



**Ética, imagem e fotografia na
mídia informativa impressa**

Isaac Antonio Camargo

DOI 10.5433/1984-7939.2012v8n12p161

Ética, imagem e fotografia na mídia informativa impressa *

Ethics, image and photography at informative print media

Isaac Antonio Camargo **

Resumo: *Este trabalho propõe uma discussão em torno do uso da fotografia na mídia impressa informativa, tomando-a como recurso de informação correlacionado ao texto verbal. Analisa esse uso a partir da semiótica, como um elemento de significação tão ou mais eficiente que o texto verbal impresso, capaz de estabelecer relações entre diferentes níveis discursivos – verbal e/ou visual – produzindo, direta e indiretamente, outros efeitos de sentido que, em função do contexto social, histórico e jornalístico, o texto verbal, por si só, não produziria. Tais efeitos suscitam reflexões de caráter ético, posto que os modos de dizer e de significar propostos pelas editorias dos periódicos atuam como discursos paralelos, manipulando o leitor e as próprias normativas éticas prescritas pelos seus códigos de conduta.*

Palavras-chave: *Imagem. Fotografia. Mídia impressa. Ética. Direito.*

Abstract: *This article proposes a discussion about the question of the use of photography in the informative print media, taking it as a resource of information correlated to the verbal text. Analyses such use from some elements of semiotics as an element of meaning as or more effective than verbal text printed, with a great potential for establishing relationships between different levels of discourse, verbal and / or visual-producing. These effects of meaning that, depending on the social, historical and journalistic, the verbal text alone does not produce. Such effects rises reflections of an ethical nature, since the ways of saying and meaning proposed by the editors in their journals, speeches act as parallel manipulating the reader and the regulations prescribed by their ethical codes of conduct.*

Keywords: *Image. Photography. Print media. Ethics. Law.*

* Trabalho resultante do projeto de pesquisa: *Imagem e design: representação e designação*, em desenvolvimento na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), desde 2010.

** Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Professor do Departamento de Expressão Gráfica do CCE – Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: isaac_camargo@hotmail.com

Ética, imagem e fotografia

Tomando por referência a ética, como análise das condutas humanas que promulgam a designação de construtos morais e valores sociais com a intenção de orientar os comportamentos humanos quer seja nas suas relações sociais, pessoais ou profissionais, este trabalho pressupõe a conduta ética como aquela que coaduna com os melhores valores humanos, almejados num dado nicho social ou profissional. Assim, é de se esperar que o convívio humano ocorra em harmonia e com respeito mútuo, seja nas relações pessoais ou profissionais. A partir destes princípios, agir contra a ética ou com falta de ética, implica em condutas inadequadas, capazes de causar efeitos negativos, que podem resultar em punição ou em descrédito social para aqueles que agem fora dos parâmetros aceitáveis dentro da sociedade como um todo ou em uma profissão específica.

As imagens, especialmente as fotografias, ocorrem no contexto da comunicação social, tomado como o lugar em que ocorrem e se desdobram diferentes mídias de informação. Boa parte do que se informa à sociedade provém dos comportamentos e ações da sociedade e é relatada e difundida por estes meios. Antes de pensar que tais meios sejam providos de especularidade e que não sofram influência de quem os registra e edita, cabe entender que tais imagens e reflexões trazem em si as marcas daqueles que as criaram, sejam fotógrafos, repórteres, redatores ou editores. Tais marcas não surgem apenas pelo que dizem as palavras do verbo falado ou escrito, mas também pelas imagens figurais, tomadas do contexto social e devolvidas para a sociedade integradas ao espaço midiático informativo. Assim, a maneira como estas imagens são tomadas, processadas e editadas, bem como o modo como são disponibilizadas para o leitor, vai além do mero registro enquanto fato em si, extrapolando ou expandindo seu significado. Este é o ponto crucial desta análise.

Uma imagem, por si só, é capaz de produzir tanta informação quanto um texto descritivo ou narrativo. É capaz de estabelecer articulações entre o texto verbal, a estrutura diagramática da página e as demais ocorrências que constituem o fluxo informativo da mídia impressa, expandindo a

informação para outros níveis de compreensão. Além de poderem ampliar ou intensificar o dito verbal, podem, até mesmo, desenvolver outras linhas de raciocínio que, não necessariamente, coincidam com o que diz o texto verbal.

É bastante comum encontrarmos imagens usadas para dizer coisas que o texto verbal não consegue, não quer ou não pode dizer. É comum encontrá-las produzindo efeitos de sentido diversos, significando muito mais do que aquilo que vemos e muito mais do que as palavras são capazes de dizer substituindo, de maneira explícita, o dito pelo visto. Esta substituição é facilitada na medida em que uma imagem parece produzir informação imediata, talvez mais rápida do que a leitura de um texto verbal, ou ainda pela facilidade que tem as imagens de recuperar o repertório histórico e social construído na memória de um dado público no cotidiano resultante das relações com as demais mídias às quais está afeto como o rádio, a televisão e a internet.

A título de exemplo, é possível constatar que grande parte das pessoas que constituem o público de formação mediana na sociedade ocidental é capaz de identificar a Mona Lisa, de Leonardo da Vinci, de reconhecer o retrato de seu governante ou a logomarca de sua bebida preferida. Logo, é possível perceber que interações culturais, informativas ou de consumo orientam a formação dos repertórios conceituais e imagéticos e os reduzem a um conjunto de dados delimitado. Portanto, podemos dizer que a comunicação de massa se caracteriza pela distribuição de uma quantidade imensa de informação para o maior número de pessoas possível, implantando um processo de leitura automatizada que não implica nem depende de reflexão profunda, apenas de memória visual.

Entretanto, no mundo democrático, a formação de opinião ou do senso crítico é uma meta amparada em valores éticos impregnados de ideologia que busca possibilitar às pessoas o exercício mínimo de sua capacidade de análise e arbítrio, dando-lhe o direito e a oportunidade de escolher entre uma ou outra linha de pensamento, optar por um ou por outro programa ideológico, aceitar uma ou outra crença, assimilar um ou outro conceito. No contexto ocidental, democrático e contemporâneo,

grande parte do repertório de conhecimento usado para a formação de opinião dos diferentes públicos depende, em grande parte, dos meios de comunicação. Estes, por sua vez, impõem cada vez mais estratégias de homogeneização da capacidade de apreensão de dados por parte de seus públicos. É neste sentido que as imagens podem facilitar esta tarefa na medida em que são um recurso cada vez mais acessível, extremamente ágil, facilmente inteligível e um excelente instrumento de manipulação.

As facilidades técnicas e tecnológicas amplificam o potencial de uso das imagens em sistemas impressos ou virtuais, como a televisão ou a rede mundial de computadores. Uma imagem, ao chegar à mídia impressa, provavelmente já tenha sido vista, por boa parte do público ao qual se destina, por meio da internet ou da televisão. Assim, além de construir uma redundância com o já dito ou já visto, o periódico impresso investe na exploração de outras qualidades ou possibilidades combinatórias, transformando a imagem num referencial estratégico para a construção de novas relações informativas.

