

Silvio da Costa Pereira

Prefácio: Raquel Longhi

O fotojornalismo em tempos de cultura visual



Silvio da Costa Pereira

O fotojornalismo em tempos de cultura visual

Prefácio Raquel Longhi



Ria Editorial – Comité Científico

Abel Suing (UTPL, Ecuador)
Alfredo Caminos (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina)
Andrea Versuti (UnB, Brasil)
Angelo Sottovia Aranha (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Anton Szomolányi (Pan-European University, Eslováquia)
Carlos Arcila (Universidad de Salamanca, Espanha)
Catalina Mier (UTPL, Ecuador)
Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Diana Rivera (UTPL, Ecuador)
Fatima Martínez (Universidad do Rosário, Colômbia)
Fernando Gutierrez (ITESM, México)
Fernando Irigaray (Universidad Nacional de Rosario, Argentina)
Fernando Ramos (Universidade de Aveiro, Portugal)
Gabriela Coronel (UTPL, Ecuador)
Gerson Martins (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, Brasil)
Hernán Yaguana (UTPL, Ecuador)
Jenny Yaguache (UTPL, Ecuador)
Jerónimo Rivera (Universidad La Sabana, Colombia)
Jesús Flores Vivar (Universidad Complutense de Madrid, Espanha)
João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)
John Pavlik (Rutgers University, Estados Unidos)
Joseph Straubhaar (Universidade do Texas - Austin, Estados Unidos)
Juliana Colussi (Universidad do Rosario, Colombia)
Koldo Meso (Universidad del País Vasco, Espanha)
Lionel Brossi (Universidad de Chile, Chile)
Lorenzo Vilches (Universitat Autònoma de Barcelona, Espanha)
Manuela Penafria (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Marcos Pereira dos Santos (Univ. Tec. Federal do Paraná - UTFPR e
Fac. Rachel de Queiroz (FAQ), Brasil)
Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Maria Eugenia Porém (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Mauro Ventura (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Octavio Islas (Pontificia Universidad Católica, Ecuador)
Oksana Tymoshchuk (Universidade de Aveiro, Portugal)
Osvando José de Moraes (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)
Paul Levinson (Fordham University, Estados Unidos)
Pedro Nunes (Universidade Federal da Paraíba - UFPB, Brasil)
Raquel Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil)
Ricardo Alexino Ferreira (Universidade de São Paulo - USP, Brasil)
Sergio Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG, Brasil)
Thom Gencarelli (Manhattan College, Estados Unidos)
Vicente Gosciola (Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)

Silvio da Costa Pereira

O FOTOJORNALISMO EM TEMPOS DE CULTURA VISUAL

FICHA TÉCNICA

Copyright © 2022 Ria Editorial. Todos os direitos reservados

Design e foto da capa: ©Denis Renó

Diagramação: Luciana Renó

1ª edição, Aveiro, julho 2022

ISBN 978-989-8971-65-4

Título: O fotojornalismo em tempos de cultura visual

Autor: Silvio da Costa Pereira

Prefácio: Raquel Ritter Longhi



Esta obra tem licença Creative Commons ***Attribution-NonCommercial-NoDerivatives***. Você tem o direito de compartilhar, copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato sempre que seja feito o reconhecimento de seus autores, não utilizá-la para fins comerciais e não modificar a obra de nenhuma forma.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

©Ria Editorial



Aveiro, Portugal
riaeditora@gmail.com
<http://www.rieditorial.com>

ESSA OBRA FOI AVALIADA INTERNAMENTE E EXTERNAMENTE POR PARECERISTAS

O livro foi avaliado e aprovado pelo avaliador externo PhD. Pere Ferixa Font, que informou parecer positivo à publicação da seguinte forma:

Se trata de un texto extenso y detallado sobre los procesos y recursos contemporáneos de fotoperiodismo que se realizan actualmente en las redacciones digitales, sentado sobre una extensa y muy coherente corpus de lecturas, que combina grandes textos clásicos con visiones críticas actuales, tanto de Brasil como internacionales. Esta fundamentación extensa da especial credibilidad al texto, que a la vez, se complementa con numeroso ejemplos y estudios de caso que otorgan al texto la propiedad de contrastar el discurso más conceptual con las prácticas producidas en casos reales. Se considera un gran acierto haber completado el análisis con una serie de entrevistas y cuestionarios a profesionales del sector que otorgan una visión poliédrica al objeto de estudio.

La estructura del texto parece muy coherente. Después de unos primeros capítulos introductorios de carácter cronológico, se aborda la temática central de texto sobre las distintas prácticas, formaciones y estrategias que conviven actualmente en las redacciones alrededor de la creación de los contenidos visuales relacionados con la información periodística, de tradición fotográfica pero que, actualmente, incorpora muchas otras formas de posproducción y creación. Esto permite al autor abordar las cuestiones y temas principales que preocupan actualmente al fotoperiodismo, en diálogo con los antecedentes y en debate con las miradas actuales.

El prefacio del texto ayuda muy correctamente a ubicar tanto al autor como a la obra.

Se trata de un trabajo riguroso, de gran interés, una auténtica radiografía sobre el universo del fotoperiodismo en la contemporaneidad.

Se recomienda encarecidamente su publicación.

O parecer foi enviado previamente ao lançamento.

Sumário

| | |
|---|----|
| Prefácio <i>Raquel Ritter Longhi</i> | 12 |
| Introdução | 17 |
| Visualidades Jornalísticas | 21 |
| De Onde Viemos e o Caminho que Propomos | 28 |
| 1 O uso de imagens no jornalismo | 33 |
| Imagens no Jornalismo Antes da Fotografia | 34 |
| A Fotografia Chega ao Jornalismo | 42 |
| O Nascimento do Fotojornalismo Moderno | 49 |
| A Forma e o Conteúdo | 61 |
| Das Transformações | 64 |
| Da Fotografia à Imagem Jornalística | 74 |
| 2 A iconografia | 83 |
| *Dos Jornalistas que Produzem Imagens | 83 |
| A Formação e os Modos de Aprendizagem dos Profissionais | 86 |
| Fotógrafos | 87 |
| Repórteres | 89 |
| Editores | 90 |
| Montadores de Vídeo | 91 |

| | |
|--|-----|
| Perfil para Contratação..... | 91 |
| Os Modos de Relação de Trabalho Entre Veículo e Profissionais..... | 94 |
| Atributos Profissionais Relevantes..... | 100 |
| A Paixão como Motor..... | 100 |
| A Importância da Experiência..... | 101 |
| A Responsabilidade Profissional..... | 103 |
| Polivalência Versus Multitarefa..... | 103 |
| Polivalência..... | 109 |
| Multitarefa..... | 111 |
| Experimentação..... | 117 |
| Direito Autoral e Direito de Imagem..... | 120 |
| Relação Entre Fotógrafo e Repórter..... | 124 |
| Atrito Entre os Profissionais..... | 131 |
| A Pressa..... | 133 |
| Quem é Fotojornalista Hoje, Segundo os Profissionais..... | 138 |
| *O Amplo Leque de Imagens à Disposição do Jornalismo..... | 142 |
| Fontes de Imagens..... | 145 |
| Os Diversos Modos de Captação de Imagens..... | 157 |
| Fotografias <i>Espontâneas</i> (caçadas, pescadas ou coletadas)..... | 159 |
| Fotografias <i>Construídas</i> | 163 |
| Fotografias <i>Plantadas</i> | 177 |
| A Pauta..... | 180 |
| *A Captura das Imagens..... | 191 |
| A Captação de Fotografias..... | 195 |
| Fotos Obtidas por Repórteres de Texto e Redatores..... | 207 |

| | |
|---|-----|
| Dificuldades para Fotografar | 217 |
| A Captação de Vídeos | 235 |
| Vídeos Obtidos por Repórter de Texto | 249 |
| Entrevistas em Vídeo Feitas por Montadores e Fotógrafos | 251 |
| Áudio | 252 |
| WebTVs | 255 |
| Transmissões ao Vivo | 259 |
| Equipamentos | 263 |
| Diversidade | 264 |
| Celular | 269 |
| Transferindo Fotos da DSLR para o Celular | 275 |
| Câmeras 360° | 277 |
| Drone | 280 |
| Pré-Edição | 281 |
| O Tratamento Feito pelo Fotógrafo | 281 |
| Legenda | 285 |
| Arquivamento | 287 |
| Via software | 288 |
| Sem indexação | 289 |
| 3 O design | 292 |
| *O Processo de Edição | 292 |
| O Trabalho do Editor de Fotografias | 296 |
| Buscando uma Foto | 311 |
| Critérios de Seleção de Imagens | 316 |
| Os Diversos ‘Influenciadores’ | 318 |
| Quando o Repórter/Redator Edita as Fotos | 321 |
| Arquivo de Edições e Fotos Antigas | 330 |

| | |
|--|-----|
| Montagem de Vídeo | 334 |
| Roteiro de Vídeo | 341 |
| Diferentes Modos de Usar as Imagens | 346 |
| Imagem Desconectada do Texto | 347 |
| Imagen Meramente Ilustrativa | 348 |
| Imagen Subordinada ao Texto | 349 |
| Imagen Não Subordinada ao Texto | 349 |
| Imagen que Vai Além do Texto | 351 |
| *A Construção do Relato Jornalístico a partir de Imagens | 353 |
| O Discurso Fotojornalístico | 353 |
| As Narrativas Fotojornalísticas | 360 |
| O Formato dos Relatos | 375 |
| Imagenes Básicas | 379 |
| Imagenes Sintetizadas | 379 |
| Imagenes sintetizadas a partir de fotografias | 380 |
| Imagenes sintetizadas a partir de vídeos | 383 |
| Relatos Jornalísticos Sincréticos | 384 |
| Relatos Texto-Visuais Não-Interativos | 385 |
| Relatos Audiovisuais Não-Interativos | 389 |
| Relatos Multimidiáticos | 395 |
| Relatos Visuais, Texto-Visuais ou Audiovisuais Interativos | 395 |
| 4 A credibilidade dos relatos jornalísticos com imagens | 404 |
| Tratamento | 405 |
| Manipulação | 409 |
| Da Objetividade à Transparência | 425 |
| A Ética como Caminho | 437 |
| Credibilidade | 444 |

Referências

453

| | |
|-------------------------------|-----|
| <i>Sobre o autor</i> | 479 |
| <i>Índice Remissivo</i> | 481 |

prefácio



Raquel Ritter Longhi

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

Na apresentação do seu livro “The People of Moscow”, Henry Cartier-Bresson conta que, ao chegar de volta à França depois de um período na União Soviética, foi perguntado sobre o que ele tinha visto em Moscou. Sua resposta: “Deixe meus olhos falarem por mim”. Quando aplicou para uma bolsa da Fundação Guggenheim, o fotógrafo suíço recém-chegado aos EUA, Robert Frank fez uma lista das coisas que pretendia fotografar pelo país. Incluiu “uma cidade à noite, uma área de estacionamento, um supermercado, uma rodovia, o homem que possui três carros e o que não possui nenhum; o fazendeiro e seus filhos; uma casa nova e uma casa de tábuas tortas” dentre outros interesses triviais que, paradoxalmente, tornaram-se motivos de uma mirada muito particular que resultou em momentos icônicos da sociedade americana dos anos 50. Todavia, mais do que isto, imagens que, por si mesmas, eram o reflexo da derrota do sonho americano do pós-guerra – sua lista, transmutada para o papel fotográfico, tinha desigualdades e desencantos. Como “máquinas de visão, objetos técnicos destinados a produzir representações visuais do mundo” conforme lembrou o ensaísta catalão Josep Maria Catalá Doménech, as câmeras fotográficas tornaram-se dispositivos emblemáticos de uma era. E, muito mais do que instrumentos, estão encarnadas das transformações técnicas e culturais pelas quais a visualidade imagética passou ao longo do tempo.

Este livro é sobre este universo. Um estudo focado – peço licença para o trocadilho - e também abrangente, que vem para fortalecer as pesquisas da área. “O Fotojornalismo em tempos de cultura visual” não apenas nos traz uma investigação consistente sobre o que está acontecendo com a fotografia e o fotojornalismo nesta primeira metade do século XXI, como retoma momentos-chave da história da fotografia que foram cruciais na trajetória e desenvolvimento da visualidade imagética, especialmente voltada para a atividade fotojornalística. A partir de tal retomada, é que o texto desenvolve um trabalho de investigação que situa o leitor nas questões fundamentais do fotojornalismo, trazendo-as para o contexto contemporâneo, no qual verifica, ainda, a atividade profissional muito de perto.

Apixonado desde sempre pela fotografia e pelo fotojornalismo, que também exerceu, antes de tornar-se professor na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, o autor buscou tratar do que considera o “complexo jogo de renovações e sobrevivências do jornalismo” para enfocar as transformações no fotojornalismo. Foi preocupado com a trajetória de conceitos e práticas fotojornalísticas que Sílvio da Costa Pereira percorreu anos de estudo e imersão na temática para criar o volume que o leitor tem em mãos. Neste livro poderemos conhecer mais sobre os usos das imagens no jornalismo desde antes da fotografia; do nascimento do fotojornalismo moderno; de iconografia; da expansão dos usos das imagens no jornalismo, sejam estáticas ou em movimento; da formação e aprendizagem de profissionais fotojornalistas e dos modos de trabalho e relação com os veículos de jornalismo; do processo de captura, reportagem, design e edição; do discurso e do relato fotojornalístico e também de credibilidade, objetividade e transparência, todos estes, temas que

Pereira desenvolve com dedicação e rigor nesta obra. O leitor também poderá ler sobre quando os repórteres passam a fotografar, ainda no início do século XIX; e mais recentemente, através de uma pesquisa de campo, saber de que maneira os profissionais estão se adaptando às reconfigurações do fazer fotojornalístico nos nossos dias, dados colhidos em pesquisa de campo que contou com entrevistas com profissionais fotojornalistas de veículos de referência de três regiões brasileiras.

Desta forma, além de tratar com profundidade o fotojornalismo sob a perspectiva da cultura visual na história, o autor nos traz um quadro ampliado do fotojornalismo hoje, considerando formação, trabalho, multitarefas, expertise, práticas profissionais, técnicas, rotinas em transformação, especialmente devido ao contexto das mudanças no jornalismo com convergência tecnológica em equipamentos de produção e consumo de mídias, considerando ainda o surgimento e consolidação das redes sociais “através de suas diversas interfaces e ramificações, bem como o uso de dispositivos para produção, edição e veiculação de conteúdos imagéticos”, nas palavras do autor.

A obra também discorre sobre narrativas fotojornalísticas, quando engloba a construção do relato jornalístico através de imagens. Neste caminho, o autor consegue não apenas tratar do discurso, das narrativas e dos formatos fotojornalísticos, como adentra em questões atualíssimas das imagens do nosso tempo, especialmente aquelas relacionadas às tecnologias da imagem, às imagens sintetizadas, imagens técnicas e suas consequências sobre os relatos imagéticos no jornalismo. Assim é que o autor desenvolve reflexões pungentes sobre o cerne da fotografia, numa escrita cuidadosa, que o leitor pode beber em trechos como: “A fotografia já ‘mudou de pele’ inúmeras vezes, nascendo única,

química e supostamente científica para tornar-se multiplicável, digital e bastante expressiva. Refletir sobre morte ou sobrevivência requer, então, contextualizá-los ao longo do tempo, fugindo da fixidez aparente que a visão focada no tempo e espaço que vivenciamos pode fornecer”.

Este trabalho, resultante da tese de Doutorado do autor, orientada por mim no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, apresenta, reflete e discute o fotojornalismo sem deixar de lado o que é fundamental numa obra de alto nível: a escrita fluída e concisa; o olhar atento para os detalhes; a estrutura clara da divisão temática e uma metodologia rigorosa de abordagem, análise e discussão sobre as questões da pesquisa. Tudo isso organizado nesta edição que a Ria Editorial traz ao leitor, e que certamente será desfrutado com o entusiasmo que merece.

introdução



Desde que o termo ‘fotojornalismo’ foi criado, no início do século XX, fotojornalistas sempre captaram fotografias, sendo eles praticamente os únicos profissionais a produzi-las no contexto da prática jornalística. Neste ambiente, fotos eram voltadas aos veículos impressos, vídeo à TV e áudio ao rádio e à televisão, e em todas as empresas de mídia cada jornalista tinha uma função específica.

Mas já desde o fim do século XX, e principalmente a partir do início do século XXI, repórteres passam a fotografar; fotojornalistas começam a gravar vídeos e entrevistar; fotografias são obtidas de vídeos; redações são enxugadas; redes sociais passam a ser fonte de informação sonora, escrita e imagética; veículos jornalísticos se valem de fotos e vídeos feitos por amadores e câmeras de segurança; não é mais possível dizer, a olho nu, se uma imagem foi manipulada; fotografias e vídeos extrapolam os limites do quadro e podem ser vistos omnidirecionalmente... Tudo isso vem sendo impulsionado a partir de mudanças sociais, tecnológicas e culturais mais profundas, que vêm provocando alterações nas práticas e funções de diversas profissões, incluindo o jornalismo.

Tais transformações já foram interpretadas como sintomas da morte do fotojornalismo. Persichetti (2006, p. 182) considerou que essa falência não poderia “ser creditada à tecnologia e sim à falta de interesse de editores e fotógrafos em sair do convencional, do fotografável, do ‘óbvio eficiente’”. Outros enxergaram o fim de uma era no nascimento dos aplicativos de fotografia digital embarcada e do uso de seus filtros

(Val, 2011). O tema já foi debatido inúmeras vezes em eventos de fotografia e/ou de jornalismo.

Mas o tempo mostra que aquilo que parecia o fim de uma era significa, na verdade, a transformação de um modelo, e alguns daqueles que enxergavam o fotojornalismo de maneira estática revisaram suas ideias. É o caso da professora Simoneta Persichetti, que ao mediar o debate online ‘Eduk Convida: Fotojornalismo’, em fevereiro de 2015, disse que “o fotojornalismo não morreu. Ao contrário do que previmos, ele volta transformado”.

A mesma lógica de anunciar o fim e depois compreender que não passava de uma mudança também ocorreu – ou vem ocorrendo – com o jornalismo e com a fotografia. A morte desta última já foi anunciada por fotógrafos do peso de Sebastião Salgado, e vem sendo discutida por acadêmicos há algum tempo (Noth, 2006). A própria noção de ‘pós-fotografia’ pode levar a essa compreensão, embora Fontcuberta (2014) nos explique que “efetivamente, a pós-fotografia não é mais que a fotografia adaptada à nossa vida on-line”.

Se fotografia, jornalismo e fotojornalismo continuam vivos e atuantes após tantos anúncios de óbito, isso indica que houve um diagnóstico incorreto da situação. Possivelmente por confundir um estado do objeto com sua essência. Erro comum quando se analisa ‘objetos’ que existem há poucos séculos, e/ou que estão a passar por transformações. A fotografia já ‘mudou de pele’ inúmeras vezes, nascendo única, química e supostamente científica para tornar-se multiplicável, digital e bastante expressiva. Refletir sobre morte ou sobrevivência requer, então, contextualizá-los ao longo do tempo, fugindo da fixidez aparente que a visão focada no tempo e espaço que vivenciamos pode fornecer.

A transformação que Persichetti cita no debate de 2015, bem como a noção de pós-fotografia defendida por Fontcuberta, estão relacionadas ao desenvolvimento de uma cultura das mídias digitais que ganhou força a partir da década de 1990, às transformações que vêm ocorrendo no campo do jornalismo, à convergência tecnológica em equipamentos de produção e consumo de mídias, à mudança gradativa que estamos passando de uma cultura imagética para uma cultura visual (Català, 2005), às redes sociais através de suas diversas interfaces e ramificações, bem como ao uso de dispositivos que permitem a produção, edição e veiculação de conteúdos imagéticos, sonoros e textuais em mobilidade conectada.

Partindo do princípio de que não podemos separar natureza e sociedade, e que tanto humanos quanto não-humanos contribuem para o desenvolvimento do mundo contemporâneo (Latour, 2013), compreendemos que as transformações sociais contribuem para que fotografia, o jornalismo e o fotojornalismo se modifiquem, assim como a sociedade recebe deles – em uma relação dialética – contribuições para sua própria renovação.

No atual ecossistema comunicacional há mídias, formatos, linguagens e formas de recepção que não existiam há cinquenta anos. O que não significa que sejam novidades. Por isso evitamos termos como ‘novas mídias’ ou ‘novas tecnologias’. Compreendemos que elas não nascem do vácuo, sendo desenvolvidas a partir de características que se tornam fortes em um determinado momento histórico por motivos culturais, econômicos e/ou políticos, entre outros. Muitas são releituras – ou sobrevivências –, por vezes híbridas, de antigos e atuais meios, formatos, linguagens e modos de recepção. São atuais sem necessariamente serem novas. Nesse sentido enxergamos que apesar das transformações

e hibridações em curso há sobrevivências das formas narrativas e das práticas de produção de imagens. É desta maneira que compreendemos a manutenção dos formatos texto-visual dos impressos e audiovisual das TVs, resquícios da transposição que ocorre quando do surgimento do jornalismo online (Mielniczuk, 2003; Silva Júnior, 2000). Também é assim que vemos a preponderância atual do uso de narrativas lineares, a manutenção de tradicionais modos de trabalho (divisão de tarefas entre repórter e fotógrafo, etc.) ou esquemas narrativos (uso de passagem e *off* no audiovisual; etc.). Mas sobrevivências também podem ser vislumbradas quando é mantida a prioridade em conteúdos e profissionais do texto apesar de a sociedade caminhar a passos largos para uma cultura fortemente visual, ou a crença – por parte de muitos profissionais – na objetividade fotográfica, ou seja, na possibilidade da fotografia representar fielmente a situação que se passou em frente a lente, ou ainda uma oposição entre imagens técnicas estáticas (fotografias) e em movimento (vídeos).

Visualidades Jornalísticas

Nesse complexo jogo de renovações e sobrevivências é que o jornalismo vai sendo moldado nesse início de século XXI. Este livro busca trabalhar um dos setores em transformação, que é aquele ligado às imagens, dando especial ênfase à fotografia e ao vídeo.

Por isso é fundamental voltar no tempo e observar que o jornalismo nasce visual. Afinal, um jornal impresso só podia ser lido se fosse visto. Mas, na cultura textual daquele longínquo século XV, o significado literal do texto era preponderante a ponto de fazer crer que não havia visualidades.

Desde a invenção de Gutenberg impressos informativos – folhas avulsas, livros de notícias, gazetas, etc. – usam tipografias (desenho de letras, números e símbolos) e diagramação (desenho das páginas). A primeira era inicialmente limitada pelo reduzido número de tipos disponíveis, e a segunda pelos arranjos possíveis em uma caixa de montagem tipográfica. Imagens impressas em xilogravura já existiam, mas só há relato do uso jornalístico delas no século XVII (Jackson, 1885). Seu uso era escasso tanto pela cultura textual predominante na época – e que não as privilegiava por compreendê-las como meras ilustrações ao conteúdo textual – quanto pela dificuldade envolvida na produção de xilogravuras.

O uso de imagens nos impressos – jornalismo incluso – cresceu com a invenção da litografia, tanto pelo desejo social motivado por um incremento na circulação de alguns tipos de retratos (Freund, 1976) quanto porque esta técnica facilitou a produção do desenho. No Brasil a iconografia entra no jornalismo prioritariamente através de pranchas litográficas (J. M. F. Andrade, 2004). É através delas que ilustradores como Ângelo Agostini dão vazão a charges e caricaturas, ilustrações e até histórias em quadrinhos, bem como criam páginas totalmente desenhadas nas revistas ilustradas do século XIX.

Nesse sentido aqui já seria possível falar da existência de um ‘jornalismo visual’ se compreendêssemos o termo como ligado apenas à produção jornalística na qual o sentido dos relatos é criado visualmente (e não textualmente nem sonoramente). Mas não é essa a concepção que trazemos.

É também em meados do século XIX que a fotografia – primeira imagem técnica – é inventada. Como parte de seu desenvolvimento

tecnológico, ela inicialmente não pode ser impressa diretamente, precisando ser copiada na forma de uma litografia ou xilogravura. Era assim que os jornais da época a utilizavam.

A invenção da retícula – que permitiu imprimir fotografias sem que fosse preciso redesenhá-las – e da rotogravura – que possibilitou imprimir páginas a partir de uma ‘fotografia’ da colagem de textos e imagens – permitiram uma integração maior entre escritos e imagens dentro de uma mesma página. As visualidades ganharam também versatilidade, pois fotos e ilustrações podiam ser recortadas, coladas, ampliadas, reduzidas, invertidas, entre outras manipulações. As revistas ilustradas das décadas de 1920, 1930 e 1940 se valeram dessas possibilidades para construir um primeiro produto jornalístico onde design de página e iconografia foram usados para ilustrar ou complementar o texto e/ou para criar sentido a partir da expressão visual. Nesse momento já podemos falar em uma cultura das imagens (Català, 2005) bem desenvolvida, no sentido de que há grande veiculação de produções visuais, embora em boa medida seu sentido ainda continue atrelado ao texto que elas comumente acompanham. Mas há também um germe de cultura visual sendo desenvolvido, posto que algumas dessas fotorreportagens começam a criar relatos onde o visual é tão relevante quanto o escrito, e as fotos não necessariamente tem seu sentido submetido ao texto.

É também ao longo das décadas de 1920 e 1930 que o jornalismo vai além das páginas impressas, chegando às telas. E se nas páginas a iconografia se expressa no espaço, nas telas ela se articula no espaço e no tempo. Primeiro nascem os cinejornais. Neles a expressão visual se concentrava principalmente na fotografia em movimento, mas havia também telas de texto sobre um fundo preto, branco ou imagético.

A interação maior da imagem era com o som, principalmente falado. Logo que surge a televisão, nascem também os telejornais, inicialmente ancorados na estética dos cinejornais. Com o passagem do uso de câmeras cinematográficas – imagem gravada quimicamente sobre uma cinta transparente – para câmeras de vídeo – imagem eletrônica gravada sobre fita magnética –, a edição/montagem é facilitada. A troca da moviola pela ilha de edição simplifica também a inserção de textos. Não demorou para que surgisse a possibilidade de produzir grafismos. Um dos mais conhecidos é o *cromakey*, que permite gravar uma ou várias pessoas na frente de um fundo colorido (geralmente verde ou azul) e aplicar nesse fundo uma determinada imagem pré-gravada, simulando a presença dessas pessoas em algum ambiente externo ou ficcional. A partir das décadas de 1980 e 1990 a digitalização dos vídeos aumentou ainda mais as possibilidades de criação visual para telas, reduziu os custos dos equipamentos e permitiu a produção de alta qualidade por amadores, profissionais individuais ou pequenas empresas. Os grandes veículos de comunicação, que antes tinham acesso à tecnologias de ponta, começam a enfrentar concorrência. A internet comercial, que entra em cena no Brasil a partir de meados da década de 1990, possibilitou não só a veiculação massiva de produtos audiovisuais profissionais e amadores, como principalmente permitiu embutir camadas de interatividade nesses produtos audiovisuais, usando para isso uma série de linguagens de programação.

Os meios digitais de comunicação possibilitaram multiplicar a quantidade de dispositivos baseados em telas que nos permitem consumir relatos visuais e/ou audiovisuais. Antigamente eles se reduziam ao cinema, à televisão e às projeções caseiras, que veiculavam imagens técnicas ou

artísticas, estáticas ou em movimento, coloridas ou mono/bicromáticas, e que eram consumidas sem interatividade (no sentido de que não permitiam uma ação instantânea sobre o que estava sendo consumido). Hoje a comunicação migrou massivamente para as telas conectadas, nas quais o acesso às imagens, sons e textos se dá de forma programável e conectada em rede. O design daquilo que é visto nesses dispositivos depende de linguagens de programação. Mas também pode ser feito de forma mais ‘amigável’ através de aplicativos conhecidos por CMS (*Content Management System* ou Sistema de Gerenciamento/Gestão de Conteúdo) que permitem distribuir os elementos de forma mais interativa e visual – embora limitada –, sem que o usuário saiba programar.

Mas não foram só as possibilidades do design de páginas ou telas que se ampliaram. Cresceu também – e muito – a oferta de diferentes tipos de imagens passíveis de serem veiculadas digitalmente e em rede. Se no mundo dos impressos a iconografia era baseada em fotografias e desenhos/pinturas, feitas quase que exclusivamente por profissionais e copiadas fotograficamente ou via xilo/litografia para serem impressas e levadas ao leitor; se no mundo da imagem cinematográfica são adicionadas fotografias e desenhos/pinturas em movimento, produzidas principalmente por profissionais e consumidas em grandes telas de recepção coletiva; se no mundo da televisão as imagens – também produzidas prioritariamente por profissionais, mas sendo basicamente fotografia e desenhos/pinturas apresentadas de forma estática ou em movimento – tornam-se eletrônicas e ganham mais facilmente efeitos e transformações; se a tecnologia eletrônica e a globalização pós-guerra impulsionam a oferta de dispositivos de captação de fotos e vídeos para amadores; quando, nas últimas décadas do século XX, chegamos

ao mundo das imagens digitais – e com elas também ao mundo dos dispositivos que conjugam hardware e software para nos entregar imagens matemática e algoritimicamente transformáveis – as imagens técnicas já haviam deixado de ser prioritariamente produzidas por profissionais. As antigas ‘câmera fotográfica’ e ‘filmadora’ se unem num único dispositivo, e vários deles ganharam softwares que manipulam as imagens captadas, transformando-as de modo leve ou radical e mesmo hibridizando-as com outras visualidades. Com isso a dicotomia imagem estática ‘versus’ imagem em movimento passa a não fazer mais sentido, não apenas pelo fato de que nas telas toda imagem está em constante redesenho – 50 a 60 vezes por segundo –, mas porque entre o estático e o movimento apareceram imagens híbridas como os fotovídeos, *stop-motions*, *timelapses*, panoramas construídos, ou *cinemagraphs*. Vários deles já eram produzidos há décadas, no entanto todos ganham impulso pela facilidade de produção no mundo digital. Mas além destas imagens técnicas ‘tradicionais’ há ainda as imagens sintéticas – que são criadas matematicamente por softwares, com maior ou menor ajuda do usuário – e uma série de ‘novas’ imagens técnicas – ultrassonografias 2D e 3D, radares, ressonância magnética, *scanners* bi e tridimensionais, ‘imagens de campo luminoso’, fotografia e vídeo volumétricos, etc. Todas têm sido produzidas e editadas por um universo de amadores e profissionais, e colocadas em circulação nas muitas redes de sociabilidade existentes na internet.

Por isso hoje temos à disposição da produção jornalística – bem como da produção informativa e comunicativa como um todo – um leque bastante amplo de iconografias e de possibilidades de criar desenhos

de páginas ou telas, o que nos permite desenvolver uma gama bastante diferenciada de relatos jornalísticos ancorados em visualidades.

Todas essas mudanças que descrevemos sucintamente acima ocorrem dentro do contexto de transformação de uma cultura da imagem para uma cultura visual. Ou seja, no bojo de um movimento onde se busca colocar tudo em imagens, e onde elas passam a ser compreendidas como objetos de caráter distinto dos textos (Català, 2005).

A imagem, como conceito, pertenceu sempre ao paradigma do texto. Praticamente toda a história da arte até os movimentos conceituais dos anos setenta pertencem, por exemplo, à textualidade, uma vez que sua concepção está delimitada por ela. [...] Pensar na imagem era pensar na estrutura pictórica como símbolo, era pensar num objeto interposto entre o autor e seu espectador (ambos considerados primordialmente de maneira individualizada), era referir-se, tanto no âmbito do emissor quanto no do receptor, à racionalidade do texto para compreender os processos cognitivos e estéticos que estavam em funcionamento, para compreender o trabalho da imagem em si. Era pensar, basicamente, na tríade emissor-código-receptor como sustentáculo de toda operação comunicativa. Era pensar na imagem como informação, como comunicação, como mensagem. [...] A cultura visual, sobretudo, não trata de imagens como objetos de caráter distinto aos textos, aos quais portanto poderia anular, superar, excluir. Se o conceito de imagem é o produto de uma imaginação textual, os fenômenos pertencentes à cultura visual se veem obrigados a redefinir em seu próprio seio o conceito e a função do texto. Esta talvez seja o sinal mais destacado da mudança de paradigma. (Català, 2005, p. 43)

É nesse sentido que, aqui neste livro, quando nos referimos a ‘jornalismo visual’ não nos referimos simplesmente aos relatos jornalísticos que são produzidos com imagens, ou prioritariamente com elas, mas sim àqueles onde os relatos são produzidos para além da linguagem textual, de uma gramática, de uma linearidade, de uma narratividade.

Ou seja – e é importante ressaltar – o visual contém a imagem, mas não se limita a ela, contando também com vidas; corpos; usos; cognição e afetos; intersubjetividade (Santiago Júnior, 2019). A ‘vida’ está embasada na noção de ‘agência’, e implica que as imagens passam a ser vistas como uma espécie de ‘ator social’.

O ‘corpo’ se relaciona à importância da materialidade (os suportes, instituições e artefatos) que fazem as imagens se tornarem visíveis e socialmente experienciáveis. Os ‘usos’ estão ligados às práticas sociais que constituímos a partir dessas materialidades imagéticas. A ‘cognição’ e os ‘afetos’ são os modos pelos quais as imagens provocam conhecimento. E por fim a ‘intersubjetividade’ está relacionada ao fato da imagem nos levar a enxergar ‘o outro’.

Por isso compreendemos que o jornalismo visual não ‘é’ definido apenas pelo formato dos relatos. Ele ‘está’ em construção, no sentido de que depende de toda uma transformação social em andamento, de uma mudança do paradigma textual para o paradigma visual que parece estar se dando atualmente, e da qual o jornalismo e os demais relatos sobre a realidade podem valer-se. Não sem precisar mudar seus próprios paradigmas, entre os quais as noções de objetividade e de verdade, para que os relatos jornalísticos possam continuar sendo considerados como merecedores de credibilidade.

