

Reflexões fotográficas: impacto da informatização e as dimensões do automatismo na compreensão da imagem¹

Jarbas Espíndola AGRA JR²

Márcia Maria Mendes de Medeiros CAMPOS³

Dario Brito ROCHA JR.⁴

Universidade Católica de Pernambuco, UNICAP

Resumo

O presente artigo apresenta reflexões iniciais apontadas por estudos sobre as novas necessidades em torno da criação da imagem fotográfica, geradas ao longo da evolução tecnológica da imagem. Nessa abordagem, partimos de observações baseadas no ponto de vista do design através da evolução tecnológica da fotografia, seguindo seu contexto cronológico, desde o químico até o digital. Tomamos emprestado conceitos vindos de Bürdek (2006) entre outros, para uma análise preliminar refletindo sobre a interferência do automatismo nas câmeras no nível de compreensão dos usuários sobre a imagem. Seguido de uma pesquisa de campo com a aplicação de um questionário com o objetivo de confirmar as questões levantadas em torno da relação usuário x câmera x imagem; oferecendo desdobramentos para novas abordagens nos métodos de criação e ensino da fotografia na área da comunicação.

Palavras-chave

fotografia; imagem; composição; concepção; tecnologia;

Introdução

O surgimento de um invento ou de um produto tem sua origem, na necessidade contínua das pessoas, em compreender os fenômenos e os fatos percebidos no decorrer dos séculos. Segundo René Descartes, todo conhecimento humano tem origem na compreensão do pensamento. Com a fotografia não foi diferente, sua trajetória seguiu a mesma lógica. Primeiro o poder de observação do fenômeno físico de propagação da luz através da câmara escura. Depois a observação da reação de elementos químicos reagentes a luz, foi vital para a captura das imagens.

A percepção das coisas motiva a busca pelo entendimento de tudo o que ocorre. A partir destas observações, que aparecem as pesquisas e os estudos que proporcionam as respostas que suprem as necessidades de compreensão das pessoas. Alimentando o acervo do conhecimento científico que é repassado e aperfeiçoado ao longo dos tempos.

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016

² Mestre em Design (UFPE) e professor dos cursos de Jogos Digitais e Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Pernambuco. E-mail: jarbasagra@unicap.br

³ Doutora em Design (UFPE) e professora dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Jogos Digitais da Universidade Católica de Pernambuco. E-mail: spot4m@gmail.com

⁴ Doutorando em Design (UFPE) e professor dos cursos de Jornalismo, Fotografia e Jogos Digitais da Universidade Católica de Pernambuco. E-mail: dariobrito@unicap.br

Todo este processo é composto por um trajeto contínuo e infinito, construído pelo incessante surgimento de novas necessidades na sociedade humana. Sempre aparecerão novos conhecimentos científicos, novos problemas, novas soluções e novas tecnologias; que visam deixar a vida das pessoas mais prática e confortável.

Segundo George W. F. Hegel (1770 – 1831), para o entendimento deste ciclo contínuo deve-se considerar as variáveis existentes nos acontecimentos históricos na natureza e na sociedade. As mudanças nas questões naturais e sociais influenciam o ponto de vista ideológico e com isso, geram novas necessidades à serem supridas. Portanto, os fatos naturais, históricos e intelectuais estão conectados com o “movimento contínuo” dentro da sociedade, que por sua vez, alimenta a evolução tecnológica.

... estabeleceu pela primeira vez a natureza, a história e o pensamento como processo; ele procurou demonstrar as ligações e o desenvolvimento do contínuo movimento, com as modificações e desenvolvimentos do mundo natural, histórico e intelectual.
(BURDEK, 2006)

A linha de pensamento de *Hegel* irá direcionar as reflexões da evolução da fotografia. Onde vincular-se-á o produto câmera fotográfica com os aspectos da informatização e das dimensões do automatismo na compreensão das imagens. Possibilitando o entendimento de problemas existentes na relação das pessoas com criação de imagens na atualidade.

seu *Discurso das Mídias*, e também do efeito de enquadramento em complemento aos apontamentos; faremos um ensaio preliminar de dispositivos analíticos baseados no dito e não-dito e também no posto e no pressuposto como marcas de formações ideológicas presentes nos discursos e, por fim, vamos expor um considerável material coletado a respeito desse parque tecnológico na mídia impressa pernambucana.

