



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v.20, n.2, p.139-156, jul.-dez. 2025

O “tarifaço” de Trump nas imagens da TV e em fotografias da web: Uma leitura a partir da análise da materialidade audiovisual

Lo "tarifaço" de Trump vista en imágenes de televisión y fotografías web: una interpretación basada en el análisis de material audiovisual.

Trump's "tarifaço" as seen in TV images and web photographs - an interpretation based on the analysis of audiovisual material.

Jorge FELZ

Doutor em Comunicação (UFF); professor Associado III,
Faculdade de Comunicação - Universidade Federal de Juiz
de Fora

E-mail: felz.ferreira@ufjf.br

Iluska COUTINHO

Doutora em Comunicação (Umesp), professora Titular;
Programa de Pós-Graduação em Comunicação; Faculdade
de Comunicação - Universidade Federal de Juiz de Fora

E-mail: iluska.coutinho@ufjf.br

Enviado em: 5 nov. 2025

Aceito em: 18 dez. 2025

RESUMO

O presente trabalho propõe uma reflexão crítica sobre os métodos de análise da imagem audiovisual e fotográfica, a partir da perspectiva da Análise da Materialidade Audiovisual (AMA). Inspirando-se em autores como Flusser, Barthes, Vilches e Joly, busca-se compreender as imagens como artefatos culturais, técnicos e simbólicos. Imagens não se limitam à captura do visível, mas revelam narrativas e disputas políticas e sociais. Flusser (2002) destaca que imagens técnicas exigem decifração crítica, pois codificam textos simbólicos. Cada imagem é uma construção mediada pela técnica, pela intencionalidade estética e pelos códigos culturais. No jornalismo, imagens extrapolam o registro factual e constroem sentidos sociais e ideológicos. Assim, tornam-se textos visuais sujeitos a edição, interpretação e estratégias editoriais. Autores como Vilches, Joly e Barthes oferecem abordagens semióticas, contextuais e subjetivas para a leitura imagética. A AMA, proposta por Coutinho (2016), integra elementos técnicos, estéticos e contextuais em sua metodologia. Aplicada ao telejornalismo e à fotografia, considera composição, suporte, paratextos e função sociocultural. Sua estrutura envolve etapas de descrição técnica, análise simbólica e avaliação ideológica. Em suma, a AMA revela o potencial das imagens como objetos técnicos, narrativos e socialmente situados.

Palavras-chave: *Análise da materialidade audiovisual; fotografia; audiovisual; jornalismo; narrativa visual.*

RESUMEN

El presente trabajo propone una reflexión crítica sobre los métodos de análisis de la imagen audiovisual y fotográfica desde la perspectiva del Análisis de la Materialidad Audiovisual (AMA). Inspirándose en autores como Flusser, Barthes, Vilches y Joly, se busca comprender las imágenes como artefactos culturales, técnicos y simbólicos. Las imágenes no se limitan a la captura de lo visible, sino que revelan narrativas, disputas políticas y significados sociales. Flusser (2002) subraya que las imágenes técnicas requieren una decodificación crítica, pues codifican textos simbólicos. Cada imagen constituye una construcción mediada por la técnica, la intencionalidad estética y los códigos culturales vigentes. En el periodismo, las imágenes trascienden el registro factual y adquieren dimensiones narrativas e ideológicas que construyen sentidos sociales. Así, se convierten en textos visuales sujetos a edición, interpretación y estrategias editoriales. Autores como Vilches, Joly y Barthes ofrecen enfoques semióticos, contextuales y subjetivos para la lectura de las imágenes. La AMA, propuesta por Coutinho (2016), integra elementos técnicos, estéticos y contextuales en su metodología. Aplicada al teleperiodismo y a la fotografía, considera la composición, el soporte material, los paratextos y la función sociocultural. Su estructura incluye etapas de descripción técnica, análisis simbólico y evaluación ideológica. En síntesis, la AMA revela el potencial de las imágenes como objetos técnicos, narrativos y socialmente situados.