De Onde Viemos e o Caminho que Propomos

Foi esse cenário em transformação que nos levou a esboçar o projeto de pesquisa de doutorado que culminou na tese ‘Do fotojornalismo ao jornalismo visual’ (Pereira, 2020), que deu origem ao presente livro. Atuando na docência de fotografia e fotojornalismo, encarávamos a

difícil tarefa de mediar o aprendizado de futuros profissionais a partir das vivências e ensinamentos que havíamos tido em décadas passadas. Essa necessidade de atualização nos fez não apenas buscar estudos recentes, mas nos levou a mapear os formatos que as atuais narrativas jornalísticas com imagens vêm tomando, aplicar um questionário online a jornalistas de todo o país e, principalmente, ir a campo observar o trabalho dos profissionais que captam e editam fotos e vídeos de modo convergente. No início de 2018 passamos nove dias em um veículo impresso e online de caráter local/regional na região sul do país; dez dias numa redação totalmente online com foco local/regional no centro-oeste; e dezessete dias em um veículo de circulação nacional, impresso e online, com sede na região sudeste. Em todas, acompanhamos o trabalho dos fotojornalistas (e, eventualmente, também de repórteres e redatores) e editores na captação de imagens e informações, pré-edição e edição fotográfica e de vídeos. Finalizamos nosso trabalho em cada redação com entrevistas individuais junto aos 29 principais profissionais cujo trabalho foi observado nesse período. Para atualizar alguns dados realizamos ainda uma nova entrevista com um dos editores, seis meses após o término da pesquisa de campo.

Na tese, e consequentemente neste livro, optamos por não identificar os veículos onde realizamos a pesquisa para que todas as fontes ficassem mais à vontade com nosso trabalho, o que naturalmente é sempre relativo posto que a simples presença do pesquisador já promove alterações no ambiente laboral. Em função disso identificamos nossas fontes apenas por siglas (FOTO para repórteres fotográficos, TEXTO para repórteres de texto, EDITOR para editores e MONTADOR para montadores de vídeo) e números (01, 02, etc.). Tratamos todas as fontes

por pronomes masculinos para dificultar ao máximo a identificação. Além disso, eventualmente substituímos o número por uma letra (X, Y ou Z) quando queremos evitar que a citação a um trabalho conhecido possa levar à associação de nossa fonte com outras partes do estudo.

Acreditamos que a análise de tais observações de campo e entrevistas, que compõe boa parte do presente livro, podem contribuir para o estudo – universitário ou continuado – a respeito da produção e edição de fotografias e outras imagens dentro do jornalismo dentro de um contexto de transição de uma cultura imagética para outra, visual. Todos os pontos, no entanto, merecem ser confrontados com diferentes realidades, questionados e atualizados, posto que toda observação é sempre um recorte.

O percurso criado para o livro, e que inicia logo após esta breve Introdução, é composto por quatro capítulos. No primeiro apresentamos um panorama histórico do uso de imagens no jornalismo, uma discussão sobre a impossibilidade de continuar reproduzindo hoje a tradicional divisão entre forma e conteúdo, as tendências de hibridação de linguagens no jornalismo e, a partir desses pontos, uma discussão a respeito do conceito de fotojornalismo. O segundo e o terceiro capítulos são os mais extensos, e onde se concentram as informações captadas ao longo da pesquisa de campo. O segundo trata da produção de imagens, abordando os profissionais que hoje as criam, as formas de relacionamento profissional, seus direitos e disputas, as diferentes fontes que os veículos jornalísticos possuem para obter fotografias (e outras imagens), os modos de captura, as dificuldades encontradas ao longo da captação, o trabalho com vídeos, os equipamentos e o tratamento básico que precisa ser dado antes de enviar as imagens à

redação. O terceiro é uma sequência – profissionalmente falando – do trabalho, e aborda o processo de edição, que se inicia com a seleção das imagens a serem usadas, os critérios e influências que existem nesse processo, a relevância da manutenção de arquivos e uso de metadados, os diferentes modos de usar fotografias junto aos textos, e o processo de roteirização e montagem de vídeos. Incluímos também uma breve discussão acerca da produção de discursos e narrativas visuais, bem como uma proposta de categorização dos relatos jornalísticos criados a partir de visualidades. O livro encerra com o quarto capítulo, onde trazemos uma discussão acerca da relevância da credibilidade para a sobrevivência do jornalismo. Diferente da abordagem de outros autores, no entanto, nós o fazemos a partir do ponto de vista das visualidades e da compreensão não apenas do lado documento, mas também dos vieses expressivo e emocional das imagens.

Esperamos que esse trabalho contribua na produção de um jornalismo cada vez mais conectado às pessoas, preocupado com a ética e ciente das limitações impostas pela linguagem.

capítulo 1



O USO DE IMAGENS NO JORNALISMO

O jornalismo sempre foi textual. Faz parte de seu DNA. O próprio termo ‘imprensa’, que poderia ser polissêmico, está mais conectado à Gutenberg do que à xilogravura de origem chinesa. No entanto ilustrações foram usadas desde os primórdios da atividade, e iluminuras são ainda mais antigas, desvelando a importância que o visual possuía até mesmo antes da impressão.

A caminhada que propomos pelo jornalismo feito com imagens parte, portanto, da observação desses usos pioneiros das ilustrações, busca compreender sua transformação à medida que o jornalismo se profissionaliza, capta a transição delas para as fotografias, aborda o nascimento do fotojornalismo e discute as transformações que o processo de digitalização e convergência trouxe para as imagens na virada do século XX para o XXI.

Imagens no Jornalismo Antes da Fotografia

Mesmo não tendo Peucer (2004) citado as imagens como parte do discurso jornalístico em seu estudo pioneiro, elas já eram usadas nas folhas de notícias do século XVII, impressas por xilogravura. Isso é relatado por Mason Jackson, gravurista e editor oitocentista que traça um panorama do uso da xilogravura na imprensa britânica, do início do século XVII até finais do século XIX. No trabalho ele explica que

o desenvolvimento pleno do jornalismo ilustrado foi imediatamente precedido por muitos sintomas significativos. Vários dos jornais então existentes, na ocorrência de algum evento incomum ou interessante, introduziam em suas páginas ilustrações xilográficas grosseiras. [...] Tudo isso parece ter sido o trabalho de um impulso ou instinto que existia mesmo antes do nascimento dos jornais; [...] tentativas foram feitas de ilustrar as notícias atuais em *tracts*¹ ou ‘livros de notícias’ antes do surgimento dos jornais regulares na Inglaterra. A ideia do jornalismo ilustrado pode ser rastreada nos primeiros anos do século XVII (Jackson, 1885, p. 5)

O autor relata que algumas das gazetas fornecidas à aristocracia ou cantadas por trovadores nas esquinas das vilas recebiam gravuras na folha de rosto, “o que mostra que mesmo neste período inicial os autores ou impressores destes artigos estavam imbuídos do espírito pictórico” (Jackson, 1885, p. 6). O mais antigo exemplo que Jackson traz do uso de uma ilustração em notícias de atualidade foi publicado em 1607, portanto 83 anos antes de Peucer produzir sua tese pioneira. O texto aborda uma inundação e prega um sermão a respeito dela (Figura 1).

1. Panfleto contendo um curto ensaio, geralmente de temas religiosos ou políticos

Figura 1

Xilogravura publicada em livro de notícias de 1607



Jackson (1885, p. 13).

Jackson relata que no prefácio deste livro noticioso o autor descreve a dificuldade que teve para produzir a gravura no curto tempo disponível, o que mostra que ele tinha consciência tanto da importância da ilustração para seu relato quanto de que as notícias precisavam ser consumidas frescas.

Mas o uso de desenhos era esporádico e descontínuo, e a mesma imagem podia ser encontrada em diferentes publicações, independente do fato abordado. Isso sugere dificuldade na produção de gravuras, possível escassez de mão de obra qualificada, bem como um desejo de usar imagens mesmo que de forma ilustrativa. Os temas prediletos nessa fase inicial eram os assassinatos, tempestades, inundações e incêndios. Narrativas extraordinárias, tais como de três corpos que saiam da sepultura em uma noite de tempestade, também eram publicadas, e apontam para um regime de verdade – da época e local – bastante diverso do ocidental atual.

Assim como os relatos textuais eram pródigos em imaginação, principalmente de cunho religioso, as ilustrações também não tinham compromisso com os fatos, embora tal ligação fosse muitas vezes buscada.

Quando a revolução Irlandesa de 1641 estourou, muitos livros de notícias foram publicados descrevendo o que ocorria naquele país, e muitos deles eram ilustrados. [...] as ilustrações de eventos nesses panfletos, assim como muitas daquelas contidas nos numerosos folhetos publicados durante a Guerra Civil na Inglaterra, parecem ser trabalhos de pura imaginação, e foram, provavelmente, inventados pelo artista assim como um moderno desenhista ilustraria um trabalho de ficção. Outras, mais uma vez, eram evidentemente antigas xilogravuras feitas para algum outro propósito. Uns poucos exemplos ocorrem, entretanto, onde desenhos foram feitos de cenas atuais, e algumas vezes mapas e plantas são dados como ilustrações de uma batalha ou um cerco (Jackson, 1885, p. 43)

Figura 2

Imagen de cunho não realista publicada em folheto de 1648



Jackson (1885, p. 142).

Imagens menos naturalistas, de cunho mais sugestivo, também eram usadas, como a publicada em um folheto de 1648, que relata a explosão de barris de pólvora que matou 200 rebeldes na Guerra Civil inglesa (Figura 2).

Mas são nas imagens mais naturalistas que a fidelidade aos fatos aparece como uma preocupação. Ao comentar um folheto que trazia a notícia ilustrada da execução do Conde de Strafford, em 1641, Jackson diz que a imagem não era uma cópia fiel do ocorrido.

Neste exemplo de notícia ilustrada o artista tem representado fielmente a localidade em seu fundo, mas ali a verdade de seu lápis para. Strafford, embora sua cabeça ainda não esteja separada do corpo, repousa estendido no cadafalso, e ao invés do bloco usualmente utilizado para decapitações a cabeça da vítima repousa em uma prancha comum ou espessa peça de madeira. Não há ninguém de pé no cadafalso além do carrasco, enquanto a história afirma que o Conde foi assistido em seus últimos momentos por seu irmão, Sir George Wentworth, o Conde de Cleveland, e pelo Arcebispo Usher. Estas omissões, se forem observadas no todo, eram, sem dúvida, encaradas como defeitos triviais na infância do jornalismo ilustrado, antes que um público amante da verdade tivesse aprendido a ser satisfeito com nada menos que ‘rascunhos feitos *in loco*’. O que parece ser a visão mais correta da execução foi, no entanto, publicada naquele momento. (Jackson, 1885, p. 53)

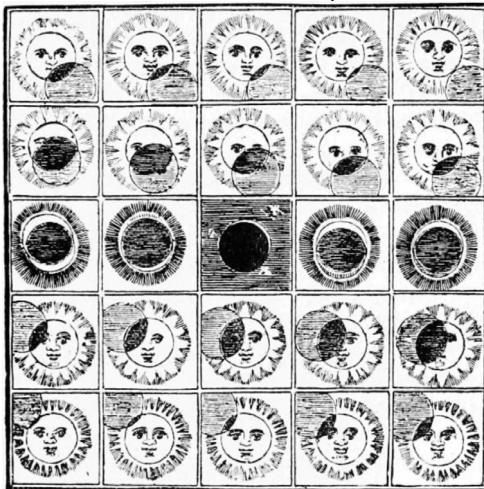
O autor indica ter encontrado exemplos de jornalismo ilustrado não apenas entre os jornais regulares, mas também no que ele chama de folhas soltas baratas, ou *broadsides*, e inclusive em publicações que eram produzidas à margem da autorização oficial.

Um uso interessante e inovador foi feito pelo *London News*, que publica, em 1724, gravura com a narrativa temporal de um eclipse

total do sol. Ela remete, à luz dos formatos atuais, tanto a uma imagem composta² quanto a uma infografia (Figura 3).

Figura 3

Xilogravura de 1724 que apresenta uma narrativa temporal



Jackson (1885, p. 191).

A busca de imagens realistas, no entanto, parece ser uma preocupação que aumenta com o passar do tempo. Após a morte do almirante Horatio Nelson³, o *Times* de 10 de janeiro de 1806 apresenta um relato do funeral junto a duas gravuras, uma das quais trazia a seguinte legenda:

A única diferença na aparência do Carro Funerário da gravura é que, ao contrário do que foi inicialmente pretendido, nem a mortalha nem a grinalda aparecem no caixão. A primeira foi jogada na traseira do carro, de forma a dar ao público uma visão completa do caixão; e

-
2. Pensamos em trabalhos como o feito a partir das fotos de Jim Watson, da AFP.
 3. Herói da marinha inglesa, morto em 1805 na batalha de Trafalgar.

a grinalda foi transportada na carruagem de luto. Nós não tivemos tempo de fazer a alteração. (Jackson, 1885, p. 220)

O texto do *Times* demonstra a preocupação dos editores com a fidelidade visual do relato. Mostra também que a gravura ia sendo feita a partir de informações prévias, provavelmente para possibilitar a publicação do material na edição seguinte ao ocorrido.

O processo produtivo das gravuras é destacado no relato que Jackson faz dos jornais de William Clement na primeira metade do século XIX. Segundo o autor a gravura usada em um jornal era republicada nos demais, sendo que o veículo que merecia maior atenção do proprietário tinha prioridade. Tal uso lembra muito o discurso contemporâneo de sinergia entre empresas de um mesmo grupo de comunicação, onde imagens são produzidas para um veículo mas usadas pelos demais.

Os limites do emprego de ilustrações nos jornais ingleses é colocado em questão quando o *Observer* apresenta, em 1823, matéria sobre um assassinato. Em 7 de dezembro são publicadas diversas gravuras feitas a partir de relatos do processo, entre elas uma que mostrava os assassinos arrastando o corpo para um lago.

Os condutores do jornal parecem ter tido alguma apreensão sobre o bom gosto de seus procedimentos, mas foram incapazes de resistir à tentação de uma venda grande e rentável. As gravuras foram assim introduzidas ao leitor: – ‘O interesse sem paralelo que tem sido criado na mente do público pelas misteriosas circunstâncias ligadas à morte do senhor Weare nos induziram, com o olhar de gratificação de nossos leitores, usar cada esforço em nosso favor, não apenas para dar um relato fiel e abundante do julgamento das pessoas acusadas desta mais suja e atroz ação, mas, com o auxílio de competentes artistas obter estas chapas que nos parecem as melhores para ilustrar o detalhe das circunstâncias descobertas nas evidências ante o

jurí. Nós estamos conscientes que algumas destas ilustrações serão condenadas como incompatíveis com o bom gosto; e nós estamos prontos para reconhecer que em todas as ocasiões sua adoção pode ter sido extremamente imprudente. No caso, entretanto, onde os sentimentos e a curiosidade do público tem estado tão excitados, e onde uma avidez tão singular e ardente tem sido mostrada para obter cada possível luz sobre um tema tão interessante, nós acreditamos que aqueles que devem cogitar, talvez, uma bem fundada objeção a nosso plano deveriam, por um momento, nos conceder sua indulgência, e nos permitir encontrar os anseios das pessoas que não são tão delicadas como elas'. (Jackson, 1885, pp. 242-243)

O *Observer* foi muito criticado e passou um período sem usar gravuras, mas Jackson acredita que esse vácuo pode ter mais relação com a depressão econômica do período do que com as desaprovações recebidas.

Na primeira metade do século XIX as tiragens dos periódicos que usam ilustrações crescem, culminando com a criação do primeiro modelo de imprensa ilustrada. Jackson usa as memórias⁴ de Charles Knight, dono da *Penny Magazine*, para abordar tal ascensão:

Em 1842, tendo a oportunidade de estar presente ao Tribunal Criminal Central, minha curiosidade foi atiçada por um espetáculo diferente – de um artista, sentado entre pessoas importantes no banco, diligentemente empenhado em rascunhar dois marinheiros indianos, no seu julgamento por uma ofensa capital. O que era tão marcante no caso, nas pessoas, ou mesmo nas roupas dos acusados, que devesse ser o tema do quadro? O mistério foi logo explicado para mim. O *Illustrated London News* havia sido anunciado para ser publicado no sábado daquela semana na qual eu vi os miseráveis estrangeiros de pé no tribunal. Eu sabia alguma coisa da pressa dos xilogravuristas para a *Penny Magazine*, mas um jornal era um assunto essencialmente diferente. Como, pensei, poderiam artistas e jornalistas trabalhar assim tão sinergicamente de forma que as

4. Trecho retirado do livro *Passages of a Working Life during Half a Century*, autobiografia de Charles Knight.

notícias e as ilustrações apropriadas pudessem estar ambas frescas? Como poderiam tais coisas ser gerenciadas com qualquer abordagem de fidelidade da representação a menos que todas as características essenciais de um jornal fossem sacrificadas na tentativa de torná-lo pictórico? Eu imaginava que esse arrojado experimento pudesse ser um fracasso. Ele provou ser um tipo de sucesso que poderia somente ser assegurado pela resoluta e perseverante luta contra as dificuldades naturais. (Jackson, 1885, pp. 280-281)

O relato de Knight se refere ao nascimento da primeira publicação regular e continua a apresentar notícias ilustradas, que começa a circular em 14 de maio de 1842 quando Herbert Ingram lança o *Illustrated London News*⁵, uma revista semanal. Nessa época poucos artistas consideravam interessante trabalhar para a imprensa, e boa parte das ilustrações produzidas era de baixa qualidade.

No início parecia inviável produzir ilustrações em tempo curto o suficiente para que as notícias continuassem frescas. Mas logo se viu que era possível usar técnicas que acelerassem o processo de produção. Geralmente um desenhista ia ao local do evento e colhia anotações, na forma de rascunhos e textos. Em seu ateliê – ou hotel, quando estivesse a trabalho fora de sua cidade – ele produzia, a partir das anotações, o desenho em sua forma final. Essa imagem era enviada para um gravurista, que a refazia para que fosse talhada em madeira. Era comum que o desenho fosse adaptado, simplificando partes ou destacando apenas o que se considerava mais importante para a notícia. A imagem final era subdividida em partes, que eram repassadas a diferentes gravuristas. Tal divisão de trabalho permitia uma produção rápida da xilogravura.

5. A história do veículo, bem como muitas de suas páginas ao longo do século XIX podem ser consultadas em www.iln.org.uk

O artista que fez o esboço inicial – geralmente o coordenador da equipe – dava os últimos retoques para que as emendas ou diferenças de estilo ficassem escondidas.

O panorama pintado por Jackson mostra que o jornalismo se vale de imagens desde tenra idade, apesar desse uso constituir-se em exceção ao mundo literário que dominou as narrativas da imprensa até o século XX. No Brasil, trabalhos como o de J. M. F. Andrade (2004), Azevedo (2010), Balaban (2009) ou Silveira (2010) abordam o uso de ilustrações na imprensa ao longo do século XIX, englobando desde caricaturas até imagens produzidas a partir de fotografias.

A Fotografia Chega ao Jornalismo

Mas mesmo com todas as técnicas empregadas, a produção de desenhos e gravuras era lenta e necessitava de simplificações, características indesejadas em uma sociedade que se acelerava e buscava aumentar o grau de verossimilhança na representação de seres, artefatos ou eventos do mundo físico, histórico e social. Assim, entre o final do século XVIII e o início do XIX, a burguesia em ascensão buscava uma forma técnica, rápida e barata de produzir imagens (Rouillé, 1982). Antes disso várias estratégias já haviam sido empregadas para aumentar o realismo – uso de câmara clara, câmara escura, etc. (Hockney, 2001) – bem como para simplificar a produção e com isso reduzir os custos – retratos em miniatura, fisionotraço, silhueta, etc. (Freund, 1976; Rouillé, 1982) – das imagens produzidas. Tudo isso havia estimulado o desejo das pessoas se verem através delas, algo que antes só era acessível às elites aristocráticas e religiosas. A fotografia é a técnica possível para satisfazer os desejos dessa época, e sua primeira forma – o Daguerreótipo

– é anunciada ao mundo em uma reunião conjunta das academias de Ciências e de Belas Artes da França no ano de 1839. Inicialmente o lado expressivo lhe é negado porque sua face documental – o *lápis da natureza* – aparece de maneira muito incisiva, tanto devido à crença na ciência e na tecnologia encarnados pelo positivismo e iluminismo desse período, quanto pela nitidez que lhe era peculiar.

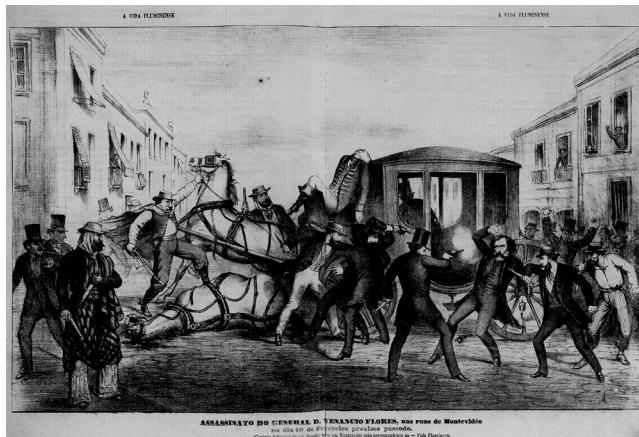
Em pouco tempo surgem na Europa e Estados Unidos semanários de atualidades que passam a se valer de gravuras litográficas ou xilográficas feitas a partir de fotografias. A ideia era simples: invés de usar os rascunhos de cenas feitas por artistas, valer-se de fotografias para criar a placa lito ou xilográfica. Um dos mais importantes veículos jornalísticos a logo empregar esse modo de trabalho foi o *Illustrated London News*, que destacamos acima. Tais ilustrações não se valiam dos códigos de objetividade que a fotografia jornalística viria a empregar no século XX, pois na passagem da foto para a gravura havia “reenquadramentos de cenas, mudanças de escala, supressão ou inclusão de elementos, modificações nas relações de luz e sombra, entre outras adequações. [...] É como se a gravura apresentasse uma síntese do evento, tendo como base os registros fotográficos” (Costa, 2012, p. 307) (Figura 4). Os usos que se faziam mostram, no entanto, que ela correspondeu perfeitamente ao regime de verdade vigente nas sociedades ocidentais do século XIX (Costa, 2012), pois o mais importante para a época não era registrar o real mas representá-lo de forma verossímil.

Assim, aos poucos os desenhistas passam a ser substituídos por fotógrafos. Esse é um processo lento, e esses profissionais trabalham juntos por muito tempo. Um exemplo é a Guerra da Criméia (1853-1856), famosa na literatura fotojornalística por ser palco da primeira cobertura

fotográfica, feita pelo inglês Roger Fenton (Sousa, 2004b), mas que também recebeu inúmeros desenhistas de periódicos jornalísticos, como relata Jackson (1885).

Figura 4

Ilustração publicada em A Vida Fluminense (7/3/1868) reconstitui o assassinato do general Venâncio Flores, em Montevidéu



Vida Fluminense (1868, p. 114-115).

A impossibilidade de imprimir diretamente as fotografias limitava seu uso, e ao longo do século XIX buscam-se formas de transpor esse e outros problemas⁶ das primeiras formas fotográficas. Significativos

6. O grande tempo de exposição à luz implicava na necessidade de immobilizar os sujeitos fotografados, o que criou não apenas modos posados próprios ao retrato, como representações estáticas de eventos dinâmicos para que aquilo que se movia não sumisse ou se transformasse em borrão. As imagens tinham baixa resolução, o que levava à necessidade do uso de grandes placas que eram copiadas por contato, e não ampliadas. Os equipamentos e placas eram pesados, e o colódio úmido (técnica mais usada após o Daguerreótipo e antes do filme seco) necessitava ser preparado pouco antes do uso e revelado logo após a tomada, fatores que dificultavam a produção de imagens longe do laboratório ou estúdio.

desenvolvimentos ocorrem na década de 1880, quando se criam a placa seca, a autotipia/clichê e a primeira câmera amadora.

Figura 5

A primeira edição da Revista da Semana traz uma grande foto na capa e mais dez nas páginas internas, demarcando o primeiro uso contínuo de imagens na imprensa brasileira



Revista da semana (1900, capa).

Entre o final do século XIX e a primeira década do XX a fotografia vai deixando de ser usada como base para a produção de ilustrações e passa a ser publicada diretamente. O uso pioneiro teria sido feito pelo jornal sueco *Nordisk Boktryckeri-Tidning* em 1871, mas seu emprego regular só teria começado em 1880 com o *The New York Daily Graphic*.

(Sousa, 2004b). Tal transição é lenta devido ao hábito já estabelecido no uso de gravuras, à baixa qualidade das primeiras retículas e ao custo do maquinário necessário à sua produção, mas vai ganhando corpo por reduzir o custo de produção de uma página ilustrada a cerca de 10% do valor gasto nos processos de lito ou xilografia (Giacomelli, 2012). Tal contexto faz com que seja no alvorecer do século XX que a fotografia se estabeleça de forma direta na imprensa.

No Brasil, o possível primeiro emprego de fotografia impressa diretamente por autotipia ocorre na capa de *A Cigarra* de 23 de maio de 1895, com um retrato do ministro Assis Brasil (J. M. F. Andrade, 2004). Mas esse é um caso isolado, e por isso é a Revista da Semana (Figura 5) que passa a ser conhecida como o marco do início da utilização da retícula para impressão direta de fotografias na imprensa brasileira, uma vez que é ela quem faz uso de tal processo desde o primeiro número – lançado em 20 de maio de 1900 – e continuamente.

A fotografia, no entanto, causa maior desconforto nos jornalistas habituados às letras do que a ilustração xilo ou litográfica porque é produto e produtora de uma mudança social mais aguda. O mesmo movimento de mudanças técnicas e de aceleração da vida cotidiana que promove novos hábitos culturais, e que leva do livro ao jornal, estimulará, tempos depois, a transição da imprensa puramente textual a outra, texto-visual. É Machado de Assis quem capta, em suas crônicas, “essa nova mirada de um leitor que tem pressa e que, portanto, não tem tempo para chegar até o fim do texto” (Santos, 2009, p. 85). Em seu estudo, Jeana Santos também lembra que Olavo Bilac, em crônica de 1901, diz que a pressa do homem daquele início do século XX está “trazendo morte aos cronistas e noticiaristas e opulência aos fotógrafos” (Santos, 2002, p. 122). O poeta

lamenta que as pessoas liam cada vez menos e se interessavam mais pelas ilustrações. Mas reconhece os benefícios que a fotogravura pode trazer ao jornalismo, chegando a profetizar tanto o uso simbólico e codificado das imagens quanto o jornalismo audiovisual da TV e da internet:

Já ninguém mais lê artigos. Todos os jornais abrem espaço às ilustrações copiosas, que se metem pelos olhos da gente com uma insistência assombrosa. As legendas são curtas e incisivas: toda a explicação vem da gravura, que conta conflitos e mortes, casos alegres e casos tristes.

É provável que o jornal-modelo do século XX seja um imenso animatógrafo, por cuja tela vasta passem reproduzidos, instantaneamente, todos os incidentes da vida cotidiana. Direis que as ilustrações, sem palavras que as expliquem, não poderão doutrinar as massas nem fazer uma propaganda eficaz desta ou daquela ideia política. Puro engano. Haverá ilustradores para o louvor, ilustradores para a censura, ilustradores para a sátira, ilustradores para a piedade.

[...] Demais, nada impede que seja anexado ao animatógrafo um gramofone de voz tonitruosa, encarregado de berrar ao céu e à terra o comentário, grave ou picante, das fotografias. (Bilac, 2013, pp. 281-282)

Apesar de a retícula possibilitar o uso de fotografias na imprensa, as câmeras consideradas profissionais continuavam grandes, pesadas, e ainda se valiam de chapas únicas. Por isso o uso inicial é marcado pelo que Jorge Pedro Sousa chama de “doutrina do *scoop*” (2004, p. 17) ou da foto única feita sob a ótica de um fotógrafo que não pertencia à equipe dos periódicos, e por isso desconhecia seus códigos e valores. Esses fotógrafos de imprensa, que eram escolhidos mais pela força física – devido ao peso dos equipamentos – do que pela qualidade técnica ou jornalística logo ganham uma reputação ruim por usarem os fumacentos e mal cheirosos flashes de magnésio. “Surpreendidos pela luz repentina

e cegante os personagens acabavam ficando com a boca aberta ou piscando um olho e apareciam em posturas ridículas" (Freund, 1976, p. 98). Mas em tempos de placas fotográficas de baixa sensibilidade o objetivo era obter uma foto que fosse clara o suficiente para poder ser publicada, e o aspecto das pessoas ou a informação que pudesse estar contida na imagem eram questões pouco relevantes (Figura 6).

Figura 6

Uso ilustrativo e fotografias únicas



Jornal A Noite (1915, capa).

Nesse período já havia também uso de fotografias tomadas em locais distantes. É o caso da cobertura da Primeira Guerra Mundial em periódicos brasileiros. A diferença é que invés da imagem única havia muitas à disposição. Apesar da quantidade, Ferreira diz que foi marcante “a incapacidade da maioria dos jornais e revistas utilizarem as fotografias obtidas como elementos narrativos capazes de contar corretamente

as histórias e os eventos ocorridos” (2014, p. 7). Dentro da lógica da cultura imagética da época, a fotografia era tomada apenas como uma ilustração para o discurso textual, não atuando nem como complemento informativo a este e muito menos como um discurso visual.

O Nascimento do Fotojornalismo Moderno

Logo nas primeiras décadas do século XX o trabalho dos fotógrafos, a possibilidade de imprimir diretamente fotografias, e o surgimento das ‘artes gráficas’ a partir do nascimento de técnicas de impressão baseadas na fotografia (rotogravura, etc.) criaram as condições culturais para que a imagem ganhasse um novo patamar de uso pela imprensa. E é a partir da década de 1920 que tais condições irão colaborar para o surgimento das revistas ilustradas alemãs (Figura 7), que desenvolvem um modo inovador de produzir, usar e veicular fotografias, e que influenciará a recepção de imagens ao longo de todo o século XX. De acordo com Costa,

a revista ilustrada foi um produto característico da cultura moderna [...]. Seu surgimento esteve intimamente relacionado ao avanço tecnológico que permitiu a inclusão da fotografia nas páginas dos periódicos, à industrialização da imprensa, à comercialização da notícia e à expansão da publicidade. Mídia dinâmica e inovadora, cujos antecedentes se encontram nos semanários de atualidades do século XIX, a revista ilustrada potencializou as promessas de reproduzibilidade técnica, transformando a imagem fotográfica em algo maleável, transportável e capaz de adaptar-se facilmente aos sistemas de circulação e consumo impostos pela modernidade. (2012, p. 303)

Mas a fotografia também está ligada a outro desenvolvimento técnico intimamente relacionado ao surgimento das revistas ilustradas: a impressão por rotogravura trouxe uma grande – e, desconhecida até

então – liberdade gráfica para o desenho das páginas, possibilitando a combinação de textos, fotos e outros elementos visuais, o que amplificava o impacto e abria novas possibilidades narrativas. “A cobertura jornalística, que há muito tempo vinha usando o texto de forma massiva nas notícias diárias, sofreu uma expansão súbita e radical: a fotografia não era mais usada como um acompanhamento ilustrativo do texto, mas como uma ferramenta narrativa importante” (Holzer, 2018, p. 2)

Figura 7

Capa da revista alemã Berliner Illustrierte Zeitung de 1929



Munkacsi (2007).

A partir desse momento a página passa a também ser pensada como imagem. E para isso novos profissionais são necessários nas

empresas jornalísticas: diagramador, editor de fotografias e diretor de arte (Costa, 2012). Juntos, eles farão o que o antigo tipógrafo fazia, mas através de outras técnicas e produzindo efeitos aprendidos com a arte clássica e moderna.

O surgimento de câmeras fotográficas pequenas, leves, simples de usar e de alta qualidade, como Leica, Ermanox e mais tarde Rolleiflex também é outro fator que contribuiu para o desenvolvimento das revistas ilustradas. Feitas em metal e não mais em madeira, elas usavam negativos pequenos e bastante sensíveis à luz, agrupados sequencialmente em rolos flexíveis, e não mais as grandes, individuais, pesadas, pouco sensíveis à luz e frágeis chapas de vidro. Isso permitia um trabalho ágil, discreto e a produção de imagens em sequência. Unidas às objetivas claras e de melhor qualidade, tais características possibilitaram “a obtenção de fotografias espontâneas e de fotografias de interiores sem iluminação artificial, o que permitiu a aparição da ‘fotografia cônica’ (*candid photography*)⁷. O valor noticioso sobrepujou-se, pela primeira vez, à nitidez e à reproduzibilidade como principal critério de seleção” (Sousa, 2004a, p. 18).

Esse contexto cultural e técnico leva a um novo regime social de consumo de fotografias, no qual a primazia do álbum e do retrato individual vão cedendo espaço às mídias impressas como espaço de circulação, e no qual

a fotografia passará a ter nas reportagens a função prioritária de contar histórias a partir de conjuntos de imagens [...] No lugar de uma abordagem sintética dos acontecimentos, tal como era oferecida pela gravura até então, a fotografia passaria a oferecer

7. Fotografia não posada, ou tomada sem que o sujeito fotografado percebesse.

uma aproximação analítica, desdobrando os fatos por meio de uma expansão espacotemporal (Costa, 2012, p. 314)

Uma conexão pouco explorada na literatura, mas que Holzer (2018) demarca, se estabelece entre a forma narrativa desenvolvida nas revistas alemãs e o cinema, principalmente nas séries e nas reportagens fotográficas. Naquela época, a imprensa ilustrada e o cinema eram as duas principais formas de mídia visual massiva, e ambas receberam influência de correntes da vanguarda artística como a Nova Visão e a Nova Objetividade, o que foi demarcado na exposição *Film und Foto*, realizada em Stuttgart em 1929. Mas a ascendência dos filmes sobre a imprensa ilustrada também é evidente, argumenta Holzer. “Um conjunto de elementos narrativos e criativos dos filmes apareceram nas fotorreportagens, tais como cortes editoriais rápidos, detalhes esféricos de imagens reminiscentes de *fade-ins* e *fade-outs*, a ligação entre visões à distância e *close-ups* e assim por diante” (Holzer, 2018, p. 22). Muitas dessas conexões são feitas por pequenas publicações, mais abertas ao cinema experimental, principalmente russo, numa época de expansão econômica. O desenvolvimento de novos formatos era uma maneira de chamar a atenção do público e ampliar a circulação. Mas essas influências também estão relacionadas à presença de profissionais que atuaram em ambas as mídias. Um exemplo é Stefan Lorant, editor da *Münchener Illustrierte Presse* e, mais tarde, da inglesa *Picture Post*, que produziu diversos filmes antes de entrar para a imprensa. Mas inúmeros outros profissionais poderiam ser citados, o que expõe a influência que o jornalismo ilustrado da primeira metade do século XX recebeu do cinema e da arte de vanguarda.