Nosso intuito maior é provocar uma consideração a respeito de tais temas que, no nosso entendimento, são ocorrência frequente nesse encontro entre o que está veiculado na mídia e os elementos que são, de alguma maneira, oferecidos para a sua interpretação.

Evolução tecnológica da fotografia: busca pelo automatismo

As etapas do método de concepção de produtos reafirmam a linha de raciocínio de Hegel, que também é defendida por Burdek: “A inteligência nesta dimensão está relacionada com o engenho e criatividade aplicados nas ferramentas para projetar ou

desenvolver produtos”. A metodologia de projeto é responsável por aplicar a inteligência através do desenvolvimento tecnológico de produtos, mais especificamente na câmera fotográfica.

As etapas do método de concepção de produtos são: Levantamento de Dados, Geração de Alternativas, Seleção de Alternativas, Avaliação de Alternativas.

A etapa de **levantamento de dados** trabalha em harmonia com o conceito de Hegel. Pois esta fase tem o objetivo de buscar as informações de várias áreas do conhecimento como os dados históricos, sociais, econômicos, culturais, ecológicos, além da busca dos similares existentes no mercado. Nas etapas seguintes (**geração, seleção e avaliação de alternativas**) serão trabalhadas em cima das informações colhidas nesta fase.

Esse método serviu de base para as reflexões desde o surgimento do *Daguerreótipo* (primeira câmera fotográfica patenteada por Louis Daguerre, em 1839, na França) até os dias atuais com as câmeras embarcadas em dispositivos móveis informatizados.

Na etapa do levantamento de dados, verificou-se que o momento histórico foi o incentivo para os inventores da época dedicarem seu tempo nos estudos para a criação de alternativas que suprisse os objetivos de captura da imagem projetada na câmara escura, oferecendo uma alternativa inovadora à necessidade da sociedade, pelos retratos, que era um objeto simbólico de status na época. Naquele momento histórico o mundo e principalmente a Europa, vivia a Revolução Industrial em sua efervescência. Provocando a mobilidade social, onde a servidão imposta pelo feudalismo dava lugar à valorização humana com o trabalho remunerado. O artesão passou a ter possibilidades de crescimento econômico e social, com o aparecimento das indústrias. Surgem novos níveis sociais como a burguesia e o proletariado.

No lado econômico a distribuição de renda melhora e com isso incentiva o sentimento de consumo, principalmente por produtos que ofereçam evolução social e status. Portanto, a demanda pelos retratos produzidos pelos pintores na época aumenta consideravelmente, pois a burguesia estava sedenta por símbolos, que representassem poder social entre os integrantes da nobreza.

Os aspectos históricos, sociais, políticos, ideológicos produziram novas necessidades a serem solucionadas, entre elas o problema gerado com o aumento pela procura por retratos. Também, tem de se levar em conta as grandes possibilidades de resultados atrativos com os lucros financeiros para quem conseguisse uma solução eficiente, devido aumento na demanda.

Nas etapas de **geração e seleção de alternativas** é necessário o uso de restrições, que por sua vez, foram definidas pelas informações obtidas durante a fase de levantamento de dados, principalmente as científicas. Especificamente com relação a fotografia, dentre as alternativas mais eficientes selecionadas foi percebida a condição básica e vital do uso da câmara escura como plataforma para o processo de captura da imagem refletida em seu interior (condição chave para a existência da imagem). A partir da câmara foram geradas inúmeras alternativas de elementos químicos para reagir com a luz, gerando opções eficientes de captura e fixação da imagem.

A escolha pela alternativa da captura da imagem refletida na câmara obscura, através da reação físico químico, também era suportada pela sociedade de consumo que vivia a euforia pelas máquinas. Então esta alternativa teria uma grande chance de conquistar a admiração e o espanto dos consumidores, com um produto que oferece a revolução tecnológica da reprodução de imagens perfeitas da realidade, como nós as vemos, sem a utilização das mãos humanas, com um gasto de tempo bem menor para a obtenção do produto, além da vantagem de um custo mais baixo. Gerando inovação e novas perspectivas em diversas áreas da sociedade industrializada. Ou seja, solução eficiente, com a prova da ressonância do conceito do produto no mercado consumidor.