Palabras clave: *Análisis de la Materialidad Audiovisual; fotografía; audiovisual; periodismo; narrativa visual.*

ABSTRACT

This paper proposes a critical reflection on the methods of analyzing audiovisual and photographic images through the perspective of Audiovisual Materiality Analysis (AMA). Inspired by authors such as Flusser, Barthes, Vilches, and Joly, the study seeks to understand images as cultural, technical, and symbolic artifacts. Images are not limited to capturing the visible; they reveal narratives, political disputes, and social meanings. Flusser (2002) emphasizes that technical images demand critical decoding, as they encode symbolic texts. Each image is a mediated construction shaped by technology, aesthetic intentionality, and prevailing cultural codes. In journalism, images go beyond factual recording, acquiring narrative and ideological dimensions that construct social meanings. Thus, they become visual texts subject to editing, interpretation, and editorial strategies. Authors such as Vilches, Joly, and Barthes provide semiotic, contextual, and subjective approaches to image reading. AMA, proposed by Coutinho (2016), integrates technical, aesthetic, and contextual elements into its methodology. Applied to television journalism and photography, it considers composition, material support, paratexts, and sociocultural function. Its structure involves technical description, symbolic analysis, and ideological evaluation. In sum, AMA reveals the potential of images as technical, narrative, and socially situated objects.

Keywords: *Audiovisual Materiality Analysis; photography; audiovisual; journalism; visual narrative.*

Introdução

Imagens de TV ou fotografias não se limitam à captura do visível. Trata-se de meios que demandam compreensão profunda da alteridade e da complexidade dos contextos que atravessam - ambientais, políticos, sociais e culturais.

Imagens são artefatos culturais que comunicam não só pelo que mostram, mas por como mostram através das diferentes camadas simbólicas, técnicas e sociais que as atravessam. Imagens são “signos (representações imperfeitas da realidade) que adquirem seu significado ou valor a partir de sua inserção no bojo de um sistema mais amplo de codificações sociais e culturais” (Mendes, 2019, p. 17) e, como construções socialmente codificadas com proposições que exigem inferências e interpretação não são neutras.

Segundo Flusser as imagens técnicas são tão simbólicas quanto todas as imagens e precisam ser decifradas (apesar da extrema dificuldade deste ato) para que os significados possam ser captados.

(...) com efeito, são elas símbolos extremamente abstratos: codificam textos em imagens, são meta-códigos de textos. A imaginação, à qual devem sua origem, é capacidade de codificar textos em imagens. Decifrá-las é reconstituir os textos que tais imagens significam. Quando corretamente decifradas, surge o mundo conceitual como sendo seu universo de significado (FLUSSER, 2002, p. 14).

Sob a ótica da filosofia de Vilém Flusser, a imagem não revela diretamente o mundo ou o objeto representado, mas sim conceitos construídos sobre eles, mesmo diante da aparente automaticidade do registro do real na superfície da imagem técnica. Fotografias e vídeos, enquanto produtos de aparelhos operados por sujeitos humanos — os fotógrafos —, resultam de uma interação complexa entre homem e máquina. Essa relação, longe de interromper o fluxo de significação, constitui-se, segundo Flusser (2002), como o próprio canal que conecta a imagem técnica ao seu significado.

Tal mediação é obscurecida pela opacidade do funcionamento interno do aparelho, o que o autor denomina de “caixa preta”: um sistema cujo interior permanece inacessível à observação direta, dificultando a compreensão plena dos processos que condicionam a produção da imagem.

(...) o que se vê é apenas input e output. Quem vê input e output vê o canal e não o processo codificador que se passa no interior da caixa preta. Toda crítica da imagem técnica deve visar o branqueamento dessa caixa. Dada a dificuldade dessa tarefa, somos analfabetos em relação às imagens técnicas. Não sabemos como decifrá-las (FLUSSER, 2002, p. 15).

Neste sentido, devemos partir da ideia de que a o processo de produção (e de recepção) de imagens, fotográficas ou em vídeo, envolve muito mais do que a captura (pela câmera) da luz refletida pelo objeto (referente). Mais do que se prender aos vestígios desse referente (Barthes, 1984) ou pensar a imagem como precária (Schaeffer, 1996) é preciso, segundo Flusser, pensar na fotografia como ato de comunicação, em que se busca dar sentido ao mundo na medida em que o homem (operador) pode tornar a câmera numa intenção, isto é, o operador usar o equipamento desprogramando os programas nele embutidos afim de gerar uma crítica do mundo, não sua simples reprodução.

Se nos debruçamos sobre as imagens jornalísticas, é preciso compreender como estas se configuram como forma de representação e narrativa da realidade. A produção de imagens jornalísticas opera por meio da seleção e organização de acontecimentos em enquadramentos visuais que narram histórias e informam sobre eventos específicos e que articula intencionalidade, mediação e construção simbólica da realidade.