No meio impresso, a imagem é plana e fixa. Portanto, para que chame a atenção do leitor, deve incorporar outras táticas e estratégias que o mobilizem e provoquem nele novas inflexões perceptivas e reflexões conceituais. O valor apelativo recorre ao evocativo e não se dá apenas pelo uso da imagem em si, mas, principalmente, pelo modo como ela é articulada no meio impresso. Com isso, uma imagem significa muito mais na relação que estabelece entre os diferentes níveis de percepção social, na estrutura sociocultural na qual ela está inserida, do que apenas pela estrutura impressa na qual reside.

Neste sentido, a imagem na mídia de informação impressa não deve ser tomada como mera ilustração ou mesmo como um reforço ao texto verbal, mas como um outro texto, autônomo, articulado e dialógico, referenciado às demais ocorrências visuais disponíveis nas diferentes mídias no contexto social, cuja capacidade de catalisar e mobilizar o pensamento a partir do olhar e desdobrar esse olhar em novos percursos inteligíveis é um universo amplo de significação e sentido com o qual a sociedade contemporânea deve aprender a lidar.

Desdobramento das imagens

Embora o uso de imagens nos meios impressos ocorra há muito tempo, foi a partir de fins do século XIX que as tentativas de inserir imagens em sistemas gráficos começaram a dar bons resultados. No século XX, o uso de imagens se intensificou e, em consequência do desenvolvimento dos sistemas fotomecânicos de produção gráfica e jornalística, foi possível incorporá-las sistematicamente à página impressa. A imprensa, por sua vez, assumiu escala industrial, facilitando muito a difusão de imagens, principalmente as fotográficas. Mais recentemente, o advento das tecnologias digitais ampliou a capacidade de captação, produção, tratamento e distribuição de imagens. A intensidade com que as imagens passaram a ser usadas no cotidiano das mídias implicou no desenvolvimento de sua leitura, intensificando no contexto acadêmico o desenvolvimento de estudos que investigam, analisam e criticam imagens sob diferentes aportes teóricos. Neste sentido houve uma ampliação substancial na quantidade de textos reflexivos sobre a relação imagem e mídia, quer seja no campo das teorias da comunicação, da sociologia, da filosofia ou da semiótica. Cada uma delas tomando seus objetos de estudo de um modo particular, possibilitando o surgimento de novas linhas de pesquisa desde as análises de discursos até as de recepção. Tal efeito se fez sentir na medida em que a produção e a difusão de imagens não se localizam apenas em um ambiente ideologicamente definido; sua profusão ocorre a partir de diferentes lugares suportados, inclusive, pela mídia impressa nos livros, jornais e revistas que reforçam cotidianamente a sua importância no sistema de comunicação.

Grosso modo, até meados do século XX, a imprensa alinhada ou desalinhada com o poder, tinha o controle de boa parte da produção da informação – inclusive a imagética – que chegava aos seus diferentes públicos. Pode-se dizer que toda informação passava por um filtro constituído pela imprensa que detinha o poder quase exclusivo da difusão,

o que lhe valeu o título de “quarto poder” no mundo democrático. Esta hegemonia foi rompida com o advento da tecnologia digital e a conexão das pessoas por meio da rede mundial de computadores. Tal ruptura, além de provocar a quebra da hegemonia da produção e distribuição de informação, verbal ou visual, também democratizou, neste caso verdadeiramente, o acesso à informação, reduzindo os filtros antes colocados pelos governos ou pela própria mídia. A informação crua, não tratada, não editada, espontânea, livre e aberta, passou a concorrer em igualdade de condições com a informação pasteurizada, manipulada e organizada segundo ideologias centradas ora no poder, ora no capital, ora na mídia. Assim, hoje em dia, ao contrário da constituição hegemônica da informação, temos a diversidade, a proliferação de dados que nos leva ao heterogêneo, ao prolixo e ao complexo.

Com base nesta argumentação, acreditamos na premência de intensificar e aprofundar os meios e estratégias para a formação do pensamento crítico voltado para a leitura de imagens. Neste sentido, é necessário investir mais e melhor na educação formal para fazer frente à educação informal, constituída fora do ambiente acadêmico, que é livre, intensa e contínua. É essencial, inclusive, que a educação formal se aproprie dos meios informatizados, transformando-os em recursos de motivação na medida em que as novas gerações, nativas digitais, não se adaptam mais aos modelos pedagógicos do passado, mesmo que esse passado seja recente.

O surgimento das redes de computadores pessoais e seu uso nos lares, ou mesmo seu acesso genérico através das *lan houses* privadas ou públicas, promoveu a inserção digital de milhões de pessoas em todo o mundo com diferentes níveis de acesso, abertos ou restritos se tornando um ambiente pedagógico, não oficial, não institucionalizado, mas tão ou mais eficiente que o ambiente pedagógico tradicional, representado pela escola e suas salas de aulas. O aprendizado neste contexto ocorre junto ao público de maneira diversa e aberta, quer seja autoinstrucional com a obtenção de informações para operar um terminal de banco, um totem de informação em algum *shopping center*, um *videogame* ou processos

interativos com outros membros da comunidade para operar computadores pela inserção e organização de redes sociais na criação de espaços de interação comunicativa com outras pessoas mediante *e-mails*, *blogs*, *facebook* e *tweeters*. Diversas empresas e instituições proporcionam à sociedade novos meios de tratar, distribuir e acessar dados, fazendo com que as pessoas, querendo ou não, passem a usuários ou mesmo gestores de dados no universo da rede mundial de interatividade, pois elas não estão ligadas à rede apenas por meio de computadores, mas também de celulares, *tablets*, GPSs e outros aparatos tecnológicos de comunicação digital que exigem acesso e conhecimento específico para sua operação.

Nesse universo, a telefonia ou mesmo a rede de computadores, antes fixas e conectadas por fios, hoje distribuídas por ondas *wi fire*, *wireless*, intensificam a transferência de dados e investem com intensidade na comunicação interpessoal. Em suma, a distribuição e troca de dados nos sistemas de intercomunicação mundial assumiu uma dinâmica tão grande que nem mesmo o poderoso – e antigo – sistema de comunicação de massa consegue acompanhar. Qualquer pessoa na periferia dos grandes centros se comunica e é capaz de captar e transmitir dados e imagens de modo tão ou mais eficiente que uma corporação jornalística é capaz de fazê-lo no mesmo período de tempo. Muitas vezes, os “furos” jornalísticos se amparam em imagens feitas em câmeras de aparelhos de telefonia celular, pois há sempre um transeunte presente nos momentos em que os acontecimentos se realizam e as redes de comunicação, por sua vez, não podem estar em todos os lugares ao mesmo tempo. A onipresença e onisciência da tecnologia digital nos colocam, perante o mundo, em uma situação de co-autoria com as mídias de difusão de informação, antes não disponíveis. Logo, a onipresença do usuário passa a ser o elemento de interação e distribuição de dados mais eficiente no contexto do mundo da informação na atualidade.