Evolução tecnológica da fotografia: busca pela popularização

Seguindo a ideia do "contínuo movimento" passamos para um dos momentos chave na evolução tecnológica da câmara e da imagem fotográfica, com o processo de popularização do objeto fotográfico, iniciado pela Kodak no final do século XIX.

A fotografia vivenciava um rápido desenvolvimento tecnológico e, com isso, já era utilizada em várias áreas do conhecimento, trazendo grandes inovações e soluções, como por exemplo, nos meios de comunicação e na medicina. Mas, George Eastman (fundador da Kodak) tinha ideias empreendedoras para ampliar seu mercado consumidor e consequentemente seus lucros. Teve início, mais um processo de aplicação do método de concepção de produto, mas, agora contando com os dados sobre os similares já existentes no comércio.

O grande desafio era ampliar os lucros era o oferecimento de uma câmara que os leigos ou qualquer pessoa possa manusear sem a necessidade de ter conhecimentos específicos sobre fotografia. A popularização da fotografia pretendida pela kodak dependia,

basicamente, da simplificação da usabilidade da câmera fotográfica e baixar o preço do equipamento.

Analisando do ponto de vista da semiótica no design, a Kodak tinha de trabalhar o conceito de dois objetos: **Câmera fotográfica enquanto objeto de uso e imagem fotográfica enquanto objeto simbólico.**

Com relação à câmera a Kodak identificou problemas existentes nos produtos similares existentes no mercado e os principais foram: a dificuldade na logística e no manuseio da câmera, devido ao tamanho grande além da necessidade de trocar a película a cada foto capturada. Provocando muita dificuldade com o excesso de volume e peso transportado e manuseado.

A simplificação do uso da câmera era o fator relevante para o processo de conquista de consumidores leigos. Para isso a usabilidade tinha de ser a mais desvinculada possível dos conhecimentos técnicos que envolvem a concepção da imagem fotográfica. Ou seja, *"você aperta o botão..."* e não precisa pensar em mais nada. Com este foco as questões que envolvem a concepção da imagem fotográfica foram perdendo espaço gradativamente. A compreensão sobre o objeto simbólico perdeu espaço no desenvolvimento da câmera, pois a ampliação do mercado dependia da subtração significativa do raciocínio. Basta apertar o botão, a máquina faz o resto.

O interessante é que isto vai entrar em conflito com as ideias de Descartes, onde ele afirma que *"todo conhecimento humano tem origem na compreensão do pensamento"*. Mas, o sucesso da popularização dependia da simplificação da usabilidade. Então a manutenção da compreensão no processo da captura da imagem atrapalharia esse objetivo. Ou seja, basta apertar o botão, não precisa pensar.

A redução do tamanho da câmera também dependia da diminuição do tamanho da película. Com isso, a solução encontrada foi a substituição da película grande, pela película pequena de gelatina seca sensibilizada com sais de prata. Esta inovação também possibilitou o surgimento do filme com oito fotogramas ou poses.

Outro grande obstáculo era o processo de revelação e ampliação da fotografia, que até então obrigava o fotógrafo a especializar-se e montar um laboratório químico de revelação dos filmes. A ideia encontrada foi tão eficiente que durou até a atualidade da fotografia analógica. A inovação foi a terceirização dos serviços de revelação e ampliação do filme. Facilitando mais ainda o acesso dos leigos no mundo da fotografia. E assim a

Kodak conclui seu slogan publicitário "... *nós fazemos o resto*", que deu início a gigantesca indústria multinacional.

Evolução tecnológica da fotografia: busca pela automação

A questão paira sobre o processo de popularização da fotografia iniciado pela Kodak. Será que contribuiu para o cenário que temos hoje com relação a compreensão das imagens fotográficas?