Numa perspectiva de uma dimensão hermenêutica, a imagem é compreendida como texto visual que demanda leitura e interpretação. A imagem ao ser inserida em um veículo jornalístico, passa por um processo de edição que envolve disputas de sentido, negociações editoriais e estratégias de visibilidade. Assim, ela participa ativamente da construção social da realidade, contribuindo para a formação de imaginários coletivos e para a legitimação de determinadas narrativas sobre o mundo.

A análise da imagem

Ao pensarmos em metodologias para análise da imagem, em especial as jornalísticas, essas questões conceituais naturalmente precisam ser consideradas quando na escolha do método - ou das ferramentas - a ser usado. Na medida em que a imagem, no contexto jornalístico transcende o mero registro factual, ela constitui uma narrativa visual que condensa, em um único quadro, aspectos sociais, políticos e emocionais de um acontecimento, a análise crítica de imagens jornalísticas exige uma abordagem multidimensional que considere tanto os elementos formais da imagem quanto seu contexto de produção e circulação.

A análise das imagens pode ser estruturada, metodologicamente, a partir de diferentes abordagens apresentadas por diferentes autores. Lorenzo Vilches (1997), por exemplo, propõe uma abordagem semiótica e comunicacional para a análise da imagem de imprensa. Seus princípios básicos giram em torno da ideia de que a imagem é um “texto visual” que

deve ser lido e interpretado dentro de um contexto comunicativo e cultural específico. Para o autor, a análise deve considerar o papel do espectador como leitor ativo, que interpreta a imagem a partir de seus repertórios culturais e cognitivos.

A imagem, portanto, é um espaço de negociação de sentidos. Vilches propõe múltiplos níveis de leitura da imagem — do mais superficial (denotativo) ao mais profundo (conotativo e ideológico). Isso inclui a análise do enquadramento, composição, elementos visuais e contexto de circulação. No caso das imagens fotojornalísticas, deve-se ainda considerar como a imagem se articula com o texto verbal e com outras imagens para construir sentido.

Na mesma linha de uma análise semiótica e comunicacional, Joly (2007) constrói um método que procura compreender como as imagens transmitem significados e afetam nossa percepção, considerando tanto os elementos visuais quanto o contexto cultural e histórico da imagem.

Para Joly, as imagens devem ser analisadas dentro de seu contexto de produção e recepção. Isso inclui o meio em que circula, o público-alvo e os objetivos comunicacionais. A proposta de Joly é, acima de tudo, desnaturalizar o olhar, ou seja, ensinar o leitor a perceber que a leitura da imagem é um processo ativo, influenciado por convenções culturais e históricas.

Além de Vilches e Joly, diversos autores contribuíram significativamente para o campo da análise de imagem, cada um com abordagens distintas. Roland Barthes (1984):

propõe os conceitos de *studium* (o interesse cultural e intelectual pela imagem) e *punctum* (o detalhe que nos fere, que nos toca pessoalmente), em um método de análise que é profundamente subjetivo e afetivo. Panofsky (2007), por sua vez, busca compreender os significados simbólicos e culturais das imagens, especialmente na arte. Sua

metodologia da iconologia é dividida em três níveis: descrição pré-iconográfica, análise iconográfica e interpretação iconológica. Berger (2023) discute como o olhar é condicionado por fatores sociais e culturais. Ele critica a forma como a arte é apresentada e consumida, especialmente no contexto da mídia.

Por sua vez, Didi-Huberman (2015) trabalha com a ideia de que a imagem é sempre fragmentária e dialética. Ele propõe um método que considera as camadas de tempo e sentido nas imagens. Os principais pontos dos autores, aqui apresentados, podem ser melhor visualizados no quadro 1.

Quadro 1 - Conceitos-chave para a análise da imagem

Autor	Abordagem	Conceitos-Chave	Foco da Análise
Lorenzo Vilches (1997)	Semiótica e comunicacional	Imagem como “texto visual”; leitura ativa; níveis de leitura (denotativo, conotativo, ideológico)	Enquadramento, composição, elementos visuais, contexto de circulação, articulação com texto verbal
Martine Joly (2007)	Semiótica e comunicacional	Desnaturalização do olhar; contexto de produção e recepção; influência cultural e histórica	Meio de circulação, público-alvo, objetivos comunicacionais
Roland Barthes (1984)	Subjetiva e afetiva	Studium (interesse cultural) e punctum (impacto emocional)	Experiência pessoal do espectador; impacto emocional da imagem
Erwin Panofsky (2007)	Iconologia (história da arte)	Três níveis: pré-iconográfico, iconográfico, iconológico	Significados simbólicos e culturais; interpretação histórica e artística
John Berger (2023)	Crítica sociocultural	Condicionamento do olhar; crítica à mediação da arte pela mídia	Fatores sociais e culturais; modo de apresentação e consumo da imagem
Georges Didi-Huberman (2015)	Dialética e fragmentária	Imagem como fragmento; camadas de tempo e sentido	Temporalidade, múltiplos sentidos, complexidade da leitura

Fonte: elaborado pelos autores - 2025

Conjugando tais métodos, uma análise crítica da imagem jornalística se estruturaria conforme podemos observar no quadro 2.