Não importa se as imagens são precárias, de baixa ou de alta resolução, o mais importante é verificar se elas informam aquilo que interessa ao público. O mundo entra em nossa vida pelas portas e janelas da

tecnologia sem que tenhamos que sair de nossos lares e lugares. Neste sentido, a imagem fotográfica, entendida agora como uma imagem obtida no referencial do mundo natural por meio das novas tecnologias digitais de captação e reprodução de dados visuais, tida e mantida como a possibilidade de alongamento do olhar, faz com que o leitor se desloque virtualmente para o lugar em que o evento ocorre e permaneça, de certo modo, como a testemunha ocular que deu à fotografia a crença em sua autonomia informativa.

A imagem, por meio dos dados visuais, revela as características geográficas e ambientais, explicita o contexto, informa e estabelece uma relação de correspondência testemunhal entre a ocorrência do fato e o leitor. Isto faz com que a realidade – reconstruída pelas imagens e distribuídas pelos aparatos tecnológicos – induza os leitores à sensação de presença pois, em certa medida, a correspondência especular com o ambiente e a paisagem, mesmo que remota, revela aspectos significativos do contexto. A proximidade que as imagens fotográficas têm com relação aos aspectos conhecidos do mundo natural produz uma sensação de co-existência *do* e co-presença *no* mundo, daí o re-conhecimento. Mesmo que seja entendida como coisa representada, sucedânea ou substituta, a fotografia é ainda um modo de dizer e de atestar o visto e, deste modo, ilude, completa, informa e transforma.

Outro aspecto deve ser destacado: a imagem fotográfica, como referência ao mundo natural, não fala apenas da ocorrência, do fato ou do lugar em que foi tomada, tampouco do tema, do assunto ou das condicionantes plásticas que se revelam por meio dela; fala também das condicionantes circunstanciais, étnicas, culturais ou sociais em que foi tomada. Transparecem, na fotografia, não só os elementos da sua tomada, oriundos do mundo natural ou do ambiente em que foi realizada, mas também e especialmente a tomada, o recorte, a pauta, a intenção, a construção ideológica ou conceitual que amparou a escolha e sua captação.

A fotografia denota algo mais, algo que se coloca além da imagem e a transforma em um discurso do outro, editada ou transformada em

texto jornalístico, conceitual ou ideológico, que não dá conta apenas da representação em si, mas do desdobrar discursivo do contexto social que ampara os textos informativos veiculados pela mídia. Tal discurso implica em decodificar a construção de certos repertórios culturais e, por meio desta decodificação, em re-operar, expandir e ampliar o sentido inicialmente proposto pela imagem. Assim considerando, há imagens que têm dupla, tripla ou múltiplas interpretações, dependendo de quem, onde e quando lê, produzindo uma abertura interpretativa, subjetivada segundo os olhares que a tomam e a amparam como produto da mídia social de informação.

Por outro lado, há imagens que, embora sejam estruturadas para serem lidas de um dado modo, num dado contexto, objetivando seus efeitos sociais e informativos na medida em que extrapolam o tempo e o contexto histórico em que foram tomadas, se transformam e assumem novos sentidos, expandindo sua significação. Um exemplo disso são as imagens tomadas de políticos e celebridades em situações inusitadas que servem para dizer algo que vai além do simples registro ou testemunho ocular. Elas podem falar de uma circunstância, de um aspecto político inerente ao momento em que foram tomadas, mesmo que, em si, nada explicitem. Entretanto, a interpolação de conceitos, ideias e valores, orientados em acordo com um dado percurso de leitura, pode provocar outras interpretações ou denotar novas ou segundas intenções.

No Brasil, podemos dizer que uma das fotografias típicas e pioneiras neste tipo de estratégia foi a de Erno Schneider, batizada de “Qual o rumo?” editada pelo *Jornal do Brasil*, em 1961 (Figura 1). Ela mostra o ex-presidente da República, Jânio Quadros, com os pés torcidos, um contrapé que desequilibra o corpo todo numa virada brusca. A edição da fotografia fazia referência à situação política que ele enfrentava na época, cujo desfecho foi sua renúncia em agosto do mesmo ano.

Figura 1 - Jânio Quadros, 1961



Fotografia: Erno Schneider

Fonte: http://www.premioesso.com.br/site/popup/pop_fotografia_1962b.htm

Acesso em: 12 fev. 2012

Esta imagem (Figura 1) foi contemplada com o Prêmio Esso de Fotojornalismo em 1962, tornando-se um ícone das crises político/institucionais no país, estimulando outros fotógrafos a, usando a mesma tática, produzirem imagens semelhantes, no intuito de significar novas crises e criticar outros governantes. A imagem tomada por Erno Schneider se tornou um ícone para os momentos de crise no Brasil. Em momentos posteriores, outros governantes foram – e ainda são fotografados – em situações de instabilidade corporal estabelecendo, deste modo, uma referência simbólica com a instabilidade de sua performance política ou mesmo a do próprio país.

Isto reforça a ideia de que as imagens, ao longo do tempo, deixam de ser meras ilustrações e passam a atuar como textos visuais autônomos, promovendo conteúdos mais explícitos em si mesmos, constituindo modos de dizer que, por si só, sustentam diferentes cargas de significação, potenciais ou realizadas, nas atualizações que os leitores fazem delas para os seus contextos socioculturais ou políticos.

De modo geral, podemos dizer que as imagens, quer sejam ilustrativas, representativas ou informativas, são usadas para exercer diferentes funções em diferentes momentos e lugares. No contexto jornalístico, em especial, atuam como elementos produtores de sentido e de informação, capazes de instaurar leituras complexas que, de outro modo, não seriam viáveis.

São comuns os casos e circunstâncias em que “uma imagem vale mais que mil palavras”, como prega o antigo provérbio chinês. Um rápido olhar sobre imagens veiculadas em jornais e revistas dos anos noventa (Figura 2) pode deixar isso explícito. A maioria destas fotografias é da *Folha de S. Paulo*, com exceção da de Antonio Carlos Magalhães, ao centro e abaixo, obtida de *O Estado de S. Paulo*.

Figura 2 - Coletânea de fotografias da década de 90 do século XX



Fonte: Camargo (2002)