Será que existe algum entendimento na captura de imagens fotográficas? Existe algum embasamento científico no processo criativo da composição da imagem fotográfica? Qual o método mais aplicado o intuitivo ou o científico? Como a popularização da fotografia, baseada no atendimento dos desejos dos consumidores, somou para esta lacuna ou disparidade nos problemas do uso deste produto simbólico? Esta dificuldade de compreensão se torna mais visível, à medida que sua criação, através de um método formal se faz mais necessário para a concepção de imagens, como, por exemplo na computação gráfica usada na realidade virtual.

Percebe-se que a evolução tecnológica, com o intuito de suprir os anseios da sociedade consumidora, tem sua colaboração na situação que a fotografia se encontra na atualidade. E também nas consequências que, tanto o objeto de uso (câmera) como o objeto simbólico (imagem) causaram na sociedade em diversos aspectos.

A interferência dos objetos inseridos no mercado demonstra a força que a tecnologia tem na sociedade. Então se pode analisar como chegamos ao cenário atual, onde vivemos a emergência fotográfica com câmeras espalhadas nas mãos de quase todas as pessoas e a comunicação imagética através da parceria de sucesso da fotografia digital com a web.

A fotografia digital é na realidade uma fotografia informatizada, que nos dias de hoje, esta nova condição abre mais ainda o leque de possibilidades de uso da imagem fotográfica na concepção de produtos, como por exemplo, na criação de jogos digitais. Principalmente, na ampliação significativa do processo de imersão dos usuários dos jogos.

Portanto, a imagem fotográfica tem grande importância para o desenvolvimento dos artefatos digitais que lidam com imagens. Neste momento os conhecimentos da fotografia são aplicados e precisam ser utilizados com o máximo de compreensão, na criação eficiente dos cenários que tem a função de proporcionar realismo e imersão para seus usuários.

Mas, a fotografia informatizada, também não foge ao "contínuo movimento", além de ampliar o leque de utilização da imagem em outros produtos, expõem novos problemas,

principalmente com a falta de um método formal na composição da imagem. Lembrando que esta situação atual começou com o processo da popularização da fotografia, pela kodak.

No decorrer dos anos a evolução contínua da tecnologia e dos métodos de desenvolvimento de produtos avançou bastante com a praticidade da câmera, oferecendo a melhoria significativa da qualidade da imagem fotográfica e principalmente com o acréscimo do automatismo no manuseio da câmera atendendo aos desejos dos consumidores por facilidades com esforço de raciocínio. Confirmando cada vez mais na cultura de consumo o slogan da kodak “*você aperta o botão e nós fazemos o resto*”.

A criação da fotografia foi gradativamente se distanciando de qualquer método de compreensão mais aprofundado, até mesmo entre os fotógrafos profissionais. Métodos de concepção da comunicação visual muito usados por designers gráficos e que servem para o processo criativo de várias áreas que lidam com imagem são esquecidos na área da fotografia. Todo processo de desenvolvimento da imagem fotográfica é baseado em cima de muitas incertezas e suposições. Ou seja, o processo de composição das imagens é feito através de métodos extremamente intuitivos. Com relação aos fotógrafos leigos o automatismo das câmeras incentivou uma extrema incompreensão sobre a imagem, chegando às situações de não perceber a diferença entre uma imagem nítida e uma imagem sem nitidez, lembrando que é inerente a natureza da visão humana, e não um aspecto criado pela câmera fotográfica.

Desde sua origem, a fotografia utilizou o sistema de plataforma para a reflexão da imagem. Esta plataforma foi usada pelos inventores da câmera fotográfica para encapsular a funcionalidade que viabiliza a captura da imagem refletida. Desde o século XIX a plataforma da câmera segue o mesmo padrão da caixa escura, onde a modificação sofrida foi principalmente, a diminuição de seu tamanho (pequeno formato 35mm). E quanto mais o tamanho da plataforma fotográfica diminuía, aumentava a quantidade de funcionalidades que ampliavam o leque de soluções automatizadas facilitando cada vez mais o ato fotográfico do usuário em “*apenas um click*”.