Mas as revistas ilustradas são também um marco importante porque é a partir delas que se desenvolvem as funções de fotojornalista – ou seja, de um jornalista especializado na produção de fotografias ou fotógrafo especializado na produção de jornalismo, contrapondo-se assim aos fotógrafos de imprensa que existiam até então – e de editor de fotografias, bem como do conceito de fotojornalismo. Costa afirma que a depressão econômica na Alemanha do período entreguerras somada à demanda por fotografias nos periódicos “fez que profissionais liberais pertencentes à classe média depauperada se dedicassem à atividade de fotógrafo” (Costa, 2012, p. 315). Dividida politicamente e pressionada pelas reparações econômicas advindas do Tratado de Versalhes, a Alemanha da República de Weimar, apesar de um certo empobrecimento, vive um grande desenvolvimento artístico, científico e intelectual (Freund, 1976).

Os fotógrafos que trabalham para essa imprensa já não tem nada em comum com os da geração que lhes precede. São *gentlemen* que por sua educação, maneira de vestir e se comportar, não se distinguem daqueles a quem devem fotografar. [...] Possuem boas maneiras, falam línguas estrangeiras e não se diferenciam do público [da ópera]. O fotógrafo já não pertence à classe de empregados subalternos, senão que ele mesmo procede da classe burguesa ou da aristocracia que viu minguar sua fortuna ou posição política, mas que conserva seu *status* social. (Freund, 1976, p. 102)

Com a ascensão de Hitler ao poder em 1933 diversos fotojornalistas e editores de origem judaica ou com visões críticas às transformações políticas em curso passaram a ser perseguidos e presos. Alguns, como o repórter fotográfico Erich Salomon, morrem em campos de concentração. Outros, para fugir deste destino, emigram. Tal diáspora leva o

modelo narrativo e de trabalho das revistas ilustradas para outros países, inicialmente Inglaterra, França e Estados Unidos. No Brasil, essa função e conceito chegam quando *O Cruzeiro* implanta as diretrizes das revistas ilustradas europeias, através da contratação do repórter fotográfico francês Jean Manzon (Leite & Riedl, 2015). A maior diferença do trabalho dos fotojornalistas ou repórteres fotográficos em relação ao feito pelos fotógrafos que os antecederam é que as imagens produzidas “deixavam de ser simples ilustração do texto e passavam a oferecer uma interpretação especificamente visual sobre os acontecimentos” (Costa, 2012, p. 316). Isso, como na Alemanha, passa a ser feito por um seletí grupo de profissionais, que se diferencia dos fotógrafos de imprensa que atuavam na época. Em entrevista à Boni (2013, p. 254), o fotojornalista Flávio Damm, que atuou muitos anos na revista *O Cruzeiro*, destaca a diferença existente também aqui no Brasil.

O que o Manzon trouxe para nós foi a implantação de uma nova imagem para o fotógrafo brasileiro, que, antes era muito mal visto, pessoas da sociedade proibiam a entrada de fotógrafos em suas festas porque eles roubavam talheres, roubavam copos e taças, roubavam toalhinhas de banheiro. [...] Comprovadamente. Eu mesmo vi alguns fazerm isso. Eles não se vestiam adequadamente, tinham um aspecto muito descuidado, especialmente pelos baixos salários que ganhavam. As condições de trabalho eram muito ruins. O fotógrafo de um jornal do porte, de um *Correio da Manhã*, por exemplo, saía da redação com uma lâmpada⁸ e ordem de fazer só uma fotografia do evento. Com o Manzon isso mudou. (Boni, 2013, p. 254)

Assim o uso de uma única fotografia ilustrativa vai aos poucos mudando para o regime das fotografias informativas e da narrativa

8. No caso, ‘lâmpada’ de flash de magnésio. Ou seja, conseguiria uma única pose em ambiente interno. Era a ‘doutrina do scoop’, descrita por Jorge Pedro Sousa.

composta por múltiplas imagens. Junto a isso o fotojornalista vai progressivamente sendo incorporado à produção jornalística, e passa a ser pautado como qualquer outro repórter, buscando sempre trazer um conjunto de imagens que posteriormente serão editadas e diagramadas em uma página, para compor o relato jornalístico visual e textual.

E como os repórteres fotográficos trazem várias imagens para a redação passa a ser necessário também que alguém escolha as que serão usadas, que as pense em conjunto com o relato textual, e que as insira dentro de uma narrativa visual na página impressa. Esse é o papel do editor de fotografias, profissional tão importante quanto o fotojornalista e o designer das páginas no universo das revistas ilustradas.

O uso de fotografias também é impulsionado pela criação do serviço de radiofoto (Fávaro, 2013) inaugurado em 1935 pela *Associated Press* e que permitia enviar fotografias através de uma linha telefônica. É interessante notar que em 1895 Mason Jackson já sentia a necessidade da invenção de meios que permitissem a transmissão rápida de ilustrações a partir de longas distâncias.

A transmissão rápida de conhecimento é um pouco prejudicial para os jornais ilustrados, porque na hora em que ele pode publicar imagens de eventos interessantes em países distantes a frescura da notícia já se foi, e a mente do público está ocupada com ocorrências posteriores. Até que algum método de enviar rascunhos pela eletricidade seja inventado a imprensa pictórica deve suportar esta desvantagem (Jackson, 1885, p. 326)

A partir de então revistas e jornais passaram a poder publicar materiais oriundos das mais diversas partes do mundo com a agilidade requerida por um público ávido por informação visual atualizada.

Mas a ascensão dessa forma de fazer jornalismo não se deve apenas aos desenvolvimentos técnicos, pois ocorre dentro do contexto de uma cultura visual já razoavelmente desenvolvida em função da circulação massiva – promovida tanto pela quantidade como pelo fácil acesso – de imagens na sociedade. E se é fruto dessa conjuntura, o fotojornalismo a realimenta e reforça quando cria a reportagem fotográfica ou fotorreportagem, que vem a se constituir numa forma inovadora de consumir imagens e se informar através delas (Figura 8).

Figura 8

Modelo de fotorreportagem criado pelas revistas ilustradas alemãs é exportado para diversos outros países



Revista Realidade (1970, pp. 52-53).

A partir dos usos que os profissionais das revistas ilustradas fazem da fotografia o status da imagem de imprensa – que com a gravura remetia à interpretação da realidade – muda, pois:

as revistas ilustradas iriam enquadrar a fotografia no discurso da veracidade, reivindicando para ela o estatuto da prova ou testemunho do real. Segundo Thierry Gervais, esse processo possibilitou a legitimação do uso da fotografia na imprensa e a substituição das qualidades pedagógicas, antes atribuídas às imagens dos semanários de atualidades, pelos valores de autenticidade da imagem fotográfica. [...] A revista ilustrada transformou a imagem fotográfica em um elemento altamente manipulável, não só do ponto de vista físico, mas também do formal e do ideológico. (Costa, 2012, p. 316)

O uso planejado da luz, da pose, a escolha do momento que melhor exprime o ponto de vista desejado, a promoção de relações por composição visual, a montagem de duas ou mais imagens, o apagamento de elementos, entre outros controles possíveis na produção ou pós-produção, passam a ser incorporados à gramática do fotojornalismo.

Do ponto de vista estético, as revistas ilustradas são fortemente influenciadas pelas vanguardas modernistas.

o que se pode observar na revista *Vu*, assim como em diversas outras revistas ilustradas, é um intenso intercâmbio entre arte e mídia, por meio da atuação de artistas de vanguarda e da assimilação da estética moderna, não apenas na fotografia mas também na diagramação. (Costa, 2012, p. 317)

Assim, dos anos 1920 até meados do século XX foi gestado um produto cultural viabilizado por uma conjunção de fatores tecnológicos, econômicos, sociais e culturais que “deu origem a um sistema midiático de características globalizadas em que as imagens, as formas e as soluções editoriais passaram a ser apropriadas e ressignificadas constantemente por revistas provenientes dos mais diversos países” (Costa, 2012, p. 322). As revistas ilustradas são a primeira mídia jornalística a se valer de um formato visual planejado e baseado em imagens técnicas.

Elas começam a perder espaço a partir dos anos 1950, tanto para a TV quanto para publicações segmentadas. Costa (2012) vê também um esvaziamento do poder de persuasão das reportagens fotográficas publicadas neste tipo de revista. Mas a forma de fazer jornalismo com fotografias, criada por essas revistas, sobrevive. O que muda é que a narrativa prioritariamente visual fica relegada a poucas e cada vez mais escassas fotorreportagens. De forma geral, a fotografia volta a atuar como coadjuvante dos textos, embora em muitos casos mantendo um papel narrativo e não meramente ilustrativo. A diagramação, que valoriza as fotografias e o próprio sentido imagético das páginas é, no entanto, mantida.

Com a ascensão das televisões, surge um novo formato de uso das imagens técnicas – o telejornal – e um novo profissional produtor de imagens – o cinegrafista ou repórter cinematográfico. Tal produção e profissionais recebem influência dos cinejornais, que existiam no país desde 1916 (Ferrazza, 2015). Seja pelo fato de que os telejornais pioneiros eram filmados em película por profissionais oriundos da ficção e do documental, ou pela própria forma de reportar os acontecimentos, a ascendência dos cinejornais foi marcante no nascimento do telejornalismo brasileiro (Silva, 2011). O hibridismo entre rádio, cinema e televisão que existia nos primeiros anos começa a se dissipar com a chegada do videotape (VT) às redações. Não necessitando mais de revelação dos filmes, as imagens eletrônicas reduziram também o tempo entre a gravação e a transmissão das imagens. O vídeo facilitou ainda a captação, por registrar em uma mesma fita magnética as informações imagéticas e sonoras. Mas como inicialmente esses equipamentos eram grandes e desajeitados a adesão massiva a eles só ocorre a partir da década de 1970

(Ferrazza, 2015). E assim como as pequenas câmeras fotográficas e o filme de rolo permitiram uma ampliação da produção imagética e o desenvolvimento de novas formas narrativas, a disseminação do VT também permite aos cinegrafistas registrar tomadas mais longas ou em maior quantidade, transformando a visualização do cotidiano nos telejornais.

E é só quando as revistas ilustradas começam a perder força que o modelo de produção fotográfica criado a partir delas – que Sousa (2004b) chama de *fotojornalismo moderno* – começa a ser usado nos jornais brasileiros. Isso se dá com a criação do jornal *Última Hora*, uma década depois da chegada de Manzon ao Brasil (Louzada, 2005), seguido logo depois pelo *Jornal do Brasil* e por outros veículos. Assim, pela primeira vez dentro da hierarquia dos jornais, os fotógrafos passam a ganhar alguma autonomia em relação àquilo que os repórteres de texto queriam ou ordenavam (Louzada, 2005).

Sobrevive, tanto no fotojornalismo feito em jornais e revistas como no telejornalismo, o desejo de nitidez que permeou o nascimento da fotografia. Isso é usado para dar ao consumidor de jornalismo uma imagem mais realista e supostamente objetiva. Incorpora-se também a afirmação modernista da fotografia direta, imagem que não podia passar por intervenções que lhe tirassem a clareza. Bebem ainda do desejo de perfeição técnica e alta definição defendidas por fotógrafos como Ansel Adams.

Tal busca, no entanto, é um valor que começa a perder importância a partir do final do século XX quando as primeiras câmeras digitais – de baixíssima resolução e péssima qualidade de imagem – são incorporadas ao cotidiano das pessoas. Houve grande resistência dos fotojornalistas em

usá-las, o que foi vencido à medida que elas foram ganhando qualidade, em que as gerações mais novas passaram a utilizá-las, e também em função da brutal redução de tempo entre captação e uso. Mesmo com a melhoria dos equipamentos, a imagem precária é incorporada ao cotidiano – e mesmo ao jornalismo – com o uso frequente de câmeras amadoras, *tablets* e *smartphones*, e principalmente com a proliferação das câmeras de segurança (V. B. de Oliveira, 2016). Podemos estar hoje vivendo um momento de transição de uma fotografia ‘aflitiva’ – aquela na qual o domínio da técnica é fundamental, pois o que se busca é a nitidez, e onde a boa fotografia está ligada ao domínio tecnológico – para outra ‘afetiva’ – que leva em conta os desejos e motivações de seu autor, e que portanto não requer o uso de equipamentos sofisticados, e onde a boa fotografia é a que melhor representa ideias, desejos e finalidades, independente de suas qualidades técnicas ou da tecnologia empregada (Silva, 2016b), inclusive dentro do jornalismo.

Paralelo a isso, na esteira da cultura visual instalada na sociedade ocidental, as fotografias e vídeos que circulam nas redes sociais ganham credibilidade muitas vezes similar ou maior que as de origem jornalística, tanto por serem um relato em primeira pessoa quanto por terem origem socialmente mais próxima que as distantes e desconhecidas – para o público – redações jornalísticas. E se as imagens amadoras ganham espaço, a repetição de cenas de apelo emocional, captadas por profissionais, acabam por perder força, e “o impacto, antes alcançado por revelar ao mundo tragédias através de imagens muitas vezes chocantes, é minimizado pela monotonia da repetição dos mesmos bordões, anestesiando o público” (Schneider, 2015, p. 53). Junto a isso, e mesmo antes da digitalização, as pessoas vão aos poucos passando por um processo

de alfabetização visual e midiática, que as leva a ter certo domínio e conhecimentos das estratégias de produção de sentido através das imagens. Transformações que levam o fotojornalismo não só a perder a influência que tinha décadas atrás como a atravessar transformações.

A Forma e o Conteúdo

Os relatos jornalísticos concretizam-se nas páginas e telas dos veículos de mídia, os quais, nas últimas décadas, têm se tornado mais visuais tanto pela ampliação dos tipos e fontes de imagens quanto pela progressiva valorização de sua programação visual. “O conteúdo dos jornais, ou seja, os enunciados continuam os mesmos, o que tem mudado é a enunciação, o modo como as coisas são ditas, e neste modo de dizer incluem-se também as formas como o conteúdo é apresentado” (Freire, 2008, p. 576). O autor destaca que a evolução do design gráfico voltado ao jornalismo tem sido feita com vistas a potencializar o discurso das notícias, organizar o conteúdo, chamar a atenção do leitor, criar uma identidade para a publicação, assim como construir sentido através do estabelecimento de relações entre o texto escrito e as diversas visualidades (Figura 9).

Mas o desenho de uma página está também relacionado à tecnologia gráfica disponível. Assim, durante o século XIX, quando o processo tipográfico era a única opção, e quando as imagens eram agregadas pela via da xilogravura ou litografia, havia uma grande limitação para a diagramação, e o texto escrito predominava nas páginas dos jornais. Textos e imagens eram geralmente impressos em páginas separadas devido às alturas diferenciadas de tipos e matrizes.

Figura 9

Fotografias dialogam com o desenho das páginas



Garrido (2010, p. E6).

Quando a retícula passa a possibilitar a impressão conjunta de textos e imagens e a rotogravura permite uma composição mais dinâmica das páginas, isso transforma o papel das imagens – principalmente da fotografia, num primeiro momento – na imprensa, possibilitando não só que fossem visualizadas nitidamente mas que viessem a ser aplicada nos mais diferentes formatos e em qualquer local da página. A rotogravura permitiu que as páginas começassem a ser *desenhadas*, o que passou a ser usado inicialmente pelas revistas. Nos jornais brasileiros isso só aparece após a reforma gráfica do *Jornal do Brasil*, que valoriza o uso de fotografias, de elementos gráficos e do espaço em branco para produzir significado e chamar a atenção do leitor (Lessa, 1995).

Mas é somente com a impressão *Offset* que essa forma de montar páginas vai se disseminar pela imprensa brasileira, a partir do final da década de 1960. De acordo com Freire (2008), o desenvolvimento da televisão foi um dos fatores que motivou as empresas jornalísticas a investir na tecnologia *Offset*, como meio para estimular o acesso dos leitores ao conteúdo publicado. Essa mudança tecnológica trouxe um efeito colateral interessante para a produção dos relatos visuais: a montagem das páginas passa a ser feita cada vez mais dentro da redação, e isso aproxima os jornalistas do produto final e os faz pensar mais no formato das notícias. Com isso, fotografias e infografias passam a ser cada vez mais usadas.

Os textos passam a ser menores e mais objetivos e dividem cada vez mais o espaço com as imagens e demais elementos gráficos. O design passa a ser agora uma exigência, diante de tantos componentes a coordenar. Outras mídias, como a televisão e as revistas semanais passam a influenciar a enunciação nos periódicos diários, pelo bombardeamento de imagens que proporcionam. As matérias passam a ser mais fragmentadas e mais ilustradas. (Freire, 2008, p. 582)

A partir da década de 1990 o desenho das páginas impressas passa a ser feito digitalmente, através de softwares específicos, e os fotolitos começam a ser impressos diretamente do computador. A diagramação digital amplia as possibilidades expressivas no jornalismo, “seja no uso maior (e melhor) das cores, seja no tratamento de imagens, seja na agilidade da edição como um todo.” (Freire, 2008, p. 583). Nessa mesma década a abertura da internet para usos comerciais – entre eles o jornalístico – leva a uma fragmentação ainda maior dos elementos dos relatos, e em função disso a

enunciação no discurso jornalístico no século XXI é bem diferente das anteriores. A organização, o apelo visual e a fragmentação dos enunciados são características básicas deste novo modo de estruturação enunciativa. Se no início o texto verbal predominava e seu fluxo era contínuo e linear, na atualidade o texto é composto pela mescla de matérias verbais e não-verbais, o fluxo da informação é descontínuo e a não-linearidade ganhou mais espaço. O design entra como elemento de organização desta leitura não-linear, com a missão de fragmentar o texto e fazer aflorar os enunciados antes amalgamados no texto compacto. (Freire, 2008, p. 585)

Tal transformação não ocorre isolada, mas carrega junto a si mudanças também na profissão, o que pode ser visto na valorização da produção de fotos e vídeos por todos os jornalistas, e não mais apenas por repórteres fotográficos e/ou cinegrafistas, ou uma maior integração do designer/ diagramador – e, mais recentemente, também de um programador – às atividades da redação e ao planejamento das pautas. O que sugere que estamos passando por um processo de aproximação entre forma e conteúdo que tem por objetivo fazer com que o discurso jornalístico seja cada vez mais potencializado pela conexão entre eles, ou mesmo por uma integração que leve em conta que conteúdo não existe sem forma e vice-versa.

Das Transformações

Mesmo sabendo que há autores que defendem a existência de jornalismo antes da invenção da tipografia (Rizzini, 1977) e que depois de seu advento existiram por muito tempo gazetas manuscritas (Barbosa, 2018), consideramos que o jornalismo, como atividade profissional e massiva de relato das atividades cotidianas de interesse humano, nasce com o emprego da técnica tipográfica que lhe dá o nome (imprensa, muito

embora a xilogravura também já se valesse de ‘prensa’ e fosse ‘impressa’). Por isso sua linguagem originária é o texto, e sua mídia primeira é a impressão sobre papel, mas em sua etimologia cabe também um certo tipo de imagem.

Passados mais de cinco séculos, o jornalismo já não pode ser chamado de imprensa sem que se incorra em reducionismo. Pois além das superfícies impressas (jornais, revistas, boletins, etc.) as notícias são veiculadas também através de telas (televisões, computadores, *smartphones*, *tablets*, óculos de realidade virtual, etc.) e transdutores sonoros (geralmente acoplados aos dispositivos de telas, mas também em rádios ou *smartspeakers*), valendo-se de textos, sons e imagens.

Os impressos permitem o registro, de forma fixa e perene, de pigmentos sobre uma superfície que os absorve e impregne. E mesmo que os traços possam ser apagados pela ação do homem ou da natureza, sua permanência ao longo do tempo é a base daquilo que hoje entendemos por documento. Ao contrário dos impressos, nas telas os traços apresentados são efêmeros, e isso possibilita que textos e imagens ganhem movimento. O caráter de verossimilhança com o mundo físico é reforçado pela presença, junto às telas, de transdutores que emitem sons que podem ser apresentados de modo sincronizado às imagens. A partir do momento em que esses dispositivos são conectados em redes bidirecionais, a distribuição e consumo de narrativas com imagens, sons e textos conhece uma capilaridade muito maior que a da televisão, estimulada também pelas possibilidades de interatividade. Além disso, a onipresença das telas em nossos bolsos, elevadores, ruas, restaurantes e numa infinidade de espaços faz com que as imagens apresentadas sejam naturalizadas, mesmo quando inverossímeis. A facilidade de

edição promovida pelo conjunto *hardware-software* dos computadores, e a ampliação sem precedentes do consumo de audiovisuais, facilita tanto a manipulação de sons e imagens quanto a produção de formatos não convencionais de audiovisuais (*timelapse*, *stop-motion*, fotovídeo, *slideshow*, etc.), que embora já existissem no mundo analógico eram menos utilizados. Nos últimos anos vimos surgir ainda o uso de telas que abrangem a totalidade da visão central e periférica humana, sob o formato de óculos de Realidade Virtual. Tais dispositivos são uma versão portátil e adaptável a computadores e *smartphones* daquilo que o cinema perseguiu a partir de meados do século XX, e que resultou, entre outras coisas, nas telas *widescreen* (Nedelcu, 2013).

E se tais óculos de RV ampliam nossa sensação de imersão visual, o fato de estarmos consumindo um audiovisual em tela limita as possibilidades de interação tridimensional, o que só se dá com a inserção do usuário em um ambiente sintético, como o dos *games*. Isso ainda está por ser explorado no jornalismo, estando, no momento em que escrevemos este trabalho, ainda restrito a experimentos com imagens holográficas ou fotorrealísticas tridimensionais.

O jornalismo está inserido nesse contexto midiático-tecnológico-cultural, sendo nele que faz circular os relatos que produz, os quais carregam uma pretensão e/ou compreensão realista do acontecimento. Mas como – ou por que – isso se mantém mesmo havendo uma seleção e restrição dos canais de percepção, além de uma seleção e ordenamento da forma e do conteúdo na captura, na edição e na veiculação das notícias? Por que o jornalismo ainda alimenta a mitologia da objetividade e da correspondência entre fatos e relatos se as notícias são codificadas pelos emissores (quem escreve, quem edita, quem fotografa, quem monta,

quem diagrama, quem pauta, quem decide o enfoque das matérias, quem decide o que será publicado, etc.) e decodificadas pelos receptores a partir de seus conhecimentos, sua cultura, suas crenças, seus valores, e dentro de um contexto específico?

Baeza (2007) elencou, há mais de uma década, seis possíveis causas para o que ele considera a crise do fotojornalismo: uma crise generalizada dos modos de representação; a suspeita, por parte dos leitores, de que os meios de comunicação favorecem grupos econômicos e políticos; o desconhecimento e a recusa de muitos jornalistas de texto no trato com imagens jornalísticas, levando-os a preferir as instrumentais e espetaculares; a ampliação do poder das agências internacionais a partir do momento em que passa a ser possível retirar fotogramas em alta resolução de trechos de vídeo; o medo crescente que os fotógrafos vêm tendo das leis e da violência; e a superexplorada prevenção frente a possibilidade de manipulação das imagens. É um cenário complexo, no qual se entrecruzam questões técnicas, culturais, profissionais, políticas e econômicas. De nossa parte, enxergamos que os itens elencados pelo editor de fotografias e professor espanhol mostram que o jornalismo atravessa transformações, que devem ser localizadas dentro de um contexto social mais amplo, e que portanto é preciso pensar o fotojornalismo nesse circuito para não sermos tentados a mantê-lo preso à necessidades ou costumes que talvez não existam mais.

Nessas duas primeiras décadas do século XXI o fazer jornalístico foi sacudido pela solidificação do uso de dispositivos digitais para a produção, circulação e consumo de mídias, bem como pela tendência convergente de certas práticas profissionais, editoriais e de gestão. Colocadas as devidas proporções, é possível enxergar similaridades

entre as transformações técnicas, culturais e econômicas que resultaram em mudanças no jornalismo do início do século XX e as que hoje vivemos. Há um século atrás o surgimento de câmeras fotográficas leves e pequenas, lentes mais claras, filmes mais sensíveis à luz e impressão de páginas como ‘imagens’ a partir da rotogravura, usados em um contexto cultural efervescente através de experimentações e hibridações estimuladas por necessidades econômicas, levaram à criação da linguagem fotojornalística. A partir dos anos 2000 o aparecimento de câmeras profissionais que geram imagens fotográficas e videográficas digitais em alta resolução, a existência de plataformas de tratamento e edição de imagens e narrativas visuais a baixo custo, bem como a criação de dispositivos que produzem, editam e publicam fotografias e vídeos com boa qualidade, comunicam-se em rede ubíqua e móvel e cabem na palma da mão, provocaram alterações substanciais nos modos de criar, usar e circular imagens e têm contribuído para o surgimento de novos formatos discursivos e narrativos, inclusive jornalísticos.

Se num primeiro momento, tais *gadgets* prometiam ocupar uma posição amadora no universo dos equipamentos de produção fotográfica, agora, com as redes de imagem, este tipo de dispositivo vem demonstrando seu potencial para protagonizar um papel muito mais influente e determinante na prática da fotografia, passível de ser comparado ao mesmo potencial que veio a reboque com o surgimento das câmeras *Leica* no início do século XX, as quais deram início ao processo de consagração do pequeno formato da película de 35 mm, o que determinou a estruturação técnico-estética da afirmação identitária do fotojornalismo moderno. (Silva, 2016a, p. 67)

Se no passado as transformações que ocorreram estavam dentro de um contexto de industrialização do jornalismo, com a definição de

rotinas, criação de funções e solidificação de valores, hoje estamos a viver um contexto no qual o modelo industrial se esvai, as rotinas vêm sendo substancialmente alteradas, diversas funções tradicionais deixam de existir, novas funções vêm sendo incorporadas, e as funções que sobrevivem têm seu estatuto modificado. Esse é um processo que tem potencial para acarretar uma transformação de valores do campo.

Mas também é importante observar que, se no início do século XX respirávamos uma cultura da imagem, que estava não somente ligada à textualidade como delimitada por ela, no alvorecer do século XXI transitamos, muito velozmente, para uma cultura visual, dentro da qual o conceito e a função do texto estão sendo redefinidos (Català, 2005). Vivemos, assim, em um contexto no qual interagem múltiplos dispositivos tecnológicos, uma cultura visual já razoavelmente desenvolvida, narrativas que constroem o lugar das imagens técnicas em nossa sociedade, interesses econômicos e geopolíticos que se valem de narrativas visuais para alcançar seus propósitos, entre outros fatores que só podem ser compreendidos em rede (Latour, 2013).

Por isso reduzir esse movimento de hibridação ao viés técnico é negar que ele já existia antes da virada digital e do boom de câmeras que fotografam e filmam. Exetuando as pioneiras experiências do início do século XX, localizamos esse movimento de reaproximação entre imagens fotográficas e cinematográficas no contexto em que é produzido o filme *La Jetée*⁹, de Chris Marker. Fatorelli (2013) destaca que essa obra exerce influência sobre trabalhos posteriores por criar uma narrativa audiovisual a partir de instantâneos fotográficos, e de uma

9. Produzido em 1962, o filme de 28 minutos, um dos marcos da Nouvelle Vague francesa, é uma ficção científica em preto e branco feito a partir de fotografias.

breve – mas importante – introdução de um curtíssimo trecho de vídeo. Essa forma original de narrar, situada entre a suspensão do instante e a fluidez do movimento regular, problematiza os limites entre as imagens técnicas estáticas e dinâmicas (Fatorelli, 2013). Em *La Jetée*, Marker se vale do uso de recursos como *zoom*, *close*, *fade* e narrativas em *off* para propor relações audiovisuais complexas, que hoje passaram a ser utilizadas em produtos audiovisuais de diversos matizes, inclusive documentais e jornalísticos.

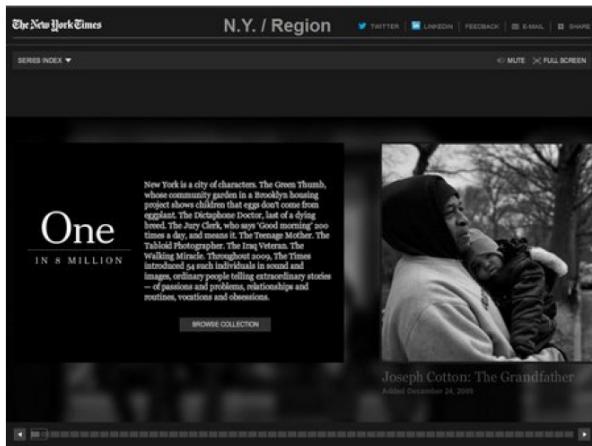
Pensando nas produções jornalísticas que se valem de tais hibridações (Figura 10), Back (2012) enxerga que elas ampliam as potencialidades narrativas, permitem criar uma conversa interativa e imediata com os receptores, bem como abrem espaço para uma postura mais autoral. Para ele “cabe ao profissional do fotojornalismo mesclar sua experiência e sensibilidade na estruturação de um material inovador para mídias cada vez mais complexas e diversificadas” (Back, 2012, p. 10), o que aponta tanto para um maior acúmulo de atividades quanto para uma maior participação do profissional na definição do discurso veiculado.

Isso amplia sobremaneira as possibilidades de produção de narrativas com o uso de imagens técnicas, uma vez que elas podem não apenas ser usadas junto a diversas plataformas como também de modos e em combinações muito variadas. E mesmo os formatos tradicionais têm se aberto a hibridações de linguagem, o que aumenta as possibilidades de produção de significado. Se algumas décadas atrás, por exemplo, o jornalismo trabalhava com reportagens fotográficas e a ficção com histórias em quadrinhos, hoje podemos ter produtos jornalísticos onde as HQs e a estória fotográfica são produzidos de forma complementar

em uma estratégia transmídia, bem como podemos criar uma narrativa híbrida que se valha de fotografias e desenhos.

Figura 10

Hibridização de fotografias com outras linguagens (One in 8 million – The New York Times, 2009)



Kramer e Mainland (2009) (página já arquivada em função da descontinuidade da tecnologia Adobe Flash).

E mesmo se o exemplo que trazemos mostre que nem todas as estratégias de comunicação precisam necessariamente passar pela internet, não podemos negar que a rede digital tornou-se o centro de consumo midiático contemporâneo. O *Digital News Report 2019*¹⁰ já revelava que mesmo antes da pandemia de Covid-19 o meio online já era a principal fonte de notícias (87%, sendo 64% via mídias sociais e os demais 33% fora delas) entre os brasileiros, seguido da televisão (73%), sendo as

10. Produzido em parceria pelo Instituto Reuters e pela Universidade de Oxford.

mídias impressas consumidas pela menor parcela da população (27%). Esse mesmo relatório mostra que as mídias online são acessadas principalmente em *smartphones* (77%) mas também em computadores (55%). Tais dados – e as informações a respeito de outros países – apontam que os usuários estão expostos a uma diversidade de fontes de notícias. E embora – principalmente em países como o Brasil, segundo o relatório – haja uma concentração de consumo em redes sociais e não diretamente nos aplicativos, sites ou blogs das instituições jornalísticas, esse é um ecossistema que possibilita maiores chances de que os usuários sejam expostos a diversos gêneros e formatos de estórias do que havia no ambiente impresso-televisivo.

A internet embaralha campos que antes estavam – pelo menos aparentemente – separados. Isso ocorre tanto dentro do jornalismo, quanto entre o jornalismo e outras áreas. Dentro do jornalismo, por exemplo, havia uma clara distinção entre telejornalismo e jornalismo impresso. Hoje, na web, uma mesma notícia pode trazer aspectos de ambos, agregando texto para ser lido e narrativa audiovisual para ser vista/ouvida. Entre o jornalismo e outras áreas – o videogame, o documentário audiovisual e a publicidade podem ser citados – há também uma hibridação de características. Algumas, como os *newsgames* são criações recentes, mas outras, como os publieditoriais, apenas explicitam práticas que já existiam. A própria noção de contaminação não é novidade nem está atrelada a questões tecnológicas, uma vez que o *New Journalism* dos anos 1960 já experimentou a aproximação entre jornalismo e literatura.

Dentro desse caldeirão, o que mantém a especificidade do jornalismo? Seria a estrutura narrativa? Ou seriam as intenções e objetivos do autor/produtor? Ou seria essa uma definição fluida, ancorada no dizer

hegemônico e na intersubjetividade? As perguntas nos interessam mais do que suas possíveis respostas pelo que apontam: a aproximação entre gêneros e formatos tradicionalmente distintos está criando novas formas de fazer jornalismo, cada vez menos rígidas, e isso provoca mudanças nos parâmetros usados para produzir, consumir e avaliar o jornalismo.

O modo de fazer jornalismo também alterou-se. Se na segunda metade do século XX repórteres fotográficos e repórteres cinematográficos tinham funções absolutamente distintas – o primeiro, atuando na mídia impressa, produzia apenas imagens fotográficas, e o segundo, atuando na mídia televisiva, produzia apenas imagens videográficas – o processo de convergência embaralhou tudo. Repórteres fotográficos passam a gravar vídeos cotidianamente, e por vezes realizam entrevistas, escrevem, tratam as fotos, editam vídeos e dirigem o carro, principalmente se atuam em redações online. Os cinegrafistas ficam isolados nas emissoras de TV, e muito dificilmente são contratados por *webtvs*, mas como andam com celulares no bolso são chamados a fotografar e comumente dirigem os veículos da redação. Repórteres passam a fotografar e gravar vídeos cotidianamente, mas por vezes assumem o processo de seleção de imagens, bem como a revisão e publicação das próprias matérias (incluindo fotos e vídeos).

Apesar de todas essas mudanças nos meios de comunicação e em nossa forma de lidar com eles veremos – se tomarmos como ponto de partida o desenvolvimento do jornalismo em seu modelo industrial que ocorre a partir de meados do século XIX – que os princípios que se consolidaram no jornalismo não mudaram muito. Continuam iluministas, ou no máximo, modernos, presos ao mundo das certezas dos documentos impressos. Nesse cenário seria difícil imaginar que os valores do

fotojornalismo e daqueles que o produzem – os fotojornalistas – houvesse mudado radicalmente, embora já existam elementos para isso.