Neste conjunto (Figura 2), à esquerda, acima, a imagem de Antonio Garotinho; ao centro, acima, imagem a de Antonio Carlos Magalhães; à direita, a de Fernando Henrique Cardoso. Em baixo, à esquerda, a imagem de Fernando Henrique Cardoso e, ao centro, a de Antonio Carlos Magalhães. Estas imagens foram obtidas em publicações dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, do ano de 2001, por ocasião da

pesquisa realizada para discussão dos significados produzidos pelas imagens em função do modo como elas revelavam as personagens políticas. Duas destas imagens: a primeira acima e à esquerda, de Antonio Garotinho, e a acima e à direita, de Fernando Henrique Cardoso, coincidem na apresentação do desenho de uma chama, posicionada atrás da cabeça de cada um dos personagens. Embora ambas figurativizem o fogo, o efeito de sentido que cada uma revela não é necessariamente o mesmo. A que paira sobre a cabeça de Garotinho parece evocar as chamas divinas, ou seja, uma espécie de santificação, simbolismo de presença espiritual como era hábito nas pinturas cristãs. Portanto, é possível concluir que a chama sobre Garotinho quer significar uma espécie de benção. Esta imagem foi tomada por ocasião do lançamento de sua candidatura à Presidência da República, em um encontro de líderes evangélicos, no Rio de Janeiro, que formalizaram apoio à candidatura. Em termos de significado, tanto a chama quanto o apoio político são uma espécie de união indicando algo que é positivo ao candidato. Ao analisarmos a figurativização da chama que envolve a cabeça de Fernando Henrique Cardoso não percebemos esse mesmo sentido. Ela parece envolver a cabeça de FHC em chamas, como se queimasse a exemplo de um palito de fósforo. Esta fotografia foi tomada em um encontro com empresários, em São Paulo, no qual se tratava da questão energética e, na época, se buscavam explicações sobre os apagões de energia elétrica que ocorreram no país. Neste caso, as chamas, antes de significar uma benção, refletiam uma maldição, a queima de sua popularidade política. Tal efeito é também figurativizado na imagem abaixo e à esquerda em que a ilustração mostra a figura do presidente como se refletida por um espelho quebrado, significando a quebra de sua imagem política.

As imagens escolhidas do então senador Antonio Carlos Magalhães foram tomadas no período em que ele enfrentou crises de credibilidade que mobilizaram a opinião pública, iniciadas com o incidente de quebra de sigilo da votação do Senado, do qual ele era presidente. Acima, no centro, vemos uma imagem de ACM duplicada pelo reflexo de uma porta de vidro, dando a impressão de um ser dotado de dois rostos. No dito

popular, dois rostos, ou melhor, duas caras, se referem a alguém que não é sincero, que mente e é mal intencionado.

Evocar o dito popular por meio de uma imagem é um recurso remoto, vários artistas e fotógrafos fizeram isso ao longo da história. Aquilo que não pode ser dito em palavras pode ser sugerido pelas imagens que, ao fim, tem o mesmo efeito que, neste caso, é desmoralizar a figura política. A exemplo da fotografia tomada de Jânio Quadros, em descompasso, imagens espelhadas também passaram para o repertório visual dos fotógrafos noticiosos para fazer referência à dicotomia de informações que certos políticos praticam, fazendo com que imagens duplicadas se refiram à duplicidade de falas ou de índole. Estas ideias, embora explícitas pelas imagens, não são explicitadas pelo verbo, o que poderia incorrer em calúnia ou difamação, um ato indigno da ética jornalística. Mas, duas figuras em uma mesma imagem, seria uma coincidência, um ângulo bem ou mal intencionado? Uma alusão à dupla personalidade? Um sujeito e duas caras? Uma cara pública e outra privada, uma que fala o que se quer ouvir e outra que age ao contrário do dito? Uma que se mostra ao mundo e outra apenas o seu reflexo, um espelhamento que revela o seu duplo ou suas segundas e más intenções?

Outra imagem escolhida, embaixo e ao centro, mostra o senador ACM, dentro do carro na saída da garagem do Senado, no dia em que perdeu seu mandato em 2001. Parece uma estranha coincidência: no dia de sua renúncia, ao sair do Senado, a imagem que mostra o agora ex-senador revela também, incorporado ao seu campo de visão, parte de um texto pertinente a uma placa de aviso na qual é possível ler: “só entulho”. Naquele momento, nada era mais significativo em relação às circunstâncias vividas pelo Senado que a indignação a respeito do causador de todo o processo de desmoralização. Neste caso, a imagem o batiza de “entulho”.

Imagens deste tipo não são meras coincidências. Há muito que creditar à intencionalidade do repórter fotográfico que, cumprindo a pauta da reportagem, procura significar com precisão o que se espera da informação que elabora. Como profissional, ele não é neutro, tampouco desinformado. Escolher o melhor ângulo, o melhor momento, a melhor

circunstância é, sem dúvida, construir indicadores de sentido para dar significação às imagens que plasma, pois se elas fossem tomadas aleatoriamente não teriam sentido. Faz parte de sua índole jornalística, seu compromisso ético, social e político, tornar mais eficiente o seu trabalho na produção de significados, mesmo que, para o público comum, tais sutilezas não sejam percebidas. Porém, para os mais atentos, estas sutilezas imagéticas são outro discurso, que se manifesta em paralelo ao verbal com a vantagem de não correr o risco de ser tomado como maledicência, injúria ou difamação, que arriscariam a credibilidade editorial.

Podemos rememorar outros casos. Em um deles, uma fotografia custou uma candidatura. Trata-se da imagem dos R\$ 1,34 milhão apreendidos pela Polícia Federal na empresa Lunus, de Jorge Murad, ex-esposo da então candidata à Presidência da República em 2001, Roseana Sarney (Figura 3). Embora a imagem não fosse da candidata, mas sim de um cofre onde se guardava o dinheiro, pelo que se disse para ser utilizado em sua campanha, levou-a a desistir de sua candidatura e amargar uma derrota pré-eleitoral.

Figura 3 - Valores apreendidos na empresa Lunus, de Jorge Murad, em 2001



*Fontes: <http://www.viomundo.com.br/arquivo/> e <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/>
Acesso em: 12 fev. 2012*

Por outro lado, a fotografia dos R\$ 1,75 milhão apreendidos pela Polícia Federal, com um correligionário petista, partido do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, naquela ocasião candidato à reeleição, não causou o mesmo efeito. O dinheiro, segundo se apurou, seria utilizado pelos correligionários para compra de um dossiê contra o candidato ao

governo do estado de São Paulo, José Serra. A fotografia abriu a primeira página da *Folha de S. Paulo* (Figura 4). Ao contrário do que aconteceu com Roseana Sarney, a imagem do dinheiro não influenciou no cenário eleitoral: o candidato tucano José Serra foi eleito governador de São Paulo e o presidente Lula foi reeleito.

Figura 4 - Primeira página da Folha de S. Paulo de 30 de setembro de 2006



Analisando um pouco mais a construção da primeira página da *Folha de S. Paulo*, de 30 de setembro de 2006, apuramos que se trata de uma articulação complexa. Ela não se constitui só da fotografia com a imagem dos maços de dinheiro, tema da principal reportagem desta edição do jornal, mas apresenta abaixo outra fotografia tão ou mais importante do

que esta, a que mostra o candidato Lula, na véspera da eleição, em visita a um de seus redutos eleitorais. Na imagem, ele aparece vestido com um agasalho escuro de capuz que lhe cobre parte do rosto. Este capuz oculta os olhos e deixa ver apenas a parte inferior de seu rosto. Se não fossem outros detalhes característicos de sua figura, como a barba e a falta do dedo mínimo na mão esquerda, talvez não fosse fácil identificar o fotografado. Ao seu lado, um correligionário, parece assumir o papel de segurança pessoal ao apoiar a mão em seu ombro, situação reforçada pelo tipo de gola de sua blusa que parece ter um corte militar.