Quadro 2 - Estrutura da Análise de Imagem

Eixo de Análise	Descrição
(a) Contextualização	Situação em que a imagem foi produzida e circula. Inclui data, local, meio de publicação, autor, público-alvo e contexto histórico, social ou político.
(b) Descrição Objetiva	Relato neutro dos elementos visíveis na imagem: personagens, objetos, ações, cores, cenário, sem interpretações ou julgamentos.
(c) Elementos Formais	Aspectos técnicos e estéticos: enquadramento, ângulo, iluminação, foco, composição, uso de cor, contraste, textura e perspectiva.
(d) Leitura Simbólica	Interpretação dos significados implícitos: símbolos, metáforas visuais, conotações culturais, ideológicas ou emocionais presentes na imagem.
(e) Função Jornalística e Ética	Reflexão sobre o papel da imagem na construção da narrativa jornalística. Considera veracidade, manipulação, impacto emocional e responsabilidade ética.

Eixo de Análise	Descrição
(f) Interações com o Texto	Relação entre imagem e texto: complementaridade, reforço de sentido, contradição ou ambiguidade. Avalia como texto e imagem se articulam na comunicação.

Fonte: elaborado pelos autores

Embora já tenhamos utilizado os métodos de análise acima descritos, em diferentes pesquisas e projetos, alguns até com adaptações, temos tentado “refinar” um método próprio, adaptando a Análise da Materialidade Audiovisual- AMA (Coutinho, 2016) à análise de imagens jornalísticas, sejam elas em movimento (vídeos) ou estáticas (fotografias).

A análise da materialidade audiovisual

Desenvolvido especialmente no campo do telejornalismo por Coutinho, o método da Análise da Materialidade Audiovisual (AMA) considera a unidade complexa do audiovisual, atenta aos códigos, sentidos e símbolos. A interação entre todos os seus elementos permite leituras mais amplas, superando os limites de análises científicas tradicionais — muitas vezes fragmentadas — que nem sempre dão conta da complexidade das respostas buscadas em pesquisas sobre o telejornalismo.

Ao se optar por observar o telejornalismo considerando sua dimensão audiovisual como uma totalidade, defende-se que procedimentos que envolvam decomposição ou transcrição de códigos como forma de descrever reportagens, noticiários ou outros programas televisivos acabam por descaracterizar sua forma de enunciação e produção de sentido, afastando-se da experiência real de consumo e de sua verdade intrínseca (Coutinho, 2018, p. 187).

Quando aplicado à fotografia, deve-se ter um olhar atento à experiência sensível da imagem, considerando não apenas o conteúdo representado, mas também os elementos formais e técnicos que compõem sua existência como objeto comunicacional.

Ao transpor essa abordagem para a fotografia, que é essencialmente visual e estática, o foco se desloca para aspectos como:

- (a) composição visual;
- (b) suporte material;
- (c) contexto de circulação;
- (d) paratextos e
- (e) temporalidade implícita.

A estes aspectos (alguns comuns a outros métodos), usando a abordagem filosófica e crítica da imagem técnica de Flusser (2002 e 2008) acrescentamos ainda:

- (a) limites e possibilidades dos equipamentos e técnicas fotográficas usadas para a produção das imagens;
- (b) a intencionalidade do fotógrafo;
- (c) a transparência da imagem ou a pretensa aparência de realismo da fotografia;
- (d) contexto e a função.

Etapas da Análise

A etapa inicial desse modelo metodológico consiste em lançar o olhar sobre a proposta que será apresentada pelo material analisado. Nessa perspectiva, observa-se o que o produto “diz de si” em diálogo com aspectos como economia, política e grau de pertencimento institucional da mídia onde este material é veiculado.

Também se considera como o produto prepara a audiência, ou o leitor, para aquilo que será exibido/ distribuído: quais são as promessas, o que já foi anunciado sobre esse conteúdo, e — tão importante quanto o próprio conteúdo — sua forma e contexto de produção.

