ambivalência e metáfora. Essa abordagem permite observar não apenas a materialidade da imagem, mas também os sentidos que emergem do cruzamento entre forma, conteúdo e contexto cultural.

A relevância desta investigação reside em contribuir para os estudos interdisciplinares em comunicação e visualidades, ao evidenciar que a fotografia não se esgota em sua função referencial, mas constitui-se como campo fértil de produção simbólica e narrativa. A análise

comparativa entre Cartier-Bresson e Álvarez Bravo ilumina diferentes modos de construir uma poética do cotidiano, seja pelo instante decisivo que revela uma estrutura invisível de sentidos, seja pela ambiguidade onírica que subverte a realidade aparente.

Ao lançar mão da análise imagética, pretende-se acessar camadas subjetivas e culturais que tornam a fotografia um dispositivo de significação plural, capaz de interrogar o tempo, o olhar e a experiência humana diante do mundo. Assim, entre o visível e o imaginado, este estudo propõe-se a examinar como a obra de dois influentes fotógrafos articula estética, cultura e linguagem, convidando-nos a perceber que, na superfície aparentemente simples de uma imagem, habita sempre um excedente de sentido que interpela e transforma o olhar.

Fotografia, real e imaginário

Desde sua origem, a fotografia carregou consigo uma aura de ambiguidade: ao mesmo tempo em que parecia fixar o real de forma incontestável, também levantava dúvidas sobre sua capacidade de traduzir a verdade. A cada avanço técnico, do daguerreótipo às câmeras digitais, multiplicaram-se as perguntas: estaria a fotografia destinada a ser uma prova irrefutável da realidade, ou sempre teria uma dimensão interpretativa e subjetiva?

Esse questionamento não se restringe ao campo estético ou filosófico, mas atravessa dimensões sociais, políticas e jurídicas. Afinal, uma imagem pode ser evidência em tribunais, propaganda ideológica ou ainda expressão íntima de memória. O estatuto da fotografia, portanto, sempre esteve em disputa, oscilando entre documento e metáfora, registro e invenção.

No presente, a expansão das imagens geradas por inteligência artificial intensifica esse debate e coloca em xeque a própria definição de fotografia. Se antes a questão central era a relação entre a câmera e o real, hoje nos perguntamos: o que significa fotografar quando uma imagem pode ser produzida sem a presença de um referente no mundo real?

As fronteiras entre captura, simulação e criação tornam-se cada vez mais fluidas, exigindo novas reflexões éticas e estéticas. A fotografia, que por mais de um século foi pensada como vestígio do real, passa a conviver com imagens que se afirmam como possíveis realidades. Isso não a esvazia, mas amplia seu campo de problematização: mais do que nunca, olhar uma imagem é também perguntar sobre sua origem, seu contexto e suas intenções.

Desde o surgimento da fotografia em meados do século XIX, um dos aspectos mais debatidos entre os estudiosos e curiosos sobre a imagem diz respeito às suas qualidades e a sua relação com o real, com o observado na realidade. A imagem fotográfica sempre foi vista como prova de existência: algo ou alguém esteve diante da câmera, em determinado tempo e espaço, e deixou uma marca luminosa no suporte fotossensível. Mas, muito ainda se pergunta, o que é fotografia? Roland Barthes em suas discussões presente em seu livro *A câmara clara* aponta que

Em relação à Fotografia, eu era tomado de um desejo “ontológico”: eu queria saber a qualquer preço o que ela era “em si”, por que traço essencial ela se distinguia da comunidade das imagens. Um desejo como esse queria dizer que, no fundo, fora das evidências provenientes da técnica e do uso e a despeito de sua formidável expansão contemporânea, eu não estava certo de

que a Fotografia existisse, de que ela dispusesse de um “gênio” próprio. (Barthes, 2015, p. 13)

O autor ainda define uma das características da fotografia como um “isso foi”, ou seja, a fotografia carrega inevitavelmente o traço de uma presença anterior, “é sempre apenas um canto alternado de “Olhem”, “Olhe”, “Eis aqui”; ela aponta com o dedo um certo *vis-à-vis* e não pode sair dessa pura linguagem dêictica.” (Barthes, 2015, p.14). Essa condição de evidência que contém seus contextos diferencia a fotografia de outras formas de representação, como a pintura ou o desenho, que operam por imitação ou simbolização.

A fotografia, ao contrário, normalmente resulta de um contato físico-químico entre a luz refletida pelo objeto e o suporte da imagem, estabelecendo uma relação causal entre referente e signo. No entanto, Barthes alerta que essa qualidade indicial não garante objetividade: “Seja o que for o que ela nos dê a ver e qualquer que seja a maneira, uma foto é sempre invisível: não é ela que vemos” (Barthes, 2015, p. 15). A fotografia é sempre atravessada por escolhas de quem a produz: o enquadramento, o momento do disparo, o foco, a luz, a distância, além das escolhas, contextos e repertórios de quem a lê.

Ao mesmo tempo em que atesta uma existência, a imagem carrega um recorte subjetivo do fotógrafo. Barthes distingue, então, duas dimensões na experiência fotográfica: o *studium*, que corresponde ao interesse cultural, histórico e informativo da imagem, e o *punctum*, aquilo que irrompe inesperadamente, tocando de forma íntima o observador. Essa distinção revela que a fotografia não é apenas documento, mas também experiência estética e afetiva.

A escritora Susan Sontag em seu livro Sobre fotografia, amplia esse debate ao afirmar que as imagens fotográficas não apenas registram a realidade, mas participam de sua construção social. Para a autora, a fotografia é uma forma de apropriação do mundo: ao fotografar, selecionamos, enquadrados e damos sentido ao que é visto, transformando o real em imagem.

Ao nos ensinar um novo código visual, as fotos modificam e ampliam nossas ideias sobre o que vale a pena olhar e sobre o que temos o direito de observar. Constituem uma gramática e, mais importante ainda, uma ética do ver. Por fim, o resultado mais extraordinário da atividade fotográfica é nos dar a sensação de que podemos reter o mundo inteiro em nossa cabeça – como uma antologia de imagens. (Sontag, 2004, p. 13)

Ao afirmar que a fotografia cria uma “gramática” e uma “ética do ver”, Sontag (2004) chama atenção para o fato de que o ato de fotografar não se limita a registrar a realidade, mas institui novas formas de organizar o mundo. Fotografar é escolher, recortar, dar ênfase a determinados aspectos e silenciar outros. Essa seleção opera como um código que, uma vez difundido, passa a influenciar a maneira como percebemos e avaliamos o que é digno de ser visto.

Assim, a fotografia não apenas documenta, mas também hierarquiza, cria relevâncias e invisibilidades, construindo repertórios que moldam o imaginário coletivo. O poder das imagens, portanto, não é neutro: ele afeta tanto o olhar quanto o modo como a sociedade se autorrepresenta e se comprehende. Nesse sentido, a ideia de que podemos “reter o mundo inteiro em nossa cabeça” como uma coleção de imagens revela um paradoxo. Ao mesmo tempo em que a fotografia oferece a

ilusão de totalidade, como se o mundo pudesse ser capturado, classificado e armazenado em um arquivo mental ou digital, ela também fragmenta e simplifica experiências complexas em representações visuais.

Essa abundância de imagens, especialmente no contexto contemporâneo de saturação visual e circulação instantânea, nos coloca diante de novos dilemas éticos: até que ponto esse acúmulo amplia nosso horizonte de compreensão ou, ao contrário, anestesia nosso olhar, tornando-o superficial? A fotografia, nesse jogo, oscila entre a promessa de conhecimento universal e o risco de banalização do visível. Mais ainda, as fotografias passam a circular socialmente e a modelar nossa compreensão do mundo, criando repertórios de memória coletiva e estabelecendo regimes de visibilidade. A suposta neutralidade técnica cede lugar ao reconhecimento da fotografia como linguagem impregnada de ideologias e de intenções narrativas.

Fotos fornecem um testemunho. Algo de que ouvimos falar, mas de que duvidamos parece comprovado quando nos mostram uma foto. Numa das versões da sua utilidade, o registro da câmera incrimina. Depois de inaugurado seu uso pela polícia parisiense, no cerco aos *communards*, em junho de 1871, as fotos tornaram-se uma útil ferramenta dos Estados modernos na vigilância e controle de suas populações cada vez mais móveis. Numa outra versão de sua utilidade, o registro da câmera justifica. Uma foto equivale a uma prova incontestável de que determinada coisa aconteceu. A foto pode distorcer; mas sempre existe o pressuposto de que algo existe, ou existiu, e era semelhante ao que está na imagem. (Sontag, 2004, p. 15)

O filósofo Vilém Flusser em seu livro Filosofia da caixa preta, radicaliza essa perspectiva ao situar a fotografia dentro de um regime técnico e cultural mais amplo. Para ele, a câmera fotográfica é um

aparelho programado, que condiciona e orienta as possibilidades criativas do fotógrafo. A fotografia não é apenas o resultado de uma decisão individual, mas produto da interação entre sujeito, técnica e programa cultural.