Vamos nos deter um pouco mais nesta imagem. Este tipo de cena, na qual o fotografado oculta a face é comum em circunstâncias policiais, onde contraventores e criminosos usam a estratégia de cobrir o rosto com a camisa para evitar seu reconhecimento. Neste caso, a imagem foi tomada em circunstâncias pouco favoráveis a Lula, exatamente por recorrer à memória de fotografias mostradas em reportagens policiais, situação pouco lisonjeira para o candidato. Não é possível afirmar se havia a intenção de criar uma relação associativa entre a imagem esdrúxula, tomada do candidato naquelas circunstâncias, com a pilha de dinheiro apreendida em posse de seus correligionários, com vistas a manipular os leitores a entender negativamente esta relação e influir no pleito eleitoral. Embora tudo pareça indicar a intencionalidade de produzir este efeito de sentido, não se pode esquecer também que o jornal impresso, como veículo de informação, atinge as classes mais privilegiadas social e culturalmente, que, por sua vez, não necessita de manipulações tão explícitas assim para entender o tipo de denúncia e o mau uso da estrutura de poder numa campanha deste porte. Por outro lado, uma grande parte do eleitorado do candidato à reeleição, pertinente as classes menos favorecidas, não é a de leitores de jornal.

O que nos interessa ressaltar é que, escolhidas pontualmente ou mesmo manipuladas, as fotografias podem ser empregadas para produzir efeitos de sentido precisos e usadas para manipular o público, provocando leituras que, mediante uma tomada convencional ou meramente documental, não produziriam. Ao mesmo tempo, precisamos refletir também a respeito do risco de que este uso possa atingir patamares de exagero ideológico e,

eventualmente, assumir posições pouco éticas e mesmo desrespeitosas para com os fotografados e, sem dúvida, para com o público leitor. Este é o ponto crucial desta reflexão, na medida em que pretendemos instaurar um diálogo entre o uso de imagens e as questões éticas que implicam neste uso. Neste ponto, podemos questionar quais são os limites ou os limiares que norteiam ou devem nortear a construção ou uso de imagens em mídia que não subvertam a ética e que se comprometam com a liberdade de informação.

Conforto ou conflito ético?

A Constituição Federal resguarda ao indivíduo o direito à imagem pessoal, o que significa que a imagem tomada de alguém é de seu domínio e, sem sua autorização, não pode ser publicada ou utilizada sob qualquer pretexto. Outra questão, no que se refere à imagem, é a do Direito Autoral, que resguarda ao autor de uma imagem o direito de propriedade intelectual, embora o direito patrimonial possa ser destinado a outrem. É o caso das fotografias publicadas por empresas jornalísticas. Nestes casos, as empresas preservam o crédito ao fotógrafo, mas detêm a propriedade patrimonial, que lhes garante o direito de distribuí-las, vendê-las, publicá-las e republicá-las de acordo com seu interesse e em qualquer época. Se de um lado há o direito pessoal à imagem protegendo-a de danos, por outro há o direito do autor ou editor sobre a produção e publicação de obras, inclusive imagens. Neste caso, tudo é permitido desde que não prejudique a outrem. Até que ponto vale a pena discutir tais questões no contexto do jornalismo, posto que a liberdade de expressão, de comunicação e de manifestação política parece estabelecer uma espécie de condescendência, especialmente em relação às imagens que tendem a constranger os políticos ou personagens públicas? Cabe avaliar se tais imagens podem ser consideradas manifestação de opinião ou parte constitutiva da informação e não um objeto de constrangimento para o político de modo a não confrontar o direito explícito na Constituição Federal.

Neste caso, o que distingue uma imagem tomada de surpresa, como a de uma simples piscada, que pode ser interpretada como o ato de dormir em público ou numa seção do Congresso Nacional? Como um esgar transitório de boca, recortado de uma sequência de imagens, pode se transformar em uma careta apoplética de nojo ou desprezo? Ficar à espreita de momentos constrangedores para obter imagens anedóticas ou que figurem circunstâncias pouco agradáveis ou que se transformem em chacotas é tão condenável quanto adulterar uma imagem para incluir ou retirar pessoas ou quaisquer outros elementos que alterem ou adulterem uma informação. Parece inadequado que, por qualquer motivo político ou editorial, alguém se disponha a escolher ou modificar imagens que evidenciem, explicitem ou manipulem a opinião pública a respeito de assuntos de qualquer índole, seja ele político, religioso, esportivo ou qualquer outro que altere a finalidade da imagem que não seja a informação pura e simples. Cabe questionar os limites da mídia em captar, apropriar, produzir, alterar ou modificar imagens para atingir objetivos que não sejam os de interesse da social. Por outro lado, de que modo a sociedade pode agir para filtrar ou fiscalizar ações que venham a se tornar antiéticas, identificando ou estabelecendo fronteiras que separem o bom do mau jornalismo?

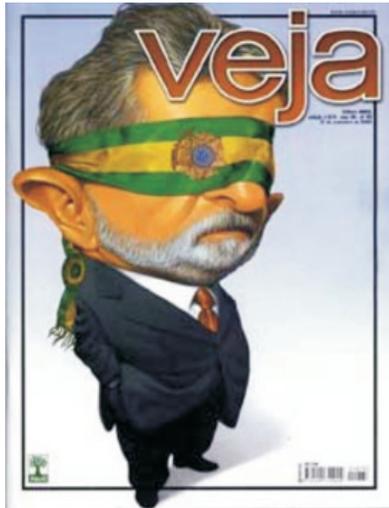
Historicamente, a estratégia mais comum de construir imagens para satirizar e martirizar personalidades públicas e políticas é a produção de caricaturas e charges. Este fazer, típico do artista, há séculos, conta com o reconhecimento da sociedade no contexto do jornalismo, no qual é compreendido como gênero opinativo e, nesta condição, vem ocupando um bom espaço ao longo do tempo. Sabe-se que o uso de charges e caricaturas têm sido um meio eficiente de manipular a opinião pública. Basta lançar um olhar sobre alguma personalidade pública e criar uma imagem que reforce seus traços fisionômicos e destaque aspectos que possam atribuir-lhe uma índole malévola ou benévola, que a ridicularize, constranja ou enalteça. Além de destacar traços, as charges e caricaturas podem evidenciar circunstâncias ou situações reveladoras que justifiquem ou esclareçam seu caráter insólito, cômico ou irônico.

Sabe-se que os traços impiedosos não tentam mostrar a aparência física do caricaturizado, mas sim sua índole. Porém, definir ou inferir a índole de alguém é extremamente complexo no contexto social. Nem sempre os julgamentos que se faz das pessoas correspondem necessariamente à sua índole. No entanto, traços da personalidade, aspectos íntimos e até mesmo condutas morais das personalidades públicas ou políticas que, vez ou outra, estão em circunstâncias pouco favoráveis são uma recorrência da mídia. Como tais imagens são de livre criação e dependem da habilidade e da criatividade dos artistas, são tomadas, por um lado, como fantasia e, por outro, como uma opinião pessoal manifesta pela editoria ou pelo autor, o que não caracteriza, necessariamente, um pecado jurídico. O que diferencia estas imagens das fotografias é o fato de elas não tomarem a realidade explícita como referência especular, ou seja, não emanam da figura da personagem no mundo natural; são imagens arbitrárias que não correspondem literalmente a qualquer pessoa, apenas as referenciam. Assim, por serem frutos da imaginação do artista, estariam isentas de críticas e condenações por parte da sociedade.

