
O ato de fumar em práticas comunicacionais: o ethos e o estésico em jogos de visibilidade fotográficos

Autor: Hilton Castelo

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Kati Eliana Caetano

Programa de Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens - Universidade Tuiuti do Paraná

A dissertação trata da visibilidade do ato de fumar em práticas comunicacionais fotográficas diversas. Investiga a ambivalência de um estado de tensão ligada à prática comunicacional: de um lado, valores simbólicos e culturais determinados pelas mídias e pela estética da mercadoria principalmente ao longo do século XX; de outro, a intimidação social por meio de ações legais, restrições de espaços públicos para o uso de tabaco e de propagandas negativas. Procura saber como representações comunicacionais fotográficas de natureza jornalística e publicitária inserem-se nesse contexto. Traz à discussão questões que tentam compreender o entremeio entre a ordem do sensível e do inteligível, dentro do cotidiano. Busca mostrar o ato de fumar como atitude cultural, a partir principalmente de Richard Klein, Ian Gately, Allan Brandt e Mario Cesar Carvalho.

A partir do conceito de *ethos*, investiga a construção da imagem do enunciador em práticas de consumo, como efeito de sentido e estratégia para a construção da imagem de si em atos comunicacionais, baseando-se especialmente em Dominique Maingueneau, Patrick Charaudeau, Roland Barthes e José Luiz Fiorin. Para tratar das experiências sensíveis em relação ao ato de fumar, discute as dimensões estéticas das “escapatórias” da rotina e de “contágios” entre sujeitos em processos comunicacionais, à luz de Algirdas Julius Greimas e Eric Landowski, e a valoração do gosto e do sabor da prática de uso, tendo por base as linguagens do sensível dos semioticistas Jean-Marie Floch, Stefano Montes e Lícia Taverna. Ao longo da dissertação, as questões teóricas são contextualizadas por meio da análise de peças publicitárias, de fotografias de fumantes feitas por Henri Cartier-Bresson e Gilda Mattar e de imagens jornalísticas veiculadas nos anos 2010/2011, em o jornal Folha de S.Paulo e a revista Veja.

O trabalho de Hilton Castelo prima por criatividade na escolha da temática, normalmente circunscrita ao domínio da publicidade, mas que, em sua pesquisa, ultrapassa esse epicentro para ser analisada em vários contextos midiáticos. Sem perder de vista o campo da comunicação, o autor faz dialogar distintas vozes sobre a experiência de fumar como uma prática cultural, tal como ela vai sendo construída institucionalmente, pela publicidade, e se expandindo para processos midiáticos disseminados em fotografias e cenas fílmicas ou videográficas. Na sequência da investigação, recorta discursos verbais e não-verbais que, após proibição de divulgação de cigarros e proscrição de seu uso por publicidade impactante, tentam desconstruir o universo imaginístico anterior. Ao examinar esses dois processos – construção/desconstrução – o trabalho expõe os enfrentamentos simbólicos que são feitos, sobretudo pela imagem, na discussão dessa prática. As ideias são

expressas por meio de discurso de adequação acadêmica, amparadas em densa discussão teórica e expostas sob a forma de um raciocínio progressivo, que evita, em favor de um pensamento mais analítico, qualquer juízo de valor a respeito da polêmica.

Trata-se, em suma, de um trabalho com temática moderna e relevante, que procura aprofundar criativamente as questões teóricas dentro de uma progressão madura do raciocínio e sempre com adequação técnica, vinculando objeto e prática sem perder de vista o variado domínio da comunicação social.