Nesse sentido, Flusser introduz o conceito de “imagens técnicas” para caracterizar aquelas produzidas por aparelhos, como a fotografia, o cinema e, mais recentemente, os dispositivos digitais, que diferem das imagens tradicionais (como pinturas ou desenhos) porque carregam em si programas invisíveis que orientam sua produção. Assim, o olhar fotográfico já nasce mediado pela máquina, na medida em que o fotógrafo atua dentro dos limites impostos pelo dispositivo.

Se considerarmos o aparelho fotográfico sob tal prisma, constataremos que o estar programado é que o caracteriza. As superfícies simbólicas que produz estão, de alguma forma, inscritas previamente (“programadas”, “pré-escritas”) por aqueles que o produziram. As fotografias são realizações de algumas das potencialidades inscritas no aparelho. O número de potencialidades é grande, mas limitado: é a soma de todas as fotografias fotografáveis por este aparelho. A cada fotografia realizada, diminui o número de potencialidades, aumentando o número de realizações: o programa vai se esgotando e o universo fotográfico vai se realizando. (Flusser, 2011, p. 36)

Entretanto, longe de ver esse condicionamento como determinismo, Flusser enfatiza a possibilidade de resistência criativa. O gesto fotográfico, segundo ele, é sempre um jogo entre a submissão ao programa do aparelho e a tentativa de explorar suas brechas, tensionando o que é previsto pela máquina. Fotografar, portanto, não é apenas apertar o botão, mas elaborar uma estratégia para reconfigurar o código técnico, produzindo imagens que escapam ao banal e ao repetitivo.

O fotógrafo age em prol do esgotamento do programa e em prol da realização do universo fotográfico. Já que o programa é muito “rico”, o fotógrafo se esforça por descobrir potencialidades ignoradas. O fotógrafo manipula o aparelho, o apalpa, olha para dentro e através dele, a fim de descobrir sempre novas potencialidades. Seu interesse está concentrado no aparelho e o mundo lá fora só interessa em função do programa. Não está empenhado em modificar o mundo, mas em obrigar o aparelho a revelar suas potencialidades. O fotógrafo não trabalha com o aparelho, mas brinca com ele.” (Flusser, 2011, p. 36)

O que está em jogo, para Flusser, é a consciência de que o mundo contemporâneo se estrutura cada vez mais por meio dessas imagens técnicas, que não apenas representam a realidade, mas passam a substituí-la como forma predominante de experiência. Nesse horizonte, pensar a fotografia implica também refletir sobre a mediação maquinica do olhar e sobre a responsabilidade do fotógrafo, e hoje também do espectador, em não se deixar aprisionar pela lógica automatizada do aparelho, mas em buscar formas de subversão e reinvenção.

A partir desses autores, pode-se afirmar que a fotografia oscila entre duas dimensões: de um lado, o índice, que garante sua ligação com o real; de outro, a construção simbólica, que abre espaço para múltiplas interpretações. Essa tensão entre evidência e sugestão é fundamental para compreender a obra de Henri Cartier-Bresson e Manuel Álvarez Bravo. Ambos não se contentam com o registro puro e simples: suas fotografias operam como narrativas visuais que deslocam o banal para o campo do poético, instaurando jogos de sentido que ultrapassam a função documental.

Surrealismo e a estética das possibilidades

O surrealismo, movimento artístico e literário iniciado na França na década de 1920, representou uma ruptura decisiva com as tradições racionalistas e naturalistas da arte ocidental. Inspirado pelas descobertas da psicanálise, sobretudo as teorias de Sigmund Freud sobre o inconsciente, os surrealistas buscavam explorar o sonho, o acaso e a irracionalidade como caminhos para uma experiência estética mais profunda em relação ao mundo.

O manifesto surrealista de André Breton, publicado em 1924, estabeleceu a valorização da escrita automática, da associação livre e do encontro inesperado como princípios criativos, conceitos fortemente absorvidos em diferentes áreas artísticas. Contudo, é importante lembrar que esse texto surge em um contexto social profundamente marcado pelos efeitos da Primeira Guerra Mundial e pela descrença generalizada nas estruturas racionais e políticas que haviam conduzido a Europa ao desastre.

O surrealismo, nesse sentido, não foi apenas um movimento estético, mas também uma resposta cultural e política ao desencanto com a modernidade. A busca por liberar o inconsciente e valorizar o acaso refletia um desejo de romper com os modelos rígidos da razão iluminista e da moral burguesa, que pareciam insuficientes para explicar as contradições do mundo moderno. Assim, o surrealismo nasce como um gesto de rebeldia, de crítica ao status quo e de abertura a novas formas de imaginar a realidade, em um gesto que encontrou eco em diferentes linguagens, da literatura à pintura, do cinema à fotografia, tornando-se uma das mais influentes vanguardas artísticas do século XX.

Esta revolução poética tornou-se possível graças a uma revolução íntima do homem e de suas relações com o mundo. Vinte séculos de opressão cristã não puderam fazer que o homem deixasse de ter desejos, e a vontade de satisfazê-los. O surrealismo proclama a onipotência do desejo e a legitimidade de sua realização. (Naudeau, 2008, p. 21)

No campo das artes visuais, o surrealismo encontrou formas de expressão múltiplas, mas é na pintura que costuma ser mais fortemente reconhecido, com nomes como Salvador Dalí e Frida Kahlo, cujas obras exploram o sonho, o inconsciente e a justaposição de elementos improváveis. No entanto, a fotografia também teve papel central na consolidação dessa estética, justamente por se apoiar em uma característica que lhe é própria: a aparência de evidência e de prova do real.

Ao se apropriar dessa credibilidade da imagem fotográfica, os surrealistas puderam tensionar as fronteiras entre realidade e imaginação, criando composições que colocavam em dúvida aquilo que se via. Man Ray é um exemplo emblemático desse processo: suas experimentações com o corpo, os objetos e a manipulação em laboratório deram origem a imagens que transitavam entre o familiar e o delirante, entre o concreto e o onírico. Assim, a câmera deixou de ser apenas um dispositivo de registro e passou a funcionar como instrumento de revelação de mundos insólitos, sugerindo que o invisível, o inconsciente e o irracional poderiam emergir do visível e do cotidiano.

Henri Cartier-Bresson, embora mais conhecido por sua inserção no fotojornalismo e na Magnum Photos, teve contato direto com o surrealismo durante sua formação em Paris. Frequentou as galerias de arte surrealista, aproximou-se de figuras como Breton e se deixou influenciar pela valorização do acaso e do inconsciente. Essa influência

não se traduziu em imagens oníricas ou manipuladas, mas em uma atenção ao inesperado no cotidiano: o instante decisivo é, em grande medida, herdeiro da sensibilidade surrealista. Cartier-Bresson buscava no real a irrupção do insólito, da coincidência significativa, do gesto que rompe a linearidade da vida comum.

Na América Latina, entretanto, o surrealismo encontrou um terreno fértil, mas assumiu contornos distintos em comparação ao contexto europeu. Enquanto na Europa o movimento nascia como reação ao trauma da Primeira Guerra Mundial e à crise da razão ocidental, no continente latino-americano ele se articulou com realidades marcadas por profundas desigualdades sociais, processos de colonização e pela convivência de múltiplas tradições culturais. Breton visitou o país em 1938, declarando-o como o lugar “mais surrealista do mundo”.

Essa afirmação refletia não apenas o exotismo com que os europeus viam a cultura mexicana, mas também a maneira como os elementos do cotidiano, da religiosidade popular e das tradições indígenas já continham uma estética do insólito e do enigma. Frida Kahlo, Diego Rivera e outros artistas dialogaram com o movimento europeu, mas também o ressignificaram em linguagem latino-americana.

Nesse sentido, artistas como Manuel Álvarez Bravo absorveram a estética surrealista, mas não como mera reprodução do movimento europeu: em suas imagens, o insólito e o sonhado emergiam da própria experiência cotidiana latino-americana, em que o real e o imaginário sempre se encontraram de forma intrínseca. Suas fotografias exploravam o onírico, o erótico e o trágico, sem abandonar o contato direto com a realidade mexicana. Bravo revelava o excêntrico no banal, transformando corpos, ruas e objetos em signos carregados de ambiguidade. Sua relação

com Breton e com intelectuais mexicanos reforça a pertinência de ler sua obra à luz de uma estética surrealista.

Assim, tanto Cartier-Bresson quanto Álvarez Bravo, cada um em seu contexto, se aproximam de uma estética do enigma surrealista: imagens que sugerem mais do que mostram, que convidam o espectador a percorrer os territórios do simbólico, do sonho e do silêncio.

Análise imagética: entre o visível e o imaginado

Para examinar a construção de sentido nas imagens de Henri Cartier-Bresson e Manuel Álvarez Bravo, este artigo adota a metodologia proposta por Martine Joly (2012), que sistematiza uma abordagem de análise imagética em três níveis.

O primeiro nível é o plástico, que se refere aos elementos formais da imagem: luz, cor, linhas, formas, texturas, enquadramentos, profundidade de campo, ângulos e contrastes, no qual esses elementos não são neutros: contribuem para guiar o olhar do espectador, estabelecer atmosferas e sugerir significados.

O segundo nível é o icônico, que corresponde aos elementos reconhecíveis representados na imagem: pessoas, objetos, cenários. É nesse nível que se estabelece a identificação do referente, mas também sua seleção e disposição em cena, que já implicam escolhas narrativas.