No intuito de explicitar esta posição, selecionamos algumas imagens de caricaturas. A figura 5 mostra uma caricatura do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, quando de sua declaração de desconhecimento dos atos de partidários e de parceiros políticos, editada como capa da revista *Veja*, em outubro de 2006. Satiriza a atitude do não querer ver que se tornou típico da personalidade política que Lula assumiu nos momentos de maior crise ética de seu governo. A figura 6 mostra o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso despetalando uma folha de *Cannabis*, no momento em que lhe foi atribuída simpatia pela liberação da maconha no país. A figura 7 mostra o jogador de futebol Ronaldinho Gaúcho, com destaque exagerado aos seus lábios e incisivos superiores, marcas de sua fisionomia, atributos que se transformaram em um elemento de sátira. A figura 8 mostra o ex-governador Paulo Salim Maluf trajando uma camisa típica designada a presidiários, quando de sua prisão por desvio de verbas públicas. A figura 9 mostra o ex-presidente e senador José Sarney agarrado agressivamente ao osso que representa o poder, por ocasião das críticas

de que não deixava o poder nem sob fogo cruzado da oposição denunciando atos de prevaricação.

Figura 5 - Caricatura do ex-presidente Lula, outubro de 2006, por Dálcio Machado



Capa da 'Veja' - Caricatura do Lula por Dálcio Machado

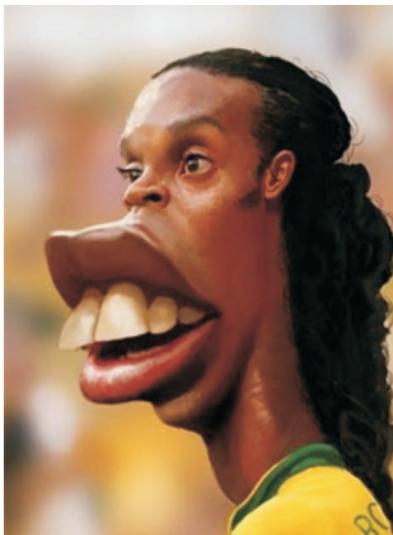
Fonte: http://www.google.com.br/imgres?q=caricatura+lula+d%C3%A1lcio+machado&um=1&hl=pt-BR&sa=N&rlz=1W1RNQN_pt
Acesso em: 14 fev. 2012

Figura 6 - Caricatura do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso



Fonte: <http://venenodecobraxxi.blogspot.com/2011/05/liberacao-da-maconha-como-e-isso.html>
Acesso em: 14 fev. 2012

Figura 7 - Caricatura do jogador de futebol Ronaldinho Gaúcho



*Fonte: <http://www.notaderodape.com.br/2011/01/um-leilao-imoral-no-futebol.html>
Acesso em: 14 fev. 2012*

Figura 8 - Caricatura do ex-governador Paulo Salim Maluf



*Fonte: <http://maryvillano.blogspot.com/2008/03/prolas-dos-famosos.html>
Acesso em: 14 fev. 2012*

Figura 9 - Caricatura do ex-presidente José Sarney



Fonte: <http://aristides-monteiro.dihitt.com.br/noticia/campanha-em-homenagem-a-jose-sarney-o-mito>
Acesso em: 14 fev. 2012

Durante muito tempo, as caricaturas foram os únicos meios para manifestar opinião velada. Obviamente que as personalidades eram conhecidas e os fatos também, mas a capacidade expressiva dos artistas e caricaturistas proporcionava a liberdade para usar e abusar dos traços e satirizar personalidades. A manifestação de opinião velada foi – e tem sido – a tônica que marcou a existência das caricaturas e das charges, e isso parece ser também o que justifica o uso de fotografias com a mesma índole. Não nos parece que o fotógrafo, ao tomar uma imagem quase anedótica, esteja buscando um registro imparcial do fotografado.

Fotografias documentais, históricas ou registros fotográficos são produzidos de outro modo e amparados por sistemas e métodos que justificam e dão credibilidade ao processo. Uma imagem que beira o hilário, não é, necessariamente, o que se espera do jornalismo sério, a menos que tal imagem esteja ocupando o lugar de uma caricatura ou uma charge e, neste sentido, tem toda a razão de existir. Mesmo que tais fotografias exponham ao ridículo os fotografados, a imagem exerce uma licença criativa à semelhança dos caricaturistas, liberdade que o fotógrafo pode usar sem ser incomodado pela crítica ética.

O modo de recortar uma imagem pode dar margem a diferentes interpretações. Cabe ao editor, de acordo com sua índole, escolher uma ou outra fotografia para caracterizar o efeito de sentido que quer produzir. Usar uma imagem pouco favorável à pessoa pode conotar prevenção contra ela; ao contrário, usar uma imagem que exagera, destoe e confunda acaba caracterizando uma atitude bem humorada e não uma crítica ferrenha.

Os fatos e eventos produzidos pelo comportamento, atos e ações de um sujeito político ao longo da história, são mais importantes do que uma ou outra imagem que, pela sua compleição visual, denigra ou enalteça quem quer que seja. Mas, dada a facilidade de leitura de uma imagem, o efeito produzido é muito mais imediato do que recuperar na memória o passado de uma personalidade política ou realizar a leitura de um texto crítico. Ao mesmo tempo, uma imagem que revele explicitamente o lado grotesco, ridículo ou impróprio de alguém pode funcionar ao contrário, denegrir a imagem de quem divulga e não do divulgado. O jornalismo, tido como sério, não deve ceder às tentações do jornalismo folhetinesco e maledicente, típico dos tablóides populares, embora o limiar entre um e outro possa se tornar muito tênue.

Um exemplo histórico de manipulação/adulteração de imagem foi o orquestrado pelos dirigentes da antiga União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), evidenciando a tática de alterar imagens para atingir os fins almejados pelo partido político. No caso em questão, são mostradas duas imagens (Figuras 10 e 11): a original e a publicada. A original mostra o grupo de dirigentes inteiro e a segunda, a manipulada, revela a retirada da imagem de Alexander Dubcek, um dos políticos excluídos do Partido Comunista da Checoslováquia. Estas fotografias foram publicadas pela revista *Íris*, número 387, de novembro de 1985.

Figura 10 - Fotografia original, com a presença de Alexander Dubcek



Fonte: Revista Iris n. 387 (novembro de 1985)

Figura 11 - Fotografia manipulada, sem a presença de Alexander Dubcek



Fonte: Revista Iris n. 387 (novembro de 1985)

Em razão das condições diversas e adversas das tomadas fotográficas, é comum a necessidade de ajustes na imagem como equilibrar luzes e sombras, reforçar uma ou outra área que não ficou bem legível. Enfim, para atenuar deficiências inerentes aos registros fotográficos, admite-se promover alguns retoques na imagem. Feito este esclarecimento é importante compreender que, embora o retoque seja uma conduta já institucionalizada no contexto da produção fotográfica, deve-se entender

que retoque é uma intervenção de baixo impacto e, como tal, não altera a informação, não muda o sentido da imagem; seu único intuito é melhorar sua aparência. Por outro lado, manusear a imagem a ponto de adulterar as informações que ela contém é uma atitude condenada como um todo e especialmente para o fotojornalismo, em particular.