Investiga-se o contexto das informações que cercam a experiência imagética: como foi produzido, os contextos socioeconômicos e políticos em que se insere, os profissionais envolvidos, o tempo, o local e o suporte de exibição. Na metodologia em questão, esse conjunto de informações que gravita em torno do vídeo é reconhecido como “paratexto”. A definição desses parâmetros exige, ainda, um mapeamento preliminar de parte ou da totalidade dos produtos imagéticos capazes de responder à questão de pesquisa. Esse é o momento de uma leitura dinâmica e superficial das imagens.

Esse percurso mais fluido ajuda a perceber as potencialidades de cada imagem, contribuindo para ampliar, reduzir ou até mesmo redefinir o corpus de pesquisa. Flanar sobre esse material, vivenciando a experiência tanto como cientista quanto como público (sem jamais perder o foco da investigação), é essencial para iluminar e solidificar os caminhos do estudo. As etapas descritas por Coutinho (2018) configuram-se, então, como:

- (a) identificação do objeto e de suas propostas;
- (b) identificação do que o emoldura;

- (c) elaboração da ficha de análise;
- (d) realização de um pré-teste do instrumento em uma amostra reduzida do objeto; e, por fim,
- (e) definição dos parâmetros de interpretação dos dados e eventual material de decodificação.

Os eixos norteadores da ficha de análise devem estar claramente alinhados ao referencial teórico adotado, de modo a responder à entrevista feita ao corpus da pesquisa. A partir desses eixos de avaliação — que se articulam em itens ou aspectos a serem observados, construídos eventualmente por meio de perguntas dirigidas ao objeto e/ou à sua experimentação audiovisual — molda-se a avaliação a ser empreendida.

Essa avaliação é então materializada em uma ou mais fichas de análise elaboradas pelo investigador, cuja construção exige domínio técnico e teórico dos modos de comunicação do telejornalismo (Coutinho, 2018, p. 188). Assim, poderemos montar um esboço de ficha de análise para uso em uma reportagem jornalística ou em um conjunto de imagens disponibilizadas em um portal ou site, conforme o quadro 3.

Quadro 3 - Ficha de análise básica conforme a AMA (Coutinho, 2016)

Categoria	Itens de Análise
Identificação do Material	Título da reportagem/programa; Emissora/ canal de exibição ou veículo; Data de exibição; Duração; Formato e dimensões (espaços ocupados na página ou site); Responsáveis (repórter/apresentador/editor);
Contexto e Paratextos	Gênero jornalístico; Inserção da(s) imagem(ns) no produto midiático ou suporte; Paratextos presentes (vinhetas, chamadas, legendas, grafismos); Promessas visuais feitas ao longo da distribuição (duração no tempo);
Aspectos da Materialidade	Composição e estrutura visual; Textos que acompanham a(s) imagem(ns); Edição do conteúdo e design do produto/notícia; Interação entre elementos e articulação entre imagens, textos e demais elementos gráficos e visuais presentes; Existência ou não de sons (quando imagens exibidas na web);

Dimensão Política, Econômica e Cultural	Referências ao contexto socioeconômicos ou político; Posicionamento ideológico percebido; Relação com o público-alvo da emissora ou veículo;
Intencionalidade e Estratégias de Sentido	O material apresenta marcas de autoria ou criatividade? Há evidências de subversão do “programa” do aparelho? Quais sentidos simbólicos são projetados pela imagem? O que a imagem oculta ou silencia?
Função Social e Circulação	Finalidade predominante: informar, emocionar, persuadir? O material reforça ou questiona normas e discursos sociais? Tipo de repercussão (avaliada por comentários, redes sociais, cobertura posterior);
Considerações Finais	Avaliação geral da construção visual; Contribuições do material para o entendimento da realidade abordada; Limites e potenciais de leitura;

Fonte: Elaborado pelos autores

Ao aplicar a análise da materialidade do audiovisual às imagens referentes à cobertura por emissoras de TV e sites de notícias do início do “tarifaço” de Donald Trump ao Brasil, significa ir além do conteúdo representado e investigar como essas imagens são produzidas, circulam e afetam os sentidos — ou seja, considerar o audiovisual e as fotografias como objetos físico, técnico e sensoriais.