O terceiro nível é o linguístico, que diz respeito a títulos, legendas, textos ou mesmo a presença da linguagem verbal dentro da imagem. Embora nem sempre esteja presente, esse nível pode orientar ou desviar a leitura, criando estreitamentos entre palavra e imagem.

Além desses três níveis, Joly ressalta a importância da conotação cultural e subjetiva, isto é, o repertório simbólico que atravessa a

interpretação da imagem, assim nenhuma leitura é totalmente neutra: toda imagem é interpretada à luz de contextos históricos, culturais e pessoais. No caso de Cartier-Bresson e Álvarez Bravo, essa dimensão é central, já que ambos operam com signos carregados de ambiguidade e possibilidade, que só se revelam plenamente quando associados a repertórios culturais específicos, seja a modernidade europeia, seja o imaginário surrealista latino-americano.

A metodologia de Joly apresenta vantagens por articular de forma clara o material e o simbólico, mas também tem limites. Ao propor categorias, corre-se o risco de engessar a leitura, como se os sentidos pudessem ser totalmente classificados. Contudo, justamente por trabalhar com autores que exploram o silêncio e a sugestão, esse método se mostra produtivo: permite observar a materialidade da imagem sem perder de vista sua potência conotativa e cultural.

Henri Cartier-Bresson

Henri Cartier-Bresson consolidou-se como um dos nomes centrais da fotografia do século XX, tanto pelo rigor técnico quanto pela experiência proposta do conceito de “instante decisivo”. No entanto, quando suas imagens são analisadas à luz da metodologia de Martine Joly, percebe-se que sua potência não se reduz a um gesto técnico, derivado de sua fonte de composição artística, mas à construção poética que resulta da articulação entre signos plásticos, icônicos e linguísticos. A seguir, analisam-se duas de suas fotografias mais emblemáticas.

Figura 1

Behind the Gare Saint-Lazare, 1932



Nota. De *Behind the Gare St. Lazare* [Fotografia], por Henri Cartier-Bresson, 1932, MoMA (<https://www.moma.org/collection/works/98333>). © 2025 Henri Cartier-Bresson/Magnum Photos,courtesy Fondation Henri Cartier-Bresson, Paris.

A fotografia mostra um homem saltando sobre uma poça d'água, seu corpo suspenso no ar em um instante que antecede o impacto. Ao fundo, vê-se uma cerca metálica e cartazes parcialmente rasgados; no reflexo da água, a cena duplica-se, criando uma dimensão especular. O gesto de suspensão ecoa a estética surrealista parisiense dos anos 1930, em que o banal se torna insólito. O reflexo na água cria uma duplicação que não apenas documenta, mas sugere: o real e seu duplo, o corpo e sua imagem, o instante e sua eternidade.

Signos plásticos: A composição é construída sobre um equilíbrio dinâmico de formas e reflexos. O preto e branco acentuam os contrastes, e a poça d'água, ao centro, espelha o salto do homem, criando uma duplidade entre o real e o refletido. As linhas verticais e horizontais da cerca e do andaime estruturam o enquadramento, enquanto o corpo em suspensão introduz o elemento do acaso e do movimento congelado. A nitidez do gesto, mesmo no instante efêmero, dá à imagem um caráter quase coreográfico, como se o tempo se dobrasse no espaço.

Signos icônicos: O que se vê é um homem pulando sobre uma poça, atrás da estação Saint-Lazare, em Paris. No entanto, essa simplicidade aparente esconde um jogo simbólico: o salto não é apenas físico, mas metafórico, um limiar entre dois mundos. A figura anônima, o reflexo perfeito na água e a sombra do cercado evocam a tensão entre o real e o imaginário, entre o fato e a forma. O fotógrafo capta o instante anterior ao impacto, suspendendo o tempo e transformando um gesto banal em uma epifania visual.

Signos linguísticos: Cartier-Bresson raramente atribuía títulos poéticos às suas imagens; aqui, a legenda mais conhecida é simplesmente a indicação do local (Atrás da estação Saint-Lazare). Essa neutralidade linguística abre espaço para que a imagem fale por si, instaurando o enigma visual. Aqui se manifesta o pensamento surrealista que atravessa a obra de Cartier-Bresson: o encontro entre o acaso e a forma, entre o automatismo do real e a intuição estética. O instante é, em última instância, uma tradução visual da lógica surrealista do “encontro fortuito” de Breton. O real se revela não pela racionalidade, mas pela fissura do imprevisto, pelo momento em que a vida cotidiana deixa entrever o insólito.

Figura 2

Hyères, França, 1932



Nota. De *Hyères, France* [Fotografia], por Henri Cartier-Bresson, 1932, MoMA (<https://www.moma.org/collection/works/44586>). © 2025 Henri Cartier-Bresson/Magnum Photos, courtesy Fondation Henri Cartier-Bresson, Paris

Fotografia tirada de cima de uma escada em espiral, mostrando um ciclista que atravessa a rua curva em movimento. A cena é marcada pela geometria rigorosa e pelo jogo entre linha e movimento. Essa fotografia exemplifica o rigor formal de Cartier-Bresson, frequentemente associado à pintura e à tradição clássica da composição. Mas, ao mesmo tempo, a inserção do ciclista como elemento fugaz sugere a coexistência entre ordem e acaso, estrutura e vida.

Signos plásticos: O enquadramento em *plongée* (de cima para baixo) cria uma forte composição geométrica, em que as curvas da escada dialogam com a trajetória circular da bicicleta. A perspectiva confere dinamismo à cena e sugere continuidade. A fotografia é marcada por uma forte geometrização do espaço. O ponto de vista elevado cria uma espiral visual a partir da escada e do corrimão curvilíneo. As diagonais

e linhas circulares conduzem o olhar até a figura de um ciclista que passa no canto inferior, conferindo à imagem um ritmo quase musical. O contraste entre o claro do chão e o escuro da sombra reforça a sensação de profundidade e movimento.

Signos icônicos: O ciclista, reduzido a uma figura quase abstrata, torna-se parte do jogo formal da imagem. Mais do que representar um indivíduo, a cena icônica encena o fluxo urbano e a cadência da vida moderna. A cena cotidiana, um homem pedalando, é elevada à condição de composição abstrata. A cidade é reduzida a linhas, curvas e planos tonais. A figura humana torna-se ponto de fuga, um detalhe que ativa a percepção do todo. Há, novamente, a captura do instante exato, mas também uma dimensão onírica: o ponto de vista elevado e o enquadramento inesperado sugerem uma perspectiva quase surreal, em que o espaço urbano é reconfigurado como labirinto visual.

Signos linguísticos: Assim como na outra imagem, o título é descritivo (Hyères, França), reafirmando a estratégia de Cartier-Bresson de não saturar a imagem com discursos verbais. O gesto fotográfico de Cartier-Bresson traduz a tensão entre controle e acaso. O fotógrafo não intervém na realidade, mas seu olhar, treinado pela convivência com o surrealismo parisiense, constrói uma poética do inesperado. “Hyères” é o instante em que o real se organiza como sonho: o ciclista surge no exato ponto que equilibra a composição, como se a própria cidade tivesse orquestrado a cena.

Em conjunto, essas imagens revelam a poética de Cartier-Bresson: o encontro entre precisão formal e sugestão poética. Seus signos plásticos demonstram rigor compositivo; seus signos icônicos capturam o banal transformado em metáfora; seus signos linguísticos, reduzidos à

função descritiva, mantém aberto o campo interpretativo. À luz de Joly, percebe-se como sua fotografia oscila entre o visível e o imaginado, instaurando o enigma visual sem abandonar a clareza formal.

Manuel Álvarez Bravo

Manuel Álvarez Bravo é considerado o grande mestre da fotografia mexicana e latino-americana do século XX. Sua obra se distingue pelo diálogo entre o cotidiano e o imaginário, em que símbolos culturais, tradições locais e influências surrealistas se entrelaçam. Diferente de Cartier-Bresson, cuja precisão formal traduz o instante decisivo, Bravo aposta na ambiguidade, na suspensão e na força simbólica dos corpos e objetos.

Figura 3

Trabalhador em greve, assassinado, 1934



Nota. De *Obrero en huelga, asesinado* (Striking Worker, Assassinated)[Fotografia], por Manuel Álvarez Bravo, 1934, Moma (<https://www.moma.org/collection/works/56074>). © 2025 Archivo Manuel Álvarez Bravo, S.C.

A fotografia mostra um trabalhador morto após uma manifestação no México. Seu corpo jaz estendido no chão, coberto parcialmente por um pano, enquanto os pés permanecem expostos.

Signos plásticos: O enquadramento horizontal destaca o corpo inerte em primeiro plano. O contraste entre a rigidez da morte e a suavidade da luz cria uma cena solene e silenciosa. A ausência de excesso visual concentra o olhar no corpo como signo central. A imagem se estrutura em tons densos de cinza e preto, acentuando a dramaticidade. O corpo do homem morto, de camisa branca, contrasta fortemente com o fundo escuro do chão. O enquadramento rente, sem contexto amplo, faz com que o corpo ocupe quase toda a superfície, instaurando uma sensação de proximidade e silêncio. As texturas do tecido, do solo e do cabelo ampliam a materialidade da morte, enquanto a luz natural, filtrada, confere uma aura quase pictórica à cena.