Desde os primeiros momentos em que as fotografias passaram a fazer parte da mídia, o tratamento das imagens tem sido um procedimento aceitável, a começar pelo modo que as fotografias entraram no jornal, ou seja, por meio de gravuras uma vez que os sistemas fotomecânicos ainda não existiam à época. Naquele tempo as gravuras, produzidas manualmente, não conseguiam manter o rigor que uma imagem fotográfica apresentava em relação à tomada do assunto que realizava. Como ainda não existiam os procedimentos fotomecânicos que pudessem transferir a imagem da fotografia para a impressora, este serviço era feito por gravadores diretamente sobre as chapas de impressão. Em razão de gravar as imagens manualmente, não raro ocorriam alterações dependentes do gravador que as realizava. Assim, manter ou modificar os dados da imagem original era uma questão de maior ou menor precisão, de maior ou menor compromisso do gravador com a informação. Caso achasse necessário, ele omitia ou incluía dados para tornar a imagem mais eficiente, apresentável ou adequada ao sistema de impressão.

Logo, alterar, omitir ou transformar a imagem para atender ao interesse da publicação era uma prática comum, embora não fosse aceitável. Mais tarde, já com os processos fotomecânicos dominados, era comum clarear, escurecer, esconder ou evidenciar elementos ou algumas áreas da imagem para tornar mais legível ou mais agradável ao olhar. Entretanto, isto não se constituía uma falha ética, já que nem todos os jornais assumiam compromissos com a democracia ou com a liberdade de informação.

Na medida em que princípios humanos, civis ou sociais passaram a orientar a ideologia de certas nações, a importância da fidedignidade da documentação fotográfica, especialmente no contexto do jornalismo, passou a ponderar os limites éticos destas manipulações. Admitia-se, sim,

haver intervenção na imagem, mas também passou a ser essencial estabelecer até que ponto esta intervenção tinha fins exclusivamente estéticos e não adulterassem os fins informativos. Ou seja, tratar uma imagem para torná-la mais legível em termos de impressão passou a ser admissível, mas manuseá-la a ponto de adulterar a informação que ela trazia, não.

Neste caso, enfrentamos um dilema ético: Até que ponto alterar uma imagem não é também alterar a informação que ela contém? E mais. Como estabelecer critérios para definir o que é aceitável e o que não é aceitável?

A resposta está, obviamente, nas mãos do editor de fotografia, de imagens ou do editor geral e não, necessariamente, nas mãos do fotógrafo ou do laboratorista que podia manipular e interferir na imagem, o que sempre deixava rastros, pois o negativo original permanecia com os dados integrais. Hoje em dia, com as câmeras digitais e os *softwares* específicos, manipular uma imagem ficou muito mais fácil, além de deixar pouco ou nenhum rastro. Com as ferramentas digitais disponíveis nos atuais programas de processamento de imagens, é quase impossível descobrir se uma imagem foi alterada ou adulterada. Atualmente, é possível interferir, incorporar, retirar dados ou áreas inteiras de imagens obtidas digitalmente sem que haja claras evidências desta manipulação. Embora existam os arquivos RAW, que mantêm as características da tomada original, nem sempre este é o sistema de armazenamento mais utilizado e, mesmo que o seja, nada impede a alguém deletar o arquivo original e depois interferir em uma fotografia já reproduzida digitalmente, portanto, estamos de novo, diante de um problema que, em última instância, se reduz a uma questão de caráter e de consciência ética.

A outra questão que abordamos nestas reflexões diz respeito às circunstâncias de tomada da imagem e não necessariamente à alteração da imagem tomada. É sabido que o posicionamento do fotógrafo e a escolha de um bom ângulo podem render boas imagens. São conhecidos os malabarismos e os riscos a que muitos deles se submetem

para tomar imagens que convençam o leitor de sua veracidade e de seu compromisso com o trabalho, em especial, os fotógrafos de guerra. Em contrapartida, também é possível ao fotógrafo fazer escolhas que, ao invés de valorizar os fotografados, os denigram e ridicularizem. Dispor os fotografados em posições adequadas, que facilitem a iluminação e privilegiem certas tomadas e, até mesmos, escondam detalhes, falhas, cartazes, logotipos ou marcas que comprometam, inclusive, o departamento comercial da empresa jornalística é considerado de bom tom. Entretanto, seria negativo, ao fotógrafo produzir imagens que desfavoreçam ou iludam o leitor, fazendo-o acreditar em algo que necessariamente não aconteceu. Isto, no contexto jornalístico, é inadmissível.

Casos recentes demonstram intervenção no processo de tomada e veiculação da informação. São exemplos dois casos denunciados pelo jornalista Mário Magalhães, *ombudsman* da *Folha de S. Paulo*. O primeiro é o de uma fotografia sobre restaurantes, veiculada no caderno *Ilustrada*, de 21 de maio de 2007, em que a fotografia foi arranjada no ambiente (Figura 12). O segundo caso, de 13 de janeiro de 2008, denuncia que o crédito de uma mesma fotografia foi atribuído a dois fotógrafos diferentes.

O primeiro caso (Figura 12), denunciado por um leitor, demonstra sua perspicácia na observação de detalhes, pois ele levantou oito pontos que colocaram em dúvida a espontaneidade da imagem e o levaram a acreditar que o cenário havia sido montado para a tomada fotográfica. Questionado, esta situação foi admitida pelo fotógrafo. Sua justificativa foi a de “arranjar algumas pessoas no cenário” para não “derrubar a pauta”. Magalhães foi duro ao batizar sua matéria de “Uma fraude jornalística”. No caso, em especial, a imagem em si não tem muita importância, por se tratar de uma ilustração de um espaço gastronômico e a fotografia não implica em danos mais extensos em relação ao fato relatado. Porém, a postura pouco profissional do fotógrafo pode prejudicar a credibilidade do jornal.

Figura 12 - Fotografia de restaurante, publicada pela Folha de S. Paulo em 2007



Fonte: Caderno Ilustrado da Folha de S. Paulo (2007)

No segundo caso (Figura 13), bem mais grave, temos o fato de uma mesma fotografia, tomada no dia do incêndio que ocorreu no Hospital de Clínicas da Universidade de São Paulo (USP), em janeiro de 2008, ser utilizada pela *Folha de S. Paulo* e pelo *O Estado de S. Paulo*, com créditos a fotógrafos diferentes. O *ombudsman* da *Folha*, em seu texto, batizou esse caso de “O mistério da foto a quatro mãos”, título bem humorado, mas irônico e sarcástico, que deu o tom de sua indignação em relação ao fato.

