



A FOTOGRAFIA TURÍSTICA E AS DIFERENTES PERSPECTIVAS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO¹

Bruna Pratali Tarcitano²

Mariana de Almeida Valderramos³

Talita Vital Gonçalves⁴

Gerson de Sousa⁵

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

Resumo: Este artigo pretende analisar as fotografias da cidade de Nova York, presentes em uma revista, um panfleto de agência de viagens e um blog, todos com o tema voltado ao turismo. A análise dos diferentes meios mostra o caráter diverso entre eles, já que no panfleto se encontram fotografias simples e comuns, na revista, fotografias com caráter inovador, e no blog, fotografias de cunho pessoal. Por outro lado, as três constituem maneiras de se enxergar a cidade de forma interligada, participando assim de um direcionamento aos pontos turísticos populares, deixando aberta a possibilidade de inovação aos turistas.

Palavras-chave: Fotografia; Nova York; Turismo.

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objeto de análise a fotografia turística, cada vez mais presente em revistas, sites, blogs, panfletos e até mesmo em redes sociais. Pode-se dizer que esse tipo de fotografia, atualmente, é encontrada com facilidade por conta do

¹ Trabalho apresentado no IJ 04 – Comunicação Audiovisual do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015

² Graduanda do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFU/MG, email: brunapratali@yahoo.com.br

³ Graduanda do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFU/MG, email: mari.av11@hotmail.com

⁴ Graduanda do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFU/MG, email: talitavital@yahoo.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFU/MG, email: g.sousa1971@hotmail.com



desenvolvimento técnico das câmeras fotográficas e seus fabricantes, que cada vez mais incentivam o uso destas.

Nesse sentido, o desenvolvimento desta análise partirá da escolha de dois meios impressos e um meio *on-line*, onde se levará em conta a coerência entre a foto, legenda e conteúdo presente nestes meios. Todos os meios são sobre a cidade de Nova York, trazendo diferentes propostas imagéticas da cidade.

O primeiro meio impresso analisado será a revista “Viagem & Turismo”, da editora Abril, lançada em 1995 e foi a primeira revista brasileira dedicada exclusivamente ao turismo. “Viagem & Turismo” foi essencial para a disseminação do clima turístico no Brasil, contribuindo dessa forma, para um maior número de viagens desde o seu surgimento.

Outro meio impresso a ser utilizado, será o panfleto da agência de viagens CVC, sigla referente ao nome de um dos sócios criadores da empresa: Carlos Vicente Cerchiari. Foi criada em 1972, na cidade de Santo André, São Paulo. Sendo hoje uma das mais bem conceituadas agências de viagem.

Quanto à análise do meio *on-line*, o Blog “Vambora!” foi escolhido como objeto de estudo. O blog é destinado aos “aficionados” em turismo, tendo sido criado em 2008 pela arquiteta e urbanista, Guta C.. O objetivo do blog, segundo a blogueira, seria despertar a curiosidade, a vontade de explorar, descobrir, se surpreender e conhecer mais o mundo em que vivemos.

Assim, com os três meios escolhidos, o foco da pesquisa se volta para as fotos turísticas da cidade de Nova York (EUA). De acordo com a Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (ABRACORP), a cidade é o segundo destino norte-americano mais visitado do mundo.

QUADRO TEÓRICO

O embasamento teórico utilizado para a pesquisa serão os artigos “Da natureza nada se tira, apenas fotografias” de Livia Afonso de Aquino (UNICAMP), e “Turismo e Fotografia: Revelando uma história de união e reinvenção” de Ana Patrícia de Aguiar Almeida e Rosalma Diniz Araújo (UFPB).

O artigo de Aquino foi apresentado no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) em Fortaleza, CE. O objetivo deste texto, segundo a autora,



é tratar a fotografia no campo turístico como algo relacionado à construção da memória, a partir da análise de algumas propagandas estratégicas da empresa Kodak.

A contribuição deste para a análise desenvolvida neste artigo é a importância dada pela autora ao processo de massificação e padronização dos modos de fotografar lugares turísticos. Tal fato é dado a partir da publicidade usada pela empresa Kodak, que direciona o modo e o quê fotografar.

“Turismo e Fotografia: Revelando uma história de união e reinvenção” também foi apresentado no XIV Intercom em Recife, PE. O artigo tem como objetivo mostrar como a história do turismo e da fotografia estão interligadas, desde o surgimento desta no século XIV até os dias atuais. As autoras desenvolvem seu trabalho a partir de um estudo quantitativo e qualitativo, feito com o intuito de descobrir a relação de turistas com a fotografia turística.