Signos icônicos: O corpo morto remete imediatamente à violência política e social no México dos anos 1930, marcados por conflitos trabalhistas e repressão estatal. Os pés expostos humanizam a cena, afastando-a da objetividade documental e evocando compaixão. O conteúdo é direto: um trabalhador morto, vítima da repressão política. Contudo, Bravo subverte o documental. A posição do corpo, o olhar serenamente fechado e o contraste com o entorno criam uma ambiguidade: é uma denúncia ou uma homenagem?

Signos linguísticos: O título, “Trabalhador em greve, assassinado”, insere a imagem em um contexto sociopolítico explícito. Diferente da neutralidade cartier-bressoniana, Bravo utiliza a linguagem para direcionar a interpretação, aproximando-a da denúncia, mas sem abrir mão da poética. Nessa fotografia, o surrealismo não se manifesta pelo

absurdo, mas pela suspensão da realidade política em uma dimensão simbólica. A morte concreta se transforma em imagem meditativa, poética. Bravo realiza uma síntese entre o real social e o imaginário espiritual, subvertendo o olhar documental. Tal como Flusser descreve o gesto fotográfico como possibilidade de “pensar com o aparelho”, Bravo faz da câmera um instrumento de reflexão sobre a condição humana e o destino coletivo.

No México, a morte não é apenas um fim biológico, mas um símbolo profundamente enraizado nas tradições populares. Essa fotografia pode ser lida como documento de violência, mas também como ícone cultural que inscreve o corpo no imaginário coletivo da morte significada.

Figura 4

La buena fama durmiendo, 1939



Nota. De *La buena fama durmiendo* (The Good Reputation Sleeping)[Fotografia], por Manuel Álvarez Bravo, 1938-39, MoMA (<https://www.moma.org/collection/works/56927>). © 2025 Archivo Manuel Alvarez Bravo, S.C.

A imagem mostra uma jovem deitada, nua, com o corpo coberto parcialmente por faixas. Seu semblante é sereno, em uma cena ambígua entre o erótico, o ritualístico e o mortuário.

Signos plásticos: A fotografia é de um rigor estético quase escultórico. A mulher deitada sobre lençóis brancos, com o corpo parcialmente coberto por ataduras, é iluminada por uma luz suave que desenha volumes delicados. O contraste entre a pele, as faixas e o tecido cria um jogo de texturas e tonalidades que remetem à pureza e ao silêncio. O enquadramento frontal, a centralidade da figura, a nitidez dos contornos e a iluminação suave evocam uma composição ritualística, quase sagrada. A horizontalidade do corpo remete tanto ao repouso quanto à morte.

Signos icônicos: A figura feminina, nua e enfaixada, adquire um caráter simbólico múltiplo: pode remeter à vulnerabilidade, à sensualidade contida ou à ideia de renascimento. O título “A boa fama dormindo” acrescenta camadas de ironia e mistério, deslocando o olhar entre o erótico e o espiritual. A mulher parece em estado de suspensão entre a vida e o sonho, entre o desejo e o interdito.

Signos linguísticos: O título, “A boa fama dormindo”, reforça a polissemia: sugere inocência e serenidade, mas também ironiza convenções sociais sobre o corpo e a moralidade. Essa fotografia sintetiza o diálogo de Bravo com o surrealismo: o corpo como território do inconsciente, a imagem como espaço de sonho e ambiguidade. A censura da época impediu sua circulação, o que reforça o caráter subversivo da obra: a beleza feminina é apresentada não como objeto, mas como metáfora de contenção e liberdade. Aqui, o surrealismo latino-americano

manifesta-se não pela ruptura com o real, mas pela sua metamorfose simbólica, em que o cotidiano é investido de significados míticos.

No imaginário mexicano, o corpo feminino é frequentemente associado a símbolos de fertilidade, sacralidade e sacrifício. Bravo dialoga com esse repertório, mas o atualiza em conceito surrealista, em que a imagem se torna metáfora do sonho e do inconsciente.

Em conjunto, essas fotografias de Bravo evidenciam uma poética da suspensão: corpos e situações banais são elevados à condição de enigmas visuais. Seus signos plásticos exploram a luz e o enquadramento para sugerir silêncio e suspensão; seus signos icônicos evocam temas centrais da cultura mexicana - morte, erotismo, sonho; seus signos linguísticos frequentemente ampliam a polissemia, guiando o espectador para além do visível.

Aproximações e contrastes poéticos

A leitura comparativa das obras de Henri Cartier-Bresson e Manuel Álvarez Bravo evidencia convergências estéticas e conceituais que se manifestam na articulação entre os signos plásticos, icônicos e linguísticos, conforme propõe Martine Joly (2012). Em ambos, a fotografia transcende o registro do real para instaurar um espaço de ambiguidade entre o visível e o imaginado, aproximando-se da estética do enigma própria ao surrealismo.

No nível plástico, os dois fotógrafos revelam profundo domínio da composição. Cartier-Bresson organiza o espaço por meio da geometria e da precisão do enquadramento, capturando o instante em sua plenitude expressiva, enquanto Bravo explora a frontalidade, a textura e o contraste de luz e sombra para transformar o corpo e o cotidiano

em metáforas visuais. Em ambos, a forma é poética e inseparável da criação de sentido: o rigor estético é instrumento de revelação simbólica.

Nos signos icônicos, Cartier-Bresson parte do banal, cenas urbanas e gestos cotidianos, para revelar o excêntrico escondido na modernidade. Suas imagens são metáforas da condição humana diante do movimento e da incerteza. Bravo, por outro lado, transforma elementos do cotidiano mexicano, corpos, rituais, objetos, em expressões do sonho e da morte, temas recorrentes de sua cultura. Se o francês encontra o simbólico no acaso, o mexicano o enraíza no imaginário coletivo e nas tradições locais, convertendo o visível em mito.

A distinção torna-se mais nítida no plano linguístico. Cartier-Bresson utiliza títulos objetivos, que neutralizam o discurso e convidam à livre interpretação, coerente com seu vínculo ao fotojornalismo e à Magnum Photos, onde a objetividade era um valor editorial. Bravo, ao contrário, recorre a títulos sugestivos, como *La buena fama durmiendo*, que conduzem a leitura e ampliam a polissemia. Essa diferença reflete também os contextos de circulação: o europeu inserido no espaço urbano e moderno; o mexicano, no território simbólico de uma cultura entre o sagrado e o cotidiano.

Apesar das diferenças, ambos deslocam a fotografia do campo documental para o território da significação poética. O “instante decisivo” de Cartier-Bresson é um gesto filosófico que suspende o real e o abre à interpretação, enquanto Bravo transforma o real em metáfora cultural. Nessa intersecção, a fotografia torna-se espaço de ambiguidade, em que o índice do real e a imaginação simbólica coexistem.

As aproximações entre ambos também se iluminam à luz do surrealismo. Conforme o Manifesto de André Breton de 1924, o

movimento valorizava o acaso e o inconsciente como forças criadoras. Cartier-Bresson, próximo aos círculos surrealistas parisienses, traduziu essa visão ao transformar o cotidiano em singularidade, como o salto congelado em *Behind the Gare Saint-Lazare* ou o ciclista em *Hyères*, imagens que aproximam a lógica do real. Bravo, por sua vez, integrou o surrealismo ao contexto mexicano, onde vida, morte e sonho já se entrelaçavam simbolicamente. Sua fotografia *La buena fama durmiendo* exemplifica esse hibridismo: corpo, desejo e morte coexistem numa mesma cena poética.

Enquanto o surrealismo europeu buscava libertar o inconsciente, no México o movimento encontrou ecos em tradições que sempre desafiaram a racionalidade linear. A visita de Breton ao país, em 1938, apenas confirmou o que Bravo já intuía: o México era, por natureza, “surrealista”. Assim, ambos partilham a estética do enigma, embora a formulem a partir de matrizes distintas: o olhar geométrico e filosófico de Cartier-Bresson e a imagética simbólica e cultural de Bravo.

A metodologia de Joly revela como seus signos plásticos, icônicos e linguísticos são atravessados por conotações culturais. Cartier-Bresson fala a partir da Paris moderna e fragmentada; Bravo, de um México em transformação, onde a tradição convive com a modernidade. Em ambos, a fotografia é índice e metáfora, registro e invenção.

Assim, Cartier-Bresson e Álvarez Bravo demonstram que a fotografia não é simples reflexo do real, mas linguagem polissêmica que articula arte, cultura e comunicação. Ao transformar o instante e o cotidiano em enigma, ambos reafirmam que a fotografia é menos um espelho do mundo e mais um espelho da imaginação, da leitura em múltiplas possibilidades.

Conclusão

O presente estudo analisou as aproximações e divergências entre Henri Cartier-Bresson e Manuel Álvarez Bravo, à luz dos aportes de Barthes, Sontag, Flusser, da estética surrealista e da metodologia de Martine Joly (2012). Confirmou-se a hipótese de que ambos compartilham uma estética do enigma, embora enraizada em contextos culturais distintos. Suas obras revelam a fotografia como um espaço de tensão entre o real e o imaginado, o índice e o símbolo, o visível e o implícito.