Para este trabalho, foram analisados vídeos e fotografias exibidos/ publicadas entre os dias 1 e 7 de agosto de 2025¹, sobre a entrada em vigor do “tarifaço” de Donald Trump aplicado ao Brasil como retaliação ao processo judicial contra o ex-presidente Jair Bolsonaro. Os vídeos foram coletados nos seguintes portais e sites noticiosos:

- a) G1 (<https://g1.globo.com/>);
- b) Radio Bandeirantes (<https://www.band.com.br/radio-bandeirantes>);
- c) CNN Brasil (<https://www.cnnbrasil.com.br/>);
- d) Times Brasil (<https://timesbrasil.com.br/>);

Já as fotografias foram coletadas nos sites dos seguintes jornais e agências de notícias:

- a) Folha de S. Paulo (<https://www.folha.uol.com.br/>);
- b) O Estado de S. Paulo (<https://www.estadao.com.br/>);

¹ Inicialmente, a proposta era analisar materiais (vídeos e fotografias) disponibilizados no dia 01 de agosto. Entretanto, adotamos um período mais largo (de 01 a 7 de agosto) em virtude do adiamento da entrada do “tarifaço”.

- c) Jornal o Tempo (<https://www.otempo.com.br/>);
- d) Reuters (<https://www.reuters.com/>).
- e) BBC Brasil (<https://www.bbc.com/portuguese>).
- f) DW Brasil (<https://www.dw.com/pt-br/>)

Nas figuras 1 e 2 temos alguns exemplos do material coletado e cujas análises são apresentadas na próxima seção. Importante é percebermos que, embora as imagens sejam publicadas em portais e sites noticiosos brasileiros ou versões nacionais de portais internacionais (BBC, DW, etc.) as imagens - em sua maioria - são fornecidas por agências internacionais de conteúdo, como a Reuters, Agence France Presse (AFP), EFE (Espanha) e Associated Press (AP).

Figura 1 - Recorte de reportagem na Folha de S. Paulo (01/08/2025)

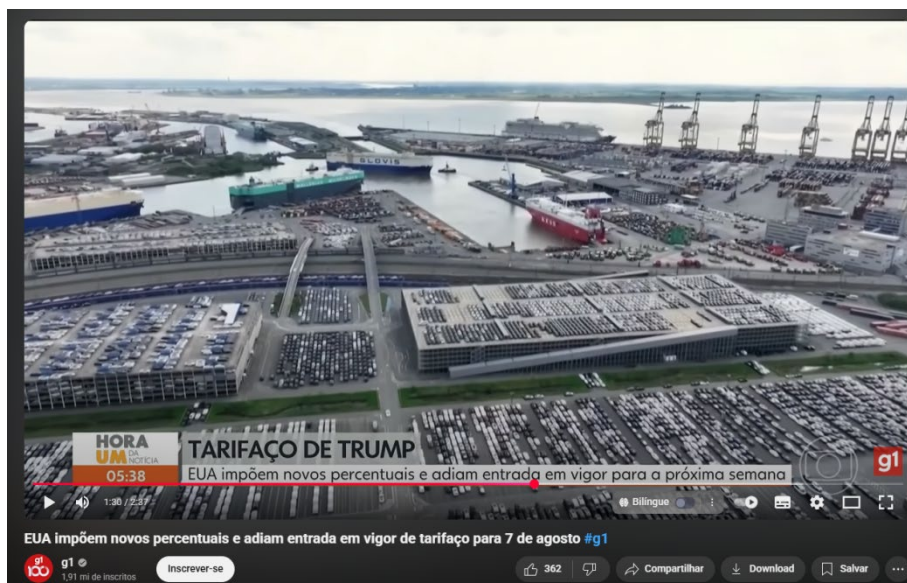


Fonte: Folha de S. Paulo (1º de agosto de 2025 - página A11 - editoria de Política)²

Figura 2 - Frame do telejornal HORA UM DA NOTÍCIA/ TV Globo

² Disponível em:

<https://acervo.folha.uol.com.br/digital/leitor.do?numero=51089&anchor=6522762&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=fc64eccc1670d8c162c2c5afd9799550>.



Fonte: G1 (2025)³

Análise do material coletado

Em cada um dos sites noticiosos analisados, ao menos duas imagens fotográficas em suas edições diárias no período eram relacionadas ao assunto. Assim, foram coletadas 72 imagens fotográficas que faziam parte de notícias e/ou reportagens sobre a entrada em vigor do “tarifaço” no período de 01 a 06 de agosto de 2025.

Inseridas em um contexto de tensão política internacional, com implicações sobre a economia e política interna, as imagens fotográficas apresentam cenas de: fábricas brasileiras, de plantações de produtos agrícolas exportados para os EUA, de membros do Governo Federal, do ex-presidente Jair Bolsonaro e do presidente dos EUA, Donald Trump. Este último aparece em 55% das imagens publicadas no período analisado.