Tal artigo foi escolhido para guiar as análises aqui desenvolvidas, pois trabalha a popularização da internet junto a da fotografia digital, o que vai de acordo com o objetivo deste artigo.

Dessa forma, a análise será direcionada à observação dos locais fotografados, do modo como são fotografados e da possível influência sofrida entre os meios observados. Visto que, segundo os artigos citados, as empresas de fotografia e turismo tendem a exercer um padrão fotográfico.

ANÁLISE

A edição utilizada para análise da revista “Viagem & Turismo” foi a 222, ano 19, nº 4, publicada em abril de 2014. A capa vem com o título “Sempre teremos Nova York!”, mostrando os principais pontos turísticos da cidade de uma maneira geral, passando, posteriormente, aos principais pontos de Chicago, Manhattan, Brooklyn, Boston e Washington.

É interessante ressaltar que a revista traz um tipo de fotografia diferente do tradicional, com presença de enquadramentos por enquadramentos, fotos de ângulos inusitados, além de um olhar ao que geralmente não é fotografado. Locais de consumo e entretenimento também são divulgados em fotos em “box” menores.



No panfleto “Show de Ofertas CVC”, divulgado nas agências para saída no mês de agosto de 2014, a empresa traz pontos turísticos em promoção por conta da baixa temporada. O material impresso contém pequenos anúncios, sendo que alguns destes trazem fotos ilustrativas em tamanho reduzido do principal ponto turístico do local em questão. As imagens apresentam padrão comum de ângulos, enquadramentos e sem caráter inovador.

O blog é dividido em diversas categorias, sendo uma delas “Cidades Especiais” onde, entre outras cidades, se encontra Nova York. Clicando no *hiperlink* da cidade desejada, o internauta é direcionado para uma página com dicas listadas de acordo com os interesses, tematizados pela autora do blog. As fotos dos *posts* são de autoria da blogueira e trabalham ângulos diferenciados, que retratam desde pontos turísticos tradicionais aos mais interessantes na visão desta.

A foto apresenta uma proposta diferenciada de ponto de vista do Empire State Building, importante edifício que, por vezes, representa a identidade de Nova York. Outra questão que diferencia a fotografia das demais tiradas deste ponto turístico é o enquadramento por enquadramento, mesmo se tratando de uma foto com plano geral. A angulação, por ser do alto de um grande edifício, acaba sendo normal, visto que o foco é o Empire, que possui 443,2 metros de altura.

A legenda é bem explicativa e traz informações relevantes como o nome do ícone que foi fotografado e de onde foi fotografado, o que é importante ser dito, pois, acaba por mostrar ao leitor além do ponto turístico em si, o local onde este pode ter aquela visão privilegiada da fotografia encontrada na matéria.

O título “NEW YORK TRIPS” apesar de seguir o estilo da revista e dizer muito sobre o conteúdo da matéria que se seguirá, não acrescenta nenhum fato relevante em relação à fotografia, visto que este apenas contextualiza o leitor sobre a cidade onde esta foi tirada. Entretanto, faz sentido com o restante da matéria em si, que retrata a inconstância e loucura da cidade.

A foto inicial trata-se, portanto, apenas de uma visão geral de Nova York, abrindo espaço para que o texto possa dar enfoques específicos em relação à cidade e seus diversos territórios, assim como locais voltados à gastronomia, paisagem, transporte e cultura.

A fotografia, tirada na tão aclamada e conhecida avenida Times Square segue a proposta diferenciada da revista. A foto contém angulação incomum e jogo de cores peculiar, visto que, todo o fundo de prédios e luminosos está em preto e branco e apenas



um táxi pego em movimento está colorido, o que acaba por mudar as referências que geralmente se encontram em fotos deste local. Outra questão que a diferencia, é a do ângulo e ponto de vista, pois, esta é tirada com angulação normal e em plano de conjunto, além de ser direcionada a apenas algumas construções de um único lado da avenida.

A legenda é criativa, pois faz com que o leitor reconheça mentalmente qual ponto turístico se trata a fotografia: Times Square, a grande avenida luminosa que está constantemente presente em filmes americanos. Mesmo que este não a reconheça logo quando bate os olhos na fotografia já que essa coteia uma outra proposta sobre o local, irá fazê-lo por associação quando ler a legenda.