Cartier-Bresson, ao formular o conceito do “instante decisivo”, inscreve-se em uma tradição fotográfica que valoriza a síntese visual e a coincidência entre acaso e composição. Seu olhar, moldado pelo diálogo com o surrealismo parisiense, encontra o extraordinário no banal. Esses registros, ancorados no cotidiano, tornam-se metáforas da experiência humana, efêmera, fragmentada, imprevisível. O “real” em Cartier-Bresson é testemunho e, ao mesmo tempo, abertura para o inesperado.

Já Bravo elabora uma poética nascida do cruzamento entre tradição e modernidade mexicanas. Suas imagens fundem o documental e o simbólico, movendo-se entre o registro social e a evocação imaginária. O corpo, a morte, a religiosidade e o erotismo surgem em composições que suspendem o tempo e instauram uma atmosfera de ambiguidade, traduzindo o surrealismo europeu em uma gramática local, na qual o cotidiano já contém o maravilhoso. Ao contrário de Cartier-Bresson, que captura o instante fugidio, Bravo convida o espectador à permanência no enigma.

A metodologia de Joly foi decisiva para explicitar tais nuances. Os signos plásticos evidenciaram como enquadramento, luz e composição

constroem tensões estéticas; os signos icônicos revelaram universos distintos: a modernidade urbana em Cartier-Bresson e o imaginário cultural em Bravo; e os signos linguísticos mostraram modos diversos de contextualizar e ressignificar as imagens. Sobretudo, a análise conotativa iluminou o diálogo entre cada fotógrafo e suas tradições culturais, revelando camadas simbólicas que transcendem o visível.

O breve diálogo com os autores reforçou a compreensão da fotografia como linguagem polissêmica, convergindo na ideia de que Cartier-Bresson e Bravo não registram apenas o real, mas o transformam em significação, tensionando o que é visível e o que é inventado.

O surrealismo oferece o elo entre ambos, pois em Cartier-Bresson, manifesta-se como resíduo das vanguardas parisienses, o acaso, a geometria, a coincidência visual e em Bravo, como tradução sensível de uma cultura onde o irracional já habita o cotidiano. Ambos compartilham o desejo de desestabilizar o olhar e desafiar a lógica descritiva, instaurando uma “estética do enigma” que convida à leitura simbólica.

Assim, a comparação entre os dois fotógrafos ultrapassa a mera perspectiva historiográfica: trata-se de um exercício interpretativo que recoloca a fotografia como prática cultural articuladora de temporalidades e sensibilidades. Suas obras demonstram que o real, diante da câmera, nunca é absoluto, ele é filtrado por subjetividades, contextos e estratégias formais. A fotografia, portanto, é menos espelho do mundo e mais dispositivo de produção simbólica.

Os resultados deste estudo oferecem contribuições ao reafirmarem a importância de integrar teoria e análise visual, evitando abstrações descoladas da imagem, também ao demonstrarem como o surrealismo, embora nascido na Europa, adquiriu ressonâncias híbridas na América

Latina, configurando uma estética mestiça e singular, propondo assim, a “estética do enigma” como categoria interpretativa para obras que operam na fronteira entre o visível e o imaginado.

Há, contudo, possibilidades futuras a explorar que permitiria compreender melhor a circulação transnacional das estéticas surrealistas. Além disso, o debate pode dialogar com a pós-fotografia e a imagem digital, investigando como o enigma se reconfigura na era das inteligências artificiais e da hiperexposição visual.

Assim, esta pesquisa confirma que a fotografia é simultaneamente testemunho e invenção. Cartier-Bresson e Bravo revelam que o real não basta: é preciso abrir espaço ao imaginário, à sugestão e ao mistério. Suas imagens resistem à leitura imediata e convocam a contemplação. Nesse gesto, transcendem a função documental e se inscrevem no campo da arte, afirmindo a fotografia como linguagem autônoma e criadora.

Se, como afirma Barthes, a fotografia é vestígio de um “isso foi”, em Cartier-Bresson e Bravo ela também se converte em “isso poderia ser”. É nesse hiato, entre presença e possibilidade, que reside sua força estética. A “estética do enigma” não é mero recurso formal, mas condição de uma fotografia que assume seu poder de mediação e reinvenção do mundo. Ao tensionar o real e o imaginário, esses autores mostram que ver é sempre também imaginar, e é nesse espaço de invenção que a fotografia continua a pulsar.

Referências

Ávarez Bravo, M. (1934). *Obrero en huelga, asesinado* (Striking Worker, Assassinated) [Fotografia]. Moma. <https://www.moma.org/collection/works/56074>

Ávarez Bravo, M. (1938-39). *La buena fama durmiendo* (The Good Reputation Sleeping) [Fotografia]. MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/56927>

Barthes, R. (2015). *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Nova Fronteira.

Cartier-Bresson, H. (1932). *Behind the Gare St. Lazare* [Fotografia]. MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/98333>

Cartier-Bresson, H. (1932). *Hyères, France* [Fotografia]. MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/44586>

Flusser, V. (2011). *Filosofia da caixa preta*. Annablume.

Joly, M. (2023). *Introdução à análise da imagem*. Papirus Editora.

Nadeau, M. (2008). *História do surrealismo*. Perspectiva.

Sontag, S. (2004). *Sobre fotografia*. Companhia das Letras.

MEMÓRIA E COMUNICAÇÃO IMAGÉTICA EM AREALVA: PRIMEIROS OLHARES

Karla Di Giacomo Dias Oliveira dos Santos¹

O presente estudo, ainda em fase inicial, é uma proposta para analisar se as fachadas vernaculares do centro de Arealva (SP) podem ser compreendidas como linguagens midiáticas e de que forma sua descaracterização e demolição ao longo do tempo contribuíram para o esvaziamento desse espaço.

O processo progressivo de evolução de uma área central de uma cidade, na maioria das vezes, começa de maneira desordenada, ou seja, excluindo desenfreadamente as memórias passadas. A demolição e a descaracterização destas áreas têm apagado não só o passado como também um futuro, e não muito distante tem desconectado do presente.

1. Mestre em Arquitetura e Urbanismo: Teoria História e Projeto
Universidade Estadual Paulista (UNESP).
digiacomokarla@gmail.com

Neste contexto, a análise da cidade de Arealva, mais precisamente, o centro, a “Praça da Matriz”, ressalta o rompimento do uso do espaço público, acredita-se que por falta de identidade visual, falta de memória afetiva com a imagem que os edifícios atuais centrais transmitem para seus moradores, o centro mudou, descaracterizou-se.

Bauman (2017) associa a nostalgia a um sentimento de perda e deslocamento, refletindo uma sociedade cansada e em busca de sentido. Nesta pesquisa, a memória afetiva é ligada às fachadas arquitetônicas como reflexo de um passado da cidade que se esvai.

Vale ressaltar, que este trabalho não é uma análise patrimonial, mas sim, de como a fachada desses edifícios se comunica com a população, como essas fachadas singulares, arquitetônicas, simbólicas e artísticas, influenciam a percepção humana, a organização sociocultural, o pensamento.

Figura 1

Fotos antigas do centro de Arealva



Acervo da autora.

A área central Arealva (figura 1), ainda concentra grande parte do comércio local. No entanto, ao observar o fluxo e o uso do espaço,

percebe-se que a praça, que antes era um ponto de encontro da comunidade, encontra-se vazia tanto durante o dia quanto à noite, inclusive nos finais de semana. Contudo, há um tempo atrás, não muito distante, era comum que as pessoas frequentassem os estabelecimentos comerciais ao redor e, em seguida, se reunissem na praça, um hábito que se perdeu.

Não cabe analisar aqui os processos de desenvolvimento da cidade, afinal a cidade encontra-se com uma média populacional igual desde meados do século XX, com pouco mais de sete mil habitantes. Arealva não apresenta grandes desafios como melhoria na segurança, ou vários núcleos comerciais, que favorecem o deslocamento da população para outros locais. Neste viés, cabe investigar através de fotos antigas que serão expostas na praça central, qual impacto essas imagens trariam à população. Essas imagens trariam a sensação de pertencimento novamente? Desta forma, a população entraria em contato com uma cidade que não existe mais, com congelamento do tempo através das fotografias, que também seriam projetadas em algumas fachadas, utilizando a cidade como suporte midiático.

Por fim, diante da metodologia que será aplicada, este trabalho buscará responder à seguinte questão: as fachadas físicas também podem ser consideradas um meio de comunicação? E, nesse contexto, as fachadas vernáculas do centro se enquadram nessa definição?

Arealva e sua história

Ao revelar a importância da imagem enquanto meio de comunicação e identidade, a pesquisa buscará investigar se a reaproximação com o passado fortaleceria a vitalidade do centro da cidade e reconfiguraria seu papel como lugar de encontro, memória e pertencimento.

Para tanto, torna-se necessário compreender, ainda que de forma breve, o percurso histórico do município.