Já nos portais G1, Times Brasil, BBC Brasil e CNN e Rádio Bandeirantes foram coletados seis vídeos - um por dia - em cada um dos portais. Estes apresentam reportagens sobre o “tarifaço”, discutem sobre os setores da economia brasileira que serão mais afetados e, em sua totalidade trazem analistas ou jornalistas fazendo comentários sobre como o Brasil deve(ria) agir diante do ataque que tem, em sua origem, questões políticas.

Apresentamos a seguir, as análises dos dois exemplos aqui apresentados considerando os eixos propostos por Coutinho (2016, 2018) e a ficha de análise apresentada no quadro 3.

³ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=6D5EsRa_YIM.

Na figura 1 (Folha de S. Paulo, 01/08/2025), seção “política”, temos uma fotografia inserida numa reportagem onde se discute a relação entre declarações de Donald Trump e possíveis repercussões no julgamento de Jair Bolsonaro pelo STF. A imagem mostra Trump em destaque, apontando o dedo enquanto fala. A imagem foi capturada em um ambiente formal. O presidente dos EUA foi fotografado em close-up, com o fundo distorcido - pelo uso de baixa profundidade de campo ou o uso de uma teleobjetiva. O foco está no gesto e na expressão facial de Trump, ajudando a reforçar a ideia de autoridade e de assertividade e direcionando o olhar do leitor. A iluminação é neutra, sem efeitos dramáticos, típica de ambientes institucionais. O gesto de apontar pode ser interpretado como acusação, comando ou liderança. A imagem reforça a ideia de poder e influência, sugerindo que Trump está “intervindo” ou “direcionando” algo, mesmo que indiretamente.

A imagem cumpre papel de personificação da narrativa: Trump como figura central de influência. Há um desafio ético na escolha da imagem: ela pode induzir interpretações subjetivas sobre intenções ou posturas políticas. A associação entre imagem e manchete pode sugerir uma relação causal ou simbólica que exige cuidado editorial. A responsabilidade jornalística está em equilibrar impacto visual com precisão informativa.

Por fim, destaca-se como a imagem dialoga com o título principal, reforçando a ideia de Trump como agente provocador. Essa interação pode ser vista como estratégica: a imagem atrai atenção e ativa leituras simbólicas que complementam o texto.

Já na vídeoreportagem (Tarifaço de Trump) do jornal HORA UM (TV Globo), com um tempo total de 2 minutos e 37 segundos, podemos perceber como os elementos visuais e sonoros (quando presentes) constroem sentido, especialmente em contextos jornalísticos a partir dos resultados extraídos. O vídeo apresenta uma reportagem sobre os impactos do “tarifaço” sobre a economia especialmente sobre produtos manufaturados e produtos agropecuários (como café e suco de laranja e carne bovina) exportados para os EUA. Destaque para as imagens - muitas de arquivo (terminais portuários de carga, plantações de café, rebanhos bovinos, fábricas, etc. mas que simbolizam o comércio internacional entre os dois países. São imagens nítidas, com foco em todos os elementos das cenas e com enquadramentos em plano médio ou plano geral. A maioria das imagens são horizontais com linhas que guiam o olhar do espectador por toda a cena. Os tons são neutros e industriais (cinza, azul, vermelho), reforçando a ideia de funcionalidade e infraestrutura. A ausência de pessoas reforça a ideia de que o foco está na estrutura econômica, não no indivíduo.

Por fim, as imagens do vídeo ajudam o espectador a visualizar o impacto das tarifas sem recorrer a dramatizações e atuam como **complemento explicativo**, facilitando a compreensão do espectador sobre o tema. Há forte relação entre os elementos gráficos, textuais e verbais presentes no vídeo.

As imagens do vídeo “Tarifação de Trump” (telejornal HORA UM/ TV Globo) e da reportagem do jornal Folha de S.Paulo são exemplos claros de como a materialidade audiovisual pode ser usada para construir sentido jornalístico. Elas não apenas ilustram, mas contextualizam e reforçam a narrativa sobre os impactos econômicos de decisões políticas.

Ao aplicar essa análise, percebemos como enquadramento, escala e escolha de conteúdo visual são fundamentais para informar com responsabilidade e profundidade e como podemos direcionar o leitor ou espectador a refletir sobre os assuntos abordados. As imagens de Trump, coletadas nos sites noticiosos e das agências, mostram um homem branco em trajes formais, nos tons da bandeira, sempre com o dedo em riste, com a bandeira dos EUA sempre ao fundo.