Da Fotografia à Imagem Jornalística

Hoje fotografias e vídeos usadas nos relatos jornalísticos são captadas por diversos atores. Dentro das equipes de jornalismo isso – como veremos nos capítulos a seguir – já não é mais exclusividade dos fotojornalistas, pois também usa-se imagens recebidas de diversas fontes externas, as quais são captadas por profissionais, amadores ou câmeras operadas remotamente. Por isso compreendemos que o termo ‘fotojornalismo’ precisa ser revisado.

Diversos autores já buscaram delimitar sua significação. No entanto, a maioria destas definições levava em conta aquilo que foi feito ao longo do século XX e não abrangia as transformações em curso a partir da virada do século.

Para Baeza (2007) o termo fotojornalismo designa tanto uma função profissional quanto um tipo de imagem usada pela imprensa. No que diz respeito à função, demarca uma segmentação típica do século XX, fordista, onde cada profissional exerce uma única atividade. E comprendê-lo como um tipo de imagem usada pela imprensa afirma não apenas a especificidade de tal produção fotográfica, como também o direciona para um tipo singular de jornalismo, o impresso. A compreensão de Baeza, no entanto, ao falar de função profissional e de tipo de imagem explicita uma certa confusão ou sobreposição entre os conceitos de fotojornalismo e de fotojornalista.

De modo bastante diverso, e aberto, Sousa (2004a) sugere uma aproximação com o documentário ao propor que o fotojornalismo não

possui fronteiras claramente delimitadas, podendo tanto ser restrito às fotografias de notícias quanto aberto às fotografias dos projetos documentais.

Já Newton comprehende o fotojornalismo como “um termo descritivo para o relato de informações visuais através de várias mídias” (2001, p. 5). Mesmo enxergando que, de forma geral, esse termo se refere à mídia impressa, a autora diz que cada dia mais ele abrange também as notícias televisivas e online, que se valem tanto de imagens estáticas quanto em movimento. Nesse sentido seu entendimento é mais amplo que os de Baeza e Sousa, por englobar usos em quaisquer mídias, por considerar que as imagens em movimento também dizem respeito ao fotojornalismo, e por não associar necessariamente fotojornalismo e fotojornalistas.

Mas se a televisão é contemplada na compreensão de Newton, não foi esta mídia que promoveu a revisão da noção que ligava fotojornalismo aos meios impressos. Foi a digitalização dos meios de produção, circulação e recepção de notícias, principalmente através de redes ubíquas, que alteraram e continuam promovendo transformações no ecossistema e nos conceitos tradicionais de fotografia e jornalismo. Num mundo onde câmeras fotográficas não só fotografam, mas também filmam, editam e publicam o material produzido; onde funções profissionais são extintas, outras criadas, e as que perduram têm seu perfil alterado; onde as fronteiras entre o jornalismo e outras áreas, tais como o cinema, a literatura ou a publicidade, se tornaram fluidas e por vezes dão origem a narrativas híbridas; tais transformações impulsionam o surgimento de produtos e formatos jornalísticos que se valem de variadas combinações

entre fotografias, vídeos, áudio, texto, desenhos, interatividade, imersão e até de características trazidas de outras áreas.

Assim, compreendemos que não é mais possível enxergar o fotojornalismo como uma função profissional, pois essa seria uma visão reducionista, uma vez que além do especialista na captação de fotografias e vídeos para uso jornalístico – o fotojornalista – outros profissionais também produzem tais imagens com a mesma finalidade.

Também entendemos que o fotojornalismo não pode ser mais visto como um tipo de imagem usada pela imprensa, pois hoje os veículos jornalísticos se valem de inúmeras fontes de imagens que estão fora desse restrito círculo, como ocorre quando um jornal usa fotos feitas por um policial ou obtidas a partir de *frames* de vídeo de uma câmera de segurança, ou ainda quando imagens produzidas para a imprensa são expostas em uma galeria de arte. Além disso, houve uma ampliação gigantesca do uso de visualidades, que vão muito além das tradicionais fotos e vídeos, e isso implica em toda uma área conectada pela mesma gramática imagética, e que atua de modo complementar às linguagens textual e sonora.

Isso nos leva a defender que o fotojornalismo não pode ser mais visto como uma ilha no mar do jornalismo, mas sim que faz parte de um arquipélago que vem sendo chamado de ‘jornalismo visual’. Dentro desse ambiente maior o fotojornalismo se ocupa de captar, indexar, selecionar, tratar, editar e criar narrativas visuais com fotos e vídeos, bem como trabalhar em interface com profissionais e amadores que produzam tais imagens, de modo a construir relatos sincréticos a partir dos diversos discursos textuais, visuais e sonoros disponíveis. O que denota que suas fronteiras são fluidas, e que um profissional pode captar informações

em mais de uma linguagem e produzir para mais de um campo ou mídia a partir da mesma imagem ou série. Implica também que quando um repórter de texto captura uma fotografia ou um cinegrafista grava imagens para um telejornal, ambos estão atuando dentro do que aqui consideramos fotojornalismo. Mesmo não sendo fotojornalistas.

É dentro desse contexto que compreendemos que os fotojornalistas são profissionais especializados na captação – a partir do domínio e uso de uma gama variada de câmeras e acessórios – de fotografias e vídeos para uso jornalístico. Diferenciam-se, assim, dos cinegrafistas, que são os profissionais especializados na captura de imagens em movimento para uso jornalístico a partir de câmeras de vídeo. Apesar de se basear no tipo de dispositivo usado, tal separação é historicamente forte e tem potencial para manter-se por um bom tempo antes que possamos compreender que esses profissionais realizam funções semelhantes o suficiente para serem chamados pelo mesmo nome. Demarcamos, desta forma, que historicamente tais especializações foram se formando por caminhos diferentes, mas que hoje há sobreposições entre elas por conta das transformações que ocorreram na cultura (visual), nas atividades laborais, nos dispositivos técnicos e nas formas de comunicação humana.

Tal noção implica enxergar que estamos vivenciando um descolamento entre os conceitos de fotojornalismo e fotojornalista. Historicamente o fotojornalismo nasce junto com a criação das funções de fotojornalista e editor de fotografias, por isso a eles estava atrelado. E embora tal desligamento já viesse ocorrendo aos poucos, essa unidade vai se esfacelando mais intensamente a partir da virada para o século XXI. Isso ocorre porque o fotojornalismo se expande, passando a dizer respeito

não mais apenas a fotografias estáticas nem dependendo unicamente do trabalho de fotojornalistas e editores de fotografia.

Compreendemos, a partir da pesquisa realizada, que tal expansão leva o fotojornalismo a se relacionar com todas as produções jornalísticas que fazem uso narrativo, discursivo ou ilustrativo de fotografias e vídeos. Entretanto, vimos nesse mesmo capítulo que já não é mais possível defender a separação entre forma e conteúdo, e por isso tais produções jornalísticas não podem ser vistas nem pensadas de forma isolada da sua colocação em páginas ou telas, posto que é isso que constrói o relato jornalístico em si. Por isso entendemos que o fotojornalismo hoje tende a existir vinculado a uma área mais abrangente, que vem sendo chamada de jornalismo visual (Gynnild, 2019).

Jornalismo visual é um termo guarda-chuva que se refere aos espaços de criação visual do jornalismo bem como aos elementos específicos, ou gêneros visuais, usados no contexto dos espaços de criação visual. Como produto final de processos jornalísticos complexos, o termo compreende os elementos narrativos de uma estória que podem ser vistos ou assistidos. Os principais elementos de jornalismo visual incluem fotos e vídeos, desenhos e animações, visualizações de dados, apresentações multimídia, e gráficos. Em uma perspectiva semiótica, o jornalismo visual comunica sentido por meio de diversos signos inter-relacionados. (Gynnild, 2019, p. 1)

Isso implica que o fotojornalismo, assim como o videojornalismo, a infografia, a produção gráfica, a programação visual para *web*, e mesmo a criação de charges e ilustrações, podem ser compreendidos como fazendo parte de uma área maior, que a cada dia precisa trabalhar de forma mais interconectada. Nesse sentido o jornalismo visual engloba todas as atividades feitas com o intuito de criar relatos jornalísticos com

a contribuição de elementos visuais (fotos, vídeos, desenhos, gráficos, visualização de dados, charges, desenho de página, etc.). Tais atividades valem-se do trabalho de inúmeros profissionais especializados, tais como editores de imagem, fotojornalistas, repórteres, cinegrafistas, diagramadores, infografistas, montadores/editores de vídeo, ilustradores, chargistas, etc.

E traz ao jornalismo o desafio de incorporar todas essas visualidades como discurso – e não como complemento a um discurso –, e portanto compreendê-las com potenciais comunicativos similares aos de textos e sons, e atuando de modo sinérgico a estes. E acarreta que ao longo do tempo deve vir a ocorrer uma aproximação ainda maior entre todas essas formas de discurso visual, em prol do que lhes é coletivo.

Mas essa transformação e expansão do fotojornalismo traz dificuldades técnicas, éticas e estéticas para todos os profissionais envolvidos com a produção jornalística, e não apenas para os fotojornalistas. Observamos e ouvimos dos entrevistados relatos a respeito da dificuldade em acompanhar a rápida transformação de dispositivos, que os leva a precisar reaprender técnicas e repensar estéticas. Além disso as possibilidades que surgem ou se reconstroem promovem novos dilemas éticos, que precisam ser compreendidos sob o prisma dos valores jornalísticos fundamentais. E como os atores envolvidos na captação, edição e publicação de narrativas jornalísticas com fotos e vídeos vêm se transformando, isso faz com que tais questões não digam mais respeito apenas a fotojornalistas e editores de fotografia, mas a um grupo maior de profissionais que agora se valem das diversas imagens disponíveis.

Porque se as atividades que antes eram exercidas por um editor de fotografia passam a ser incorporadas por repórteres ou redatores

– como veremos adiante – , eles precisarão compreender e dominar também a linguagem visual (usar critérios informativos e estéticos na seleção, usar imagens que possam ir além da ilustração ao texto, etc.), assim como necessitarão pensar questões éticas ligadas às imagens (vislumbrar diversas camadas de significado imagético, compreender implicações do crédito de autoria e do tipo da imagem, etc.). O mesmo podemos pensar a respeito do repórter de texto que fotografa ou grava vídeos, pois ele precisará pensar em como captar uma imagem dentro de parâmetros informativos e expressivos, como usar recursos da linguagem fotográfica para sugerir relações com o acontecimento ou personagens, de modo a não limitar-se à produção de meros ‘registros’ ou ‘bonecos’. E vale também para os fotojornalistas quando precisam produzir vídeos ou realizar entrevistas, uma vez que deverão incorporar a seu acervo de práticas e conhecimentos, por exemplo, a produção de enquadramentos dinâmicos, o planejamento da sequência de captura, o cuidado com aspectos do áudio, ou o estabelecimento de um diálogo com o entrevistado que não se limite à mera reprodução de perguntas pré-definidas.

E se ainda temos especialistas – fotojornalistas e cinegrafistas, por exemplo – cada vez mais eles agregam novas funções, veem as tradicionais serem realizadas por outros profissionais, e precisam atuar em equipes. Mudanças que poderiam funcionar bem se fossem movidas pelas transformações culturais, mas ao serem feitas a partir de necessidades empresariais de corte de custos levam a distorções como as vistas quando uma linguagem é trabalhada a partir de pressupostos de outra, ou quando todos os profissionais entrevistados relatam ausência de tempo para realizar adequadamente suas tarefas.

Mas o descolamento entre fotojornalismo e fotojornalistas também aponta que tais profissionais especializados tendem a perder espaço dentro do jornalismo de modelo convergente porque outros atores das equipes jornalísticas (principalmente repórteres e redatores), fora delas (cidadãos que compartilham fotos e vídeos em redes sociais, profissionais – como bombeiros ou policiais – que presenciam e registram ocorrências de interesse jornalístico, etc.) ou câmeras operadas remota ou automaticamente (câmeras de segurança urbana, residencial, em veículos, de satélites, etc.) também fornecem imagens para serem usadas no jornalismo. E nesse sentido consideramos fundamental que sejam demarcadas as especificidades e diferenças entre uma imagem captada e editada por um especialista e outra feita por um generalista. Só isso será capaz de mostrar a relevância dos profissionais que atuam focados em uma linguagem específica, bem como os espaços que demandam de sua colaboração para produzir um jornalismo de qualidade.

capítulo 2



A ICONOGRAFIA

Dos Jornalistas que Produzem Imagens

Ainda que tenha sido na década de 1930 que o primeiro curso e a primeira legislação que regula o ensino de Jornalismo no país sejam criados, é somente em 1962 que uma disciplina obrigatória relacionada ao universo visual – *Técnica de rádio e telejornal* – foi instituída, e apenas em 1983 que o estudo da fotografia é incorporado aos currículos (Pereira & Santos, 2018). Isso levou o aprendizado profissional a ocorrer na prática da redação para fotojornalistas e cinegrafistas.

Se o aprendizado só pode se dar na prática, cria-se então uma situação que faz com que o ingresso no jornal dependa não apenas do

talento do aspirante, mas também da rede de conhecimentos que o futuro repórter-fotográfico consiga construir.

Uma das opções é o aprendiz conseguir um estágio, geralmente não remunerado, em um estúdio fotográfico, onde vai tomar contato com a profissão, comprar uma câmera, começar a fazer fotos e oferecê-las aos jornais. Mostrando seu trabalho tem mais chances de ser reconhecido e eventualmente contratado. (Louzada, 2005, p. 9)

Para os cinegrafistas o caminho não é muito diferente. Ferrazza (2015) mostra que esses profissionais comumente iniciam a carreira em outras atividades ligadas à televisão, e que o aprendizado profissional ocorre pela proximidade com cinegrafistas que já atuam nas empresas bem como pelo contato com o próprio ambiente laboral. Por isso para ela a aprendizagem destes profissionais é um processo relacional e social.

O primeiro refere-se ao relacionamento e ao aprendizado diário nas situações adversas em que são colocados. Elas exigem do profissional uma postura distinta e, em alguns casos, jamais antes praticada [...]. O segundo refere-se ao desafio diário e às relações de aprendizado estabelecidas, as quais são pautadas e sustentadas pela adrenalina e pela paixão profissional. Assim, os saberes desenvolvidos são estabelecidos como um sistema de ações contínuas e relacionais, intercedidas por artefatos e enraizadas em um contexto de interação. (Ferrazza, 2015, p. 124)

Isso ocorre não apenas pela existência de uma cultura profissional que comprehende o texto como mais importante que as imagens para o relato jornalístico, mas também pelo amparo jurídico que se constrói à sombra dessa tradição. Porque se para atuar como jornalista no país era exigida, do final dos anos 1970 até 2009 – quando o Supremo Tribunal Federal decide que a formação universitária em jornalismo não é necessária para solicitar registro profissional junto ao Ministério do

Trabalho – formação universitária específica, isso nunca foi solicitado para o exercício das funções de Repórter Fotográfico, Cinegrafista, Ilustrador e Diagramador. Coincidemente ou não, todas são funções ligadas ao discurso visual dentro do Jornalismo. O que sugere uma visão tecnicista do próprio campo em relação aos profissionais da imagem, pois autoriza um conhecimento meramente técnico, e que portanto deve estar subordinado às diretrizes ditadas pelo repórter de texto durante a pauta. Essa visão é corroborada por pesquisa de Aquino (2021), que analisa os principais documentos legais que regulamentam a profissão de jornalista no país, entre 1938 e 2009. Valendo-se de uma análise arqueológica do discurso, a autora conclui que a base legal comprehende o jornalista como um intelectual que produz textos, e a fotografia jornalística como uma atividade técnica que não requer formação acadêmica e cujo profissional merece um *status* menor com relação ao jornalista de texto, bem como que pode atuar em outras áreas além do fotojornalismo (ou seja, não é um profissional dedicado exclusivamente ao jornalismo).

Tais compreensões parecem ter se solidificado ao longo do tempo, e têm reflexo até mesmo na academia. Strelow (2011) mostra que o fotojornalismo, a ilustração jornalística e a programação visual para o jornalismo são áreas ainda pouco estudadas quando comparadas às demais dentro do próprio campo.

A ausência de formação universitária, principalmente específica, para fotojornalistas e cinegrafistas, contrasta com os dados obtidos por Mick e Lima (2013), que mostram que 98,1% dos jornalistas possuem formação universitária, e que destes 91,7% são formados em jornalismo. Esses pesquisadores revelam também que os veículos de mídia contratam poucos profissionais de imagem: 1,7% de fotojornalistas e

menos de 1% de ilustradores, cinegrafistas e diagramadores. No entanto, quando questionados sobre as funções que realizam, 35,4% disseram que fotografam, 18,1% diagramam e 14,1% produzem vídeos, o que leva os autores a concluir que “captar imagem ou vídeo deixou de ser uma função exclusiva de repórteres fotográficos e cinematográficos” (Mick & Lima, 2013, p. 58). Para os profissionais que atuam fora dos veículos de mídia a contratação como fotojornalista ou diagramador é menor que um ponto percentual, e a de cinegrafista sequer citada. E quando a pesquisa verifica em quais especialidades os docentes de jornalismo atuam, o fotojornalismo sequer constava da lista de opções disponíveis no formulário. Some-se a isso a inexistência de qualquer formação voltada para a atuação como repórteres cinematográficos nos cursos de jornalismo, e se terá uma boa noção da invisibilidade de tais profissionais dentro da academia. Fato que ajuda a perpetuar o *status* de inferioridade dos profissionais da imagem dentro do jornalismo.

A Formação e os Modos de Aprendizagem dos Profissionais

Ao longo da pesquisa que embasou a produção do presente texto, realizamos dois levantamentos que permitem inferir os caminhos que levam os profissionais a adquirir conhecimento específico para atuar na profissão, levando em conta tanto os aprendizados formais quanto informais relatados: aplicamos um formulário online respondido por 100 jornalistas de diversos estados brasileiros, e acompanhamos o trabalho de 12 fotojornalistas de três redações (uma na região sul, outra na centro-oeste, e a terceira na região sudeste).

Fotógrafos. Dos 12 repórteres fotográficos acompanhados na pesquisa, cinco não possuíam formação universitária, três eram graduados em Jornalismo, três em Publicidade e um é graduado em Redes de Computadores. Dos cinco que não tem graduação: dois fizeram cursos de longa duração nos anos 1990 para entrar na fotografia (um fora do país, outro num grande centro); um fez diversos cursos curtos nos anos 2000, complementados por pesquisas na internet; um iniciou o aprendizado de fotografia nos cursos de Jornalismo e depois Publicidade – ambos inconclusos – mas relatou que a maior parcela de seu aprendizado se deu de forma autodidata, no interior do país, através de livros e pesquisas na internet, nos anos 2000; e um aprendeu ‘limpando chão de laboratório’, depois exercitando revelar filmes e finalmente a fotografar, quando começou a trabalhar em um estúdio fotográfico nos anos 1980. Isso sugere uma migração do aprendizado baseado principalmente na observação e na prática para estudos, inicialmente em cursos longos (décadas de 1980 e 1990) e, a partir dos anos 2000 fragmentada em uma miríade de cursos de curta duração. Destaca também a importância atual da pesquisa autodidata via internet interagindo com cursos ou aprendizado baseado na observação.

Essa diversidade na formação era esperada, e confirma os dados obtidos através do questionário online onde, dos 98 respondentes ao quesito ‘formação’, 55 disseram ser graduados em Jornalismo, 21 relataram não ter graduação, 17 são formados em outras áreas (dois em Fotografia, Cinema, Artes e Economia; e um em Análise de Sistemas, Ciências Contábeis, Administração, Design, Rádio & TV, História, Marketing, Produção Multimídia e Publicidade), e seis indicaram ter algum tipo de pós-graduação. Apesar de não ser possível estabelecer uma relação

direta entre os profissionais que responderam ao formulário (a pesquisa era voltada a “jornalistas que produziram fotografias e vídeos em seus trabalhos profissionais ao longo do último ano”) e aqueles que acompanharam na pesquisa de campo (fotojornalistas) os dados mostram que há muitos profissionais oriundos de outras graduações ou que não possuem formação universitária, sendo este grupo possivelmente – em função do histórico da profissão – formado basicamente por fotojornalistas.

A formação universitária, independente do curso, parece contribuir no aprendizado de fotografia, embora vários a considerem apenas ‘básica’. Na época em que cursava Direito, FOTO-02 estudou fotografia e vídeo como disciplina optativa, que lhe abriu horizontes: “Depois que eu procurei essas disciplinas que eu consegui [...] ter um pouco de referência para poder pesquisar na internet” (FOTO-02, comunicação pessoal, 6 de fevereiro de 2018). Caminho diferente de FOTO-07, que já estudava Jornalismo, e contou que na faculdade teve noções do funcionamento do equipamento fotográfico: “Você entender que a fotografia trabalha com luz [...] foi bem importante [...]. Mas [...] você vai aprender mesmo fotografando todo dia, todo dia” (FOTO-07, comunicação pessoal, 7 de março de 2018). Dos três profissionais formados em Jornalismo, dois tiveram experiência profissional anterior com produção de texto, fotos e vídeo e um já no primeiro trabalho especializou-se na fotografia.

Aprendizado na base da tentativa e erro também foi detectado no uso de *softwares* de edição de imagens. Isso implica aprender o uso abrindo o programa e procurando o que cada função faz. Isso, no entanto, requer alguma noção do que se deseja fazer com a fotografia ou vídeo.

Mas a internet é hoje – na verdade já há vários anos, principalmente para as gerações mais novas – um importante canal de aprendizado.

Foi o que disse FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018), que estudou edição de vídeos e efeitos com tutoriais do *YouTube*. “Tem dúvida de alguma coisa, procura especificamente como resolver aquele problema e acumula aquele conhecimento”. Foi também pela *web* que FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) pesquisou, comprou e aprendeu a pilotar *drones*. O que mostra que os grupos online de fotografia possuem relevância também por compartilhar saberes e experiências. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) diz que seu aprendizado se deu por um misto de pesquisa na internet, conversas em comunidades *web*, e posteriormente cursos de curta duração. Nesse sentido o aprendizado ocorre quando a pessoa procura uma solução para problemas que encontra no dia a dia.

Há também o aprendizado pela observação e pela prática, junto ao trabalho, como fez FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), que começou limpando chão de laboratório, aprendeu a revelar, a fotografar eventos sociais, e só depois é que foi fazer imagens de esporte e chegar ao fotojornalismo.

O aprendizado pode se dar ainda dentro do ambiente de trabalho e atrelado àquilo que o profissional precisa fazer. FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) disse que aprendeu a fazer vídeos a partir do momento em que a *WebTV* do jornal foi implementada. “Os fotógrafos eram muito estimulados a fazer e tinham muito cuidado com a edição do vídeo. [...] Isso me atraía muito. E eu queria me inserir nisso. E aprendi meio que na marra”.

Repórteres. Todos os seis repórteres de texto entrevistados produzem fotos ou vídeos. Todos são graduados em Jornalismo. Segundo EDITOR-01

(comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) hoje todo profissional aprende um pouco a produzir imagens na faculdade. Para ele, no entanto, as empresas poderiam fornecer treinamento interno para complementar essa formação. Uma visão não tecnicista desse aprendizado foi vista na redação do sudeste, que buscou dar formação mais geral sobre uso de imagens a partir do momento em que repórteres e redatores passaram a publicar matérias no site, em função de uma série de problemas detectados no uso de fotos e vídeos.

Editores. Entre os oito editores entrevistados havia dois editores-chefe, dois editores de fotografia, um editor de caderno e *WebTV*, um editor de matérias especiais, um editor de publicações online, e um editor que coordena uma área integrada de imagem (fotografia, *WebTV*, layout de página/tela e infografia). Quatro deles são graduados em Jornalismo e quatro possuem graduações em outras áreas (dois em Design, um em Fotografia e um em História). Todos eram responsáveis – dentro da estrutura dos veículos onde atuavam – por decisões editoriais ligadas a fotografias e vídeos. A formação mais diversificada foi constatada no maior dos veículos acompanhados, onde nenhum deles tem graduação em jornalismo, o que aparentemente reflete uma opção empresarial. As entrevistas, no entanto, demarcam que todos esses profissionais, independente da formação, possuem muitos anos de experiência em veículos jornalísticos. Dos quatro editores do sudeste, três possuíam formação ligada a visualidades, e o único formado em humanidades tinha carreira profissional vinculada à fotografia. Por outro lado os quatro editores dos jornais do sul e centro-oeste – cujas atividades estavam primordialmente ligadas ao texto, embora fossem também responsáveis por decisões relacionadas às imagens – tinham formação em Jornalismo.

Montadores de Vídeo. Nenhum dos três profissionais que atuavam com montagem de vídeos possuía graduação em Jornalismo, sendo dois formados em Publicidade e outro em Letras (com curso de longa duração em Cinema). Observei que apenas a redação do sudeste contava com profissionais atuando exclusivamente na tarefa de montar vídeos. Nas demais redações pesquisadas quem faz essa tarefa atua cotidianamente em outras atividades (no centro-oeste o profissional era também responsável pela gestão do *site*, produção de *banners*, revisão das imagens publicadas e transmissões ao vivo através do site; e no sul a montagem era feita por um repórter fotográfico) e a montagem dos vídeos é uma atividade secundária ou ‘extra’.

Perfil para Contratação

Quando as redações buscam contratar um novo fotojornalista, já não basta saber fotografar. Outras habilidades são requeridas, embora o perfil dependa do porte da redação.

Tem que ter um olhar pro jornalismo, pra reportagem. Não ser necessariamente um jornalista, mas ter essa característica. É um profissional multimídia, que faz vídeo, que faz foto, que grava, que faz documentário, que transita por todos os formatos, que sabe editar o material de vídeo, principalmente. Não que ele vá fazer, mas que ele saiba. (EDITOR-01, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

Esse mesmo editor também disse que o profissional precisa ter habilidade para lidar com o ‘aspecto narrativo’ da imagem bem como iniciativa e capacidade de trazer o depoimento de um personagem ou ao menos o contato, quando não estiver com um repórter de texto. Além disso, em redações onde o fotógrafo utiliza o próprio equipamento, é necessário

ter câmera, lentes e acessórios adequados ao tipo de trabalho que pode vir a ser realizado.

EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) explica que quando contratam um fotógrafo, a habilidade em trabalhar com iluminação de estúdio e com produção (pose, luz, etc.) são um requisito básico. Em uma conversa no processo de observação, EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) fala que para avaliar o portfólio de um candidato é preciso ver ali trabalhos fotojornalísticos e, no caso específico dessa redação, retratos. “Um portfólio com fotos de índio, show, mendigo e criança não dá para avaliar o trabalho”. A ideia embutida aqui parece ser a de que nesse tipo de imagens a sensibilidade social ou artística do fotógrafo ganha destaque, mas o que um editor precisa conhecer é se o profissional consegue captar informação visual jornalística e relevante em pautas corriqueiras. Aparentemente buscam avaliar a adaptabilidade do fotógrafo a diferentes situações, o que é também uma característica desejada. Essa necessidade fica explícita no dia em que FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) mostra, em seu *laptop*, imagens editadas de pautas realizadas ao longo de mais ou menos um ano de trabalho, e enquanto as apresenta fala que independente da pauta “tem que fazer bem-feito, porque imagem ruim não é publicada”.

Quando vai contratar um repórter de texto, EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) diz que normalmente não coloca como condição que ele tenha que fotografar, mas avisa que eventualmente isso pode ser necessário.

Normalmente as pessoas já sabem. Já tá meio implícito [...]. A dinâmica do trabalho não permite que cada repórter tenha o seu fotógrafo. [...] O mercado, ele mesmo já sabe que nos [veículos]

online você às vezes tem que fazer as duas coisas. [...] O meu filtro mesmo é se a pessoa é capaz de contar uma história de uma forma razoável, se ela tem dinâmica pro trabalho. A foto entra nesse contexto. (EDITOR-04, comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

EDITOR-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) explica que prioriza os que também sejam capazes de gravar um vídeo ou fazer uma transmissão ao vivo via redes sociais, pois isso vem sendo cada vez mais necessário. Aparentemente já considera implícita a possibilidade de fotografar com o celular.

E quando contrata um jornalista para atuar na *WebTV* EDITOR-03 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) diz que procura alguém que seja capaz de captar áudio e vídeo, editar o material e publicar o conteúdo. “Sair com o celular, fazer a matéria, captar o áudio, chegar, jogar num programa de edição e fazer pequenos cortes. [...] E colocar uma vinheta de entrada e uma vinheta de saída. E pronto”. Esse perfil é contestado por EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), da mesma empresa, que acha inviável os repórteres da *WebTV* editarem os próprios vídeos.

Acho isso muito complexo na estrutura que a gente tem. [...] Como que o repórter vai parar pra editar se ele tem que estar produzindo continuamente? É um ritmo de indústria. [...] E nem todo mundo tem essa competência, a técnica mesmo [...]. Não consigo vislumbrar isso a curto prazo. (EDITOR-04, comunicação pessoal, 7 de março de 2018).

A familiaridade com a câmera e a desenvoltura para gravar ao vivo, no entanto, são consenso.

Os Modos de Relação de Trabalho Entre Veículo e Profissionais

Há diversas formas de um fotógrafo trabalhar para veículos jornalísticos. Ele pode ser contratado com carteira assinada (também conhecido como celetista por ser contratado sob as regras da Consolidação das Leis do Trabalho ou CLT), como pessoa jurídica (comumente chamado de PJ – sigla de ‘pessoa jurídica’ – ou frila fixo nas redações), como prestador de serviços eventuais (*freelancer*) ou vender trabalhos avulsos. Nesse último caso o profissional não é requisitado pela redação para cumprir uma atividade planejada no veículo, mas propõe e vende pautas que ele mesmo concebe e realizada.

Das três redações acompanhadas na pesquisa de campo, as duas menores (de caráter regional) contratavam fotógrafos via CLT. Nessas redações não foi observada a contratação de *freelancers* ou PJs, nem a compra de trabalhos avulsos. Na redação do sudeste havia doze celetistas, alguns PJ e muitos trabalhando como *freelancers*. Não acompanhamos mas presenciamos a existência de jornalistas vendendo trabalhos avulsos, fornecendo texto e imagens. Os PJs possuem uma cota anual máxima de pautas a serem realizadas por ano, mas isso não é fixo e varia de acordo com o profissional. Já os *freelancers* são contratados por um valor fixo, que em casos especiais pode ser ampliado. Os editores de fotografia controlam o orçamento da editoria, acompanhando não apenas a quantidade de pautas realizadas pelos PJ mas também a viabilidade de contratar *freelancers* ou mesmo de adquirir trabalhos avulsos.

Esse quadro, no entanto, se altera ao longo do tempo. Doze meses após o término da pesquisa verificamos a demissão de alguns fotógrafos, a contratação de outros, a redução de vagas em uma redação, e a mudança da contratação celetista para PJ em outra. EDITOR-08b

(comunicação pessoal, 9 de novembro de 2018) relata que os fotógrafos pejotizados começaram a propor mais pautas – inclusive de vídeo –, cuidar mais da produção e estar mais presentes na redação. “E reduziu custos. [...] A gente tem menos encargos. [...] Porque quando é CLT a empresa paga quase o dobro”. Sem contratação em carteira eles não terão direito a férias, adicional de férias, décimo terceiro, bem como terão de arcar com plano de saúde e previdência, direitos que estavam ligados à sua contratação celetista. Mas EDITOR-08b (comunicação pessoal, 9 de novembro de 2018) acha que compensa ser PJ em função dos frilas que podem ser feitos. O que pode ser viável no mercado de grandes cidades, e se a economia estiver aquecida, mas que pode não funcionar em mercados mais restritos ou em tempos de crise.

Se o PJ é uma forma do veículo ter um bom fotógrafo na equipe a um custo baixo, um *freelancer* pode também ser contratado por sua expertise. Foi o que ocorreu quando o jornal do sudeste escolheu artistas para realizar pautas especiais, buscando, segundo EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018), uma “imagem completamente diferente do padrão estético do JORNAL [...] que um fotojornalista aqui nunca faria”, para oferecer algo diferente ao leitor. Mas isso constitui uma exceção, e trabalhar com *freelancers* no atacado pode não trazer material de qualidade.

Hoje em dia a gente [...] trabalha com vários parceiros, que é uma galera aí que tá na rua e saí fotografando, e muitas vezes sem ser fotógrafo. E aquilo: você conta mais como registro. Resolve? Resolve. Mas normalmente quando a gente manda alguém nosso, que é muito mais bem preparado, obviamente o material é superior (EDITOR-06, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

Ele diz que os fotógrafos ‘da casa’ são mais experientes e por isso conseguem resultados estéticos e jornalísticos melhores. Por isso em coberturas importantes priorizam enviar equipe própria. “A gente sabe o que vem. E por agilidade também, de chegar rápido, de mandar, e de dar retorno. Tem uma diferença enorme” (EDITOR-06, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018).

Algumas vantagens percebidas em trabalhar com equipe própria (CLT ou frila fixo) são: qualidade estável e conhecida do material visual; possuem maior experiência; são mais ágeis; conhecem (e entregam) material dentro do padrão visual do veículo; estão conectados ao noticiário.

Mas qual a diferença, para o profissional, em ser celetista ou PJ? FOTO-12 (comunicação pessoal, 26 de abril de 2018) trabalhou durante anos com carteira assinada e, por iniciativa própria, pediu para virar PJ. Ele apresenta um ponto de vista sobre essa diferença.

Eu não sou frila, eu tenho um contrato de exclusividade no Brasil. Eu posso trabalhar pra outros lugares. [...] Foi por isso que eu optei por ser terceirizado. [...] Eu sempre tive essa vontade de propor as minhas pautas, de fazer as minhas histórias, e o JORNAL realmente sempre deu liberdade pra isso. Mas quando você é funcionário, você tá ali à disposição e você vai fazer o que pedirem pra você fazer. Tudo bem, de vez em quando você pode propor uma coisa e você vai conseguir, mas você tá preso ao que o seu chefe mandar você fazer. [...] Eu já tava lá há doze anos e falei ‘[...] quero agora começar a investir mais nas minhas estórias e fazer outras coisas pra outros lugares também’. [...] Aí tinha essas coisas de exclusividade, não pode trabalhar [...] pros concorrentes, pra agências de notícias e etc. Mas a gente poderia trabalhar pra mídia estrangeira, que no meu caso era o que eu queria fazer, e pra clientes corporativos e outras coisas. [...] Nos últimos, sei lá, cinco anos, eu posso falar que basicamente o meu trabalho sou eu que sugiro as pautas. [...] Os próprios fotógrafos eles ficam incomodados com isso porque ‘nossa, o cara só faz coisas legais’. Mas é que eu tô sugerindo,

correndo atrás, fazendo, montando os projetos, e aí as coisas rolam (FOTO-12, comunicação pessoal, 26 de abril de 2018).