Arealva, antiga Soturna, não conta com estações ferroviárias; como muitas cidades da região, seu único elo com o sistema ferroviário foi um trem destinado ao transporte de dormentes de faveiro, que não deixou uma marca significativa em sua trajetória, e hoje se encontram apenas vestígios. Segundo Nicolielo (2022), em 1926 a companhia Gonçalo Garcia, concessionária da companhia Paulista de Estadas de Ferro, solicitou a Iacanga um ramal que interligasse Guainás, localizada em Pederneiras até o bairro de Santa Izabel em Soturna. Muitas cidades em que a presença das ferrovias foi marcante, desenvolveram-se rapidamente, contendo uma infraestrutura urbana que ia aprimorando-se ano a ano, visto que as cidades onde o trem não se instalou o processo de desenvolvimento foi mais lento. No cotidiano arealvense só em meados do século XX, a infraestrutura da cidade passou a conter eletricidade (1950), telefonia e paralelepípedo em algumas vias do centro, em torno de 1940, ainda não tinha água encanada, menciona Oliveiro Leutwiler², em sua entrevista dada ao livro “*Um político em Arealva*” “saímos de uma boa casa no sítio de Bariri, com água encanada, confortável, para morarmos num lugar onde a água era retirada do poço por um bigolo” (espécie de manivela que puxa a água do poço) (Furlaneto, 1999, p. 23). Diante disso, a cidade desenvolveu-se de maneira singela, com uma

2. Responsável pela emancipação de Arealva em 1948, após se tornar subprefeito de Soturna. Anteriormente, em 1944, Oliveiro Leutwiler e sua família se mudaram para Soturna, vindo de Bariri. Essa mudança trouxe uma reviravolta em sua vida, levando-o a se envolver na política local, algo que nunca havia considerado antes.

arquitetura vernacular, com poucas roupagens³, mas que sempre carregou consigo sua história.

Embora o nome atual do município seja Arealva, suas terras sempre foram vermelhas e férteis, até mesmo para o plantio de café. A lavoura de café seria um meio de obter capital, o loteamento de terras urbanas, investimento nas ferrovias, indústrias e infraestrutura das cidades.

Conforme Gulinelli (2016), o café foi importante no período de formação urbana, dando condições para a ocupação e o desenvolvimento do Oeste paulista, já que os migrantes iam em busca das terras devolutas⁴.

Vieram quase todos de Minas Gerais, os pioneiros que, a partir de 1850, se chocaram com os índios. Sua província não se restabeleceria da crise econômica, acarretada pela decadência da mineração. Crescia a pobreza e contra isso o único remédio era a emigração. (Monbeig, 1984, p. 133)

Com isso, as terras interioranas começaram a ficar cada vez mais ocupadas,

Concomitantemente com a diminuição das atividades extrativistas, a Lei de Terras contribuiu para a vinda destes migrantes para

-
- 3. Como por exemplo os edifícios ecléticos imbuídos de muita ornamentação.
 - 4. Consideradas nos mapas oficiais como “terrenos despovoados”.

Não foi, porém, apenas a exaustão das atividades extrativas que “expulsou” uma grande leva de migrantes mineiros em direção a São Paulo. A Lei n.601, de 18 de setembro de 1850, chamada “Lei de terras”, influenciou na vinda dessa população, aliás a maior do Império. Embora a lei tivesse sido criada, em parte, para estancar a ocupação de terras devolutas por posseiros, acabou por incentivá-la. Os prazos dados para o registro de terras ocupadas anteriormente à lei, por posse ou concessão governamental (sesmarias), e a impossibilidade de ocupação de terras devolutas posteriormente a ela, a não ser por compra direta do Estado, acabaram por estabelecer um espaço de tempo àqueles que desejassem ocupar ilegalmente terras devolutas. (Ghirardello, 2002, p.68)

a região do oeste paulista, ainda pouco habitada pelo homem branco. Com esta lei, a propriedade fundiária seria efetivada com a compra legalizada. Este processo acabou gerando a constituição de grandes latifúndios em poder de poucas famílias. (Gulinelli, 2016, p. 54)

Depois da apropriação das terras os proprietários, donos de fazendas, doavam, muitas vezes, parte de suas terras à igreja e ao Santo de sua devação, assim formavam-se as vilas. Desta forma os Patrimônios religiosos eram formados a partir de doações de glebas privadas para a Igreja Católica, em nome de um santo, para se tornar base de vila ou cidade. Segundo Ghirardello (2010, p. 74), “a nomenclatura desses patrimônios expressa claramente sua origem religiosa: quase sempre se iniciava pelo nome do santo ou da santa padroeira, precedida do acidente geográfico que caracterizava a área, em geral o rio”

Há suposição de que os patrimônios nasciam às bordas das plantações de café, porém isso nem sempre é verdadeiro, habitualmente eles precederam. O costume de considerar a data de instalação do município como a gênese deste acaba por confundir a ordem real das coisas. Tais núcleos foram, na maioria das vezes, criados muito anteriormente, a partir de bairros rurais, que surgiram por causa da expectativa cafeeira (Ghirardello, 2010, p. 20).

De maneira semelhante, os povoados eram estabelecidos com o objetivo de valorizar os preços dos “lotes rurais” nas áreas circundantes, que eram desmembradas das grandes propriedades dos coronéis. Como essas propriedades eram muito extensas, vendê-las em partes se mostrava mais lucrativo, elevando o preço de cada alqueire sem que os proprietários precisassem se desfazer completamente de suas terras.(Costa, 2019, p. 45).

As áreas urbanas desses primeiros núcleos, que foram doadas pelos fazendeiros, serão aforadas pela Igreja Católica, por meio de sua Fábrica, sem a possibilidade de posse definitiva, apenas com autorização para uso. Assim, o domínio útil era concedido, mas não o domínio direto. Nessas cidades, a atuação de empreendimentos privados para parcelamento ocorrerá apenas nas expansões do patrimônio religioso original, que levarão à formação de novos bairros ao seu redor. Assim, “o aforamento se tornará uma parte do passado distante das cidades, presente apenas nas suas áreas centrais e históricas” (Ghirardello, 2010, p. 237).

Os lotes centrais de Arealva, seguiram esta realidade, as terras foram doadas a igreja e no eixo central aforadas pela igreja. O surgimento do município ocorreu em 1867, e era chamado de Povoado de Soturna. Esse nome está relacionado a sua proximidade do trecho do rio Tietê, onde havia uma ilha chamada Soturna, considerada sombria e escura, daí o nome. Nessa época, o povoado pertencia, ainda, ao município de Pederneiras⁵, comarca de Jaú (figura 2).

Figura 2

-
5. Até o ano de 1840, as terras atualmente ocupadas pelos municípios de Pederneiras, Iacanga, Arealva e Reginópolis (antiga Batalha) estavam sob domínio dos índios caingangues. Durante as revoltas liberais em São Paulo e Minas Gerais, lideradas por Diogo Antonio Feijó entre 1841 e 1842, houve um cenário de terror e incerteza que levou os habitantes das áreas urbanas desses estados a fugirem para as regiões selvagens, escapando do recrutamento militar. Esses refugiados seguiram o curso do Rio Tietê, uma rota explorada desde os tempos dos bandeirantes. O rio era conhecido como o ‘rio das expedições’, apontando como uma flecha do Caminho do Mar em direção ao El Dorado de Cuiabá. Ao longo de três séculos, as águas do rio testemunharam as expedições que cativaram índios e buscadores de ouro, revelando os mistérios da América e desafiando o famoso Tratado de Tordesilhas, que delineava as terras espanholas e portuguesas, ao serem empurradas para os confins dos Andes, no extremo do continente (História de Pederneiras, s.d., par. 1).

Arealva no início do século XX.



Acervo da autora.

Em 1870, a família Prestes (Manuel e João Cândido), realizou uma doação de 10 alqueires de terras para o bispado de Botucatu para se constituir como patrimônio, sob a invocação de Santa Catarina, em 20 de dezembro de 1911. Nesta data, foi criado o Distrito de Paz de Soturna, onde o primeiro escrivão foi o Sr. Pedro Pereira de Toledo e o primeiro Juiz de Paz Sr. Pedro Pereira Garcia de Almeida. Em 24 de Dezembro de 1924, o Distrito de Soturna passou a pertencer a Iacanga⁶,

6. Iacanga, nome derivado do tupi que significa, de acordo com Teodoro Sampaio, “nascente de água”, teve seu começo quando a família Rodrigues de Campos tomou posse das terras por volta de 1804. Antônio Rodrigues de Campos construiu uma residência e começou a cultivar a área ao redor. Naquela época, a tribo Iacangues, que habitava a região, forçou a família Rodrigues de Campos a abandonar suas terras. A região só foi colonizada novamente em 1879, quando José Pedro Morães, que comprou as terras dos Rodrigues de Campos, decidiu morar ali com sua família. Com o crescimento da comunidade, Joaquim Pedro de Oliveira organizou, em 1905, a inaugural celebração religiosa, arrecadando recursos para erguer a capela de São João Batista. Foi sob a proteção desse santo que se estabeleceu o Patrimônio de Ribeirão Claro. O Distrito de Paz, criado em 1909 com terras pertencentes ao município de Pederneiras, teve sua sede estabelecida no povoado de Rio Claro, e recebeu o nome de Iacanga (Iacanga, s.d.).

quando ocorreu sua municipalização. Logo depois, em 1927, o Distrito de Soturna e o município de Iacanga passaram à jurisdição do município de Pederneiras que acabara de receber o título de comarca. Em 24 de Dezembro de 1948, finalmente foi assinada a Lei nº233, que levou o distrito de Soturna à categoria de município com o nome de Arealva. Esse nome originou-se da existência de “areia alva” (areia branca, clara) nas praias da ilha que deu o primeiro nome ao povoado (História de Arealva, s.d.). Chegou até ser cogitado o nome de Prestópolis, quando se tornasse município, isto se daria para homenagear a família Prestes que doou as terras, contudo as alvas areias da ilha ganharam, e nomeou-se o município de Arealva.