O título empregado a matéria é “É DELÍRIO?” o que estampa novamente o caráter diferenciado que a revista propõe para que se encare as cidades publicadas. A fotografia escolhida para ilustrar a matéria vai de acordo com o título empregado, pois esta traz consigo um certo ar de delírio ao usar os vultos do táxi se arrastando com suas cores fortes pela fotografia em preto e branco.

A matéria da revista tem relação com a foto, especialmente no início, já que trabalha a inovação cada vez mais presente dentro da cidade. Como o autor do texto assume, “não importa quantas vezes você já tenha visitado a cidade, sempre vai haver um cantinho antes dominado por traficantes/galpões industriais/imigrantes que agora está cheio de novidades”.

Dessa forma a foto, juntamente com o início do texto, faz alusão especial ao caráter inovador e inconstante da cidade, como se fosse um táxi amarelo passando tão rápido que faz o turista se perguntar “É delírio?”.



FOTO 1 - “Balsa até Staten Island: de graça e com essa visão!”

Na foto, pode-se perceber um distanciamento das fotografias que geralmente são tiradas da Estátua da Liberdade. A fotógrafa muda seu ângulo de visão e, ao invés de capturar como plano de fundo os grandes prédios da cidade de Nova York, captura um ambiente menos urbano, mais verde e simples. O plano geral usado na fotografia, assim como a angulação normal também se diferenciam dos planos e angulações comumente usados nas fotos deste ponto turístico, o que caracteriza a fotografia como inovadora, ainda que retrate um ícone padrão.

A legenda usada vai de acordo com a proposta do site: mostrar ao leitor coisas além das que se espera fazer na cidade de Nova York. A partir desta proposta, a fotografia escolhida se torna muito importante, visto que, os turistas, principalmente aqueles que estão indo a cidade pela primeira vez, estão acostumados com as tradicionais fotos da estátua com os grandes prédios nova iorquinos ao fundo. Essa nova visão confere também uma nova possibilidade turística aos interessados.

O título “Vivendo e aprendendo: O melhor passeio de graça da sua vida – Barco de Manhattan até Staten Island” carrega em si a idéia do blog de chamar o internauta para algo específico que este procure, no caso, um belo passeio que ainda por cima é gratuito. A foto escolhida para a matéria é muito cabível e ajuda no potencial do título, visto que, um passeio qualquer de balsa, mesmo que gratuito, não é um grande atrativo, mas um passeio de balsa, gratuito e que passe ao lado da Estátua da Liberdade, ainda por cima com um ângulo de visão e fundo diferentes é um grande atrativo.

A blogueira traz na matéria opiniões como a de que Nova Iorque é uma das cidades mais fotogênicas que já viu, além de ser linda por todos os ângulos. Ela dá



ênfase a Manhattan, uma ilha pertencente à cidade de Nova York e à visão privilegiada que se pode ter desta e dos ícones que a cercam quando se faz o passeio de balsa proposto no título. Um dos ícones ressaltados pela autora é, justamente, a Estátua da Liberdade, o que justifica o uso da fotografia.

O texto prossegue dando mais detalhes sobre o passeio de balsa, como onde pegá-la (estação Staten Island Ferry), horários para embarque, além do tempo de duração do passeio e até mesmo qual lado do barco dá a melhor vista para a estátua da liberdade.



FOTO 2: “Nova York: a cidade em que muito, nunca é demais.”

A foto do blog “Vambora!” mostra a cidade de Nova York vista sob um dos prédios que têm vista ao Empire State, o mais alto e mais famoso prédio nova-iorquino. A proposta da blogueira é não só dar destaque ao Empire State, mas também a outros pontos da cidade, por isso ela traz em primeiro plano o prédio e em segundo plano uma visão de Nova York que engloba até a ponte do Brooklin, outro ponto turístico. Sendo uma foto com plano geral, enquadramento horizontal e angulação normal, o momento em que a foto foi tirada, o pôr do sol, traz também certo glamour e a ideia de que a cidade é mais do que as agências de viagem a define.

De acordo com a foto, a legenda usada: “Nova York: a cidade em que muito, nunca é demais.” Condiz com a proposta da foto. Pois a cidade, por ser famosa e atrair vários turistas nunca é demais, a cada viagem se descobre um lugar diferente dos pontos turísticos populares. Além de que Nova York é conhecida como a cidade do “muito”, e

a foto traz esse “muito” não destacando somente o Empire State, mas também alguns outros lugares da cidade.

