

A SEMIÓTICA DO FOTOJORNALISMO: CULTURA E SOCIEDADE NA REVISTA *BRAVO!*¹

Camila Teles Barbosa
Daniela Neves de Brito
Flavia Maria Fucci Brito
Jamille Ribeiro Silva Pereira
Júnia Cristina Ortiz Matos
Maria Tháís Firmino da Silva
Mariana de Carvalho Pereira Lacerda
Thanize Costa Borges*
Jorge Viana Santos**
(Uesb)

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar semioticamente como elementos da linguagem visual da imagem fotográfica jornalística, em correlação com a linguagem verbal do texto funcionam para estabelecer e manter o perfil editorial e sócio-ideológico de revistas impressas. Para tanto, analisamos a revista *Bravo!*, da Editora Abril, a fim de investigar, diante da profusão de veículos destinados, a priori, ao exercício de um jornalismo dito cultural, se permanece alinhada com o seu compromisso editorial inicial. A partir das relações estabelecidas entre imagem e texto observamos, portanto, como visual e verbal se completam a fim de dar maior significado à mensagem veiculada.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura. Fotojornalismo. Linguagens. Semiótica.

INTRODUÇÃO

Criada em 1997 pela Editora D'Ávila, de Luiz Felipe D'Ávila, a *Revista Bravo!*, atualmente administrada pela Editora Abril, se auto intitula “a revista que coloca o leitor no mundo da cultura”. Assim, de acordo com seu propósito editorial, a *Bravo!* é um periódico mensal que

divulgação e análise das diversas manifestações culturais do Brasil e do mundo.

O termo *Bravo!*, relacionado à linguagem cultural, dá idéia de *bravo* como um adjetivo, utilizado para elogiar, engrandecer, enaltecer. Essa imagem se reforça com a utilização da exclamação para o título da revista. Cores fortes e grandes proporções (como a utilização de fonte em caixa alta para todo o título) também acrescentam a idéia de enaltecimento, de satisfação, como aquele sentido pelos espectadores de um grande evento cultural que se levantam e aplaudem o espetáculo entre interjeições de elogio.

Além dos textos, a *Revista Bravo!* expressa suas idéias por meio de cores, imagens e fotos, por isso, nosso objetivo é investigar a forma como essas imagens, em relação com os textos, compõem toda uma construção de novos sentidos dentro das matérias jornalísticas, estabelecendo e mantendo o perfil editorial da revista.

MATERIAL E MÉTODOS

Através dos estudos compreendidos da Semiótica foi analisada a revista *Bravo!*, que é, hoje, uma publicação mensal da Editora Abril, com o objetivo de divulgar e analisar os setores de interesse cultural - cinema, literatura, música, teatro, dança, artes plásticas e televisão -, e se destaca por seus projetos editorial e gráfico.

Para tanto, optamos pelo estudo de caso como melhor método para alcançarmos nossos objetivos. Dessa maneira, a matéria de capa "O pop star que desafia o tempo", pertencente à edição de junho de 2008 da *Revista Bravo!* foi analisada tendo-se em vista que essa

relações entre imagem e texto a partir de dois eixos de observação, entendendo que “hoje, ao nível das comunicações de massa, quer-nos parecer que a mensagem linguística está presente em todas as imagens: como título, como legenda, como matéria jornalística” (BARTHES, 1990, p.32). Primeiramente tomamos como base a matéria propriamente dita e investigamos a forma como as ilustrações aparecem para dar maior significado ao texto, em um segundo momento, tomamos as imagens como unidade central e analisamos sua relação com a mensagem linguística, que neste caso são as legendas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

No caso específico de análise das legendas, assumimos a concepção de Barthes (1990) segundo a qual existe duas relações possíveis entre imagem-texto: de *fixação* e de *relais*. Na *fixação*, “o texto tem um valor repressivo em relação à liberdade dos significados da imagem” (BARTHES, 1990, p.33). Já na função de *relais*, mais encontrada em quadrinhos e charges, texto e imagem tem uma relação de complementaridade.

O subtítulo “Aos 66 anos, Ney Matogrosso se rebela mais uma vez contra o senso comum e, numa turnê esfuziante, prova que a ‘terceira idade’ pode, sim, rimar com sexo, atrevimento e festa” (Revista Bravo!, Junho 2008) junto à fotografia provoca, no leitor, sensação de abertura de espetáculo, já que a imagem traz o artista em cima do palco, com as pernas e os braços abertos, em posição de contra-mergulho, o que dá idéia de superioridade.

A última parte da matéria traz apenas uma foto de Matogrosso, que ocupa mais de uma página. A imagem que aparece mostra Ney ao espelho; o cantor pinta os olhos e a legenda diz: “O cantor quase não usa maquiagem. Limita-se a pintar os olhos uma hora antes do espetáculo”. Neste caso, a legenda tem função de *relais*, pois informa o leitor e não se restringe a descrever a cena dada. Abaixo da foto, ainda há outro enunciado linguístico que será uma forma de Conclusão da matéria. Um box intitulado “Ney Matogrosso e a passagem do tempo” que traz fragmentos de músicas, também faz ligação com a imagem do cantor ao espelho; é o espelho revelando que o tempo passa.

Sabemos que os contornos sócio-históricos que se delineiam apontam para uma sociedade na qual a beleza tornou-se fundamental e o corpo o centro das atenções, por isso a importância da matéria estudada e das imagens veiculadas, que trazem sempre o corpo como objeto central. Nas fotos analisadas percebemos que a ferramenta da comunicação foi utilizada pela revista de uma maneira muito peculiar, as fotografias têm lugar privilegiado, ocupando, na maioria das vezes, mais de uma página da revista. Tratando-se de uma revista de perfil cultural, as fotografias são bem trabalhadas, destinadas a um público rigoroso e crítico.

CONCLUSÃO

Nas fotos analisadas percebemos que, desde a capa, as imagens denotam alto grau de importância e mais do que acrescentar, complementam a linguagem verbal. Tratando-se de uma revista de perfil cultural, as fotografias são bem trabalhadas, destinadas a um

REFERÊNCIAS

BARTHES, R. Roland. **O Obvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BRAVO!. Disponível em: <http://bravonline.abril.com.br/>. Acesso em: 06-06-09.

FIGUEIREDO, R.M. **Revista Bravo!: estudo do comportamento do jornalismo cultural frente às pressões do mercado**. São José do Rio Preto, São Paulo, 2008.

RIVERA, J. **El periodismo cultural**. 3. ed. Buenos Aires: Paidós, 2003.

VILCHES, L. **Teoria de la imagen periodística**. Barcelona: Paidós, 1997. p. 19-37.