Diversos municípios do Centro-Oeste paulista se destacaram como locais estratégicos para o cultivo de café, impulsionados pela fertilidade de seus solos. Arealva se insere nesse contexto quanto à agricultura cafeeira, num primeiro momento, mas não quanto à infra-estrutura ferroviária: a cidade ficou de fora tanto das linhas “cata-café” quanto das rotas de transporte de carga e passageiros.

Ao longo dos anos, Arealva passou por algumas transformações, tornando-se um pouco mais estruturada, tiveram a criação de escolas, do cemitério, da Santa Casa entre outros serviços públicos essenciais. Porém, Arealva, sem a presença férrea, teve dificuldades para se expandir, atrair investimentos e desenvolver-se.

Assim, percebe-se que a formação e o desenvolvimento de Arealva estiveram marcados por um processo histórico de singularidades, em que a ausência da ferrovia e a constituição vernacular de sua arquitetura contribuíram para um crescimento mais contido e, ao mesmo tempo, carregado de memórias. Esse percurso histórico, aliado

à transformação estética das fachadas do centro, ajuda a iniciar a compreensão dos atuais desafios da cidade diante do esvaziamento de sua área central, por exemplo, se no passado as fachadas foram expressão simbólica de pertencimento, hoje, sua descaracterização pode estar vinculada à ruptura dessa linguagem visual coletiva. Nesse contexto, a proposta de reativar a memória por meio da exposição de fotografias antigas na praça central surge como estratégia não apenas de resgate histórico, mas também de reconstrução de vínculos afetivos entre os moradores e o espaço urbano.

Justificativa

A busca incansável por expansão e modernização tem se tornado exaustiva, ao ponto da reflexão de Bauman (2017) debruçar sobre a volta ao passado em busca de uma compreensão mais profunda e significativa, uma vez que o progresso, segundo o autor (2017) vem surgindo como uma tempestade.

A cidade de Arealva, vem enfrentando o desafio do esvaziamento de sua área central, a possibilidade de falta de identidade com a imagem atual desse espaço é o que se tornou o eixo principal para o desenvolvimento desta pesquisa.

A população estaria abandonando o centro por falta de uma identidade estética com seus edifícios descaracterizados ou demolidos? Estas fachadas seriam o principal meio de comunicação, o reflexo de como as pessoas interagem com o meio?

Nesse sentido, é possível que o que vem ocorrendo em Arealva esteja relacionado à perda de uma linguagem visual afetiva e significativa, comprometendo os cidadãos de se identificarem com o espaço e

de se sentirem pertencentes a ele. A fachada das residências no entorno da praça central, enquanto interface simbólica e sensorial, tornou-se elemento fundamental na mediação entre as pessoas e o ambiente construído, influenciando diretamente na forma como os espaços centrais são percebidos e utilizados.

Para tanto, o impacto através da observação das fotos antigas que serão expostas na praça central, avaliará o quanto essas imagens estarão relacionadas à memória coletiva e revelando se de fato as mudanças nas fachadas são os meios de comunicação que valorizavam, em um passado não distante, o uso do centro.

Objetivos

Objetivos gerais

Essa pesquisa tem como objetivo geral descobrir a relação das fachadas dos edifícios, ou a projeção de registros fotográficos históricos sobre elas, como meios de comunicação e de produção de sentido, uma vez que são imbuídos de significados e narrativas com as pessoas locais. Este objetivo geral subdivide-se em objetivos específicos apresentados a seguir.

Objetivos específicos

O projeto conta com os seguintes objetivos específicos que apoiarão no cumprimento do objetivo geral:

- Investigar a memória coletiva da cidade, por meio do resgate fotográfico;

- Analisar a relação entre comunicação, arquitetura e identidade urbana;
- Compreender como a comunicação imagética das fachadas pode influenciar a sensação de pertencimento e a interação da população com a cidade;
- Detectar a relação das pessoas com a identidade local, tendo como base a cidade através de projeções imagéticas em formato *videomap*;
- Descobrir, a partir de questionários qualitativos e entrevistas abertas, a percepção dos moradores sobre as fachadas da cidade como meios de comunicação imagética.

Metodologia

Essa pesquisa será fundamentada teoricamente e também será analisada através dos questionários aplicados. Esta será uma abordagem metodológica híbrida, ou seja, a combinação dos aspectos teóricos e práticos (observação das fotos e aplicação do questionário) para investigar a relação entre as fachadas físicas dos edifícios e sua função como meio de comunicação, identidade e memória afetiva.

Segundo Renó (2014), as investigações aplicadas definem-se como pesquisa participativa que ganhou força como método de investigação entre 1980 e 1990 havendo hoje uma retomada de aceitação na academia. O autor apoia-se nas ideias de Peruzzo (2006), para quem:

Dentre os aspectos de envolvimento do pesquisador neste tipo de pesquisa, segundo Peruzzo, ressalta-se que “o pesquisador se insere no grupo pesquisado, participando de todas as suas atividades, ou seja, ele acompanha e vive (com maior ou menor intensidade) a situação concreta que abriga o objeto de sua investigação” [...] os aspectos da pesquisa participante são:

a) Presença constante do observador no ambiente investigado para que ele possa “ver as coisas de dentro”. b) O investigador compartilha de modo consistente e sistematizado das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado. Ou seja, ele se envolve nas atividades, além de compartilhar “interesses e fatos”. (Peruzzo, 2006, p. 126)

Tratando-se do referencial teórico, esse trabalho buscará fontes bibliográficas nacionais e internacionais, tendo em vista o melhor embasamento para o estudo e conhecimento do assunto abordado. A maior parte da pesquisa será embasada em fontes primárias e dados históricos obtidos em arquivos públicos, como museus, secretaria da cultura e prefeitura municipal; as fotografias antigas do centro, serão o principal meio desta pesquisa. Para isso, também serão utilizados arquivos privados, acervos pessoais de memorialistas, que contribuirão com materiais de mídia, incluindo jornais e outros veículos afim de encontrar o maior número de fotos antigas dos edifícios do centro da cidade.

Essas imagens passarão por uma curadoria, serão digitalizadas, ampliadas, tratadas e impressas para serem expostas na praça central. Ao mesmo tempo algumas fachadas dos edifícios poderão ser utilizadas como plataforma midiática para projeção de como era o edifício antigamente.

Como forma de análise, um questionário será oferecido para investigar qual a reação das pessoas em relação a essas imagens antigas: as fachadas físicas dos edifícios funcionam como um meio de comunicação? Com isso, haverá um reforço da identidade e da memória coletiva?

Assim, de modo qualitativo, através da aplicação do questionário, esmiuçar, conforme Angrossino (2009), como as pessoas percebem e constroem o mundo a sua volta, ou seja, como o espaço central da

cidade em estudo será compreendido pela comunidade, que observará as fotos antigas ali expostas ou projetadas nas próprias fachadas através da linguagem *videomap*⁷.

Deste modo,

há uma discussão importante sobre a narrativa quando pensamos em multiplataforma, devemos considerar plataformas geográficas ou de linguagem? Para algumas correntes, é fundamental mudar de plataforma geográfica, ou seja, um conteúdo no computador, outro na televisão e outro na parede. Para outras correntes, basta uma multiplicidade de plataformas de linguagem, ou seja, vídeo, foto, áudio, texto, infográfico, quadrinhos etc. (Renó, 2014 p. 137)⁸

Nesse contexto, os participantes serão convidados a participar de uma exposição fotográfica na praça central do município, programada para ocorrer durante a feira rural municipal⁹, aos sábados, no sexto semestre da pesquisa. A atividade tem como propósito envolver amplamente a população arealvense, promovendo a observação das imagens expostas e sequentemente a resposta a um questionário. As fotografias apresentadas serão selecionadas com base em critérios rigorosos, priorizando registros que evidenciem processos de descaracterização e demolições ocorridas na área central da cidade. Vale ressaltar que muitas fotos serão de eventos como paradas, reformas, fotos de família, onde os edifícios

-
7. *Videomap* é uma linguagem que consiste na projeção imagética em superfícies não planas.
 8. Para Renó (2014) diversos modos de linguagem podem, por si só, dar forma a uma experiência transmídia, e neste estudo serão utilizadas plataformas, distintas como a exposição fotográfica e o *videomap*.
 9. Feira desenvolvida na intenção de movimentar a praça central.

encontravam-se como cenário, porém não apenas como figurante, mas como um protagonista edificado (figura 3).