Assim, como a foto e legenda acompanham a página do blog que tem como tema especial todas as dicas para planejar sua viagem e aproveitar o melhor de Nova York, não há texto que acompanhe, mas há vários links de pontos turísticos da cidade, visitados pela blogueira, para o internauta escolher o que mais lhe interessa. Então a legenda e a foto complementam a página, pois remetem a ideia da cidade como um todo e não só como alguns pontos turísticos.



FOTO 3: Compras em Nova York.

A foto do panfleto “Show de ofertas CVC”, apresenta a cidade de Nova York como um retrato, destacando os principais elementos de destaque da cidade. Em primeiro plano, encontra-se a Estátua da Liberdade, enquanto no fundo estão vários edifícios altos. A imagem não possui grandes inovações, trata-se apenas de um plano geral, com angulação normal e enquadramento horizontal.

A foto vem acompanhada do texto “Compras em Nova York” em cima da imagem, podendo se tratar tanto de um título como de uma legenda, já que em seguida estão apenas cotações de preços da viagem. Dessa forma, utilizaremos o termo “título/legenda” para explicar a descrição da foto.

Mesmo que os panfletos não venham acompanhados de grandes textos, pode-se notar pelo título/legenda, que o enfoque dado à cidade é em relação ao entretenimento e consumo, gerando em quem vê a fotografia, a vontade de estar em meio a aquela cidade



de prédios tão grandes e, da mesma forma, visitar o ponto destacado: a Estátua da Liberdade.

Dessa forma, pode-se subentender que ir à cidade de Nova York e não visitar o ponto turístico destacado pela agência é não ter conhecido a cidade apresentada no panfleto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das análises das fotografias é possível admitir que os meios de comunicação influenciam na disseminação dos pontos turísticos a serem fotografados durante uma viagem. No caso do panfleto (Foto 5), a influência ocorre de forma mais direta, já que se trata de uma foto “crua” e com o objetivo de atingir o turista e incentivá-lo a visitar ao local. Nesse sentido, a foto representa apenas uma visão de Nova York, como uma cidade de prédios altos e da marcante presença da Estátua da Liberdade.

A revista, por outro lado, trabalha os pontos mais conhecidos da cidade nas fotos principais, mas de maneira criativa. Ao analisar as fotos 1 e 2 o Empire State Building, assim como a Times Square com seus táxis amarelos, são vistos de uma maneira completamente diferente da vista nos panfletos. Nesse caso, subentende-se que, enquanto nestes existe o ponto turístico, na revista existe a inovação do olhar sobre o mesmo local.

No caso dos blogs, cada vez mais presentes atualmente, é possível ver que são grande instrumento de divulgação de fotos, substituindo álbuns e o processo de revelação: o blog é um álbum *online* e de fácil acesso. Pessoas cada vez mais viajam e compartilham suas experiências em meios virtuais. As fotos 3 e 4 mostram como, a partir do olhar dos panfletos e da inovação das revistas, as pessoas podem criar suas próprias fotografias e trazê-las de volta, como uma recordação. Nas visão de Livia Aquino:

Para o turista, fotografar é tão importante quanto estar em determinados lugares e mostrar onde esteve é uma espécie de troféu que funciona como continuidade da experiência. Neste sentido, é importante considerar o imaginário social de que a



imagem é meio e o pensamento que ela suscita. (AQUINO, Livia, 2012, p. 2)

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Ana Patrícia de Aguiar ; ARAUJO, Rosalma D. . Turismo e Fotografia: Revelando uma história de união e reinvenção. In: INTERCOM, 2012, Recife. Anais do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. São Paulo: Intercom-2012, 2012. v. CD-ROM.

AQUINO, Livia . Da natureza nada se tira, apenas fotografias. In: Intercom, 2012, Fortaleza. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2012. v. 821-1. p. 1-11.

C., Guta. **Vivendo e aprendendo: O melhor passeio de graça da sua vida – Barco de Manhattan até Staten Island.** Disponível em: <<http://www.blogvambora.com.br/vivendo-e-aprendendo-o-melhor-passeio-de-graca-da-sua-vida-barco-de-manhattan-ate-staten-island/>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

NOVA York. Disponível em: <<http://www.blogvambora.com.br/destinos/nova-york/>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

PANROTAS. Confira os principais destinos do setor. Acesso em: http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/viagens-corporativas/abracorp-confira-os-principais-destinos-do-setor-_96717.html