Evolução tecnológica da fotografia: busca pelo conhecimento da imagem

A fotografia informatizada é uma realidade na sociedade globalizada, com isso as câmeras fotográficas se tornaram inteligentes com capacidade de resolver os problemas para seus proprietários. Consequentemente, para fotografar não precisa “pensar”. Hoje em dia a fotografia está tão informatizada que existem máquinas com detector de sorriso, com

detector de rosto, etc. Soluções encontradas devido à dificuldade que os usuários têm com relação ao foco, por exemplo.

A inteligência dos artefatos fotográficos, principalmente com relação ao “produto em si”, teve um avanço significativo ao longo dos tempos, devido a possibilidade de utilização de seus elementos em diversas áreas do conhecimento, tanto como objeto de uso na medicina como equipamentos diagnósticos, quanto como objeto simbólico, como por exemplo, nos estudos iconográficos. Portanto, a fotografia é um produto onde se pode identificar inteligência. Além da grande facilidade de uso das câmeras fotográficas, que por isso fazem parte do grupo de produtos de sistemas embarcados.

A experiência de uso oferecida pelas câmeras inteligentes, falham, pois, boa parte dos usuários não tem consciência do que a câmera pode oferecer de vantagens na criação das fotos. Na era da imagem via display, com o resultado da foto em tempo real, também não faz diferença, porque não se sabe diferenciar uma imagem correta de uma ruim. Ou seja, a propiciação da câmera informatizada deixa e muito a desejar, devido a ignorância fotográfica existente na sociedade e incentivada pela inteligência no produto em si.

Existem outros pontos positivos, principalmente na economia, desde seu surgimento na metade do século XIX até a atualidade com a explosão do consumo a câmera fotográfica, incrementada mais ainda pela convergência tecnológica, onde todo celular possui uma câmera e as pessoas passam a se comunicar através das imagens via web.

O problema com a falta de métodos formais na composição das imagens está revelando dificuldades no processo de desenvolvimento dos artefatos digitais, que lidam com realidade virtual, como os jogos digitais. A concepção intuitiva de imagens nos aspectos técnicos visuais, não atende as necessidades dos gráficos digitais. A euforia da economia está na contramão da compreensão e valorização da imagem, que sofre com descaso científico e metodológico, apontando uma cegueira coletiva.

A partir destas reflexões, este contexto merece uma verificação de campo, mais aprofundado, entre usuários para uma observação formal dos problemas apontados neste artigo. A realização de estudos de campo verificará a situação da inteligência sócio econômica com relação a fotografia informatizada e o nível de compreensão dos usuários sobre características básicas de uma imagem de qualidade. Foram entrevistados (questionários) estudantes das áreas de comunicação da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) para verificar e comparar os dados levantados no questionário, com o objetivo de confirmar ou não, as hipóteses refletidas neste artigo.

Questionário sobre a usabilidade da câmera fotográfica e análise dos dados

Nossa intenção inicial era discutir os reflexos do processo de popularização da fotografia através da proliferação e da crescente utilização dos dispositivos digitais, em um grupo particular, em grande parte adepto dessa cultura por conta de seu universo de convivência: o de alunos graduandos em diversas habilitações do curso de Comunicação Social. Seja prevendo aplicabilidade dos conceitos fotográficos em seus trabalhos cotidianos em sala de aula, adequando-os aos impactos das novas tecnologias no ato de "produzir fotografia", este grupo vivencia mais de perto essa acelerada revolução, cujos novos dispositivos que aparecem dinamicamente da noite para o dia eliminam cada vez mais processos e otimizam etapas que antes consumiam tempo e recursos financeiros, de um lado, mas também o raciocínio lógico e a capacidade de fazer opções, do outro, e, até certo ponto, a liberdade para criar e determinar escolhas do ponto de vista da utilização de recursos técnicos.