Mas ele diz que questões administrativas e financeiras também precisam ser abraçadas, parte que não lhe agrada.

Principalmente negociar. [...] Faço pessoalmente. Mas é uma parte horrível. Porque você tem um envolvimento com seu trabalho muito pessoal. Então quando a outra pessoa tá negociando é como se ela tivesse tentando diminuir o seu trabalho. Mas não é. É que na verdade ela tá fazendo o trabalho dela, tentando viabilizar o produto dela. Mas eu acho muito desgastante. É uma coisa que eu não gosto de fazer mas eu faço. [...] Eu gosto da parte de conceber os projetos, de estruturar, logística, adoro fazer isso!

Ele é bastante crítico em relação ao engessamento que o trabalho em horários fixos diárias traz. Em sua fala está embutida a ideia de que cada profissional deveria executar atividades relacionadas com suas afinidades

Eu fico no JORNAL vendo... essa relação do emprego com a fotografia eu acho nociva, eu acho que não funciona. As pessoas [...] ficam desmotivadas. Essa coisa de você trabalhar por horário... você tá lá, aí você vai fazer a pauta que tiver naquele horário, independente se ela tem alguma afinidade com o seu trabalho ou não. [...] Isso não funciona. [...] A pauta não tem hora pra acontecer. Você quer fazer uma coisa legal, e ela tem que acontecer dentro do seu horário de trabalho. Isso não existe! A pauta vai acontecer quando vai acontecer! E você tem que tá disponível pra fazer. Se você quer fazer um trabalho legal, você tem que tá disponível pra fazer quando as coisas vão acontecer e não dentro do seu horário de trabalho! [...] Os talentos são desperdiçados nesse modo de trabalhar. (FOTO-12, comunicação pessoal, 26 de abril de 2018)

Nossa pesquisa não obteve o contraponto de um profissional que atuasse como celetista e já tivesse trabalhado como PJ, mas recebemos o relato de um fotógrafo que sugere que se a pauta não tem hora para acontecer isso por vezes pode trazer transtornos para a vida pessoal do profissional, e que a falta de liberdade do celetista para negociar suas pautas pode levá-lo à desmotivação.

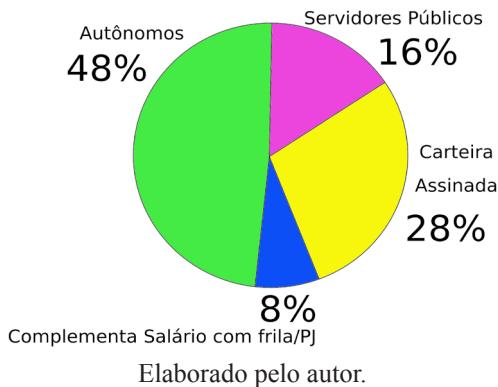
Teve uma vez, do dia 24 pro dia 25. Tudo pronto na minha casa pra fazer ceia de Natal. [...] Meus amigos vinham todos pra minha casa, [...] mas era meu plantão. Me mandaram descer pra praia [...] pra fazer chuva. Fazer estrada parada. Fiz tudo. Só que aí quando deu umas cinco horas da tarde bateu na cabeça aqui de uma secretária de redação que a gente tinha que dormir lá porque no outro dia ia amanhecer chovendo, [...] ‘e vocês vão ter que tá aí pra cobrir o que tiver’. Só que a gente falou ‘não, não tem previsão’. Não entenderam e falaram ‘vocês vão ter que dormir aí’. Eu tava todo molhado, tive que comprar roupa, cancelei jantar [...], a mulher ficou chorando no telefone [...]. Porque é muito difícil fazer as pessoas entenderem também o teu estilo de vida, e falar ‘desculpa, mas eu vou ter que ficar aqui. Você vai ter que cancelar tudo o que a gente tinha planejado aí. Por causa de uma história boba, por causa de uma coisa de ego, a gente vai ter que ficar aqui e tal’. [...] Aí no outro dia acorda ensolarado. Tu olha assim ‘p*** que o pariu’. Mas aí tu segura a onda e fala ‘beleza, tô aqui pra fazer o meu trabalho’. [...] São coisas do jornalismo, são coisas do JORNAL, que você tem que aceitar pra ficar. Senão você endoida. (FOTO-09, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

E se acompanhamos nas redações principalmente profissionais celetistas, as respostas ao formulário online sugeriram um predomínio do trabalho autônomo. Dos 100 respondentes que identificaram os tipos de vínculo, 48 são autônomos (*freelancer* e/ou PJ), 28 trabalham somente com carteira assinada, 16 atuam apenas como servidores públicos, e oito indicaram complementar a renda de assalariado ou servidor público com

atividade autônoma (Figura 11). O que sugere uma tendência à informalidade no trabalho dos jornalistas que produzem fotografias e vídeos.

Figura 11

Distribuição da forma de contratação dos jornalistas que produzem imagens (dados do formulário online)



Elaborado pelo autor.

Mas o contrato de fotojornalistas – ou o acordo coletivo da categoria – também inclui uma cláusula estabelecendo quem será responsável pelo fornecimento dos equipamentos necessários à realização do trabalho e qual a contrapartida requerida. Na pesquisa de campo observamos três modos distintos de lidar com isso. Na redação do sul os repórteres fotográficos usavam equipamento próprio e recebiam adicional de 30% sobre o valor do piso salarial estadual a título de aluguel do equipamento. Na redação do centro-oeste os repórteres trabalhavam com equipamento próprio mas o valor pago era fixo: 400 reais. Na redação do sudeste os equipamentos eram fornecidos pela empresa para os celetistas, mas eventualmente alguns profissionais usavam equipamentos próprios por

considerar os do jornal obsoletos ou inadequados. *Freelancers* e PJs atuavam com equipamento próprio, sem qualquer adicional. Para os repórteres fotográficos que passaram a ser contratados via PJ em 2018, o contrato estipulava que eles poderiam continuar usando os equipamentos do jornal durante dois anos.

Atributos Profissionais Relevantes

Ao longo da pesquisa de campo observamos algumas características relevantes para a execução de um bom trabalho, em complemento à formação, aspectos que aqui trazemos a partir daquilo que alguns profissionais explicitaram nas entrevistas.

A Paixão como Motor. Mesmo sem ganhar excelentes salários ou possuir uma relação de trabalho estável, vários fotojornalistas parecem apaixonados pelo que fazem. É o que sugere o modo de trabalhar que observamos em alguns deles, inclusive com produção de imagens fora do horário de trabalho ou mesmo em casa.

FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) diz que o fotojornalista precisa estar atento ao que está acontecendo e propor pautas a partir das imagens que capta, ou produzi-las quando sabe que serão úteis, mesmo que não tenham sido solicitadas. “Quando eu vejo que a imagem tá valendo eu já ponho no sistema e falo ‘tem uma foto’”. Ou seja, ele busca ‘vender’ aquilo que faz, avisando editores e repórteres que podem vir a se interessar pelo material.

FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) conta que em seus primeiros tempos no JORNAL chegou a bancar a realização de uma matéria, sendo reembolsado somente quando o jornal a aceitou.

Eu tentei, por três anos seguidos ir pra essa pauta e o JORNAL não topou. A última vez que eu me *emputeci*, [...] fui pra minha casa e [...] no mesmo dia [...] comprei a passagem, comprei tudo. [...] Fui pra essa viagem meio amargurado [...]. Eles não iam publicar essa história. [...] Nessa pauta eu queimei completamente minhas férias [...]. Usei tudo mas fiz.

E aí quando eu voltei eu descobri que os caras iam pagar só três mil reais. Aí eu mostrei as fotos, mostrei os vídeos, mostrei as coisas produzidas pra esse cara que falou que era um luxo. Aí o cara se empolgou [...] [e] começou a movimentar a edição disso. Demorou uns quatro meses pra editar esse material. [...] E aí publicaram no CADERNO-X, página dupla, capa. Pagaram todos os custos depois. (FOTO-09, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018).

Nesse caso específico gostar do trabalho que faz não o leva a ser menos crítico. Ao mesmo tempo, ver que o veículo não valoriza suas propostas não o paralisa.

O que todos esses exemplos trazem é que o profissional apaixonado pelo seu trabalho busca agir a partir de um ponto de vista próprio que também agrade ao veículo, para que ele possa manter-se empregado.

A Importância da Experiência. A experiência de um repórter fotográfico é algo que sempre agrupa positivamente ao trabalho. “Quanto mais experiente for o fotógrafo, melhor. [...] Ele [referindo-se a FOTO-06] consegue pensar de uma forma jornalística bem forte. Percebe quando a pauta tá caminhando pra outro lugar. Ele já se adianta e começa a fazer algumas fotos”, diz TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018).

Em uma função na qual a formação acadêmica não recebe muito espaço nos currículos a experiência é valorizada, e está associada à prática diária do fotojornalismo.

Porque você tem que ir, e tem que voltar com a foto. [...] Isso [...] te deixa muito educado [...]. Você tem que trazer o melhor recorte dessa cena. E aí, [...] quando eu chego numa cena rápida, quando eu chego numa cena de cotidiano, eu primeiro vejo [...] por onde entra e por onde sai. Como faço pra me movimentar. [...] Por onde o cara chega, por onde o cara sai. Quem é o cara. Qual que é o estilo do cara. Tem que se ligar em várias coisas. [...] O Dória tem esse costume, o Alckmin tem aquele costume, o Haddad é de outra forma. Então também tu tem que conhecer um pouco dos caras pra tu entender um pouco a cena. E com o tempo, com prática, com experiência tu começa a entender tudo isso. (FOTO-09, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

Mas isso não acontece com todos os profissionais. “O FOTO-X¹¹ [...] é o mais novo de todos. [...] Se você não falar exatamente o que tem que fazer, ele tem uma certa dificuldade”, relata TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). Ou, como explica FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018), tomando uma colega como exemplo: “Por isso que a NOME¹² vai fazer uma foto e volta com a foto, e um cara não volta com a foto. Ela já fez essa foto milhares de vezes. E o cara nunca fez essa foto. [...] Ela já sabe todo o esquema, [...] todas as nuances que pode acontecer e se prepara pra aquilo”. Mas quando se tem pouca experiência é possível contar também com a criatividade. “O FOTO-05 eu sinto [...] bastante criativo. Ele não tem tanta experiência, mas ele

-
11. Para preservar a identidade das fontes, excluirei o número dos profissionais quando relatar casos onde os colegas de redação possam identificá-los em função de alguma ação descrita. Dessa forma evito que a partir desse trecho seja possível descobrir quem é o sujeito de outras falas, por associação. Usarei a letra X sempre que possível, e por isso o termo genérico indicará diferentes pessoas. Usarei outras letras (Y, Z, A, etc.) quando quiser destacar que se trata de pessoa diferente da citada em espaço próximo, ou quando tiver duas ou mais pessoas envolvidas na descrição.
 12. Pessoas citadas pelos entrevistados terão o nome preservado, sendo tratadas sempre como NOME.

cria coisas diferentes”, relata TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) de um colega.

A Responsabilidade Profissional. FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) contou uma estória que ilustra bem a responsabilidade que um fotojornalista precisa ter em pauta.

Fui fazer um plantão [...] num prédio que tinha desabado. [...] E aí tava pra tirar o oitavo corpo [...] de baixo dos escombros. Tava demorando pra c*****. Passei a madrugada inteira no plantão, esperando o corpo sair, e não saía. A NOME, fotógrafa do JORNAL, [...] falou ‘ó, já tô indo, pode sair daí’. E eu confiei e saí. [...] Voltando pra casa [...] quando eu tô ligando o rádio eu vejo [que] acabaram de achar o corpo. Aí ligo pra NOME: ‘e aí, tá aí?’. ‘Não, nem cheguei ainda e tal’. [...] Perdi a foto. É minha responsabilidade.

Esse caso mostra a relação em rede que existe no jornalismo, onde os erros e acertos de um profissional refletem na equipe com quem ele atua.

Polivalência Versus Multitarefa

O processo de convergência da produção de imagens jornalísticas ocorre dentro de uma transformação maior, que é a transição do modelo de produção fordista para o pós-fordista nas empresas jornalísticas. O primeiro é baseado na “produção massiva para consumo massivo, fragmentação do trabalho, especialização de tarefas, padronização de procedimentos, jornada fixa de trabalho e remuneração *pro rata*¹³” (Fonseca, 2005, p. 248), enquanto o último se anora na polivalência funcional, no controle da qualidade e da produtividade e na remuneração

13. *pro rata* significa uma remuneração proporcional ao tempo trabalhado.

pessoal baseada no desempenho. “Flexibilidade é a expressão-síntese, definidora dos novos tempos”, diz Fonseca (2005, p. 259). No modelo fordista, característico do século XX, cada profissional executa uma única e bem definida função, e apenas os trabalhadores de cargos gerenciais (editores, na indústria jornalística) é que têm acesso ao caráter geral do produto. Esse modelo passa a se transformar em fins do século XX com a busca empresarial por redução de custos, sendo alavancado por equipamentos convergentes, bem como pela chegada ao mercado de um contingente de jornalistas formados em cursos universitários e que não só recebem formação para atuar nas diversas mídias disponíveis como também são oriundos de gerações que cresceram usando tecnologias digitais e consumindo uma diversidade de formatos midiáticos.

Hoje o que se observa nas redações são profissionais que possuem uma função fixa (por exemplo, ser repórter fotográfico) mas que agregam outras (realizar entrevistas ou produzir vídeos). Por isso, quando nos referimos a um modelo pós-fordista falamos de um processo de trabalho no qual cada trabalhador atua, na prática, em diversas funções.

Flexibilidade, a ‘palavra mágica’, definidora do regime de acumulação em vigor, está presente em todas as formas de manifestação da vida social [...]. Na redação jornalística, expressa-se na polivalência funcional, no padrão multitarefas, o que significa que o jornalista – mesmo ocupando preferencialmente um determinado posto de trabalho na linha de produção, como o de editor ou de repórter – poderá ser chamado, a qualquer tempo, para a execução de outras funções, e precisará estar prontamente habilitado para isso. (Fonseca, 2005, p. 273)

Essa reestruturação passa por uma série de outras transformações, como a participação de trabalhadores assalariados e *freelancers* e o

aumento da carga diária de trabalho dos jornalistas – mesmo que à revelia da lei – em função do acúmulo de tarefas provocado pela extinção de funções e pelo enxugamento das equipes.

Há exemplos extremos disso. Em 2013 o jornal norte-americano *Chicago Sun Times* virou notícia ao demitir toda sua equipe de fotojornalismo e deixar a cargo dos repórteres de texto a captação de fotos e vídeos. A demissão dos 28 profissionais de fotografia foi idealizada pelo consultor Tim Knight, que já havia feito o mesmo, anteriormente, no *Newsday* (Silva Júnior, 2014). Isso demarca um fetiche pela tecnologia que desconsidera diferenças entre as linguagens textual e imagética. Ignora também a oposição que Flusser (2011) traça entre fotógrafos e funcionários – ou seja entre aqueles que buscam superar os limites técnicos do equipamento buscando expressar-se e aqueles que apenas dominam (ou às vezes nem isso) os comandos do aparelho –, e o fato de que é necessário codificar em imagens os conceitos, ideias ou informações relativos à notícia. Para Silva Júnior, esse acúmulo de funções pressupõe ou que os repórteres irão, de modo progressivo e intuitivo, se adaptar às linguagens e às técnicas visuais, ou então que haverá necessidade de algum investimento em formação teórico-prática.

Mas se o caminho do *Chicago Sun Times* e do *Newsday* não é a regra, observa-se que grande parte das redações já pede que seus repórteres acumulem cada vez mais funções, o que os leva a gravar vídeos, gravar áudio, entrevistar, escrever, dirigir o carro da redação ou realizar outras atividades. Isso implica que não basta ter destreza profissional e capacidade de adaptação. É necessário saber lidar com outras gramáticas e sistemas tecnológicos, bem como com o escasso tempo para fazer tudo.

A polivalência passa a ser um denominador comum, nada mais que uma condição precedente e necessária para se situar no mercado de trabalho. Fotógrafos em modo fordista, quer dizer, com uma única tarefa, para um único tipo de veículo, progressivamente passam a ser uma espécie em extinção com seus últimos exemplares vestigiais ainda em exercício. Em um mundo multiplataforma, multimídia, o que justificaria o profissional não ser multitarefa? (obviamente se exclui a possibilidade de multisalários!) (Silva Júnior, 2014, p. 62)

É, no entanto, importante, diferenciar polivalência de multitarefa. Ser *poli* (vários) *valente* (capaz) significa ter múltiplas habilidades, possuir diversas capacidades. Salaverria e Negredo apontam que o trabalhador polivalente é aquele que está capacitado a atuar em diferentes linguagens e para diversas mídias, o que é uma tendência a todos os jornalistas formados em cursos universitários, ao menos potencialmente. Por outro lado ser *multi* (vários) *tarefa* (atividade) é executar diferentes atividades. O que implica que o trabalhador multitarefa é aquele que realiza diversas e diferentes tarefas. No caso jornalístico pode ser visto no repórter que entrevista e fotografa ou que grava o vídeo e faz a entrevista. E embora os autores que consultamos (Lenzi, 2015; Lopes, 2018; Salaverriá & Negredo, 2008; Silva Júnior, 2014) não façam distinção entre os dois termos, considerando-os como sinônimos porque “na prática, o que se estabelece é a exigência que os trabalhadores [polivalentes] sejam multifuncionais” (L. M. Souza, 2007, p 153), enxergamos que a diferença é relevante e deve ser levada em consideração porque as origens e os potenciais destes conceitos são diversos.

Ser polivalente, ou seja, possuir diversas habilidades, é um atributo profissional ligado ao processo de aprendizagem do trabalhador. Nesse sentido a polivalência é um requisito para a multitarefa.

Esta última, no entanto, está longe de ser um atributo, e deve ser compreendida como uma exigência profissional. Assim, valendo-se de um ambiente tecnológico convergente e de uma massa de trabalhadores polivalentes, muitas empresas optam pelo redesenho funcional que resulta em acúmulo de funções. Lenzi mostra-se preocupado com este caminho, posto que

a busca pelo repórter super-homem pode fazer com que empresários e gestores exijam que um único profissional cumpra funções antes realizadas por mais pessoas; e, ainda, de que jornalistas encarem esse desafio diante do risco de perder os empregos, mesmo que para isso reduzam a qualidade técnica do material final ou até mesmo a intensidade do trabalho de apuração ou checagem. (2015, p. 7)

Para Salaverria e Negredo o jornalista multitarefa tem suas atividades valorizadas mais pela quantidade do que pela qualidade. “Este modelo destrói a especialização técnica e gera produtos textuais e audiovisuais necessariamente mediocres” (Salaverria & Negredo, 2008, p. 76). Quem perde com isso, além do próprio jornalista, é a informação jornalística, que fica empobrecida na forma e no conteúdo.

O que tanto a formação polivalente quanto o trabalho multitarefa apontam é que o espaço para especialistas nas redações parece estar encolhendo. O saber verticalizado daquele que conhece a fundo uma área ou linguagem está dando lugar ao conhecimento horizontalizado dos profissionais que sabem um pouco de muitas áreas e linguagens, e que agregam competências de trabalho em equipe, na qual podem ocupar distintas funções. Transformação que é compatível com a mudança de um modelo de produção fordista (linha de produção em série) para outro pós-fordista (células de produção).

Cabe ainda discutir qual o grau de polivalência – ou seja, de conhecimento transversal – é necessário para que um jornalista atue de modo multitarefa. Pois isso pode ser bastante mascarado pelas facilidades tecnológicas embarcadas nos equipamentos digitais, que recebem apoio de softwares para a realização padronizada de certas atividades. A fotografia e a gravação de vídeo são bons exemplos, uma vez que hoje praticamente todos os jornalistas possuem câmeras em seus *smartphones*. Isso equivaleria a dizer que todos são polivalentes, apenas porque sabem como acessar e usar o aplicativo de captura de imagens? Ou a polivalência necessitaria de um grau de conhecimento mais focado na produção de discursos visuais? Ao que tudo indica, as empresas compreendem que alfabetização (saber *ler* e *escrever* em determinada linguagem) e letramento (conseguir usar socialmente e responder às exigências de *leitura* e *escrita* em uma determinada linguagem) são sinônimos. Nesse sentido quando 1,7% dos jornalistas é contratado como repórter fotográfico mas 35,4% fotografam (Mick & Lima, 2013) *funcionários* podem estar sendo tomados por *fotógrafos* (Flusser, 2011), levando não apenas ao empobrecimento dos discursos e narrativas visuais como a uma ampliação das leituras indesejadas do ponto de vista da compreensão da notícia.

Mas há ainda a diferença das linguagens visual e textual, bem como do conjunto de saberes relacionados à expressão em cada uma delas. E a menos que o repórter domine também os códigos de representação visual, fotografará e gravará vídeos a partir de percepções, valores e repertórios próprios do mundo textual. “O mesmo fenômeno pode ser visto, e fotografado, com repertórios da observação diferenciados, que, por sua vez, geram interpretações visuais distintas” (Silva Júnior, 2014,

p. 66). O autor comprehende que está em curso um processo de *reorientação epistemológica do fotojornalismo*, que vem ocorrendo a partir de diversas frentes de pressão que juntas impulsionam a reestruturação atualmente em curso. Ele cita a estabilização da cultura e tecnologia digitais no campo da fotografia (que trouxe um crescimento nunca antes visto da produção imagética amadora), a desintermediação da produção simbólica (que permite às redações ter informações sem – ou com um número menor de – profissionais) e o cenário de convergência das redações jornalísticas (que passam a requisitar a polivalência profissional mesmo quando isso é feito por motivações de ordem econômica). A reversão desse processo, argumenta Silva Júnior, requer um esforço por parte dos repórteres fotográficos que deveriam reconhecer que é necessário ocorrer um incremento da qualidade editorial de modo a se diferenciarem significativamente da produção amadora ou dos bancos de imagens, e requer tempo pois para isso ocorrer “é preciso engendar uma política ampla de conteúdos, práticas, repertório e criatividade capazes de reoxigenar a cadeia produtiva da fotografia de imprensa” (Silva Júnior, 2014, p. 70).

Polivalência. A formação dos profissionais que acompanhamos durante a pesquisa se mostrou polivalente, ou seja, eles são habilitados – por formação universitária, por cursos ou por estudo autodidata – a atuar em diversas funções. Em alguns casos essa formação pode ocorrer a partir do momento em que é necessário realizar uma nova atividade, por escolha ou necessidade.

Talvez por isso não tenhamos recebido nenhum relato explicitamente contrário à polivalência. No máximo, críticas, como a feita por

EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), para quem “as pessoas ainda saem da faculdade focadas em produzir texto. E o resto elas vão pegando no dia a dia”. Para ele isso leva os jornalistas a pensar de modo compartmentado: ou em vídeo, ou em foto, ou em texto.

O que mostra que as funções tradicionais do jornalismo foram conceituadas a partir de uma noção monovalente, ou seja, da realização de uma única atividade. A chegada de profissionais polivalentes às redações, desacompanhada da devida reflexão a respeito de seus limites e possibilidades, pode levar a atividade profissional para o extremo da multitarefa total.

Esses conceitos de cinegrafista, de repórter ou de... vão se perdendo. Acaba virando tudo uma coisa só. [...] um profissional multimídia. A missão dele é passar a informação seja ela como que for. Se eu estou no momento que o fato está acontecendo, eu não vou ignorar de fazer um vídeo porque eu não sou cinegrafista. (TEXTO-01, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

Mas a polivalência não serve apenas à atuação multitarefa. Ela pode ser útil para que os profissionais mudem de área dentro da mesma empresa ou ao longo de sua vida profissional. EDITOR-08a (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) diz que antigamente a movimentação interna só era comum para profissionais do texto, que trocavam de editoria. Hoje esse modelo de adaptação tem sido importante dentro da EDITORIA VISUAL do veículo do sudeste onde um profissional que tratava imagens passou a ser programador, um infografista tornou-se montador de vídeos, e mesmo onde um tratador de fotos é deslocado temporariamente para atuar na equalização de cores de vídeos. “A gente começa a descobrir que por ter sensibilidade visual você consegue

também ir em outras áreas. [...] E um começa a compreender o outro” (EDITOR-08a, comunicação pessoal, 6 de abril de 2018). Tal entendimento mútuo citado pelo editor parece ser potencializado por uma formação polivalente.

EDITOR-08a relata também que a EDITORIA VISUAL tem atuado no sentido de propiciar formação imagética para os jornalistas que trabalham com linguagem textual, promovendo a polivalência mesmo que o objetivo final seja a atuação multitarefa. Ele relata que os jovens têm mais facilidade para se engajar na produção ou uso de discursos visuais, mas que também jornalistas mais experientes buscam esse conhecimento. O que pode estar relacionado com o fato de que os jornais hoje não necessitam tanto de profissionais especializados em uma única linguagem, mas de jornalistas que transitem por diversas delas.

Multitarefa. Cerca de um terço dos 99 respondentes (33) ao formulário online aplicado durante nossa pesquisa disse produzir fotos e vídeos desde que separadamente; pouco mais de $\frac{1}{4}$ (27) disse que só faz fotografias (17) ou que não é possível fotografar e captar vídeo na mesma saída (10); cerca de 20% (20) disse transitar sem problemas entre a foto e o vídeo na mesma pauta; e pouco menos de 20% (19) disse preferir evitar fazer fotos e vídeos na mesma pauta (Figura 12). Nos comentários a esta questão foi apontado que o acúmulo de atividades paralelas: (1) faz cair a qualidade do trabalho; (2) deveria corresponder a um acúmulo de remuneração; (3) interrompe o fluxo de interação com a fonte; (4) dificulta pensar em um roteiro para a narrativa; e (5) gera a necessidade de ter cartões de memória mais rápidos (para gravar vídeos em alta qualidade), que são mais caros. Houve também comentários

favoráveis (à possibilidade) e contrários (à necessidade) de acumular atividades. De um lado profissionais dizendo que essa é uma tendência irreversível e que não vê isso como um problema. De outro, jornalistas indignados com os colegas que realizam mais de uma atividade.

Figura 12
Produção de fotos e vídeos (formulário online)



Elaborado pelo autor.

Durante a observação de campo recebemos relatos de alguns profissionais a respeito desse acumulo. TEXTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) contou que em um dos primeiros veículos onde trabalhou após terminar a graduação “batiam muito na tecla que nós tínhamos que ser multimídias, que a gente tinha que saber gravar com celular, [...] com pau de *selfie*”. Ou seja, em primeiro lugar essa é uma defesa empresarial, no sentido de que economicamente é interessante ter trabalhadores que atuem em diversas frentes.

No primeiro mês que eu tava aqui no JORNAL a chefe da *WebTV* falou assim ‘aqui você tem que saber fotografar e filmar’. E aí no começo a gente tem aquela resistência, né. Que a gente acha que o

trabalho de vídeo é do cinegrafista e o trabalho de foto do fotógrafo. Foi difícil quebrar isso. [...] Os meus colegas de rua, quando veem a gente [...] fazendo, rola aquela chacota, né, a brincadeirinha. [...] ‘Você virou cinegrafista?’. Ou tipo assim ‘ô lôco, hein, devia ganhar dois salários’ ou essas coisas... ‘Para de fazer. Se você não parar de fazer o pessoal vai acostumar’. [...] Tem uma luta da classe. Dois trabalhos ao mesmo tempo. Mas a gente tem que se adequar. Se enquadrar ao serviço. Porque o mercado de trabalho tá tão competitivo. (FOTO-05, comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018)

Mas há também jornalistas que defendem a importância em poder realizar uma cobertura jornalística com todas as ferramentas que tiverem à mão. Para FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) “se uma pessoa consegue fazer três coisas bem, se ela sabe fazer as três coisas, então ela pode fazer as três funções tranquilamente”. TEXTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) aborda isso até de forma mais explícita. “Se eu tenho a possibilidade de fazer um vídeo, uma foto, eu vou deixar de fazer?”.

Vimos isso durante o processo de observação de campo, por exemplo em uma matéria que usava duas fotos de uma ‘fotógrafa’ que não era da equipe. Descobrimos que a imagem havia sido feita por uma repórter de TV do mesmo grupo que passou por um acidente quando estava a caminho da redação. Ela fez várias fotos e um *take* de vídeo, enviando o material no grupo de *Whatsapp* dos profissionais do jornal e da TV. A matéria, feita por um redator, usou duas das fotos enviadas.

Alguns críticos a essa atuação em múltiplas linguagens avaliam que ela deveria receber contrapartida financeira. Já outros consideram que a questão vai além do salário, porque o acúmulo de funções leva os profissionais a precisar fazer tudo em menos tempo, podendo reduzir a qualidade do produto e gerar stress.

É quase uma coisa de revolução industrial, né? Você, tem mais tarefas pra executar no mesmo tempo de antes. Esse tempo teria que ser revisto. E a questão da remuneração também. Tudo bem fazer várias coisas, desde que eu seja remunerado pra fazer várias coisas. O problema é que se remunera pra fazer uma e se inclui duas, três. (EDITOR-04, comunicação pessoal, 7 de março de 2018).

Há ainda a questão do acúmulo, em um único profissional, de funções que antes eram exercidas por diversos trabalhadores. Isso é visto quando uma empresa, invés de contratar fotojornalistas, compra celulares para os jornalistas e determina que eles passem a gravar vídeos e fotografar. E embora a maioria dos jornalistas que observamos aceite passiva ou alegremente tal encargo, há os que se recusam a fazê-lo. “A NOME raramente faz. Ela fala ‘eu não sou fotógrafa, eu não sei fazer foto’. A TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) já faz, e fotografa muito bem, inclusive” (EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). Mas embora esse editor considere mais fácil que um mesmo profissional faça texto e fotos do que captar vídeo e estar à frente da câmera, relata que isso não é consenso entre os repórteres.

Eles reclamam [...] ‘como é que eu vou fazer uma enquete e fotografar a pessoa? Como é que eu vou fazer uma entrevista e fotografar a pessoa? Não vai ser espontâneo’. [...] Eu já acho que dá pra você falar ‘olha, faz de conta que eu não tô aqui e segue o seu trabalho, [que] eu vou fazer uma foto sua’. [...] Mas é muito pessoal isso. (EDITOR-04, comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

Na redação do centro-oeste acompanhamos o trabalho de TEXTO-X, repórter que pauta, capta, monta e veicula as próprias matérias, em

vídeo. Ele gravava as imagens usando uma câmera *GoPro*¹⁴ – por vezes acoplada a um spot de iluminação para uso noturno – presa a um pau de *selfie*, e um *smartphone* para captar o áudio. Todos os equipamentos eram do jornal onde atuava. Antes de começar a gravar observava a direção da luz, para que ele e os entrevistados – que ficavam lado a lado – estivessem bem iluminados. TEXTO-X conta que gravar sozinho foi a maneira que encontrou para fazer seu trabalho à noite e de madrugada, uma vez que os repórteres fotográficos trabalham durante o dia.

Eu entendo os meninos [fotojornalistas] hoje. Na época a gente ficava meio de cara e falava ‘ah, que mancada, ninguém está comprando essa ideia’. [...] Só que [...] os caras trabalhavam o dia inteiro e ainda vai ter que amanhecer [...] com você numa balada. Aí quem podia ia tirando o corpo da reta. [...] Todo show ia um. [...] Porque a gente não enxergava que dava pra fazer sozinho. [...] Até que um dia começou a parar de ir [...]. Aí eu falei ‘ah, quer saber? Eu vou resolver isso aqui sozinho’. Aí eu vi que tinha um pau de *selfie* perdido aí, e a gente tinha o celular. [...] Aí eu gravei o vídeo com o celular. [...] Aí saiu todo mundo sem cabeça. [...] Era muito difícil. [...] Eu comecei a me arrepender [...]. Porque quando vai alguém é mais fácil, né. Porque a pessoa tem uma visão, faz imagem de apoio boa pra você. [...] Mas eu comecei a fazer mais sozinho porque você entende os meninos [...]. É um desgaste físico. [...] Tem artistas que eu cheguei dez horas da noite na porta do camarim do cara e saí cinco e meia da manhã. Porque o cara é estrela, mala, ele vai te atender na hora que ele quiser. E aí, você vai embora? [...] Se eu tivesse vindo embora eu não teria um vídeo de um milhão e duzentos mil *views* (TEXTO-X)

14. Ele explica que tentou gravar com um *smartphone* mas que não acertava o enquadramento, já que não podia usar a câmera frontal, de baixa qualidade. Com a *GoPro* as entrevistas sempre caem dentro do quadro, pois a grande angular da câmera compensa erros de posicionamento.

Mas ele lembra que no dia em que fez esse vídeo não estava sozinho, porque a editora que lhe incentivava também lhe auxiliava em algumas produções. E diz que preferiria trabalhar em parceria.

Quando ela vai é melhor, porque você tem duas pessoas tendo a visão daquilo [...]. Coisas que às vezes você não vê, que a outra pessoa te dá um toque. [...] Quando vai fotógrafo é bem melhor. [...] Com o pau de *selfie* [...] cem por cento tá na sua conta. [...] Quando os caras vão é mais tranquilo, até porque [...] tem lugares que [...] você chega tipo, no meio da festa pro fim, tá todo mundo meio com álcool na cabeça e te vê. Agora pensa, um monte [...] de molecada vindo de uma vez assim, e você com pau de *selfie*. Já aconteceu uma vez de ter que segurança intervir [...]. Aí se eu tô com fotógrafo já é diferente, que os caras já não pegam, não tocam. Porque o complicado é que eles pegam no pau de *selfie* [...]. Teve um vídeo, que [...] [a] mina [...] sobe num banco atrás de mim... eu fui ver isso depois, na edição [...] me deu uma gravata, me abraçou. (TEXTO-X).

Além de ocorrer no trabalho de apuração, muitas dessas atividades múltiplas se dão também dentro das redações. Em um feriado prolongado que acompanhamos no veículo do sudeste vemos que os poucos profissionais que estão de plantão realizam funções diversas daquelas que executam no dia a dia. Há infografista tratando fotografias, editor diagramando, pauteiro montando capa, fotógrafo editando fotografias. Com a equipe reduzida, todo mundo faz de tudo. Isso só funciona porque eles possuem as habilidades necessárias para fazê-lo. E caso não fosse possível levaria a duas hipóteses: ou as notícias online não circulariam naquele dia (e a edição impressa não sairia no dia seguinte) ou haveria necessidade de um grupo maior de profissionais trabalhando no feriado.

