



A VISÃO DE AUTORES E INTÉRPRETES DE DETERMINADAS IMAGENS¹

Lara Nasi², Nara Maria Emanuelli Magalhães³. UNIJUÍ

INTRODUÇÃO: Este estudo está relacionado com o processo de produção de imagens e sua recepção. Buscamos encontrar a visão de autores e receptores de determinadas imagens para compreender a relação que existe entre a produção e a recepção dessas imagens, a relação do próprio produtor com o receptor, e as maneiras como o receptor e o produtor se relacionam com a imagem. Tivemos como principal referência ao longo da pesquisa os Estudos de Recepção, que consideram que o receptor é capaz de criar significados para as mensagens – e não apenas recebê-las. Com base nestes estudos lançamos a hipótese inicial de que uma mesma imagem pode ter significados variados para produtores e receptores. Na contramão dessa primeira hipótese, levantamos a possibilidade de que os receptores poderiam tentar encontrar uma visão “legítima” da imagem ao interpretá-la, que neste caso seria a visão do autor. Assim pudemos supor que, se confirmando a última hipótese apresentada, as imagens estariam muito centradas em seus autores/produtores. **METODOLOGIA:** Utilizamos métodos qualitativos para coleta de dados, que contemplavam a pesquisa tanto com receptores, como com produtores de imagens. Com os primeiros realizamos estudos de recepção em sala de aula, em que foram exibidos e debatidos filmes, além da formação de um “Grupo de Recepção” com voluntários, que se reuniam quinzenalmente também para assistir e debater filmes. As conversas eram gravadas e transcritas. Já com os produtores, optamos pela realização de entrevistas abertas – foram entrevistados quatro produtores de imagens. Realizamos ainda a busca por depoimentos de produtores de imagens já publicados nos meios de comunicação. Na reflexão sobre os dados, trabalhamos com revisão bibliográfica e construção de categorias analíticas, para compreendê-los na relação com a teoria. **RESULTADOS:** A pesquisa aponta para a multiplicidade de interpretações a que uma mesma imagem está submetida. Produtores e receptores nos indicaram diferentes interpretações, confirmando a primeira hipótese apresentada. Produtores indicaram que produzem imagens com o objetivo, entre outros, de compartilhar significados. Já os receptores têm demonstrado duas formas de interpretação: uma que se distingue da visão dos produtores; e outra dialogando com o que seria o “objetivo” suposto da produção, ou seja, buscando a intenção do produtor. **DISCUSSÃO / CONCLUSÃO:** A pesquisa está reforçando a hipótese já levantada pelos Estudos de Recepção, de que diferentes significados podem ser construídos para uma mesma imagem. Novas hipóteses têm surgido a partir dessa constatação, que nos levam a relativizar a suposição de que a imagem estaria muito centrada em seus autores/produtores. Podemos dizer que no processo de interpretação de imagens, tanto receptores quanto produtores estão interagindo indiretamente, como interlocutores imaginários. Apoio: CNPq.

¹ Sub-Projeto de Pesquisa, inserido no Projeto “A Centralidade da Imagem na Cultura Contemporânea e Seu Significado Social”.

² Estudante de Graduação em Comunicação Social, Bolsista de Pesquisa PIBIC/CNPq 2005/2006.

³ Professora Doutora do Departamento de Ciências Sociais da UNIJUÍ, orientadora da Pesquisa.