Sendo assim, aplicamos um questionário com dez perguntas para alunos dos cursos de: a) Jogos Digitais; b) Jornalismo; e c) Publicidade e Propaganda, todos do departamento de Comunicação Social da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). Ao todo, 73 alunos responderam - de maneira totalmente espontânea - a lista de questões escritas. Uma 11ª questão (pergunta extra) foi elaborada para os alunos dos dois últimos cursos da lista, por conta de sua interação maior com o dinamismo proposto pelas mídias. A participação na pesquisa era facultativa e a coleta desses dados ocorreu na primeira semana do mês de agosto deste ano de 2015. Foi nossa intenção, também, buscar dentro desse universo pretendido um grupo que fosse o mais diversificado e representativo de uma pluralidade. Desta forma, reunimos alunos do 1º, 4º e 6º períodos, cursando disciplinas específicas dentro de cada uma dessas habilitações que estivessem voltadas para a produção de imagens fotográficas. A saber: Produção de Imagem Digital; Introdução à Fotografia; e Fotopublicidade. De um modo geral, as respostas (organizadas nos 12 quadros apresentados em sequência) ilustram um grupo formado por jovens que possuem um acesso bastante considerável aos dispositivos, mas que está pouco versado sobre as possibilidades que esses artefatos dispõem e até mesmo o manuseio desses recursos ou – o que consideramos mais grave – a demonstração da falta de prática em trabalhar a produção de imagens do ponto de vista a alterar as configurações já “pré-dispostas” desses equipamentos.

O grupo ficou assim representado:

Curso	Período	Disciplina	Quantidade
Jogos Digitais	1º	Produção de Imagem Digital	07 alunos
Jornalismo (1)	6º	Introdução à Fotografia	21 alunos
Jornalismo (2)	6º	Introdução à Fotografia	09 alunos
Publicidade (1)	4º	Fotopublicidade	13 alunos
Publicidade (2)	4º	Fotopublicidade	13 alunos
Publicidade (3)	4º	Fotopublicidade	10 alunos

A primeira rodada de questões (01, 02 e 03, discriminadas na tabela abaixo) procurou construir um cenário a respeito da proximidade que o aluno teria com o equipamento, coletando informações sobre posse e conhecimento dos aspectos mais gerais e superficiais do equipamento.

01. Possui câmera fotográfica?

Turma	Sim	Não
Jogos Digitais	05	02
Jornalismo (1)	15	06
Jornalismo (2)	08	01
Publicidade (1)	11	02
Publicidade (2)	12	01
Publicidade (3)	08	02
Total	59	14

De acordo com os dados, um grupo de pouco mais de 80% dos alunos possui equipamento fotográfico, o que, de início, nos faz deduzir que a proximidade com esse tipo de artefato deve produzir algum tipo de familiaridade extra (ou pelo menos geral) sobre a funcionalidade do dispositivo, mas a segunda questão nos faz pensar que essa aproximação talvez não seja marcada por um conhecimento aprofundado.

02. Lembra a marca e o modelo?

Turma	Sim	Não
Jogos Digitais	04	03
Jornalismo (1)	13	08
Jornalismo (2)	07	02
Publicidade (1)	10	03
Publicidade (2)	10	03
Publicidade (3)	07	03
Total	51	22

A familiaridade com informações simples a respeito do dispositivo já decai nessa simples indagação. Cerca de 69,8% dos alunos afirmaram lembrar da marca e/ou modelo do equipamento fotográfico. O interessante é que pouquíssimos deles chegaram realmente a apontar o modelo da máquina. A maioria ficou somente na marca. As lembradas por ordem de citações foram: a Sony, com 24 lembranças; a Canon, com 07; a Nikon, com 06; a Samsung, com 04; e a Panasonic, a Lumix e a Fujifilm com uma citação cada. Sete alunos, embora afirmassem lembrar não preencheram o campo destinado a descrever o equipamento. Isso nos leva diretamente à questão seguinte, que possivelmente é mais reveladora dessa aparente proximidade.

03. Qual é a frequência de utilização?

Turma	Sempre	De vez em quando	Raramente	Nunca
Jogos Digitais	--	03	03	01
Jornalismo (1)	11	06	02	02
Jornalismo (2)	08	01	--	--
Publicidade (1)	05	07	01	--
Publicidade (2)	05	08	--	--
Publicidade (3)	04	05	--	01
Total	33	30	06	04

Menos da metade do grupo pesquisado (45,2%) afirma utilizar frequentemente o dispositivo. Se levarmos em consideração que o grupo possuidor do equipamento era significativamente maior (a representação era de mais de 80%, conforme o primeiro gráfico), essa utilização torna-se, de certa forma, frustrante.