Figura 3

Foto antiga do centro de Arealva



Acervo da autora.

Terão prioridade para responder ao questionário os indivíduos com idade superior a 30 anos, por se considerar que possuem memórias e vivências relacionadas aos edifícios do passado. O questionário será qualitativo quando abordar a questão da percepção da mudança do espaço na atualidade e sua relação com a falta de uso atual.

Peruzzo (2006, p. 126) justifica a escolha pela pesquisa qualitativa e participativa ao destacar a afinidade entre ambas. Para a autora, a pesquisa qualitativa abre caminho para metodologias como a pesquisa participante, que se apoia no método dialético para compreender os fenômenos em toda sua complexidade. Ela aponta três principais finalidades para esse tipo de pesquisa: observar fenômenos relevantes, mas pouco explorados; estudar a recepção de conteúdos de mídia alternativos;

e garantir que os resultados retornem aos participantes. As perguntas envolverão os seguintes temas:

1. Você percebe que o centro se modificou, no aspecto edificado ao longo dos últimos anos?
2. Essa mudança foi positiva ou negativa?
3. Vendo as fotos antigas há maior sensação de pertencimento ao local?
4. Esses edifícios já alterados e ainda existentes seriam uma forma de interação com o meio?
5. Você sente falta do que já existiu no centro?
6. Você percebe que a diminuição da área central se deu pela descaracterização central?
7. Você sente saudade do que já existiu?
8. Qual a sensação ao ver a exposição dessas fotos antigas?

A articulação entre essas abordagens buscará evidenciar a complexidade envolvida no processo de identificar as fachadas como meio de comunicação, destacando sua relevância para a manutenção e valorização da identidade local.

Considerações finais

Em síntese, este trabalho, ainda em fase inicial parte da compreensão de que as fachadas antigas de Arealva, antiga Soturna, não são apenas construções físicas, elas contam histórias, guardam memórias e revelam identidades. Este estudo busca justamente reaproximar a população desse passado, por meio das imagens (fotografias antigas)

e da arquitetura como imagem, criando pontes entre o ontem e o hoje. Ao trazer de volta essas lembranças, seja pelas fotografias expostas na praça ou nas projeções sobre os prédios atuais, pretende-se responder as perguntas mencionadas anteriormente, despertar o sentimento de pertencimento.

Referências

Bauman, Z. (2017). *Retrotopia*. Zahar.

Costa, B. E. da. (2019). *Os trilhos entre vilas: A gênese urbana de Presidente Prudente* [Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista (UNESP)].

Furlaneto, S. A. G. (1999). *Um político em Arealva: Oliveira Leutwiler*. Coelho Bauru Ltda.

Gulinelli, E. L. (2016). *O saneamento e as águas de Bauru: uma perspectiva histórica (1896–1940)* [Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista (UNESP)].

Ghirardello, N. (2002). *À beira da linha: Formações urbanas da Noroeste paulista*. Editora UNESP.

Ghirardello, N. (2010). *A formação dos patrimônios religiosos no processo de expansão urbana paulista (1850-1900)*. Editora UNESP.

História de Arealva (s.d.). Recuperado de <https://www.arealva.sp.gov.br/portal/servicos/1001/historia-de-arealva>

História de Pederneiras. (s.d.). Recuperado de <https://www.pederneiras.sp.gov.br/portal/servicos/1003/historia-de-pederneiras>

Iacanga. (s.d.). Recuperado de <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/iacanga/historico>

Monbeig, P. (1984). *Pioneiros e fazendeiros de São Paulo*. Hucitec Polis.

Nicolielo, N. A. J. (2022). *Soturna de ontem, Arealva de hoje*. Rafael Reys Miguel.

Peruzzo, C. (2006). Observação participante e pesquisa-ação. In J. Duarte & A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (2^a ed.). Atlas.

Renó, D. (2014). Pesquisa aplicada em comunicação: uma tendência necessária. *Comunicação & Sociedade*, 36(1), 141-161.

ÍNDICE REMISSIVO

A

- Ainda estou aqui 177, 180, 181, 184, 190, 191, 194, 195
analógico 18, 115, 125
aquacultura 94, 95, 105, 106, 108, 114
Arealva 280, 281, 282, 283, 284, 286, 287, 288, 289, 294, 295, 296, 297
arte 14, 16, 22, 27, 28, 36, 38, 47, 48, 49, 50, 67, 96, 115, 116, 120, 124, 133, 135, 136, 164, 260, 261, 275, 278
artes 67, 251, 261
audiovisual 165, 178, 180, 182, 195, 225, 230

C

- campanha 229, 235, 243, 244, 246, 247, 248
Carmen Sandiego 196, 199, 210, 211, 212, 215, 217, 218, 219, 221, 224, 227
CBF 229, 235, 238, 244, 247
Cindy Sherman 115, 119, 121, 126, 128, 137, 138, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146
composição 12
comunicação 16, 20, 21, 23, 24, 31, 48, 49, 51, 55, 56, 58, 64, 69, 75, 76, 87, 89, 90, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 102, 103, 107, 108, 110, 111, 141, 229, 232, 235, 238, 252, 275, 280, 282, 289, 290, 291, 292, 295, 297
corpos 33, 40, 42, 48, 50, 76, 77, 81, 87, 88, 90, 120, 202, 262, 269, 273, 274

D

- Design 4
digital 12, 18, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 40, 77, 83, 85, 89, 90, 91, 95, 98, 99, 110, 115, 117, 125, 149, 150, 154, 160, 162, 164, 167, 169, 188, 190, 257, 278

- diseño 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 165, 167, 168, 169, 170, 171, 172

E

- ética 11

F

- Facebook 99, 100, 102, 108, 109, 111, 112, 114
filme 128, 177, 178, 180, 182, 184, 185, 194, 201, 215, 217, 227
fotografia 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 36, 37, 40, 50, 72, 98, 99, 105, 110, 113, 114, 115, 117, 120, 122, 123, 125, 132, 135, 136, 137, 194, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 264, 265, 267, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279
fotografias 100, 122, 132, 136, 177, 180, 257, 258, 259, 262, 264, 273, 282, 289, 292, 293, 295, 296

G

- Gaza 73, 74, 77, 78, 81, 83, 84, 86, 87
guerra 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 87, 88, 89, 90, 91, 186

H

- Henri Cartier-Bresson 251, 259, 261, 263, 264, 265, 267, 273, 276

I

- iconofágicas 32
imagem 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 28, 33, 34, 35, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 48, 50, 52, 54, 56, 58, 60, 63, 64, 67, 68, 69, 71, 95, 98, 99, 103, 107, 108, 109, 110, 117, 118, 130, 135, 136

137, 139, 141, 142, 182, 184, 186, 193, 200, 201, 202, 203, 204, 206, 216, 221, 224, 226, 227, 229, 230, 232, 233, 234, 238, 239, 242, 243, 247, 248, 249, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 261, 263, 264, 265, 266, 268, 270, 271, 272, 273, 277, 278, 279, 281, 282, 289, 296

imagen 159, 171, 174

imágenes 158, 160, 164, 167

imagens 15, 16, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 27, 28, 29, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 76, 77, 79, 80, 82, 84, 88, 89, 90, 91, 95, 100, 101, 103, 105, 107, 108, 109, 114, 118, 120, 122, 125, 135, 136, 137, 139, 142, 177, 178, 180, 181, 182, 186, 188, 190, 191, 193, 197, 202, 214, 215, 216, 217, 219, 231, 233, 234, 240, 241, 245, 252, 254, 256, 257, 258, 259, 261, 262, 263, 264, 266, 268, 274, 275, 276, 277, 278, 282, 290, 292, 293, 295

imagética 26, 36, 45, 68, 111, 142, 193, 196, 199, 206, 212, 250, 253, 263, 275, 280, 291, 293

imagéticas 45, 291

imagético 45, 180

instagram 29, 92, 143, 145, 146, 174, 194
Instagram 26, 29, 30, 76, 78, 83, 92, 116, 123, 124, 132, 136, 137, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 163, 168, 174, 178, 186, 194, 195

L

luz 31, 34, 130, 162, 163, 184, 193, 214, 250, 255, 263, 264, 269, 270, 272, 273, 274, 276

M

Manica 93

Manuel Álvarez Bravo 251, 259, 262, 263, 269, 271, 273, 276

marketing 151, 152, 201

memórias 28, 68, 76, 280, 288, 294, 295

midiático 12

midiatização 14, 15, 16, 18, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 54, 55, 56, 61, 71, 96

Moçambique 93, 94, 102

P

postdigital 148

prancha 51, 52, 54, 60, 61, 64, 66, 67, 68, 69

S

Slow Living 11

T

This is Brasil 229, 243, 247, 248

TikTok 83, 167, 168

U

universidade 51, 52, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 67, 68, 69, 70, 72, 77

Universidade 3, 51, 52, 53, 59, 62, 64, 71, 72, 73, 93, 177, 195, 196, 228, 229, 250, 280, 296

V

vídeo 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 109, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 243, 244, 245, 246, 247, 293

vídeos 77, 78, 79, 80, 82, 87, 229, 230, 236, 247, 248

Y

youtube 248

YouTube 99, 239, 248

RIA

Editorial