
Escolhas de uma visualidade jornalística para a cidadania¹

Rafaella Lopes Pereira PERES²

Giulia Mariê FONSECA³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

RESUMO

Este trabalho visa refletir sobre as escolhas realizadas durante a produção de visualidades para a comunicação jornalística, pensando o conhecimento especializado – e a compreensão dos seus impactos – como uma via para a cidadania. Por meio da descrição e análise de uma produção específica, o fotolivro *Móte*, discutiremos como a seleção de elementos compositivos (teorias do Design da Informação), caminhos produtivos (teorias do DI e do Jornalismo) e temáticas sociais, podem promover uma comunicação atenta à visibilização de grupos marginalizados. Como resultado, apresentamos a prática jornalística e do design da informação como meio de fortalecimento do caráter político da comunicação e um significativo espaço de interação, reflexão e (re)conhecimento sociocultural. Assim como uma possibilidade de viabilização de uma coexistência mais igualitária.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação visual; imagem; fotojornalismo; cultura visual; visibilizar.

INTRODUÇÃO

Não há maneira de entender a existência sem pensar a visualidade. Poderíamos construir a mesma frase substituindo o termo visualidade por comunicação, ou mesmo por cidadania e estaríamos realizando afirmações significativas, e ousamos dizer, bastante apropriadas para os nossos tempos complexos. Nesse sentido, este é um trabalho reflexivo a respeito dos fazeres jornalísticos engajados e implicados, e conscientes de que as escolhas realizadas no processo produtivo impactam efetivamente na transformação da sociedade. Propomos pensar a conexão dos três âmbitos explicitados no título, as escolhas realizadas na produção das visualidades (1) para a comunicação jornalística (2) na viabilização da cidadania (3).

VISUALIDADE E VISIBILIZAÇÃO

Quando nos conscientizamos que o acesso a realidade é feito por meio da visualidade, entendemos que essa relação acontece segundo uma série de parâmetros e

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação para a cidadania, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Pesquisadora e professora no Curso de Jornalismo da UFMS, email: rafaella.peres@ufms.br

³ Estudante de Jornalismo da UFMS, email: giulia.marie@ufms.br

correlações que vão sendo apre(e)ndidas. Quando passamos a conhecer e questionar o processo produtivo imagético, entendemos que a produção é um processo intencional de escolhas deliberadas. A consciência produtiva, junto à construção de uma consciência social engajada, nos leva à proposição de uma comunicação realizada com foco no exercício da cidadania. Porém, apesar do crescimento exacerbado da produção de imagens, quais imagens estão à vista?

A invisibilidade é um fenômeno psicossocial, que evidencia uma maior ou menor – ou a inexistência de – relevância social. Silva (2021), defende a produção realizada pelos próprios sujeitos; sem contrariar essa proposição, reforçamos que qualquer visualidade criada deveria estar cientes das diversas invisibilidades adensadas, propondo olhares mais múltiplos e mais cuidadosos aos grupos invisibilizados. Refletimos sobre as visualidades a partir de uma produção experimental que nos permite discutir não só uma produção multidisciplinar, como também uma produção colaborativa (entre produtora e visibilizada) ciente de seus impactos (memória, valorização e compartilhamento). Para isso, nos debruçamos sobre conceitos e teorias do Fotojornalismo, do Design da Informação e da visualidade para a comunicação, por meio de um diálogo teórico exemplificado. A base de análise são os processos produtivos e os resultados de *Móte* (Figura 1), fotolivro impresso, sobre o processo de produção cerâmica Terena.

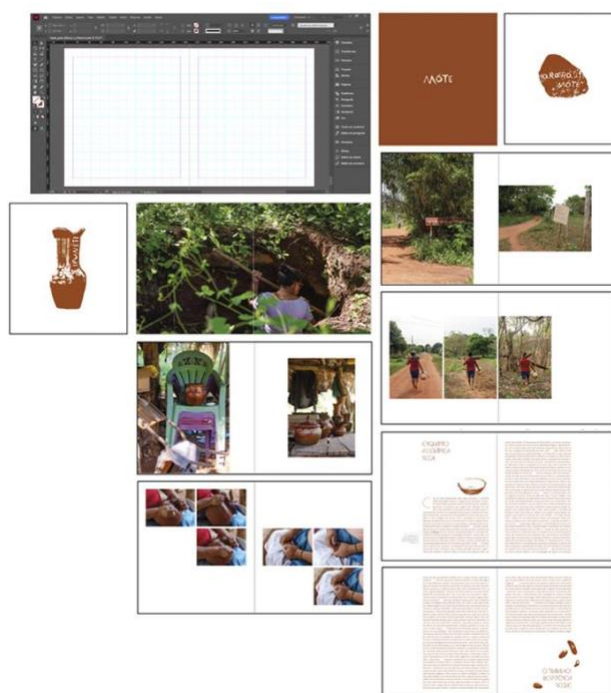


Figura 1 – exemplificação do processo produtivo de *Móte*

CONSIDERAÇÕES POSSÍVEIS

A fotografia jornalística, a produção implicada e a responsabilidade com essas visualidades são, não só uma possibilidade de visibilização, mas também de conhecimento do universo simbólico-cultural que orienta as vivências e interações sociais capazes de despertar uma consciência crítica (Silva, 2021). Cientes de que toda produção comunicativa é responsável por construir discursos a partir da articulação de processos de significação edificadas em princípios e contextos socioculturais alocados e providos de ideologia (Pater, 2020). Com cuidado para não cair na imposição/legitimação da dominação apontada por Bordieu (2004).

A visualidade, percebida como um jogo de elementos selecionados intencionalmente, pode servir à comunicação e à cidadania aprofundando questionamentos sobre o próprio ato produtivo e o ato de decifrar a visualidade (Sontag, 2004). Se o conhecimento produzido pelas populações indígenas está diretamente ligado à sua cosmovisão de mundo (Milhomens, 2021), por meio da visibilização consciente e cuidadosa desses saberes construímos outros processos multidimensionais de compreensão da vida. A reflexão crítica da visualidade com alta carga simbólica, as informações e sensações que o conhecer provoca e as implicações ativas que esse experimentar ganham, podem (nos) sensibilizar (Peres, 2009). No lugar da normalização, a provocação de algo que afete genuinamente.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. RJ: Bertran Brasil, 2004.
- MILHOMENS, L. Movimento indígena brasileiro e redes comunicacionais: história, resistência e mobilização, p.401-427. In: SILVA, D. T.; BASTOS, P. N.; MIANI, R. A. e SILVA, S. A. **Comunicação para a cidadania: 30 anos em luta e construção coletiva**. SP: Intercom, 2021.
- PATER, R. **Políticas do design**. SP: Ubu, 2020.
- PERES, R. L. P. **Os olhos no outro**: estudo da sensibilidade na imagem fotográfica de pessoas de diferentes culturas. Diss. Mestrado PPG de Comunicação Midiática da Unesp. Bauru: Unesp, 2009.
- SILVA, D. T. Refletindo sobre (in)visibilidade social sob o viés da cidadania ativa e criativa. p.159-197. In: SILVA, D. T.; BASTOS, P. N.; MIANI, R. A. e SILVA, S. A. **Comunicação para a cidadania: 30 anos em luta e construção coletiva**. São Paulo: Intercom, 2021.
- SONTAG, S. **Ensaio sobre a fotografia**. SP: Companhia das Letras, 2004.