O segundo grupo de perguntas visou coletar dos alunos informações a respeito da usabilidade das máquinas fotográficas. Nossa intenção era saber se o próprio dispositivo como está posto facilita o manuseio e a interface auxilia nesse processo. Sendo assim:

04. Qual é a sua opinião sobre o manuseio da câmera?

Turma	Fácil	Difícil	Muito difícil
Jogos Digitais	06	01	--
Jornalismo (1)	16	05	--
Jornalismo (2)	09	--	--
Publicidade (1)	11	02	--
Publicidade (2)	10	03	--
Publicidade (3)	09	01	--
Total	61	12	--

Interpretamos o dado como um reflexo direto da aparente facilidade das informações dispostas nos equipamentos. Perceba-se que mais de 83% dos alunos classificaram o manuseio das máquinas como fácil. A situação apresenta declínio considerável quando eles analisam a interface desses artefatos: o índice de mais de 61% de alunos que consideram essa usabilidade fácil ilustra o quanto os outros quase 40% têm que se adaptar à lógica de disposição de informações dos recursos das máquinas pensada pelos fabricantes.

05. O que você pensa sobre a usabilidade/interface da câmera?

Turma	Fácil	Difícil	Muito difícil
Jogos Digitais	06	01	--
Jornalismo (1)	15	06	--
Jornalismo (2)	08	01	--
Publicidade (1)	11	02	--
Publicidade (2)	--	10	03
Publicidade (3)	05	05	--
Total	45	25	03

Dentro da temática, uma pergunta extra foi elaborada para os alunos dos cursos de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda (por motivos já explicitados no início dessa seção de análise de dados). O resultado apenas corrobora de maneira mais enfática a dedução obtida no quadro anterior: ao constatar que o menu/display das câmeras fotográficas proporcionam um nível de compreensão bom ou excelente para apenas pouco mais de 47% dos alunos, deixando os mais de 50% restantes insatisfeitos, demonstra o quanto a funcionalidade desses dispositivos ainda tem que ser revista.

Pergunta extra: Qual o nível de compreensão das funções oferecidas no menu/display?

Turma	Excelente	Bom	Regular	Ruim	Péssimo
Jornalismo (1)	02	08	09	01	01
Jornalismo (2)	02	06	01	--	--
Publicidade (1)	--	06	07	--	--
Publicidade (2)	--	05	08	--	--
Publicidade (3)	--	06	03	--	01
Total	04	31	28	01	02

Já no que diz respeito aos aspectos técnicos, quatro perguntas serviram para tentar mapear o nível de conhecimento desses alunos. Elementos como nitidez, avaliação e

posterior ajuste de foco, qualidade da imagem e troca de lentes, imprescindíveis para uma boa concepção e realização da fotografia, tornaram-se, em parte, reveladores do quadro: enquanto a percepção da nitidez e da qualidade da imagem parecem bastante claros para o grupo (vale salientar que os dois alunos que disseram não se preocupar com a qualidade justificaram que, muitas vezes o conteúdo da imagem ultrapassa sua excelência técnica), quando se pede que eles regulem o foco e troquem as lentes, a tarefa torna-se um pouco complicada.

06. Você sabe reconhecer se a foto está nítida?

Turma	Sim	Não
Jogos Digitais	06	01
Jornalismo (1)	20	01
Jornalismo (2)	09	--
Publicidade (1)	13	--
Publicidade (2)	13	--
Publicidade (3)	08	02
Total	69	04

07. Sabe como regular o foco?

Turma	Sim	Não
Jogos Digitais	01	06
Jornalismo (1)	12	09
Jornalismo (2)	05	04
Publicidade (1)	08	05
Publicidade (2)	06	07
Publicidade (3)	03	07
Total	35	38