Na redação do sul a editora de fotografia deixou o veículo cerca de um mês antes do início da pesquisa, e o cargo foi absorvido por um dos

fotojornalistas. Na avaliação de DIAGRAMADOR-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) isso implicou em perda, porque o atual editor “não tá só nisso. E ela ficava só nisso. Essa é a diferença. Ela ficava o dia inteiro [...]. Ele às vezes bota vinte fotos [na pasta da matéria a ser diagramada]. Por isso que eu tenho que escolher. Ela botava quatro” diz, referindo-se ao fato de que muitas vezes é o diagramador quem escolhe a foto usada na matéria. Durante o período de observação DIAGRAMADOR-01 já havia comentado que na época em que havia um editor de fotografia exclusivo na função também ocorria maior integração entre as fotos e a diagramação.

Mas é importante perceber que a multitarefa não é um *modus operandi* exclusivo dos jornalistas, ou mesmo dos trabalhadores, e sim uma forma contemporânea de fazer as coisas. Nossa vida cotidiana é cada vez mais fragmentada, e estamos nos acostumando a iniciar uma nova tarefa antes de completar algo que estávamos fazendo. Estamos vivendo, assim, em modo multitarefa, e que isso não necessariamente é um problema, a menos que a quantidade delas seja incompatível com o tempo que temos para realizá-las, ou que alguém se aproveite dessa capacidade para nos explorar economicamente.

Experimentação

A cada dia surgem novos dispositivos técnicos, novas formas de contar estórias, novos meios de fazer circular a informação visual. Para que os profissionais se mantenham minimamente atualizados eles precisam continuamente experimentar essas novidades. Mas nem todos são abertos a isso, porque demanda tempo, algum estudo, e por vezes investimento de capital.

A experimentação foi, para FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018), um fator importante tanto para aprender a produzir vídeos quanto para criar matérias com imagens em 360 graus. Ele diz que gosta de testar as inovações para captar o que têm de melhor nelas. “Como não tem muito tempo para estudar, então tem tempo para experimentar em campo, *in loco*, e ver o que dá certo, o que não dá, o que é legal, o que não é”.

Na redação do sul acompanhamos uma tentativa de produzir vídeos curtos da previsão do tempo. Era um projeto pessoal de dois profissionais, que buscavam convencer o editor-chefe da relevância da produção. A grande dificuldade era o escasso tempo disponível. A ideia era fazer programas semanais que iriam para o site às sextas-feiras. Eles fizeram vários programas-piloto. “O primeiro eu piscava demais, porque a luz do sol batia. [...] O segundo tinha vento. O terceiro a gente ficou com muita sombra. A gente foi testando” relata TEXTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Ela encarou isso como um processo de aprendizado, e disse que não desistiu porque acredita haver espaço para esse tipo de programa no site do jornal. A experiência também é interessante por mostrar o espaço e as dificuldades para que repórteres proponham novos produtos.

TEXTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) argumenta que as experimentações que faz com produção de fotos, bem como com gravação – inclusive ao vivo – e edição de vídeos, funcionam como uma espécie de ‘laboratório’ que lhe permite treinar e agregar conhecimento. “Eu gosto de fazer exatamente nesse sentido, de ir experimentando o que funciona e o que não funciona. A cada transmissão eu vou aprendendo um pouquinho”.

Na redação do centro-oeste a editora-chefe, inspirada no G1, tentou fazer com que todas as matérias tivessem texto e vídeo. Mas a tentativa não trouxe bons resultados e foi descontinuada. Isso sugere que as experiências podem partir daquilo que outros veículos fazem. A ideia parece não ter ido adiante também por falta de estrutura.

Eu acabei abandonando a ideia porque é trabalhoso. [...] Às vezes o repórter já tá lá na rua fazendo outra coisa e os de texto estão ocupados. No fundo eu acho que é esse o grande entrave: é o tempo que a gente não tem de poder fazer essas coisas realmente serem conexas. EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

A necessidade pode ser também um excelente motor para a experimentação, como foi o caso do repórter que passou a gravar seus próprios vídeos porque não podia contar com fotógrafos para acompanhá-lo nas pautas durante a madrugada, como relatamos acima.

O processo de edição e publicação também é aberto a testes. A falta de hábito em fazer esse trabalho ou mesmo de conhecimento da linguagem visual leva muitos profissionais a experimentar para ver o que funciona e o que não. Uma repórter explica como distribuiu as fotos em uma matéria.

Eu sempre faço assim: tem uma maior, aí eu vou quebrando o texto, esquerda, direita. E teve uma vez que eu coloquei [...] a grande, aí eu coloquei umas três, uma embaixo da outra. E ficou diferente o leiaute [...]. Causou – acho que – um estranhamento positivo. [...] Mas eu acho que falta um pouco mais, assim. (TEXTO-05, comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018)

Para ela a correria do dia a dia tem muito a ver com esse pouco espaço de experimentação, ou mesmo de compreensão técnica a respeito

do que está sendo feito (e que ela exprime ao dizer que ‘falta um pouco mais’), tanto pela falta de tempo quanto pelo medo de errar e ter de refazer o trabalho em meio a essa correria. Diz, no entanto, que em algumas matérias se permite experimentar ou busca estar mais atenta aos detalhes, inclusive visuais.

Quando eu fecho em casa. Porque tem essa possibilidade também [...]. E aí eu faço [...] sem aquela pressão. Eu nem colocava hora extra. [...] Foi uma opção minha. [...] Eu tinha tempo pra analisar, pra degustar o texto, a forma, a melhor foto. E aí hoje quando eu olho as minhas matérias que eu fiz isso, pra mim são as melhores. (TEXTO-05, comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018).

A experimentação pode ser muito interessante quando se cria novos produtos ou renova formatos. EDITOR-08b (comunicação pessoal, 9 de novembro de 2018) conta que ao longo da mais recente revisão do projeto gráfico do jornal impresso e site buscaram conversar muito com os editores, perguntando o que gostariam de fazer, e ir testando essas opções no dia a dia. A partir de tais sugestões inseriam elementos ou ferramentas novas no projeto antigo, para testá-las. Durante cerca de um ano fizeram essas experiências, sempre buscando no dia seguinte as reclamações dos leitores. O processo serviu não apenas para testar e validar as ideias, como para ir acostumando os profissionais da redação às mudanças que viriam.

Direito Autoral e Direito de Imagem

Todas produções fotográficas e videográficas são, no Brasil, protegidas pela legislação ([Lei 9.610, de 19/02/1998](#)). Assim, quem cria uma fotografia, uma tomada de vídeo, um livro fotográfico, um

documentário, entre outras obras visuais (ou textuais, ou sonoras, já que a legislação é abrangente), é protegido pela lei por considerar-se que foram realizadas a partir do trabalho intelectual de seu autor, e que portanto há relação entre autor e obra. Além disso, pontuam Oliveira e Vicentini (2009, p. 121), “sendo manifestação íntima, reflete sua personalidade”. Consequência disso é que todo jornalista tem direitos, como autor, das fotos e vídeos que produz.

O direito do autor pode ser de dois tipos: moral e patrimonial. Os direitos morais são estipulados pelo Capítulo II da Lei 9.610/98, e decorrem da noção de que toda obra expressa a personalidade de seu autor. Por isso tais direitos não podem ser vendidos, transferidos, emprestados, alugados ou negociados, e também nunca prescrevem. Uma consequência direta de tal compreensão é que o nome/pseudônimo do autor deve sempre estar associado à obra (item II do art. 24). Na prática esse é um direito nem sempre cumprido, posto que em muitos veículos jornalísticos a foto – ou vídeo – é publicada sem que seja possível identificar seu autor. Outra consequência – que também é pouco cumprida – é que, sendo expressão intelectual de seu autor, a obra só pode ser modificada com sua permissão (item IV do art. 24). É comum, em muitas redações, que se façam cortes e outras transformações nas imagens sem que o autor seja consultado.

Já os direitos patrimoniais são aqueles que regulam o uso e a exploração econômica da obra criada, os quais são definidos no Capítulo III da Lei 9.610/98. Tais direitos possuem tempo de validade e podem ser cedidos, vendidos ou alugados a terceiros. Tal transferência deve ser a mais clara e transparente possível para evitar discordâncias – e processos judiciais – no futuro. Assim, a melhor forma de fazê-lo é através de um

contrato entre as partes, no qual a obra seja adequadamente identificada e os limites e possibilidades de seu uso claramente estipulados (onde e por quem ela pode ser usada, prazo de uso, possibilidade ou não de cessão a terceiros, etc.). Quando o jornalista é empregado de uma empresa, normalmente tais delimitações já constam de seu contrato. Nos trabalhos eventuais e nos *freelancers*, no entanto, isso nem sempre ocorre, até em função da pressa característica do jornalismo. Assim, o envio de materiais por email, onde o próprio texto do corpo da mensagem já estabelece os usos, pode funcionar como um documento que comprove o que foi negociado entre as partes. O artigo 44 da Lei estipula que “o prazo de proteção aos direitos patrimoniais sobre obras audiovisuais e fotográficas será de setenta anos, a contar de 1º de janeiro do ano subsequente ao de sua divulgação”. Após esse prazo a obra cai naquilo que se chama de ‘domínio público’, podendo ser utilizada por qualquer pessoa sem que haja necessidade de contrapartida financeira. No entanto, todos os direitos morais devem ser respeitados, posto que inalienáveis e imprescritíveis.

Algumas vezes, no entanto, um jornalista precisa fotografar outras obras protegidas por lei como, por exemplo, um quadro ou escultura. Nesse caso deve haver autorização do autor para que a obra seja reproduzida (via foto ou vídeo), exceto se tal obra estiver em espaço público, de modo permanente.

Mas além do jornalista que produz a imagem – o autor – também as pessoas retratadas em uma foto ou vídeo têm seus direitos. Nesse caso saímos da esfera do direito autoral para chegar à do direito de imagem, ou seja aos direitos que o fotógrafo/cinegrafista precisa respeitar ao retratar pessoas. Aqui a questão é mais complexa, por não estar legalmente

estabelecida por uma única lei, podendo ser vista a partir de diversos dispositivos legais.

Por princípio, a imagem de qualquer pessoa é protegida pela Constituição (Constituição da República Federativa do Brasil de 1988) que no item X do art. 5 diz que “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a *imagem* [grifo adicionado] das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”. Oliveira e Vicentini (2009, p. 151) explicam que “devemos entender por imagem das pessoas sua representação visual, o corpo físico, especialmente a face e até partes, como as mãos e mesmo a voz, desde que seja possível identificar a pessoa”. Tal imagem é legalmente protegida por ser através dela que os outros nos conhecem, sendo portanto um símbolo de nossa personalidade. No entanto, muitas vezes esse direito à privacidade pode entrar em choque com outro direito também garantido pela Constituição, que no item IX do mesmo art. 5 diz que “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”. O que implica que qualquer pessoa pode se expressar e comunicar valendo-se de fotos ou vídeos. Pode haver, portanto, um conflito, quando direito à privacidade e direito à expressão se chocarem, e isso mostra que nenhum deles é absoluto, e portanto a situação deve ser avaliada dentro de um contexto.

Se a imagem de alguém for usada como informação jornalística, portanto em nome do interesse público, prevalecerá o direito à informação, mesmo que essa divulgação provoque um dano à pessoa. No caso de divulgação de imagem de alguém, em que fique caracterizada a falta de interesse jornalístico, caberá à pessoa comprovar que tal divulgação provocou dano, podendo exigir da justiça uma reparação (Oliveira & Vicentini, 2009, p. 153)

Em termos jornalísticos, devemos sempre verificar se há interesse público na divulgação de determinada imagem. Esse é o caso, por exemplo, da publicação de fotos ou vídeos retratando servidores públicos ou celebridades quando executam atividade ligada a seus afazeres profissionais. No entanto, quando a atividade for essencialmente privada e pessoal, o direito de imagem pode prevalecer. Uma pessoa comum, no entanto, também pode ter sua imagem utilizada em relatos jornalísticos quando estiver em local público, e desde que ela não seja individualizada. Em locais privados ou quando se destaca uma única pessoa, deve haver interesse público ou autorização. Tal permissão, no caso de vídeos, pode vir inclusa na própria gravação. Também em casos onde o jornalista prova que a pessoa concordou em ceder a entrevista (o que pode ser mostrado, por exemplo, por uma gravação em áudio) por vezes se considera que houve autorização tácita para veiculação de sua imagem na imprensa.

Relação Entre Fotógrafo e Repórter

Embora fotojornalistas possam atuar sozinhos ou acompanhados de um repórter, o trabalho final geralmente é produzido em parceria com um profissional do texto falado ou escrito. Nesse sentido o relacionamento entre ambos nos interessa, tanto pelo fato de ser dessa relação que nascerá o relato jornalístico quanto pelo histórico da profissão, que faz com que jornalistas de texto geralmente tenham proeminência sobre os colegas de imagem.

Quando atuam juntos na cobertura, é no caminho para a pauta que muitas vezes ocorre troca de ideias. Nesse trajeto comumente os repórteres de texto explicam ao de imagem o que buscam naquela matéria.

Também é ali que eles combinam alguns tipos de fotos ou tomadas que podem ser interessantes para a estória que se busca contar.

As sugestões e ideias dos repórteres geralmente são bem-vindas. “Eu adoro quando o repórter [...] dá a ideia dele... porque é ele que vai escrever”, diz FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Já FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) explica que essa parceria pode ser de mão dupla.

Vai de cada repórter e às vezes da situação. [...] Muitas vezes eu vejo que tem algum *case* que rende uma boa foto. Às vezes eu faço primeiro a foto e falo pro repórter ‘olha aqui é uma foto legal; será que rola uma entrevista? [...] Às vezes ele pega um *case* muito bem e fala ‘ó meu, fiz a entrevista com ele, ficou legal; vamos agora fazer a foto’.

Mas quando perguntamos pelo tipo de sugestões que esse fotojornalista comumente recebe dos repórteres ele faz um longo silêncio, e responde: “Hoje em dia a gente conversa tão pouco”. Explica, então, que essa troca só ocorre com alguns repórteres específicos. E relata que a não existência dessa interação pode ocasionar problemas. “Quando eu saía com o repórter de lá [da redação onde trabalhou anteriormente] [...] e nós não conversávamos, normalmente não voltávamos com uma coisa que o editor-chefe tinha imaginado. Aí ele pegava no nosso pé”. Ou seja, a falta de interação entre os profissionais gerava relatos onde fotos e texto eram pouco complementares ou mesmo dissonantes.

FOTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) diz que não vê problemas quando um repórter sugere fotos, pois há uma troca entre os profissionais, e ele também pode, às vezes, dar dicas. “Eu não tenho problema com isso. [...] Às vezes a gente tá olhando alguma

coisa e não vê [...]. Tipo a gente também com o repórter de texto. Hoje o NOME tava procurando uns grandões pra entrevistar e eu dava o toque pra ele ‘ó, ali tem um, ali tem outro’” diz, referindo-se a fontes que ele conhecia. TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) diz que sugere olhares ou direcionamentos para os fotógrafos, mas que pelo fato de eles circularem pelo ambiente isso também pode render informações importantes. Ideia que é corroborada por TEXTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) pois, para ele, a foto

tem que casar com o texto. Então essa comunicação entre repórter e o fotógrafo, tem que ser muito boa. Eu sugiro... respeitando o espaço deles, né [...] Eles também vêm pra gente ‘ah, o que tu acha de fazer assim?’. Às vezes eu falo ‘olha, seria legal a gente conseguir uma imagem assim, porque eu vou procurar esse tipo de personagem’. Ou assim ‘na entrevista ali rendeu esse tipo de personagem, acho legal a gente fazer uma foto assim’. Então existe o dialogo. Tem que existir, sim.

Mas TEXTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) diz que essa troca depende da abertura que cada profissional dá. “Tem fotógrafo que já fica chateado. ‘Ah, faz o teu que eu faço o meu’. [...] Tem fotógrafo que pergunta, dependendo da pauta: ‘e aí, tens alguma ideia? Vamos fazer o quê?’”. E diz que no jornal onde está trabalhando não existe muita interação entre repórter de texto e de fotos.

Quando o repórter entrevista uma fonte boa, o fotógrafo tem que pegar o personagem e vice e versa. Tem que ter esse casamento. E aqui é mais não. Aqui eu vejo que ele sai por conta própria [...]. Tem hora que eu faço os personagens e eles não fazem as fotos do personagem. (TEXTO-02, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

Diz que algumas vezes a orientação dada ao fotógrafo na redação não condiz com o que será possível ao repórter fazer em campo. Cita como exemplo o pedido constante para que os fotógrafos, na praia, tragam imagens de ‘gente bonita’ e ‘sarada’.

Eles vão lá, fotografam. E sempre quando eu vou tentar entrevistar essa pessoa que eles escolheram inicialmente acaba nunca dando certo. A pessoa acaba nunca aceitando dar entrevista. E aí eu vejo que é sempre melhor a gente perguntar primeiro, entrevistar, e depois falar da foto, do que normalmente fazer a foto antes e depois... [...]. Porque também tem várias situações em que a pessoa não quer fazer a foto no começo e depois tu convence ela a fazer foto. (TEXTO-02, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

Nesse tipo de situação entra mais um ingrediente, não explicitado ou mesmo não levado em conta pelo repórter: a busca de muitos fotógrafos por imagens *espontâneas*. Fotografar primeiro e entrevistar depois significa buscar uma imagem não posada, ao passo que a sequência defendida por ele, de entrevistar primeiro e fotografar depois necessariamente leva o fotógrafo a ter de trabalhar com direção e pose do personagem.

Cada repórter tem uma forma de trabalhar. [...] Tem repórter que é mais específico. [...]. Ele chega [...] e fala ‘eu quero uma foto que você pegue fulano, ciclano e beltrano’. Ele detalha mais a foto. Agora tem repórter que é mais sossegado, que fala ‘é isso aqui que tá acontecendo’. Então ele te deixa livre. A princípio é bacana a gente sair com um repórter que ele saiba a pauta que ele tá fazendo, que aí a gente pergunta pra ele e ele passa informação. Ele vira uma espécie de produtor do fotógrafo [...]. Agora tem casos que acontecem que até o repórter caiu de paraquedas na pauta. [...] Então aí já complica. (FOTO-04, comunicação pessoal, 6 de março de 2018)

Aqui explicita-se que algumas vezes o fotógrafo desconhece a pauta, e o repórter é a fonte de informação para que ele possa realizar o trabalho. Nesse caso, onde é o repórter quem define o rumo da matéria, os fotojornalistas precisam deles para que seja feito um trabalho coeso.

Se eu não fizer uma foto [...] na pegada da pauta dele [...] vai entrar uma foto que não tem nada a ver com a matéria e vai ficar um produto final sem sentido [...]. Já aconteceu algumas coisas, assim, bem bizarras [...]. A matéria dele saiu falando do asfalto que terminava numa parte que tinha muito buraco. [...] E a foto que saiu foi de buraco, porque eu me liguei no buraco. [...] Eu mandei a foto e ele passou por telefone. [...] E aí depois eu vi. Eu falei ‘não gente! [...] Vamos trocar essas daí’. [...] Não é uma coisa muito comum mas acontece, né, às vezes. (FOTO-04, comunicação pessoal, 6 de março de 2018)

Esse caso ressalta não só a falta de comunicação entre repórter e fotógrafo, mas também o problema da matéria ser montada e publicada por uma terceira pessoa, que não participou do processo de captação de informações. O que também não deixa de ser falta de comunicação entre a equipe.

Mas a troca não existe quando há uma relação de poder. Em um dos veículos jornalísticos onde realizamos nossa pesquisa fomos informados de que ali a palavra final, durante uma saída de trabalho, era sempre do repórter de texto. “Porque aqui a gente tem um lance de que, segundo lá [a direção do jornal], quem manda na rua é o repórter. [...] [Tem] essa hierarquia”, explica FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018). Por isso, mesmo preferindo captar fotos *espontâneas*, caso o repórter exija ele precisa fazer imagens *construídas* (discorreremos sobre essa divisão mais adiante, na parte *O amplo leque de imagens à*

disposição do jornalismo). E assim como há repórteres fotográficos que não aceitam sugestões dos repórteres de texto, há também os de texto que não aceitam dialogar com os de imagem.

Para FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) todas as boas ideias podem ser agregadas. “Eu não tenho problema porque se o palpite for ruim eu vou seguir, que eu nem ouvi. Mas muitas vezes o cara dá um palpite interessante”. E explica que assim como em qualquer relação profissional “tem os que a gente se dá melhor, tem os que a gente não bate muito. Normal. Mas sempre respeitando”.

No entanto, algumas sugestões podem não ser bem recebidas pelo repórter fotográfico por serem consideradas fora do contexto ou impossíveis de captar.

Muitas vezes [...] o repórter vai num lugar, e fala assim [...] dá uma foto bacana’. Não! Não dá uma foto bacana! [...] Na cabeça do repórter ‘ó, eu vi uma imagem; [...] tem um jardim mas também tem uma sala de jantar, queria que tu pegasse [...] os dois juntos’. Só que o jardim é ali [aponta para um lado] e a sala de jantar ali [aponta para o outro]. [...] Então não tem como, cara. E às vezes você faz por questão de registro. [...] Mas a foto não tá boa. [...] Às vezes usam. [...] Por causa daquilo. Do ser igual ao que está escrito. (FOTO-08, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

O apoio mútuo e a busca por um relato coeso entre fotos e texto também é reforçada por FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018).

A gente tá junto, a mesma história. Às vezes se divide. Vai cada um pra um lado mas daí eu falo ‘encontrei uma história legal, falei com um cara legal, vamos lá’. Ou vice-versa. [...] A gente não pode cada um atirar pra um lado. (FOTO-11, comunicação pessoal, 6 de abril de 2018)

Ele coloca que esse diálogo também vale para depois da pauta, quando o repórter está postando o material no site ou planejando como a matéria sairá no impresso.

Eu fui agora no CADERNO-X falar de um retrato que eu tinha feito [...]. Daí ela [a repórter] me mostrou a foto que ia sair e eu falei ‘putz, a mais legal eu achei outra’. Ela falou ‘eu também gostei; não sei porque escolheram essa; eu vou tentar mudar’. Tem que ter a troca, né.

Já FOTO-12 (comunicação pessoal, 26 de abril de 2018) relativiza o que pode ser bom e o que pode não funcionar no trabalho conjunto com o repórter, em atividades mais longas como matérias especiais e reportagens.

Eu acho que o lado bom é essa coisa do trabalho em equipe, um sugere pro outro. O lado ruim é que as demandas são muito diferentes [...]. Você quer acompanhar o dia de um cara [...] interferir o menos possível no que ele tá fazendo [...]. O repórter tá o tempo inteiro perguntando. Pronto! Já acabou. [...] Pra ele, conversar em qualquer lugar serve. Pra mim não! Eu preciso fotografar ele no lugar que ele trabalha ou que tem a ver com aquela história que a gente tá contando. [...] E agora, com o multimídia, o meu tempo de trabalho é muito maior do que o trabalho do repórter de texto. [...] Essa coisa dupla, fotógrafo e repórter, do jornalismo tradicional, acho que não funciona. [...] É pra aquele tipo de reportagem meio vapt-vupt [...]. Não é pra esse tipo de coisa com um pouco mais de profundidade, que você quer entrar no cotidiano das pessoas.

O que reforça que as atividades dos repórteres de texto e fotografia são diferenciadas, e devem ser compreendidas nesse sentido, complementar, para que ambos possam realizar adequadamente suas tarefas.

Atrito Entre os Profissionais. A mistura entre pressão da redação por receber fotos com a possibilidade que os repórteres de texto têm de fotografar com o celular pode gerar atritos com os fotojornalistas. Durante a pesquisa recebemos o relato de um desentendimento ocorrido entre FOTO-X e TEXTO-X, narrado a partir do ponto de vista de cada um deles.

Chegamos na pauta, era um cara que tava ameaçando se jogar da ponte. [...] eu comecei a fotografar, [e] ela pegou o telefone e fez umas cinco ou seis fotos e mandou pra redação. [...] E não mandou texto nenhum. [...] Ela dizia ‘ah, é meu trabalho, eu sou repórter, eu tenho que fazer isso’. Eu digo ‘ah, mas eu tô aqui; eu sou fotógrafo [...] Quando saem sozinho tudo bem, né. [...] Mas se tem um fotógrafo junto, pô, deixa a gente trabalhar. (FOTO-X)

A mesma situação, vista pela ótica da repórter ganha outra versão.

A gente foi numa pauta, o fotógrafo estava fazendo as fotos com a câmera dele, e eu fiz fotos com o celular e mandei pra redação. Pra postar no online. E ele não gostou. [...] E aí eu falei ‘olha, eu respeito o teu trabalho, [...] só que eu sou jornalista e jornalista não só escreve; jornalista faz foto, faz vídeo. Foi o momento, eu fiz a foto e mandei pro online publicar. Por que tu tava ocupado fazendo as fotos. Então agora o online já tem e já deve estar publicando’. (TEXTO-X).

Chama atenção a repórter dizer que fez as fotos porque o fotojornalista estava ‘ocupado’ fotografando o mesmo assunto, argumento que repete quando explica que fez isso porque o uso de DSLR pelos fotógrafos leva as imagens a demorar para chegar na redação.

Era uma tentativa de suicídio na ponte. [...] se ele se jogasse a gente teria de primeira mão porque estávamos lá. E no momento ele tava

ocupado. Ainda não se tem muito a cultura de... aquela questão de colocar o cabo na máquina e mandar do celular. [...] Eu acho que é trabalhoso. Tem que ver questões pra melhorar isso de uma forma que seja mais rápida. [...] Então a gente [...] faz foto de celular e manda. O repórter manda. Tem fotógrafo que não se importa, e tem fotógrafo que se importa. [...] Eu mandei no dia porque [...] ele não tem a cultura de mandar pro celular. Ele chega aqui [na redação], descarrega o material e avisa o online [...]. Foi uma questão profissional de colaborar pra que a notícia fosse publicada. (TEXTO-X).

Atritos causados pela atuação multitarefa de repórteres de texto são confirmados por TEXTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018), para quem há ‘ciúmes’ por parte dos profissionais de imagem “porque acaba tomando um espaço deles”. Ele diz que sente isso mais forte nesse jornal do que em relação a seu emprego anterior. Talvez em função da proliferação no uso de celulares por repórteres ser algo recente. E diz que precisa fotografar por pressão da equipe do online, que não costuma esperar o fotógrafo transferir as imagens da DSLR para o celular, para assim poder enviá-las à redação.

De vez em quando a gente tem que fazer a foto pela pressa do online de ter uma foto. A gente chega no local e eu faço uma foto e já mando. [...] Porque dependendo do fotógrafo, até ele fazer as fotos e mandar o online acaba... naquela loucura de querer [...] ter uma foto mais rápido possível, eu acabo mandando.

Isso sugere que o avanço de muitos profissionais de texto na seara da imagem se dá pela pressão – e pela pressa – das editorias de online, que desejam publicar a notícia imediatamente, e precisam de uma imagem para ‘ilustrar’ a matéria. Aqui nos parece que dois caminhos poderiam minimizar os problemas. Um deles é o uso de procedimentos

ou tecnologias que acelerassem a transmissão de fotos feitas em DSLR para a redação, principalmente conexões *Bluetooth* ou *WI-FI* entre câmera e *smartphone*. O segundo é uma negociação direta entre editores de online, repórteres e fotógrafos, definindo prazos e prioridades, dentro dos quais não haveria necessidade dos repórteres fotografarem.

Vemos, no entanto, que esse tipo de atrito parece existir apenas na produção de imagens estáticas. Não recebemos nenhum relato que apontasse desconforto dos profissionais de imagem quando ocorre captação de vídeo por repórteres. E nem no caso daqueles que gravam as próprias matérias com tripé ou pau de *selfie* observamos rusgas com algum fotojornalista. Na gravação de vídeo isso possivelmente não existe – ainda – porque os repórteres fotográficos não se sentem ‘cinegrafistas’.

A Pressa

Um elemento que chamou muita atenção nas três redações pesquisadas foi a constante repetição, por parte de diversos profissionais, de que não dispunham de tempo suficiente para realizar todas as tarefas para as quais eram incumbidos. Nesse sentido vemos que a pressa – ou a necessidade de fazer diversas atividades em ritmo acelerado – está relacionada a um aumento da carga de trabalho, o que está conectado tanto à redução do número de profissionais nas redações quanto ao incremento da quantidade de atividades realizadas em função – pelo menos – da agregação de novos instrumentos bem como da multiplicação das mídias disponíveis e dos modos de contar estórias. Mas também está ligada à cultura da instantaneidade que nasceu com o rádio, desenvolveu-se com a televisão e expandiu-se com o acesso móvel à internet,

Certo dia acompanhamos um montador de vídeo da *WebTV* do sudeste na gravação de um vídeo. Nessa redação é comum que montadores também façam captação. Ele estava muito gripado, e associava a baixa em sua imunidade ao fato de que havia trabalhado doze horas, durante três dias seguidos, para finalizar alguns vídeos. Diz que a carga de trabalho é intensa porque há poucos montadores atuando. Esse processo de enxugamento foi observado nos três veículos, e nas diversas funções profissionais que acompanhei. “O jornal tá juntando um monte de editoria numa só pra tentar ficar mais barato, pra tentar economizar, pra tentar otimizar”, diz FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018).

FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) relata que precisou realizar uma matéria no interior de um estado próximo, para onde teve de ir e voltar no mesmo dia. Foi de avião, alugou um carro, viajou até a cidade, fez o trabalho, voltou à capital, e pegou um voo de volta. Conta que um editor reclamou da qualidade do material. “Como ficar bom? Sou humano! Estava cansado. Foi muito corrido”, disse. Para ele, apesar do clima da redação ser muito bom, a pressão por produção leva a que às vezes se esqueça o lado humano. Algo semelhante é apontado por FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) quando diz que a equipe está muito enxuta, e que os fotojornalistas não têm mais tempo para fazer o trabalho com a qualidade que o jornal deseja e cobra deles.

Para FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) editores e repórteres querem ‘apenas uma foto’, algo impossível de se fazer. É preciso captar várias, mesmo que se entregue apenas uma. E para isso é necessário montar equipamento, bolar poses e dirigir (no caso de retratos), observar, movimentar-se e buscar ângulos e composições que

contem a estória (no caso de captação espontânea), além de sempre pensar na estética e/ou experimentar, para chegar a um bom resultado. “Parece que os caras esqueceram como faz, ou nunca foram pra rua captar”, diz. O que significa que o tempo disponível altera substancialmente o modo de captação de imagens. “Se eu tenho tempo eu tento observar tudo o que tem ali ao redor, o que eu vou fazer. [...] Quando não tem tempo eu tenho que chegar clicando. [...] e observando também”, explica FOTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018).

A pressa também está relacionada com a inexistência de um planejamento realista, como explica FOTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018): “Às vezes a gente sai, tem três pautas. Meia hora aqui, vinte minutos ali e meia hora na outra. Sempre atrasa. Então a gente vai acumulando, e a gente às vezes tem que chegar na pauta e ficar dois minutos pra fotografar e sair dali”. O que, como coloca outro fotógrafo, provoca uma certa frustração.

A gente fica com sentimento, às vezes, de que gostaria de ter feito um trabalho mais completo [...]. Talvez o que implica mais nessa correria é a falta [...] de aprofundar no assunto, de você conseguir pegar mais riqueza de detalhes. [...] Mas a gente acaba se adaptando. (FOTO-04, comunicação pessoal, 6 de março de 2018)

Ele diz que a pressa em ir para outras pautas ou publicar a matéria pode fazer com que o profissional só pense ou perceba que poderia ter feito algo diferente depois que sai do local. “Justamente por conta da correria a gente fala ‘putz, eu acho que faltou aquela foto’. Porque na hora ali [...] você até tem uma ideia, mas aí com o tempo, na volta às vezes, a gente vai amadurecendo”. Mas aí já é muito tarde para captar.

E se o tempo de captação de imagens encurtou para os repórteres fotográficos, ele é ainda mais breve quando um repórter de texto precisa fazer fotos ou vídeos.

Vai muito da questão do tempo [...] que a gente tem pra produzir aquela pauta. Porque a gente já tem que pensar na outra, porque tem trânsito na cidade... Então às vezes é só o clic, sem muita produção, sem muito pensar. O que geralmente o fotógrafo faz é enquanto você está entrevistando alguém, ele já está estudando o terreno. [...] Ele tem tempo pra produzir essa foto enquanto a gente tá ali escrevendo. (TEXTO-01, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

Por menor que seja, esse tempo possibilita que o fotógrafo possa minimamente pensar ângulos e buscar locais enquanto é feita a entrevista, algo que um repórter de texto que precise captar imagens dificilmente terá.

Mesmo assim é preciso muitas vezes otimizar o trabalho, principalmente nas redações online. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) explica que desenvolveu um método próprio para lidar com a pressa da redação em receber imagens.

Eu chego no local e faço o geral, sem pegar o detalhe, nada. Faço a foto geral, de dois ou três ângulos diferentes [...]. E aí já envio. A partir daí já não existe a cobrança da redação pra que eu envie mais fotos [...]. Porque aquilo ali já supriu por pelo menos [...] uns 40 minutos, até se apurar mais notícias. [...] Então esse é o tempo que eu tenho pra poder correr atrás de uma riqueza de detalhes [...]. Antes, não. Antes eu chegava perdido, porque chegava querendo fazer o detalhe pra depois fazer o geral, e aí a redação ficava te apertando. [...] É uma questão de experiência mesmo, de tempo, já saber qual é a foto que a redação precisa inicialmente.

A falta de tempo tem potencial para não apenas reduzir a qualidade do material captado, mas também levar a que os profissionais

não tenham tempo para experimentar, trocar experiência com outros colegas ou mesmo estudar com a finalidade de criar novas formas de relato. Por isso, argumenta EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), a exigência de publicação contínua no site “impede que a pessoa pare pra aprender, porque ela tá produzindo. [...]. Existe um vácuo aí entre a exigência do treinamento e a disponibilidade de tempo pra pessoa treinar”.

