

Imagem x palavra*

Martine Joly**

Resumo

As relações imagem/texto, os estereótipos visuais, os limites entre imagem jornalística e imagem publicitária são alguns dos temas abordados nesta entrevista com a Dra. Martine Joly, professora da Université Michel de Montaigne – Bordeaux III – França, que esteve pela primeira vez no Brasil para um ciclo de palestras sobre Teoria da Imagem, em Goiânia. Martine Joly é autora de *Introdução à Análise da Imagem* (Papyrus Editora, 1994) e *L'image et les signes* (Nathan Éditions, 1994) e *L'image et son interprétation* (Nathan Éditions, 2002), ainda não traduzidos para o português.

Palavras-chave: imagem/texto; estereótipos visuais, manipulação pela imagem.

1. Como se pode analisar hoje a falta de credibilidade atribuída à imagem em face do texto escrito? Poderíamos falar ainda de uma ditadura do texto escrito?

A falta de credibilidade da imagem não é nova. Remonta à antiguidade e desde que nós encontramos textos que falam da imagem, ela é colocada em relação à verdade, e se duvida se ela diz a verdade. E,

*Entrevista concedida em agosto de 2002, à Profª Lisbeth Oliveira durante ciclo de palestras organizadas pela professora Rosa Berardo (FAV/UFG) em Goiânia. Lisbeth é jornalista, mestre pela Universidade de Viena, Áustria, coordenadora do Núcleo de Pesquisas em Teoria da Imagem e professora da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFG. E-mail: lisbeth@facomb.ufg.br. Tradução simultânea francês-português pela Profª Christine Ramos Mahler.

** Professora Doutora da Université Michel de Montaigne - Bordeaux III - França.

segundo os filósofos, os escritores, ela é considerada como boa ou como ruim. Então, ela está ligada à verdade, ao sagrado, à morte e ao saber. E todas as imagens, depois de Platão, estão carregadas desse poder, e podem explicar o fato de que nós continuamos a duvidar e a desconfiar delas. Eu não acredito que a gente possa falar de uma ditadura da palavra, do verbo, simplesmente porque existem muito mais imagens agora, na nossa sociedade atual, do que antigamente, e a crença de que ela substitui a linguagem aumenta. Eu não penso que exista uma ditadura da linguagem, mas simplesmente uma interrogação muito grande em face do grande número de imagens da nossa sociedade contemporânea.

2. *Existem estereótipos visuais, audiovisuais ou somente verbais?*

É uma questão importante, que muitos trabalham neste momento, e não há como caracterizar exatamente os estereótipos visuais. Eu tentei em alguns trabalhos, mostrar que há formas fixas, estáticas, de pensar e de estilo, porque na língua nós distinguimos estereótipos e clichês. O clichê seria uma forma de pensamento, um lugar comum, e o estereótipo seria mais uma forma de estilo repetido. Então, nós podemos dizer que na televisão nós encontramos estereótipos e também nos jornais e em outras formas e dispositivos, no olhar a câmera, etc, etc. Mas eu não creio que o estereótipo seja algo ruim. O estereótipo é vivo, então ele é compreendido, e se ele é compreendido, o espectador constrói o estereótipo junto com o produtor. Nós não somos vítimas dos estereótipos. Muitas vezes é dito que os espectadores são vítimas dos estereótipos. Nós participamos da vida dos estereótipos da nossa sociedade.

3. *Onde se estabelece o limite entre a imagem jornalística hoje e a imagem publicitária, quando parece evidente a invasão da imagem publicitária em contextos antes genuinamente jornalísticos?*

Não é uma questão que eu conheça tão bem. Existe uma distinção muito clara entre a imagem publicitária e a fotografia de imprensa, por exemplo. É verdade que existem nas revistas o que se chama reportagens publicitárias, que parecem com artigos de jornais, mas que se

destinam à publicidade de alguma coisa. Evidentemente, não existem fronteiras muito claras entre os diferentes gêneros. É possível que algumas regras publicitárias se manifestem nas fotografias de imprensa e vice-versa.

4. Como o exemplo da experiência fotográfica de Oliviero Toscani, quando na Benneton...

Para falar da publicidade da Benneton, que utiliza fotos jornalísticas para falar de publicidade, eu penso que o escândalo que isso provocou, foi precisamente este da penetração de um mundo no outro, da penetração do comércio no jornalismo ou a recuperação do jornalismo pelo comércio. Isso chocou muita gente. Eu, pessoalmente, não acho isso chocante, porque é a verdade da globalização. De fato, mesmo o jornalismo, mesmo os acontecimentos que são temas do jornalismo, as guerras, a fome, os acidentes, as doenças são conseqüências do dinheiro e da dominação pelo dinheiro, e da dominação do comércio. E querer que tudo isto esteja bem definidamente separado, de uma certa maneira é até uma forma de hipocrisia. Uma forma de preguiça intelectual. Eu creio que quando as pessoas viram a publicidade da Benneton, que mostrou os horrores do mundo, as pessoas perceberam que nós não utilizamos o pior do mundo para vender, mas nós nos esquecemos que as coisas piores do mundo existem graças ao dinheiro. Eu penso que isso foi uma provocação, mas uma provocação saudável. E as pessoas quiseram realmente ir além da aparência da provocação.

5. Você acredita que os filmes de arquivo podem ser considerados provas da história?

Eu fiz um trabalho sobre isso, no último capítulo do meu livro. É uma questão muito complicada. É lógico que todas as imagens podem ser manipuladas. Elas podem ser interpretadas de maneira tendenciosa. Mas eu creio que um filme de arquivo, quando ele é feito do cruzamento com outros dados, como o jornalismo, os testemunhos e outros tipos de arquivos, ele pode, é claro, falar de coisas que realmente se passaram. Ele pode ser uma prova de fato, se é feito com seriedade e

honestidade. É preciso sempre relativizar os arquivos, quando nós temos uns, não temos outros necessariamente. Mas é válido para todos os testemunhos.

Agradecimentos

Agradecimentos à Profa. Christine Ramos Mahler (FAV/UFG) pela tradução simultânea francês/português. Christine é arquiteta, especialista em Planejamento Urbano pela Université Paris VIII, mestranda do curso de Gestão de Patrimônio Cultural pela Universidade Católica de Goiás. Atualmente é professora da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás.

E agradecimentos também à Prof^a Dra. Rosa Berardo pela organização e realização do evento. Rosa Berardo é Dra. em Cinema pela Sorbonne Paris III, Pós-Doutoranda na Université Du Quebec à Montreal - Canadá (UQAM). Prof^a convidada do curso de Doutorado em Artes na UQAM - Canadá 2002 e Prof^a da FAV/UFG.

Abstract

The relations image/text, the visual stereotypes, the limits between journalistic image and publicity image are some of the subjects approached in this interview with Dr. Martine Joly, professor of Université Michel de Montaigne - Bordeaux III - France, that was in Brazil for the first time to a cycle of lectures about theory of the image. Martine Joly is author of "l'introduction a l'analyse de l'image" (already translated to Portuguese); "l'image et les signes" (Nathan Editions, 1994) and "l'image et son interpretation" (Nathan Editions, 2002).

Keywords: image/text, visual stereotypes and image's manipulation.