Figura 13 - Fotografias publicadas pelo O Estado de S. Paulo e pela Folha de S. Paulo



Fontes: O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo

A explicação compromete ambos os fotógrafos responsáveis. Um repassou a fotografia ao outro (ao que consta, repassou várias fotografias). Ambos os editores, o da *Folha* e o do *Estadão*, sem terem conhecimento do fato, ao fazerem suas escolhas acabaram optando pela mesma fotografia e cada qual a creditou a seu fotógrafo. Foi um caso de rara coincidência: dois editores, num universo de dezenas de imagens, optarem exatamente pela mesma, mas, para azar dos dois fotógrafos, ocorreu. Portanto, a mesma fotografia tem duas edições e dois autores em veículos diferentes e concorrentes.

Obviamente, a editoria de fotografia foi, novamente, a responsável pelo erro ou conflito de interesses, já que cabe a ela detectar problemas deste tipo ou, pelo menos, preveni-los, adquirindo imagens de profissionais competentes, sérios e responsáveis, que não sirvam a dois “senhores” ao mesmo tempo. Também neste caso, a exemplo do anterior, o prejuízo implica em perda de credibilidade, desta feita para os dois jornais.

Não há como negar que, para a mídia de informação, a credibilidade é seu bem maior, o valor com o qual ela trabalha. Um jornal sem credibilidade não prospera em um contexto democrático. Grande parte do público das mídias de informação espera que suas escolhas sejam honradas com a verdade, senão, com isenção na apresentação dos fatos. Se há dúvida quanto à captação e apresentação da informação, há também a possibilidade de perda de confiança do leitor em relação ao veículo e, em consequência disso, a redução da fidelidade ao veículo. A perda de leitores para um jornal é irreparável no contexto da distribuição da informação e, mais ainda, no mundo capitalista.

Como sabemos, a sociedade se preocupa cada vez mais com a regulação das condutas pessoais e profissionais. Para tanto, existem sistemas reguladores instituídos por meio de leis – como a Constituição e os Códigos – e normas de conduta regidas pela ética do exercício de muitas profissões.

Neste sentido, profissionais de diferentes áreas, ao serem diplomados por suas instituições, estabelecem um compromisso, na forma

da lei, com a sociedade por meio de um juramento, que os condiciona a exercerem suas ações em prol do bem estar comum, do respeito humano e da legislação do país. Em muitas das áreas de atuação específica, especialmente as reunidas em conselhos, ordens ou núcleos, os profissionais são registrados e vinculados a um código de conduta, tendo orientação, apoio, controle e acompanhamento profissional. Estas instituições definem normas específicas que visam orientar o comportamento do profissional, normalmente constituídos em Códigos de Ética, como é o caso da medicina, da odontologia, do direito, da engenharia, arquitetura e agronomia, da psicologia e, principalmente, no jornalismo.

Para amparar estas colocações pode-se destacar, entre outros indicadores de conduta, o Código de Ética do Jornalista que prescreve, em seus dois primeiros títulos e seus parágrafos, o seguinte:

I - Do Direito à Informação

Art. 1º - O acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse.

Art. 2º - A divulgação da informação, precisa e correta, é dever dos meios de comunicação pública, independente da natureza de sua propriedade.

Art. 3º - A informação divulgada pelos meios de comunicação pública se pautará pela real ocorrência dos fatos e terá por finalidade o interesse social e coletivo.

Art. 4º - A prestação de informações pelas instituições públicas, privadas e particulares, cujas atividades produzam efeito na vida em sociedade, é uma obrigação social.

Art. 5º - A obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação e a aplicação de censura e autocensura são um delito contra a sociedade.

II - Da Conduta Profissional do Jornalista

Art. 6º - O exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social e finalidade pública, subordinado ao presente Código de Ética.

Art. 7º - O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação.

Art. 8º - Sempre que considerar correto e necessário, o jornalista resguardará a origem e identidade das suas fontes de informação.

A leitura destes dois títulos explicita a conduta do jornalista, reforçando que ela deve ser amparada na ética profissional e não nas preferências ou interesses das empresas, dos anunciantes, dos políticos ou na notoriedade que uma imagem inusitada pode trazer. A ética diz respeito aos valores que uma dada profissão deve defender e manter nas suas ações e estimular no comportamento de seus pares. Entretanto, ao observar as condutas de diferentes profissionais, comparando-as com seus respectivos códigos de ética, percebemos que, nem sempre, suas ações coadunam com as prescrições de seus códigos. Daí a existência dos conselhos e entidades profissionais, cuja responsabilidade é chamar sempre a atenção de seus membros e da sociedade para os deslizes que, por ventura, acometerem seus pares e promover sanções aos atos inadequados. Esta é a obrigação das associações de classe das diferentes categorias profissionais. Se o monitoramento das condutas e procedimentos dos diferentes profissionais é exercido com competência e coerência, os prejuízos à sociedade são poucos; ao contrário, se as instituições que devem zelar pelo bem e pela ordem social se enfraquecem, quem sofre é a sociedade como um todo, especialmente os mais desprovidos de amparo e mais distantes dos requisitos básicos da cidadania.

Podemos dizer, amparados em exemplos observados nos últimos anos, até mesmo, nas instituições públicas, em suas diferentes esferas – Legislativo, Executivo ou Judiciário – que falhas graves são recorrentes nas condutas éticas de nossos representantes institucionais. Tais falhas levam ao descrédito e à sensação de que princípios são apenas palavras vazias e que, na prática, o que importa é o poder e suas benesses. Bem sabemos que as crises institucionais passam, na maior parte das vezes, por conflitos éticos. Se os organismos da sociedade organizada, que têm o dever e a responsabilidade de ordenar as condutas sociais, não são

suficientes ou estão contaminados, resta à imprensa das nações livres e democráticas atuar como o fiel da balança nas relações sociais.

A imprensa livre, apelidada de “quarto poder” nos países democráticos, tem uma responsabilidade muitas vezes maior do que a das instituições públicas, pois seu compromisso é com a informação e com seus leitores e não com partidos políticos, correligionários ou grupos de poder. É óbvio que o assédio do poder econômico, dos interesses políticos ou de ideologias é constante e intenso, entretanto o que define o jornalismo sério e responsável é a sua independência. Independência intelectual e econômica, daí o compromisso com a sociedade e com seus leitores.

Em suma, as reflexões aqui apresentadas não têm por interesse estabelecer parâmetros ou diretrizes de conduta para o fotojornalismo ou para quem quer que seja. Apenas se propõem a destacar, dentro do conjunto de condutas, especialmente aquelas que implicam no uso de imagens, que são importantes tanto nos modos de obter, quanto nos modos de selecionar, organizar e construir sentido por meio das fotografias na mídia jornalística impressa, chamando a atenção para o fato de que o diálogo com a ética também se repercute nas imagens. Portanto, este tema é de vital importância no contexto da informação na atualidade.

Bibliografia

CAMARGO, Isaac Antonio. **Modos de presença da imagem na enunciação da mídia jornalística impressa**. Tese (Doutorado em Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), 2002.

LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**. São Paulo: Educ/Pontes, 1992.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**. São Paulo: Hacker, 1999.