Assim, isso pode estar relacionado ao empobrecimento visual das narrativas online. Para EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) o problema não é que o sistema de publicação (CMS) limite as possibilidades de diagramação da matéria, mas que os repórteres e redatores não tenham tempo para estudar os recursos disponíveis. Ou, pode-se acrescentar, tempo para também estudar a linguagem visual empregada nessas narrativas.

A pressa [...] impede você de parar e pensar. [...] O tempo é o nosso grande complicador [...]. Existe uma pressão interna [...] tem que botar coisa no ar, tem que botar coisa no ar. [...] Então isso tudo influencia na composição da imagem. [...] O texto você resolve muito rápido. [...] A imagem não [...]. E se você não tem tempo pra pensar, normalmente é a imagem que vai ser sacrificada, não é o texto. [...] Porque você pega uma pesquisa, os dados tão na tua mão. A foto não está. Se você não tem tempo pra pensar aquilo, você vai acabar resolvendo de outra forma, com uma foto de arquivo, com uma foto... Você não vai produzir uma imagem pensada. Você vai adaptar uma imagem que já existe àquele conteúdo. Aí vão surgir aquelas pesquisas de IBGE com foto de gente em morro. Que é a foto mais óbvia, mas é a que consegue resolver rápido. (EDITOR-04, comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

Pelos relatos recebidos durante a pesquisa o tempo disponível geralmente só é maior em reportagens. “Eu acho que é nosso dever [...]

tentar fazer a coisa mais fiel ao personagem [ele enfatiza, sonoramente, o ‘ao personagem’, como a destacá-lo]. Por isso eu acho que você [...] ficando com as pessoas por muito tempo, a chance desse erro acontecer é muito baixa” diz FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018), referindo-se aos trabalhos onde consegue permanecer um ou mais dias captando material. Mas mesmo assim esse maior tempo é relativo. O que é visto na metáfora empregada por FOTO-12 (comunicação pessoal, 26 de abril de 2018), outro profissional especializado em coberturas longas. “O tipo de trabalho no jornal que a gente faz com fotografia é como andar de trem e ficar olhando tudo passando pela janelinha. [...] Tu não desce em nada pra ver com calma. [...] As coisas passando e falando ‘nossa, olha que legal!’, e você não consegue se aprofundar em nada”.

Quem é Fotojornalista Hoje, Segundo os Profissionais

Ao longo da pesquisa de campo questionamos os profissionais que entrevistamos e acompanhamos sobre quem pode ser considerado fotojornalista ou cinegrafista hoje. As respostas apontam tanto para a pulverização da possibilidade de captação quanto para a especificidade de um trabalho focado na linguagem visual.

“Fotojornalista é um profissional que vive captando imagens jornalísticas. [...] O fotógrafo de um jornal ele é um fotojornalista de essência” diz FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018). Embora essa explicação se aproxime muito do conceito tradicional, o uso da palavra ‘imagem’ na primeira frase indica que ele não comprehende o trabalho do fotojornalista como atrelado apenas à captura de fotografias.

Para TEXTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) um fotojornalista é alguém que tem a habilidade de saber usar os elementos

técnicos para dar determinados efeitos às imagens. Isso demarca a diferença entre uma foto borrada intencionalmente e outra tremida ou fora de foco. Implica, portanto, que o fotojornalista é o profissional que não capta qualquer imagem, mas consegue selecionar e elaborar elementos visuais que contribuem para contar a estória, “dando ênfase [...] a um detalhe que ali ninguém viu e ele flagrou”. Esse jornalista comprehende as funções tradicionais como especialidades que hoje se hibridizam.

Eu acho que [as funções de repórter de texto, repórter fotográfico e repórter cinegráfico] estão se misturando, mas cada um tem a sua especialidade ainda. Cada um é especialista. Eu acho que o fotógrafo pode escrever, mas a foto dele tem que ser melhor do que o texto dele. E eu posso fotografar, mas o meu texto tem que ser melhor do que a minha foto.

Já EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) diz que um repórter fotográfico é quem produz fotografias, embora quando, depois, nós lhe perguntarmos se esse profissional torna-se cinegrafista ao captar vídeos, ele amplie o conceito.

Eu acho que é um novo profissional quando junta tudo isso. Que eu não sei o nome. [...] O que o mercado tá pedindo é um profissional multimídia. O que a gente exige são profissionais que são especializados numa coisa e que fazem também a outra. [...] São híbridos esses profissionais aí. São híbridos com foco numa coisa só. [...] O jornalista o foco dele é o texto, mas ele [...] faz também a foto por necessidade. Não é nem porque ele quer. É porque é necessário. Repórteres fotográficos [...] diante da necessidade que o mercado impõe hoje, fazem também o vídeo.

Mas ele diz que os veículos ainda não recebem, das universidades, profissionais preparados para trabalhar nessas diversas linguagens.

“Eu acho que precisa preparar mais pra um guarda-chuva. Você não faz só texto, você vai contar uma história com todos os recursos que contar essa história permite. A gente tá na transição pra esse caminho ainda”, diz. Mas na transição parece estar também a compreensão de que o repórter fotográfico é jornalista, posto que na frase acima EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) ainda separa o ‘jornalista’ do ‘repórter fotográfico’, divisão descrita por Aquino (2021) e relacionada à construção histórica da legislação do setor, mas que talvez possamos também compreender ligada à origem literária da profissão.

Para EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) “repórter fotográfico é quem traz a foto que eu preciso”, e nesse sentido deve ser alguém que consiga atuar em diferentes tipos de pauta. Essa noção, no entanto, é mais abrangente que a ideia de ‘especialista’ indicada acima por TEXTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018), porque se um repórter de texto trouxer uma imagem útil, ele também será – dentro dessa concepção – um fotojornalista. Ideia semelhante à de FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018), que diz que quando um repórter de texto fotografa ele está fazendo fotojornalismo pois “de qualquer maneira a foto dele tem algum tipo de informação sobre o fato. [...] Pode não ser uma coisa tão plástica assim como se fosse um repórter com mais experiência [...]. Mas ele tá fazendo algo que eu acho que vale como fotojornalismo”. Para TEXTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) quando um repórter faz fotografias ele está fazendo fotojornalismo porque “foi incumbido para aquela missão de tentar repassar os fatos dali. Se ele está no lugar, no momento da notícia, ele tem que, através daquela fotografia, tentar expressar o máximo o que aquela notícia quer dizer, através da foto”. O que sugere

uma ampliação do conceito de repórter, que deixa de ‘reportar’ o fato através do texto para fazê-lo através de todas as linguagens disponíveis. E sugere que não apenas fotojornalistas produzem fotojornalismo, apontando aqui para a separação entre fotojornalismo e fotojornalistas que apontamos no capítulo 1.

Mas a identidade do fotojornalista pode manter-se preservada. Para FOTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) quando um repórter de texto fotografa ele não está sendo fotojornalista, mas está simplesmente “fazendo o trabalho dele de repórter”. TEXTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) diz que não se considera fotojornalista quando fotografa, “porque eu acho que tem que ter elementos que eu não sei explorar pela falta de prática. Que eu aprendi, [mas] que eu não sei mais fazer, como na estória do ISO, do obturador. [...] Elementos técnicos que me faltam no dia a dia”. Fala que indica uma compreensão bastante tecnicista do papel do fotojornalista, mas que é ampliada pela explicação de TEXTO-03.

Eu não posso me considerar um repórter fotográfico porque eu tô fazendo uma foto. Mas ao mesmo tempo naquele momento talvez eu esteja sendo um repórter fotográfico, enfim, ou tentando ser [...]. Mas eu me sinto um repórter. Um repórter que faz foto e vídeo [...]. Eu não me considero um repórter fotográfico porque [...] eu não sou capaz de fazer qualquer pauta. [...] De fotografar qualquer pauta ou de filmar qualquer pauta. Eu não me sinto preparado. (TEXTO-03, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

Observando o trabalho dos profissionais, compreendemos que o fotojornalista tem de ser adaptável, capaz de captar os mais diferentes tipos de imagens fotográficas e videográficas, de modo expressivo e informativo, por vezes para a mesma pauta. Precisa ter domínio técnico,

estético e ético da linguagem visual, e ser capaz de pensar em como essas imagens funcionarão na construção de uma narrativa sincrética. Pautou, tem de fazer. E tem de fazer bem-feito. Como ouvimos de um fotojornalista durante a observação de campo: “foto ruim não é publicada”.

Percebemos, assim, que hoje existe espaço tanto para o profissional híbrido, que geralmente traz a imagem mais imediata, quanto para o profissional especializado na captação de fotos e vídeos jornalísticos, que é acionado quando se busca material visual de qualidade. Mas EDITOR-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) lembra que para que esse espaço se mantenha o profissional de imagem “tem que estar preparado e estar sempre buscando. Tem que estar sempre se atualizando. [...] Tem que estar sempre experimentando e sempre profundo coisas”. Ideia que caminha no sentido apontado por Silva Júnior (2014) de que são os fotojornalistas que precisam abrir caminho para as mudanças a partir de trabalhos de excelência.

O Amplo Leque de Imagens à Disposição do Jornalismo

Mas não são apenas as tarefas realizadas pelos profissionais que se multiplicam hoje. As redações atuais têm, cada vez mais, acesso a uma grande quantidade de fotos e vídeos. Desde os produzidos por sua própria equipe, por *freelancers*, ou disponíveis em agências ou bancos de imagens, até aquelas que são publicados em redes sociais ou captados por câmeras de segurança. Além disso é possível obter fotografias a partir de *frames* de vídeo, imagens aéreas a baixo custo (com drones), e imagens imersivas em 360 graus.

Isso implica não só que é possível ter fotos e vídeos sem a contratação de fotojornalistas ou jornalistas, mas também que é possível obtê-los sem custo. Ou que pode-se contar com imagens que muito dificilmente seriam obtidas por profissionais do jornalismo, porque estes não conseguiriam chegar ao local dos fatos no curto espaço de tempo necessário, principalmente com o trânsito caótico das grandes cidades. Assim, saber encontrar essas imagens e avaliar a confiabilidade delas passa a ser também um requisito fundamental para o jornalismo visual contemporâneo, e contribui para a transformação do papel dos jornalistas especialistas na produção de imagens técnicas.

Essa multiplicação das fontes de informação visual ocorre dentro do escopo do processo contemporâneo que vem sendo chamado de *cultura da convergência*, no sentido de que cria um “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, [...] cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e [...] comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (Jenkins, 2009, p. 29). Compreender isso leva a enxergar a convergência jornalística como parte de um processo mais amplo, que engloba toda a sociedade ocidental contemporânea. Salaverría e Negredo a compreendem como sendo

um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente separados, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que são distribuídos através de múltiplas plataformas, através das linguagens próprias de cada uma. (Salaverría & Negredo, 2008, p. 45)

Os autores destacam a importância de enxergar a convergência jornalística como um processo, que demandará tempo e necessitará da reorganização (ou convergência) de, pelo menos, quatro esferas: tecnológica, empresarial, profissional e editorial. Para eles esse movimento já vinha se desenvolvendo ao longo da segunda metade do século XX, e a cada dia abre mais seu leque de possibilidades.

Mas para que a convergência seja possível os autores compreendem que os profissionais devem ter dois tipos de polivalência: funcional e midiática. A primeira implica que todos os jornalistas devem estar aptos a produzir e editar informações na forma de textos, imagens estáticas ou em movimento, e som. Mas eles alertam que as empresas deveriam estar atentas ao perfil de cada profissional, pois poucos serão bons em tudo, e haverá sempre aqueles que desempenharão melhor uma atividade específica. Ou, complementamos, que tem uma formação cultural e/ou gosto pessoal ligado a uma linguagem específica. A segunda polivalência implica que os profissionais devem estar habilitados a produzir informações para diversos meios de comunicação.

Pensando em um cenário de convergência jornalística e em um contexto no qual já estão bem estabelecidas as redes sociais, a cultura colaborativa e hábitos de acesso e consumo de conteúdos através de telas e dispositivos móveis, Silva Júnior (2012) estabelece cinco hipóteses a respeito da organização da cadeia produtiva do fotojornalismo, as quais – enxergamos – estão se concretizando:

1. A base tecnológica digital compõe toda a cadeia de produção, o que possibilita o uso de fotos jornalísticas em outros campos e a apresentação de conteúdos fotojornalísticos através de estruturas narrativas mais complexas;

2. A fotografia pode ser usada como elemento multimídia e para a criação de produtos multimídia, mas os profissionais precisam se adaptar a esses contextos e produtos;
3. A adaptação dos conteúdos a diferentes canais (e contextos) e a consequente circulação através de diversas plataformas potencializa o acesso e aumenta a rentabilidade;
4. É necessário contar com profissionais polivalentes para criar materiais multimídia que tenham circulação multiplataforma;
5. O trabalho – presencial ou remoto – passa a ser cooperativo.

O autor alerta, no entanto, que não basta mudar o suporte para articular uma nova linguagem. É necessário aprender a usar as inúmeras oportunidades que a multimídia – ou a hipermídia e transmídia, acréditamos – pode(m) oferecer ao universo da fotografia e do jornalismo.

Fontes de Imagens

Se a cooperação entre diferentes setores é uma das características do processo de convergência, vemos que isso pode se materializar também na existência de múltiplos canais de acesso a imagens de uso jornalístico. Na pesquisa que realizamos observamos que as redações contam atualmente com uma diversidade de fontes de imagens para obter fotografias e vídeos (Figura 13):

- Fotógrafos ‘da casa’
- Arquivos do jornal
- Fotógrafos contratados
- Agências de notícias
- Assessorias

- Redes sociais
- Cidadãos
- Imagens médicas
- Câmeras de segurança
- *Frames* de vídeo
- Satélites

Figura 13

Diversidade das fontes de imagens: câmera de segurança, Google Street View e rede social (da esquerda para a direita)



Ao lado de crianças, mãe policial reage a roubo em porta da escola e mata ladrão

Rogério Paganin

e Fabiana Schiavon

SÃO PAULO Uma policial militar acompanhada de sua filha de 4 anos reagiu a um assalto em frente a uma escola estadual no bairro da Vila Prudente, na zona leste de São Paulo, na manhã deste sábado (24). O cabo Kátia da Silva Souza, 45, estava de folga quando, ao lado de sua filha, fez uma reação de surpresa ao ver um ladrão tentar roubar uma mochila de uma estudante de 11 anos. Maise e crianças pequena

agendaram a abertura dos portões da escola particular da Vila Prudente, que se encontra no bairro da Vila Mariana, quando foram abordados por um homem que usava um revólver calibre 38. Ele tentou roubar a mochila de uma funcionária da escola, a quem a policial reagiu imediatamente com tiros no peito e no abdômen. O ladrão morreu no chão e entrou em fuga, mas foi capturado por agentes da polícia. O cabo Kátia da Silva Souza, 45, estava de folga quando, ao lado de sua filha, fez uma reação de surpresa ao ver um ladrão tentar roubar uma mochila de uma estudante de 11 anos. Maise e crianças pequena

agendaram a abertura dos portões da escola particular da Vila Prudente, que se encontra no bairro da Vila Mariana, quando foram abordados por um homem que usava um revólver calibre 38. Ele tentou roubar a mochila de uma funcionária da escola, a quem a policial reagiu imediatamente com tiros no peito e no abdômen. O ladrão morreu no chão e entrou em fuga, mas foi capturado por agentes da polícia. O cabo Kátia da Silva Souza, 45, estava de folga quando, ao lado de sua filha, fez uma reação de surpresa ao ver um ladrão tentar roubar uma mochila de uma estudante de 11 anos. Maise e crianças pequena

agendaram a abertura dos portões da escola particular da Vila Prudente, que se encontra no bairro da Vila Mariana, quando foram abordados por um homem que usava um revólver calibre 38. Ele tentou roubar a mochila de uma funcionária da escola, a quem a policial reagiu imediatamente com tiros no peito e no abdômen. O ladrão morreu no chão e entrou em fuga, mas foi capturado por agentes da polícia. O cabo Kátia da Silva Souza, 45, estava de folga quando, ao lado de sua filha, fez uma reação de surpresa ao ver um ladrão tentar roubar uma mochila de uma estudante de 11 anos. Maise e crianças pequena

agendaram a abertura dos portões da escola particular da Vila Prudente, que se encontra no bairro da Vila Mariana, quando foram abordados por um homem que usava um revólver calibre 38. Ele tentou roubar a mochila de uma funcionária da escola, a quem a policial reagiu imediatamente com tiros no peito e no abdômen. O ladrão morreu no chão e entrou em fuga, mas foi capturado por agentes da polícia. O cabo Kátia da Silva Souza, 45, estava de folga quando, ao lado de sua filha, fez uma reação de surpresa ao ver um ladrão tentar roubar uma mochila de uma estudante de 11 anos. Maise e crianças pequena

Antônio Carlos Nantes de Oliveira era superintendente da Sudeco, desde outubro de 2016. (Foto: Facebook)

O ex-chefe da Sudeco (Superintendência do Desenvolvimento do Centro Oeste) Antônio Carlos Nantes de Oliveira, definiu como antecipada, mas "pela porta da frente", a sua saída do cargo, após demissão.

Pagnan e Schiavon (2018, p. B7), Folha de S. Paulo (2018d) e Fernandes (2018), respectivamente.

Embora possa haver incompletude e sobreposição na lista apresentada (uma foto pode ser captada a partir de um vídeo que foi encontrado em uma rede social ou veio de uma câmera de segurança), o objetivo dela é

apresentar a diversidade de caminhos que os veículos têm à disposição para obter fotos e vídeos, bem como destacar que vários deles levam a imagens gratuitas – fator que impacta diretamente na contratação de fotojornalistas.

Talvez por isso tenhamos observado que alguns editores e repórteres de texto tenham dito não se sentir à vontade em usar fotos de terceiros quando um fotojornalista da casa cobriu a mesma pauta e nenhuma das fotos obtidas foi considerada adequada à matéria. “Parece que a gente tá sendo sacana com o fotógrafo. Que foi lá e fez a imagem. E você tá usando uma de arquivo. Mas às vezes, não tem como. [...] Eu faço isso quando precisa”, diz TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). Um editor de fotografia fez observação semelhante. “Já aconteceu caso de nós, em futebol, ter fotógrafo lá, terem fotos nossas, mas o lance que nós queríamos não tinha. Aí compramos foto”. Em outra redação dois editores de fotografia ressaltam que sempre que for possível eles priorizam o uso de fotos da equipe.

Em todos os casos a contratação de *freelancers* complementa o trabalho da equipe do jornal. A aquisição de imagens de agências depende do que é fornecido, e soma-se ao que equipe e frilas fazem.

Mas há também diversas possibilidades de obter imagens gratuitas. Para usar fotos publicadas em redes sociais, o editor de fotografia de um dos veículos regionais diz que verifica se o perfil não é de algum fotógrafo profissional. Não sendo, copia a imagem e usa, sem pedir autorização, pois considera que não haverão direitos autorais envolvidos ou que isso não será requerido na justiça. Já os editores de fotografia do veículo de circulação nacional demonstraram maior preocupação em usar imagens de redes sociais. Aparentemente isso se deve ao fato de que nos

Estados Unidos já houve casos onde a justiça decidiu que imagens de redes sociais não podem ser usadas livremente por veículos de mídia¹⁵, pois ali também há um autor que possui direitos. EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) explica que o departamento jurídico orientou que quando o material não for visivelmente para divulgação deve-se fazer um *print* da tela inteira, e não recortar apenas a imagem, o que enfatiza que ela estava em ‘espaço público’ (nos perfis abertos das redes sociais). Mas há casos onde o caráter público é mais explícito.

A gente acaba pegando muita coisa [...] que teoricamente é *Facebook*, mas é divulgação. [...] O caso [...] Marielle [...] tinham imagens [...] no próprio [...] *Facebook* do PSOL. Então tá aberto, eles estão publicando lá, porque é exatamente pras pessoas compartilharem, usarem. Então é uma coisa que a gente não necessariamente precisa reproduzir a tela. (EDITOR-06, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

As imagens podem também ser enviadas pelos leitores. Durante o carnaval, a equipe do veículo do sul recebe um vídeo que mostra um policial entrando no mar, nadando atrás de um assaltante, o prendendo a mais de cem metros da praia, e o trazendo de volta à areia. A primeira ação dos repórteres após receberem essas imagens é verificar a informação junto à Polícia Militar. Confirmada a veracidade do caso, uma matéria é publicada com um *frame* do vídeo recebido. A cena usada – capturada via *printscreen*, colada em um editor de imagens e exportada para um arquivo JPG – é, nesse jornal, selecionada pela redatora que publica a matéria. EDITOR-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

15. Juiz rejeita a proposta de que as imagens pessoais postadas em redes sociais são gratuitas para uso de empresas de mídia (*Donald Trump, Wedding Crasher, Ends Up Being Bad Copyright News for Esquire.com*).

explica que a qualidade é baixa, mas suficiente para a versão online. Optam por usar uma foto na matéria porque é mais fácil e rápido do que publicar o vídeo, que mais tarde é veiculado apenas no *Youtube* do jornal. Para o leitor, no entanto, não há nada que indique que a foto é, na verdade, um *frame* de vídeo. Descobrimos, dias depois, que a redatora que publicou a matéria olhou rapidamente a gravação e escolheu aquele *frame* principalmente porque mostrava o ladrão e o PM nadando. Mas eles são apenas um pontinho escuro na porção superior da foto. Ela ‘enxergou’ a informação que estava no texto, e não a visualidade da imagem.

Fotografias ligadas à política nacional geralmente são obtidas de assessorias e fontes livres pelos veículos regionais que pesquisamos. Mas outros tipos de imagens sem custo são também priorizadas por motivo de economia.

Uma prática a princípio estranha foi verificada na região centro-oeste, onde observamos que veículos regionais republicam fotos, uns dos outros, sem que haja contrapartida financeira. A prática foi considerada ‘normal’ pelo editor do veículo que acompanhamos: “a gente usa de alguns veículos, com crédito [...] como usam da gente. A gente não usa dos grandes veículos porque dá problema. [...] Bancos públicos de fotos, eu sei que é público eu uso. [...] Um *print* da TV Globo é raro a gente usar, mas a gente usa”, explica EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018).

TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) diz que busca fotos em bancos de imagens livres de cobrança financeira só quando não tem nenhuma imagem adequada na redação. Ele explica que primeiro busca nos arquivos. Se não encontrar, pergunta aos colegas se

alguém lembra de já ter visto ou produzido alguma imagem como a que ele deseja. Só depois disso, caso não tenha encontrado nada adequado, é que vai buscar nos sites do governo, prefeitura, ministérios, secretarias, bancos de imagens, etc.

Uma repórter que participa de vários grupos de *Whatsapp* com fontes da área de segurança relatou que por ali recebe não só informações mas também fotos e vídeos que a polícia fez ou obteve.

Mas as fontes livres requerem certos cuidados. EDITOR-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) conta que no início de 2018 circularam nas redes sociais fotos que supostamente denunciavam problemas de manutenção nas pontes da cidade. “Começou com compartilhamento de fotos, a maioria delas nossas, só que algumas de 2011 e até anteriores. E uma imagem em particular – porque era um detalhe, assim, de tudo enferrujado – que não era nem daqui”. Por isso diz que é perigoso publicar tudo que se recebe.

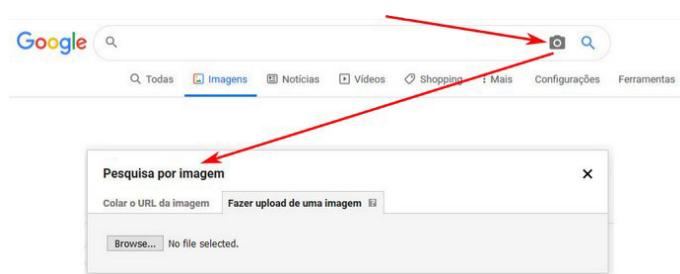
Envolve também a capacidade da equipe de identificar um material que não é verdadeiro. [...] A gente começa querendo saber de onde que veio [...] Quem publicou? Tem crédito? [...] Tem muita foto que vem por meio das redes dos órgãos de segurança, bombeiro, polícia e tal, mas nem sempre essas imagens são deles e nem sempre elas retratam aquilo que tá acontecendo. (EDITOR-01, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

A falsidade de uma imagem (ou a falta de veracidade no relacionamento entre a imagem e o texto que a anora), no entanto, por vezes é descoberta somente na apuração. “Já aconteceu da gente ir no local e não ter nada. Desde coisas mais simples como uma televisão jogada – ‘ah, é um lixo tóxico’ – quanto ‘ah, é um corpo’”, diz TEXTO-05.

Há épocas do ano ou eventos onde esse risco aumenta. “Quando tem, no inverno, neve, que é uma coisa que as pessoas adoram, aí começam a aparecer fotos [...]. Elas não são daqui ou não são desse inverno. É uma coisa que não causa mal pra ninguém. [...] Mas é uma coisa errada. Porque você tá dando uma informação errada”, argumenta EDITOR-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Ele explica que para tentar descobrir se as imagens recebidas são verdadeiras ou falsas a equipe do online faz buscas na internet. O método básico (Figura 14) consiste em abrir o Google no navegador, clicar na aba ‘imagens’ e depois no ícone de câmera fotográfica que aparece do lado direito da caixa de digitação. Ao abrir a janela de pesquisa por imagem basta fazer o *upload* da fotografia recebida para que o Google faça um rastreamento por imagens similares. Esse método é o mais simples e pode retornar inúmeros resultados, geralmente necessitando de filtragem posterior. Além dele há outras plataformas focadas na busca reversa de fotos – como a TinyEye – ou de vídeos – como a InVid Project.

Figura 14

Rastreamento de imagens usando o Google



Nota. Adaptado de www.google.com.

As imagens podem também ser obtidas de câmeras de segurança. Os repórteres comumente as buscam no entorno dos ambientes onde ocorreram eventos sobre os quais gostariam de ter fotos ou vídeos, assim como procuram saber se alguma pessoa fez algum tipo de registro. Uma repórter explica que é mais fácil conseguir diretamente com os proprietários das câmeras instaladas do que com a polícia. Diz também que dificilmente conseguem copiar o arquivo de vídeo, e por isso é comum terem de gravar um vídeo da tela do computador do proprietário da câmera de segurança para ter cópia das imagens. Mas também recebemos relatos de repórteres que têm acesso ao arquivo da câmera. EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) diz que a qualidade das imagens de câmeras de segurança tem aumentado. E que eles recebem esse tipo de imagens de assessorias ou da polícia, ou de alguma fonte específica do repórter, o que demarca a importância dos repórteres (de imagens e de texto) terem suas próprias (e confiáveis) fontes.

Imagens também podem buscadas em vídeos. Quando um amigo do então presidente da República Michel Temer é preso, no final de março, o jornal do sudeste não tinha fotos próprias nem de parceiros para usar. Só uma emissora de TV consegue e veicula a imagem, em vídeo. A solução é captar um quadro desse vídeo e usar como ‘reprodução’. O editor do caderno diz que gostaria de publicar uma imagem grande no impresso, mas a qualidade obtida inviabiliza isso. Essa qualidade é limitada pela resolução na qual o vídeo foi publicado (quando é possível fazer o download do arquivo e o *frame* retirado em programa de edição) ou pela resolução da tela (quando o *frame* é gerado por uma captura de tela).

Figura 15

Fotos retiradas de frames da gravação em vídeo da entrevista

A8 poder ★ ★ ★ QUARTA-FEIRA, 7 DE MARÇO DE 2018

FOLHA DE S.PAULO



Se pudesse reviver a história, tentaria me aproximar do Lula

EX-PRESIDENTE DIZ QUE GOSTARIA DE TER GOVERNADO COM FORÇAS PROGRESSISTAS E QUE É NECESSÁRIO REENCANTAR A DEMOCRACIA

F. G. Andrade (2018, p. A8)

Uma foto também pode ser obtida de *frames* de vídeos produzidos pela equipe do jornal (Figura 16), o que geralmente gera uma maior qualidade do que quando é capturado da internet. “Algumas vezes [...] a gente foi fazer vídeo [...] depois pensou ‘ah, nem precisa fotografar, a gente pega um *frame* do vídeo’. Já aconteceu isso várias vezes, mas não é o ideal. [...] Obviamente a captura de um *frame* daqui a dez anos vai ser muito superior ao que é hoje”, diz EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). Mesmo assim

EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) considera que no futuro não haverá somente captura de vídeos.

Eu acho muito distante. [...] Resolve com o *frame*? Resolve. Cada vez mais por conta da qualidade das imagens. A gente publicou outro dia um *frame* de uma entrevista que foi gravada em 4k [...], e até o próprio tratamento de imagem ficou na dúvida se era mesmo *frame* ou se era uma foto. Mas eu acho que [...] é um recurso que a gente usa quando não consegue mandar fotógrafo [...]. Porque o enquadramento é outro, a luz é outra, a percepção é outra. [...] Tudo ser filmado [...] eu encaro como um quebra-galho.

Tecnicamente, a qualidade da foto obtida depende da resolução do vídeo. E ela tem melhorado. Com o ingresso de câmeras 4k (frames de oito megapixels), 8k (frames de 33 megapixels) ou 16k (frames de 132 megapixels) a barreira deixa de ser a qualidade técnica. Mas diversos fotojornalistas se mostraram resistentes à ideia de que no futuro todas as fotos poderão ser obtidas de *frames* de vídeo. FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) diz que “não é a mesma coisa. [...] O ato é diferente. [...] Enquadramentos às vezes que funcionam em um não funcionam em outro”. FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) diz que não sente-se à vontade para fazer isso. E FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) ala que “a fotografia é um momento muito específico. Mental. [...] Não adianta você tirar um *frame*”. No entanto não é possível descartar uma possível mudança de cultura dos profissionais (e amadores) que, com o tempo, priorize os vídeos para a obtenção de fotografias.

Ter acesso a toda essa variedade de fontes implica numa diversidade de modos de creditá-las, pois o leitor tem o direito de saber a origem da

informação visual para poder avaliá-la. Isso, no entanto, nem sempre parece bem resolvido, nem há uma padronização entre os veículos.

“Eu coloco só ‘arquivo’ quando eu não sei mesmo como é o nome do fotógrafo”, diz TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) diz que as fotos recebidas de agentes externos, como assessorias, “às vezes vêm com o nome do fotógrafo, mas na maioria não”. Se o nome do fotógrafo estivesse atrelado à imagem essa dificuldade não ocorreria. “Normalmente a foto vem do fotógrafo do governo, sem nome. [...] Isso é uma coisa que o dia a dia acaba turvando e as pessoas vão lá e metem ‘divulgação’ porque é fácil”, explica EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). Ao longo da pesquisa não verificamos se as fotos que eram classificadas como ‘sem informação de autoria’ pelos repórteres possuíam esta informação nos metadados, mas isso é possível porque repórteres, redatores e mesmo o editor não estão habituados a utilizar ferramentas que deem acesso aos metadados. Além disso, a inserção de (meta)dados nos arquivos de imagens recebidas de agentes externos por repórteres e redatores dificilmente ocorre, o que leva à perda de informações como a autoria ou o que ocorre dentro do quadro, dificultando ou mesmo inviabilizando o uso futuro dessa imagem.

Vai muito do momento e da sensibilidade do repórter de abrir uma pasta, colocar lá ‘foto soja’, abre, ‘fotógrafo pam pam pam, barra, instituição’. Porque às vezes é tanta correria [...] que a gente baixa [...] e não abre pasta, não arquiva. [...] É que são tantas fotos (TEXTO-05, comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018).

Algumas redações indicaram usar o termo ‘arquivo’ para indicar ao leitor que a foto não é atual. “Quando é uma foto que já tem mais

de um mês, ou dois meses, eu custumo colocar ‘arquivo’ [...]. Subentende-se que é um profissional da empresa”, diz TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) que, no entanto, não agraga ao crédito a data de captação da foto. Compreendemos que em todos os casos de imagens de arquivo o leitor deveria ser informado quando ela foi captada. Isso, no entanto, é pouco usado nos veículos de menor porte. O veículo de grande porte foi o único que nos explicitou uma regra clara: as fotos são publicadas com data depois de decorridos três dias de sua captação, para localizar temporalmente o leitor, e não criar confusão com a produção atual.

O termo ‘divulgação’ parece ser menos dúvida. “Quando vem de assessoria só coloco ‘divulgação’. A não ser quando é tipo ‘assessoria prefeitura’”, diz TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) diz que usa ‘divulgação’ “quando a coisa chega pra todo mundo. Por exemplo, no STF, que a gente entra no site, [...] o material está lá pra download”. Uma repórter conta que usa o crédito ‘divulgação’ quando a fonte das imagens não aceita ser identificada. Isso porém não parece ser um entendimento geral.

Uma coisa que me deixa em dúvida no que eu vou usar no crédito é quando eu entrevisto a pessoa [...]. Aí a pessoa manda no *WhatsApp* uma foto. [...] Alguém fez a foto pra ele. Aí eu até perguntei uma vez pra um cara ‘quem fez a foto?’. ‘Ah, foi minha mulher’ [...]. Eu poderia colocar o crédito dela [...] Às vezes eu coloco ‘arquivo pessoal’. [...] Que não é muito usual. (TEXTO-06, comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

Já o termo ‘reprodução’ é usado quando se faz a cópia de uma imagem.

Facebook [...] *Twitter*, [...] a gente está reproduzindo. [...] O crédito é ‘reprodução’. Eu tô reproduzindo um *printscreen* da tela [...]. Tô reproduzindo uma coisa que não é minha. A divulgação eu tô divulgando um material que foi feito pra isso. [...] Que a gente evita, o máximo que pode, porque normalmente vai ser a imagem que no dia seguinte todo mundo vai publicar. (EDITOR-06, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018).

Às vezes o termo ‘reprodução’ pode ser substituído pela nomeação da fonte de onde a imagem foi copiada. EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) explica que quando uma fotografia é retirada de uma rede social o crédito pode ser, por exemplo ‘Lady Gaga/*Instagram*’. O que não deixa de ser incorreto, posto que ‘Lady Gaga’ não é a autora, e sim a proprietária da conta na rede social de onde a imagem foi obtida.

Algumas fotos recebidas dos leitores podem ser publicadas sem crédito específico também porque quem as envia algumas vezes não quer ter seu nome revelado. “Porque as pessoas temem represália. [...] O mais comum é não identificar”, explica EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), que atua em um veículo regional. Mas também há casos em que a pessoa que fez a denúncia ou sugeriu a pauta aparece na matéria. Nesses casos, EDITOR-04 considera desnecessário dar o crédito, pois a autoria já estaria explícita na própria matéria: “você meio que acha que é aquela pessoa”, diz. Entendimento que possivelmente existe entre profissionais, mas que, dependendo do contexto, pode não ser tão óbvio para o leitor.