08. Você se preocupa com a qualidade da imagem?

Turma	Sim	Não
Jogos Digitais	07	--
Jornalismo (1)	20	01
Jornalismo (2)	09	--
Publicidade (1)	13	--
Publicidade (2)	13	--
Publicidade (3)	09	01
Total	71	02

09. Sabe onde trabalhar as lentes oferecidas na câmera?

Turma	Sim	Não	Não respondeu
Jogos Digitais	--	07	--
Jornalismo (1)	03	17	01
Jornalismo (2)	04	05	--
Publicidade (1)	05	07	01
Publicidade (2)	02	10	01
Publicidade (3)	02	08	--
Total	16	54	03

Por fim, a pergunta a respeito de uma leitura mais artística por parte do aluno e até certo ponto da carga de letramento imagético que este possui ao brifar e construir a sua imagem estrategicamente de modo a alcançar o objetivo pretendido. Nesse cenário, a composição torna-se essencial e, pelo que observamos de acordo com os dados apresentados mais de 79% do grupo diz não possuir entendimento o suficiente para construir uma boa composição fotográfica, instalando-se na área que vai do regular ao péssimo.

10. Qual é o seu entendimento sobre composição fotográfica?

Turma	Excelente	Bom	Regular	Ruim	Péssimo
Jogos Digitais	--	--	02	04	01
Jornalismo (1)	--	08	06	05	02
Jornalismo (2)	01	03	03	01	01
Publicidade (1)	--	--	08	05	--
Publicidade (2)	--	--	07	05	01
Publicidade (3)	--	03	05	01	01
Total	01	14	31	21	06

Com base nesses dados coletados, observamos que este grupo de alunos que deveria estar familiarizado com a linguagem fotográfica, por sua própria disposição num ambiente propício à disseminação de informações técnicas e artísticas para a execução de imagens que possam alcançar os objetivos iniciais propostos. O que ocorre é uma confirmação dos elementos observados nas reflexões da evolução tecnológica da câmera fotográfica e sua interferência na sociedade de consumo. Podemos verificar, por exemplo, a existência da dificuldade da compreensão da nitidez, através da incoerência dos resultados percentuais das perguntas. Com relação a possuir habilidade de reconhecer se uma foto está nítida ou não, 69% responderam que têm este entendimento. Porém, na pergunta seguinte sobre a

regulagem do foco ou nitidez na máquina, apenas 35% indicaram positivamente. Este é apenas um indicativo que confirma a dificuldade das pessoas com a imagem. Como a maioria sabe perceber nitidez nas fotografias e em seguida, somente metade delas sabem usar este dispositivo na câmera? Podemos verificar uma grande incoerência na relação entre os usuários da câmera fotográfica, com as imagens como um todo e também, com sua própria percepção do mundo real. E de acordo com as reflexões feitas e os resultados dos questionários aplicados podemos confirmar a credibilidade das mesmas e suas consequências.

Conclusão

A relação do usuário com a imagem fotográfica detectada e confirmada no questionário pode causar reflexos problemáticos na concepção das imagens, principalmente, para realidades virtuais, cinema, publicidade e jornalismo, por exemplo. Os resultados indicam a necessidade de mudanças no nível de compreensão dos usuários sobre o contexto imagético. Significa trazer à luz a ciência da fotografia, através do conhecimento mais equilibrado entre intuição e ciência. Isso passa por estudos que desenvolvam métodos mais formais de ensino da fotografia, privilegiando o entendimento da fotografia enquanto uma ferramenta da comunicação visual que provoca impacto emocional através de métodos de concepção mais eficientes.

Mas, ainda é preciso vencer a cultura da idolatria tecnológica, onde a sociedade busca soluções mágicas e fáceis sem esforço mental. Chegando ao ponto de creditar a câmera fotográfica a criação de uma foto maravilhosa. Significa convencer ao aluno que ele é o cérebro do processo e não o tripé, pois os avanços tecnológicos em torno da imagem, por ironia, está precisando resgatar a compreensão para produzir seus artefatos visuais.

Referências

- BÜRDEK, Bernhard E. História, teoria e prática do design de produtos. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- FREEMAN, Michael. The Image: Collins photography workshop series. London: William Collins Sons & Co Ltd, 1988.