Figura 3 - Tio Sam



Fonte: <https://diplomatie.org.br/tag/tio-sam/>

Os ângulos de tomada de cena são, na maioria das vezes feitos de baixo para cima - reforçando o sentido de autoridade ou de insistência. Os fundos são desfocados, focando ele (Trump) como elemento principal. As imagens lembram a figura do “Tio Sam” (figura 3) e que, em um contexto político brasileiro, transcendem a função ilustrativa e passa a operar como elemento narrativo. Para Flusser (2008) fotografia não é apenas uma representação da

realidade, mas a concretização de subjetividades a partir do uso de um aparelho previamente programado.

O uso de fotografias de Trump, sempre com o dedo em riste, pelos sites e portais noticiosos é resultado de uma cadeia de decisões técnicas: enquadramento, iluminação, foco, momento do clique. Tudo isso é mediado por um aparelho (a câmera) e por um operador que segue ou desafia os programas desse aparelho. O gesto de apontar diretamente para a câmera é carregado de intenção. Flusser diria que esse gesto é **codificado**: ele não é espontâneo, mas parte de um repertório simbólico que comunica comando, acusação ou liderança. Ao ser capturado pela câmera, esse gesto se torna parte do programa da imagem — um signo que o espectador decodifica.

A análise da materialidade audiovisual portanto, revela como enquadramento, gesto e contexto comunicacional se articulam para produzir sentidos complexos — e como o jornalismo, ao escolher essas imagens, participa da construção simbólica da notícia.

REFERÊNCIAS

BARTHES, R. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BBC BRASIL. BBC News Brasil. São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese>. Acesso em: 23 jan. 2026.

BERGER, J. **Modos de ver**. São Paulo: Fósforo, 2023.

CNN BRASIL. CNN Brasil. São Paulo, s.d. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/>. Acesso em: 23 jan. 2026.

COUTINHO, I. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual – da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In: EMERIM, C.; COUTINHO, I.; FINGER, C. (Org.). **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2018. v. 7, p. 175-194.

COUTINHO, I. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2026.

DIDI-HUBERMAN, G. **Diante do tempo: história da arte e anacronismo das imagens**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2015.

DW BRASIL. DW Brasil. São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/>. Acesso em: 23 jan. 2026.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. São Paulo: Hucitec, 1985.

FLUSSER, V. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.

FOLHA DE S. PAULO. Folha de S. Paulo. São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.folha.uol.com.br/>. Acesso em: 23 jan. 2026.

G1. G1. Rio de Janeiro, 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/>. Acesso em: 23 jan. 2026.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. 2. ed. São Paulo: Edições 70, 2007.

JORNAL O TEMPO. O Tempo. Belo Horizonte, 2025. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/>. Acesso em: 23 jan. 2026.

O ESTADO DE S. PAULO. O Estado de S. Paulo. São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/>. Acesso em: 23 jan. 2026.

PANOFSKY, E. **Significado nas artes visuais**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

RÁDIO BANDEIRANTES. Rádio Bandeirantes. São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.band.com.br/radio-bandeirantes>. Acesso em: 23 jan. 2026.

REUTERS. Reuters. São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.reuters.com/>. Acesso em: 23 jan. 2026.

TIMES BRASIL. Times Brasil. São Paulo, 2025. Disponível em: <https://timesbrasil.com.br/>. Acesso em: 23 jan. 2026.

VILCHES, L. **Teoría de la imagen periodística**. 2. ed. Barcelona: Paidós, 1993.

VILCHES, L. **La lectura de la imagen**. Barcelona: Paidós, 1997.

JORGE FELZ

Professor associado da Faculdade de Comunicação da UFJF. Jornalista graduado pela UFES, mestre pela UMESP e doutor pela UFF. Coordena pesquisas em fotojornalismo, narrativa visual e edição jornalística. Foi diretor da Faculdade de Comunicação da UFJF e da Editora UFJF. Foi Secretário Geral da UFJF e Diretor de Comunicação da mesma instituição. Autor de trabalhos sobre fotografia de imprensa, memória e poder.

E-mail: felz.ferreira@ufjf.br

ILUSKA COUTINHO

Professora titular da Faculdade de Comunicação da UFJF. Jornalista, mestre pela UnB e doutora pela UMESP, com pós-doutorado na Universidade Nova de Lisboa. Coordena o Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA) e atua em pesquisas sobre telejornalismo e direitos humanos. É diretora científica da Intercom. Autora de livros e artigos sobre narrativa audiovisual e jornalismo.

E-mail: iluska.coutinho@ufjf.br