Os Diversos Modos de Captação de Imagens

Todas essas imagens usadas pelo jornalismo foram captadas por alguém, mesmo que seja através de uma câmera operada remota ou

automaticamente. Por isso é relevante tentar enxergar quais são os diferentes modos pelos quais opera essa captura.

A partir da observação de campo e de relatos da literatura, propomos dividir a produção imagética para uso jornalístico em três grupos:

- (1) o fotógrafo apenas observa a ação que capta;
- (2) o fotógrafo influí na ação a ser fotografada; e
- (3) a ação é feita para que o fotógrafo a registre.

Chamaremos a primeira de fotografia *espontânea*, a segunda de fotografia *construída* e a terceira de fotografia *plantada*. E embora nos debrucemos aqui prioritariamente na ação dos jornalistas das redações que acompanhamos, compreendemos que tal divisão vale também para fotojornalistas de agência, freelancer, assessores, cidadãos e outros atores que captam as imagens que virão a ser usadas pela imprensa, influindo assim em sua forma e conteúdo.

Vimos todos os tipos sendo produzidos nos três veículos que acompanhamos em nossa pesquisa. Mais do que dividir precisamente as fotografias dentro de caixinhas, queremos aqui observar as forças que agem para que as imagens cheguem aos observadores naquela configuração.

Notamos que as fotografias *plantadas* parecem invisibilizadas nas redações, sendo geralmente tratadas como ‘eventos’. Possivelmente por isso os profissionais do maior jornal pesquisado não a enxergam, dividindo a produção imagética em termos de ‘rua’ (*espontânea*) e ‘retratos’ (*produzida*). E se as destacamos aqui é porque compreendemos que todo fotojornalista precisa estar preparado para esse leque de atividades. EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) diz

que sua equipe é diversificada, cada profissional tendo histórico e referências diferentes, e por isso alguns fazendo melhor rua e outros fazendo melhor retrato. “Mas a ideia é que todo mundo consiga fazer as duas coisas pelo menos minimamente decentes”.

É essa divisão – onde não são aceitas manipulações (*hard news*) e onde, segundo EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018), “todas as interferências são aceitáveis” (retrato) – que propomos ver a partir de outro prisma, antes de descrever o trabalho de campo do fotojornalista.

Fotografias *Espontâneas* (caçadas, pescadas ou coletadas).

Para obter fotos *espontâneas* (Figura 16) é necessário observação. Portanto é pouco comum elas serem produzidas por repórteres de texto, segundo ouvimos de uma jornalista não entrevistada formalmente, durante a pesquisa, mas cujo trabalho acompanhamos em uma saída de pauta. Ela explicou que prefere trabalhar com um repórter fotográfico porque quando sai sozinha não consegue captar imagens *espontâneas*, uma vez que terá de entrevistar e depois fazer as fotos. Argumenta que o tempo de observação que o repórter fotográfico tem, enquanto o repórter de texto conversa com a fonte, também é importante para criar imagens que não sejam óbvias.

Compreendemos que as imagens podem ser captadas de três modos quando se conta apenas com a observação do fotógrafo: a *caça*, onde o profissional segue uma ação em curso para registrar seus momentos representativos; a *pescada*, onde ele se posiciona em local estratégico e aguarda que uma determinada ação ocorra para captar a cena; e a *coleta*, na qual o fotógrafo vai registrando cenas e ações que ocorrem ao seu

redor à medida que se move¹⁶. Mas vemos que há também um segundo tipo de coleta: aquela na qual o fotógrafo grava um vídeo ou capta diversas fotos em modo contínuo para depois selecionar o(s) quadro(s) que melhor representa(m) a ação observada. Em comum, todas requerem sua atenta observação, e não estão sujeitos à sua interferência ou à de terceiros para ocorrer daquela maneira.

Figura 16

Fotografia de captura espontânea.
Foto: Mario Tama



AFP e Reuters (2019, p. A15).

Ao acompanhar o trabalho de repórteres fotográficos constatamos que o retrato não é necessariamente uma fotografia produzida. Notamos também que a divisão que aqui propomos é, como toda categorização, uma visão que prioriza aspectos preponderantes em uma realidade que se

16. Esses três modos são uma adaptação que fazemos daquilo que o fotógrafo Iatã Cannabrava, em tom alegórico, colocou no episódio *Fotojornalismo, a ética e a caça* da série ‘Caçadores da Alma’, de Silvio Tendler: “Tem o caçador, que tá lá atirando. Tem o agricultor, que planta e depois vem colher. E tem o recoletor, que sai catando o que tá por aí no chão. Os três podem estar gerando documento, arte, jornalismo. São três formas de ver”.

apresenta complexa e multifacetada. Vemos isso quando acompanhamos uma repórter de texto e um repórter fotográfico na entrevista com uma jovem ex-presidiária que recomeça a vida trabalhando em uma loja de roupas e acessórios. A pauta pede retratos da jovem, que poderiam ser poses *construídas*. Mas FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) (já havia nos dito que não gostava de dirigir as fotos. Ele aguarda a repórter iniciar a entrevista e busca pontos a partir de onde possa fotografar. Inicialmente se posiciona atrás da jornalista, com uma objetiva 70-200 mm apoiada no braço de um sofá. Capta uma sequência com enquadramento bem fechado. Troca para uma 40 mm, vai para a frente da dupla que conversa e faz uma ou duas fotos. Começa a andar pelo ambiente, observando. Pega três vidros de esmalte de uma prateleira, os coloca sobre uma mesa, e com a teleobjetiva usa os frascos para criar uma moldura colorida desfocada nas laterais do quadro, produzindo mais uma sequência de imagens, que destacam o rosto da entrevistada. Depois senta no chão, ao lado delas, e faz mais fotos. FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) não capta *uma* foto. ‘Senta o dedo’, e produz sempre uma série, para mais tarde escolher a melhor pose. Ao final a repórter pergunta se ele precisa fazer mais alguma foto. Ele diz que não, mas a entrevistada fala que tem na loja um ‘cantinho dela’, e a repórter pede que ele faça essa foto. Vemos nesse caso que esse fotojornalista busca sempre o espontâneo, mesmo quando constrói algo, como fez com os vidros de esmalte: o *espontâneo* estaria na pose e nas expressões da entrevistada (por isso ele ‘metralha’, para não dar a ela oportunidade de posar), e a *construção* no uso de elementos que não eram naturais ao ambiente, e nesse caso criam uma moldura. Mas há também alguns elementos *plantados*, posto que a entrevistada visivelmente havia

escolhido a roupa e a maquiagem. Apesar dessa complexidade em jogo, compreendemos que o espaço para a fonte plantar a imagem que gostaria, bem como para o fotógrafo construir uma imagem específica foram pequenos perto do dedicado à busca da espontaneidade. Percebemos também que se o profissional não gosta de dirigir o personagem porque considera que ocorre uma perda da naturalidade, não vê problemas em organizar o ambiente para que a foto ganhe certas características estéticas. Mostrando que as escolhas dos profissionais são feitas a partir da combinação de valores bastante pessoais, resultando portanto em imagens de certa forma autorais e personalizadas.

FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) não foi o único a se posicionar contrário a orientar os personagens. “Direção, pra ser bem sincero [...] eu costumo evitar, porque eu acho que aí já sai do fotojornalismo [...]. Você não tá documentando o que tá acontecendo, você tá montando uma coisa, [...] alterando aquilo que é a rotina da pessoa”, diz FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018). Para ele a movimentação do fotógrafo é fundamental para encontrar soluções que evitem dirigir as pessoas ou o ambiente. “Primeiro de tudo é ângulo [...]. Às vezes, por exemplo, tem muitos elementos atrás [...]. Então, se você não for mexer com a pessoa, isso daí te dá mais trabalho, você tem que ficar caçando ângulo”, explica.

É pela busca da espontaneidade que vários fotógrafos argumentaram preferir que o repórter não peça uma foto ao final da entrevista, sendo os possíveis encaminhamentos para a produção da imagem combinados, sempre que possível, no caminho para a pauta.

Eu até gosto que [o repórter] fale [o que deseja]. Mas não... Se você termina a matéria e fala ‘pô, faz uma foto assim’. Já não é a mesma

foto se você pegar o personagem espontâneo. Aquele momento do pão foi um momento que eu tava vendo que ele tava atendendo um cliente e tava com os pães ali, com informação, quanto custa o pãozinho. Tava tudo na foto. [...] Se eu fosse esperar o repórter fazer a matéria, ‘agora eu vou fazer uma foto’, ele ia cruzar o braço. (FOTO-06, comunicação pessoal, 7 de março de 2018).

Compreendemos como captação *espontânea* também as fotos feitas por FOTO-X quando registra, de dentro de um Uber, um policial apontando a arma para uma pessoa na calçada, ou as fotos que FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) faz do gol de pênalti durante uma partida de futebol, ou ainda quando FOTO-Y capta a imagem de um empresário que saía em um carro com vidros escuros rumo à prisão domiciliar, todos relatados ao longo da pesquisa.

Para FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) o que mais muda de uma foto *espontânea* para outra *construída* é o olhar da pessoa.

Eu gosto muito do olho, da expressão que o olho pode me passar. [...] E o foco eu sempre fico fazendo no olho. [...] Esse lance do olhar e do sentimento que a foto pode passar. Eu acho que foto posada não passa muito sentimento.

Essa é, no entanto, uma visão controversa. FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) expressou o contrário, ao dizer que busca captar o sentimento da pessoa através do olhar ao produzir e orientar retratos.

Fotografias Construídas. A forma mais comum de captação *construída* que encontramos em todas as redações foram os retratos (Figura 17). Alguns fotógrafos alegam que só é possível considerar como retrato uma

imagem feita com o conhecimento do personagem, uma vez que a pose criada pelo retratado a partir da interação com o fotógrafo é um elemento fundamental do gênero. Essa interação, ou ‘direção do personagem’ como é chamado nos estúdios, deixa alguns fotojornalistas desconfortáveis. FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) explica que não se sente à vontade para manipular as pessoas. “Acho que é por falta de estudar. [...] Eu acho que eu preciso estudar mais na parte de direção. Porque a gente precisa dirigir muita coisa. Principalmente moda, pra fotografar informe publicitário. [...] Aí eu sofro”.

Figura 17

Fotografia de captura construída.
Foto: Felipe Carneiro



Bastos (2018, p. 2).

Apesar dessa interação que muitos fotojornalistas hoje precisam fazer entre material jornalístico e publicitário (ou publieditorial, posto que são publicidades em forma de matéria jornalística), o retrato está longe de ser feito prioritariamente com esse foco nas redações. Apesar disso

um fotojornalista com formação em Publicidade pode enxergá-lo por esse prisma.

O retrato... muitas vezes é uma foto montada. Você sai meio que com uma ideia roteirizada, já pra chegar e fazer [...], e eu acho que isso acaba me vindo muito da Publicidade, porque a Publicidade tem um layout, e aí tu tem que reproduzir aquele layout. (FOTO-02, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018).

A produção de retratos pode ser feita em uma matéria jornalística para mostrar as pessoas entrevistadas dentro de um ‘clima’ visual que sugira ou estimule compreensões relacionadas àquilo que o conteúdo textual aborda – ou às vezes até mesmo ao que o texto não pode expressar. Acompanhamos um repórter fotográfico na produção de retratos para um especial sobre imigração. FOTO-X havia conversado, na noite anterior, com uma editora, mas não tinha um padrão a ser seguido. Ele carrega vários equipamentos, que pegou na redação. Quando chegamos a repórter está conversando com um dirigente do espaço que recebe imigrantes, e nós seguimos direto para o local onde serão realizadas as entrevistas e fotos. Duas das entrevistadas já estão lá, e uma terceira chegará mais tarde. Apesar da dificuldade da língua – uma delas só fala árabe e francês – ele tenta conversar com elas. Explica quem é e o que pretende fazer. As mulheres estão sentadas e o fotógrafo se abaixa para falar com elas, buscando criar alguma conexão. Depois passa a montar o equipamento. Dois tripés com um travessão a ligá-los formam a estrutura de um fundo infinito, criado a partir de um pano que FOTO-X trouxe de casa. Outro tripé recebe uma girafa¹⁷ na qual está montado um refletor

17. Espécie de varão que numa ponta recebe o equipamento e na outra um contrapeso.

tipo panela coberto por uma folha de papel manteiga. O flash é acionado por rádio. Antes de começar a fotografar os entrevistados capta várias fotos para ajustar a posição e a potência do flash, até chegar ao efeito desejado, que é criado a partir da conversa que teve com a editora na noite anterior. Isso chama atenção para uma grande diferença do retrato de estúdio para o jornalístico: fotojornalistas geralmente não usam fotômetro de mão e por isso acertam a luz na base da tentativa e erro. O fotógrafo pede às mulheres autorização por escrito para a realização das fotos e vídeo. Duas se mostram preocupadas em assinar um documento que não conseguem ler, mas são convencidas a aceitar por pessoas da própria organização. Sem autorização os repórteres não usariam o material, e precisariam de outras fontes. Quando tudo está montado e testado, a repórter passa a gravar as entrevistadas em vídeo, durante as quais FOTO-X caminha pela sala e observa. Só depois passa a captar os retratos. As fotos foram feitas com a câmera na mão, mas ligada através de um longo cabo USB a um *laptop*, em cuja tela – maior e que por isso fornece mais detalhes – o fotógrafo acompanha tudo o que produz. Ele dirige a entrevistada, pedindo para olhar para esse ou aquele lugar, pedindo expressões e posturas corporais, basicamente gesticulando em função da dificuldade da língua. Reproduz as mesmas orientações com as três entrevistadas, possivelmente para manter um padrão que vá além da iluminação e fundo. Pede também uma foto com a pessoa segurando um documento à frente do rosto, mas uma das mulheres não aceita fazê-lo. Ao final, todo o equipamento é desmontado. FOTO-X não retorna para a redação. Irá selecionar, tratar e enviar as fotos a partir de sua casa. Ele aparenta estar um pouco contrariado com a abordagem, pois acha que a repórter deveria criar uma relação de proximidade

com as entrevistadas, refugiadas que visivelmente estavam acuadas. Esse grupo de repórteres também realiza em uma segunda saída para a mesma matéria. Procedimento de montagem, acessórios e teste de luz são idênticos à anterior. O espaço a ser usado, apesar de menor, é muito mais iluminado, por várias janelas, e é preciso evitar que o entrevistado fique em frente a elas porque a luz vinda do fundo deixaria as fotos muito diferentes das feitas na primeira saída, e é preciso uma unidade estética. Até um vinco que FOTO-X havia propositalmente feito no meio do pano é remontado. “É para dar um movimento”, explica. Mais uma vez a entrevista em vídeo é gravada primeiro, e depois são feitas as fotos. Como a entrevista percorreu um caminho mais político, a repórter pede que se façam os retratos também com esse viés, o que é obtido através da sugestão de poses e olhares. FOTO-X havia notado que o entrevistado tinha uma cicatriz em uma das mãos, e quando pede para fazer a foto com o documento em frente ao rosto solicita que isso seja feito com aquela mão, aproveitando para perguntar “o que foi isso?”. Quando o entrevistado responde que é marca de tortura em função de sua atuação política, a foto ganha novo significado, sendo captadas depois outras imagens com essa mão em frente ao rosto. Esse fotojornalista acredita que os receptores entendem que retratos são fotografias trabalhadas e os diferenciam das cenas factuais. “Quando você faz um retrato [...] já tá deixando claro ali que a pessoa que foi retratada, ela foi manipulada. [...] Que tem luz, que o fotógrafo colocou o retratado numa determinada situação”. E explica onde acha válido seu emprego.

Retrato é um recurso de quando você não tem uma cena do que tá acontecendo, você vai usar um personagem que vai contar uma história [...] que você não conseguiu [...] estar lá e representá-la

através de uma imagem. Então vamos trazer o personagem num clima. Por isso que a gente usa a luz. Gerar um clima pra aquilo traduzir o texto. [...] Você vai pegar uma testemunha de uma chacina. [...] É uma chacina, é dramático, é pesado, é diferente de um retrato de economia. [...] Você vai fazer ele com uma luz mais dramática [...]. Mas se você tivesse a cena da chacina, por que que você ia usar o retratado? Não, você usa a cena da chacina. Ele vai entrar numa outra situação. Ou também pra você dar vida [...]. A foto da empresa do cara, você pode fazer, mas que coisa sem graça a fachada de uma empresa. Então vamos colocar o sujeito que tem a *expertise* de fazer aquele negócio dar certo. (FOTO-X).

Os retratos também podem ser coletivos, destacando grupos de pessoas. Acompanhamos FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) em matéria sobre um encontro que reunia caminhoneiros e carros preparados. Como não gostava muito de dirigir poses, ele inicialmente tenta fazer imagens só dos veículos, mas logo é chamado pelas pessoas, que querem aparecer junto a seus carros ou caminhões. Inicialmente contrariado, precisa dar orientações para produzir as imagens. Mas vai relaxando à medida que fotografa. Quando caminhoneiros se reúnem para uma foto ele indica o caminhão e dirige o grupo. Ao pedido da repórter por imagens de veículos específicos, pede a retirada de objetos que estavam na frente. Diz que sente falta de um flash, pois o sol de verão gerava uma luz muito dura no meio da tarde, com sombras pronunciadas. “Tinha de andar sempre com ele, mas não gosto de usar”, diz. Isso sugere que em campo o fotojornalista precisa se desvincilar das preferências pessoais para realizar um bom trabalho, e sempre carregar equipamento.

Há ainda os retratos que são produzidos em estúdio, e nesse caso o fotógrafo não só tem à disposição muitos equipamentos como não precisa

carregá-los. A diferença é que não é possível contar com o ambiente próprio do personagem. Mas ele pode criar imagens com fundos neutros, que aceitam mais facilmente grafismos na pós-produção, recurso também comum em trabalhos publicitários. Acompanhamos uma pauta fotográfica no estúdio do veículo do sudeste para a matéria principal e capa da revista encartada semanalmente no jornal. A matéria aborda intercâmbio estudantil internacional, e o personagem é professor de teatro em uma escola bilíngue. O fotógrafo leva bastante tempo trocando o fundo infinito e regulando a iluminação. Troca difusores, muda a posição e regula os flashes, sai para pegar outro equipamento, volta, monta, sempre fazendo fotos do personagem para testar. Após uns 30 minutos, quando a imagem finalmente lhe parece boa, ele diz: “agora vamos começar”. Explica que as fotos serão em preto e branco, e que sobre elas se pintará as cores do país para onde cada pessoa viajou. Começa então a dirigir o professor. Direciona seu olhar, molda seu corpo, pede para mostrar uma tatuagem, esticar o braço. Talvez por ser ator o personagem se adapte com facilidade a tudo que é solicitado. FOTO-Y faz várias fotos, e vai mostrando algumas. Pede novas poses e expressões, e depois para que o professor tire a camiseta. Mais fotos. A camiseta é recolocada, as mangas são ajustadas. O próprio personagem passa então a dar sugestões, o que ajuda na sessão. Ele se agacha e FOTO-Y precisa ajustar os flashes, para a luz chegar nessa posição. O fotógrafo senta para ficar no mesmo ângulo. Mais fotos são feitas. O trabalho dura em torno de uma hora. Nesse exemplo vemos uma imagem que foi manipulada na captação e na pós-produção para se chegar a um efeito desejado.

Mas há profissionais que são críticos em relação à quantidade de retratos usados atualmente.

Tem muito retrato hoje em dia no fotojornalismo. Dão preferência para a fonte do que pra notícia. [...] Ok ter o retrato da pessoa, mas [...] tem muitas coisas que você pode substituir com outras imagens. [...] Vamos falar sobre dança do ventre. Aí vamos falar com a professora. Vai lá e faz um retrato da professora. Não! Vamos fazer um retrato da aula! Fazer um ensaio. [...] Eu como consumidor de imagem não quero saber. Se eu vou ler uma matéria sobre dança do ventre [...] vai me chamar muito mais atenção se eu ver uma bela foto da dança [...]. Mas eu não sei em que determinado momento se criou essa cultura do retrato. Muito retrato. (FOTO-08, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018).

Por mais que seja dirigido e as imagens captadas sob iluminação controlada, a construção de retratos requer um entrosamento entre fotógrafo e personagem.

O retrato funciona da metade em diante. No começo eu tô ajustando luz, eu tô conhecendo o personagem. O personagem tá fazendo caras e bocas pra sair bonitão mas ainda tá travado. Depois, no meio, o cara já tá relaxado. Eu já tô também mais íntimo dele. Você começa a absorver mais a personalidade dele. (FOTO-11, comunicação pessoal, 6 de abril de 2018).

Mas no jornalismo o retrato não pode ter apenas uma carga estética. “O retrato de um jornal tem que ser informativo. Tem que trazer algum link com a pauta” diz FOTO-X. E cita a matéria na qual fotografou mulheres imigrantes para exemplificar como busca sugerir compreensões através da luz.

Minha relação com elas era o olhar. Como era uma pauta que pedia uma unidade fotográfica, então era tudo bem mais fechadinho. Eu construí uma luz dramática, de acordo com o tema. É um tema delicado, então eu fiz uma luz que eu acho que condiz com isso, um fundo um pouco mais escuro.

E diz que a iluminação projetada pelo fotógrafo é essencial. “Você que vai traduzir aquele tema. [...] Não é a minha expressão, mas [...] a tradução do que eu quero expressar no tema que me foi dado”. E diz que a composição, a posição onde o personagem é colocado e o local escolhido para fazer a foto também contribuem na construção da imagem.

Há situações onde o fotógrafo busca recriar uma situação que interrompeu ou que não ocorreria naquele momento. Acompanhamos uma pauta na qual o repórter aborda uma mulher que vinha caminhando pela rua para entrevistá-la e, ao término da conversa, FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) pede que ela volte um pouco e retome o caminho, para fotografá-la. Ele explica como comprehende esse tipo de situação:

antes ela vinha caminhando, [...] Eu poderia ter feito um flagrante dela caminhando ali [...]. É a mesma coisa que ir fotografar um pedreiro. Ele faz obra, ele assenta tijolo. [...] Aí ele tá almoçando, ou terminou de almoçar, e não tá assentando tijolo ali na hora. [...] Aí eu falo [...] ‘Então, vamos fazer um pouquinho pra eu poder fotografar?’. Ele vai lá e começa a fazer. Eu não montei uma foto, porque ele é aquilo. [...] hoje em dia muito se tem disso no fotojornalismo. Não é que você monta uma foto. Você às vezes precisa recriar a situação onde o sujeito tá inserido. [...] É meio que fazer uma direção pra você poder fazer a foto. Porque senão o cara ‘não, eu vou mexer naquilo só daqui duas horas’. Pela dinâmica que temos do dia a dia, daqui a duas horas eu não posso voltar. Você acaba fazendo isso.

Em outras situações, a produção pode se dar por uma necessidade ética. Quando acompanhamos FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) em pauta percebemos que ele geralmente fotografa antes que o repórter de texto solicite, evitando imagens posadas. Mas em

um determinado trabalho aguarda o repórter fazer a entrevista, com a câmera abaixada, e ao final pergunta se poderia fotografar. Perguntamos qual foi a diferença dessa para as outras pautas e ele explica que ali o caso era um assalto, e que a pessoa poderia não querer aparecer no jornal. Por isso, mesmo sabendo que a foto sairia posada, aguardou e só a fez depois de autorizado.

Mas se o jornalismo sempre usou, e muito, o retrato, ele ainda não é pensando dentro das especificidades da área. “O retrato ainda tá flutuante na ética do jornalismo” diz FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018). Para ele esse tipo de produção precisaria estar mais presente nas reflexões sobre fotojornalismo, pois “você tá trabalhando com um personagem existente. Todos os fatos ali são existentes. Você só compôs a foto pra fazer um retrato”.

A construção também pode se dar pela intervenção numa ação em curso, o que às vezes pode acabar com a naturalidade da situação. Acompanhávamos o trabalho dos repórteres no barracão da escola de samba campeã do carnaval. O resultado havia sido recém-anunciado. O local estava lotado e o clima era de festa. O samba-enredo tocava alto. No palco, a diretoria exibia o troféu. FOTO-X fotografa de trás do palco, mas nota que se o salão lotado aparecia bem, a taça e a diretoria recebiam pouco destaque devido à posição. Mas ele queria tudo isso no quadro. Tem então a iniciativa de pedir aos diretores que desçam e festejem com a taça em frente ao palco, para conseguir fotografá-los de frente tendo ao fundo o salão lotado. Eles aceitam e descem. A pose é formal, estática. FOTO-X gesticula com as mãos, como a pedir ‘animação’. Mas a foto obtida destoa da alegria que reinava no ambiente, e por isso não é usada na matéria.

O direcionamento das ações em curso pode mesmo ser considerado incorreto ou antiético. Na fala a seguir FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) reflete tanto sobre as fotos *espontâneas* (quando se deixa a ‘cena’ acontecer), as *produzidas* (quando se pede para o presidente acenar) e as *plantadas* (quando se indica o período de tempo que um fotojornalista pode captar imagens). Nos interessa aqui destacar que *construir* ou *plantar* pode implicar na manipulação do significado, principalmente em cenas onde o transcurso sem interferências implicaria numa captação *espontânea*.

No jornalismo praticado pelos jornais diários, o que eu vejo em si não é tanto a manipulação digital. Mas a manipulação em tempo real. A cena acontecendo na tua frente, tipo, falar ‘ah, faz isso pra mim só pra eu fotografar’. [...] Essa manipulação é muito mais grave. [...] Isso, no retrato, tudo bem. Agora numa cena... Retrato é completamente manipulado. Você só tá encontrando a pessoa porque foi marcado. A pessoa tá posando pra ti por causa daquilo. [...] Acho que [as pessoas] entendem que aquilo é um retrato. Mas também entendem que a cena é uma cena. [...] Que não tem nada direcionado. [...] Eu só fico olhando, eu só observo. [...] Quando você vai numa coletiva... sei lá, tá o presidente... muita gente fala “presidente, presidente...”, fica gritando pro presidente olhar. Velho, cala a boca! Deixa a cena acontecer. ‘Presidente, presidente, presidente’, pro presidente dar uma acenada. Isso é uma coisa tão feia. E que é muito comum no jornalismo. O NOME me contou de uma cena muito louca que ele viu em Brasília. A EMISSORA-TV-X tinha perdido o Maia entregar uma papelada no judiciário. A EMISSORA-TV-X fez o Maia entrar no carro de novo, pegar o papel e fazer a cena de novo. Só porque ela tinha perdido. E isso é muito mais manipulação. [...] A foto também é questão de ponto de vista. Se você tá no ponto de vista, ali, feito pela assessoria de imprensa [...] ou no show ‘você só pode fotografar daqui (indica um ponto), esses três minutos’. Isso também é manipulação. (FOTO-09, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018).

Vimos também que ações podem ocorrer apenas para serem fotografadas, gerando ilustrações fotográficas. Acompanhamos o trabalho de FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) quando fotografava e gravava em vídeo a produção de um mural. O grafiteiro havia sido contratado para criar um desenho relacionado à matéria principal da revista publicada aos finais de semana pelo jornal. Às vezes FOTO-10 pede posições ou poses, mas no geral dirige pouco o personagem. Faz também fotos em dupla exposição, que não vimos sendo usadas. As fotos ilustraram capa e índice da revista, bem como a página dupla de abertura da matéria sobre o uso de grafites e pinturas estilizadas em residências.

Mas a ação do fotógrafo para produzir uma imagem pode ser considerada fora dos parâmetros jornalísticos quando busca criar um impacto visual e emocional de elementos estranhos ao contexto.

Teve uma menina [...] que o padrasto [...] violentou ela [...]. Não tinha nada pra fazer foto [...] só tinha a casa e, pra não falar que não tinha nada tinha um carrinho daqueles triciclozinhos de criança, que era do irmãozinho dela, lá no fundo. Aí o que a gente faz nesse caso. Fez a foto da fachada da casa. [...] A gente tava lá, esperando [...] que a polícia ia lá [...]. Nisso chegou um fotógrafo de um outro jornal [...]. Ele fez a foto ali na frente, só que ele saiu andando na rua [...]. Daqui a pouco ele vem lá de cima, chutando. Ele chutou a cabeça de uma boneca. [...] O negócio tava há duas quadras do local, ele chutou e aí botou na frente da casa. E fez a foto. [...] Aquilo não fazia parte dali. Aquilo ali não era fidedigno do que tava acontecendo. Ele deu um *up* na situação [...]. Ele colocou um sentimento a mais no negócio. [...] Eu não vejo que isso é bacana fazer. (FOTO-04, comunicação pessoal, 6 de março de 2018).

Por fim vimos que a fotografia pode ser manipulada pelo posicionamento do repórter que acompanha o fotojornalista em locais onde

poderiam haver pessoas. “Eu fui com o repórter fazer uma trilha e não tinha ninguém. E tinha um lugar super-bacana pra fazer uma foto e eu precisava de alguém olhando. E eu pedi pra ele ficar. [...] O repórter ficou na ponta do morro lá, olhando, e eu fiz a foto”, relata FOTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Ele diz que não era possível identificar o jornalista e que por isso, naquela cena, ele representava qualquer pessoa, e não o veículo jornalístico. Caso semelhante já recebeu a reprovação do *ombudsman* da Folha de S. Paulo, quando o repórter fotográfico Caio Guatelli posicionou uma pessoa em frente a um painel de temperatura para criar uma imagem sobre o frio que fazia na cidade. A foto foi publicada na capa da Folha em 19 de junho de 2001. Cinco dias depois Bernardo Ajzenberg dispara, em sua coluna: “Pode ter a ver com artes plásticas, publicidade, com o que for, menos com jornalismo. E não importa se se tratava de assunto supostamente ‘menor’, como a temperatura da cidade. É questão de princípio”. Para ele casos assim abalam a credibilidade do veículo.

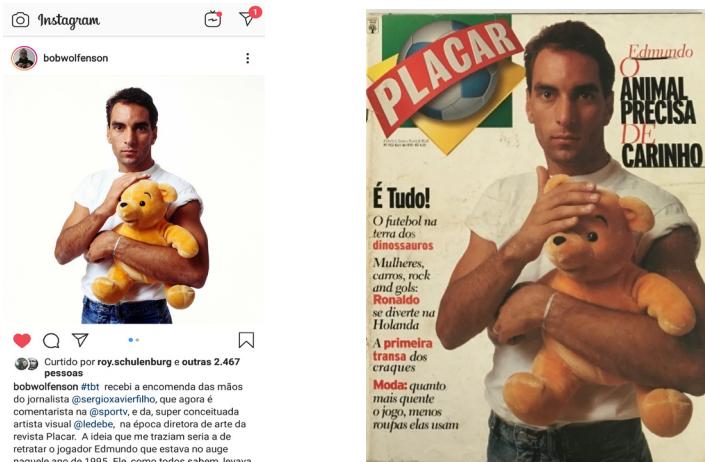
O processo de construção permite ao fotógrafo interferir em diversos elementos para chegar ao efeito desejado. É possível gerar sentido através do controle da luz; ou então os significados podem ser sugeridos através do contexto e de elementos de cena e vestuário. Há ainda a construção da pose, mas esse elemento será criado no momento da captação, e por isso não iremos considerá-lo aqui.

Ao planejar a iluminação o fotógrafo leva em consideração o efeito que a luz construída provocará. Drama, tensão, alegria, formalidade/informalidade, etc. são possíveis de serem sugeridas pela luz. A cor da luz, o foco, uma iluminação mais contrastada ou difusa, entre outras características, podem ser criados através do uso de acessórios.

Dessa forma, ter ideia de que iluminação se adequará melhor à pauta e ao enfoque desejados leva o fotógrafo a escolher quais equipamentos e acessórios de iluminação precisa carregar consigo.

Figura 18

Bob Wolfenson conta como criou a capa com Edmundo



Bob Wolfenson (2019) e Revista Placar (1995, capa).

Nem sempre o fotógrafo pode escolher o local onde captará as imagens de um entrevistado, pois geralmente isso se dá no local da entrevista ou onde a fonte marcar o encontro com o fotógrafo. Algumas vezes, no entanto, a definição deste local é passível de negociação, e nesses casos a escolha da locação pode contribuir para a criação de um cenário que ajude a compor o retrato. Captar um empresário dentro de sua fábrica é diferente de fazê-lo no escritório da empresa, assim como um esportista junto ao local e equipamentos de sua prática funcionará

bem diferente do que se estiver em casa. Mas mesmo nos casos onde não é possível escolher de antemão o local da produção fotográfica, o profissional deve buscar adaptar o contexto disponível da melhor forma possível quando chegar à locação combinada. Isso pode se dar pela escolha de partes específicas do ambiente ou mesmo de objetos.

Por fim ainda é possível levar ou sugerir à pessoa retratada que leve acessórios que possam vir a ser usados na produção fotográfica (Figura 18). “Eu já fui fotografar o presidente de uma [empresa de] batedeiras de bolo e levei uma caixa de ovos pro cara ficar quebrando. É você imaginar a cena que você quer e levar lá pro lugar e pedir pro cara fazer. Então eu acho que essa interferência é uma linha que vai se moldando”, conta EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018). A negociação entre fotógrafo e pessoa retratada, nesse sentido, é fundamental.

Fotografias *Plantadas*. Mas há também, no trabalho diário de fotojornalistas, as foto-oportunidades, ou seja, as oportunidades arranjadas para que sejam produzidas fotografias de alguém ou algo. Elas geralmente estão atreladas a pseudo-eventos, compreendidos como acontecimentos planejados para gerar cobertura jornalística (Ferrucci, 2019). As fotografias *plantadas* (Figura 19) são assim aquelas obtidas nessas circunstâncias, onde a construção do significado se dá, em boa parte, por quem as *planta*. Vemos, no entanto, que um fotojornalista pode ser estimulado a aceitar as foto-oportunidades quando lhe são oferecidos elementos visualmente atraentes, que contenham informações e/ou que estejam posicionados em locais estratégicos.

Figura 19

Fotografia de captura plantada, onde a fonte prepara o cenário para que o fotógrafo produza (e faça circular) uma imagem que lhe é favorável.
Foto: Carl de Souza

FOLHA DE S.PAULO

DESENHO 1921 ★★★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

ANO 99 • Nº 32.968

SEGUNDA-FEIRA, 8 DE JULHO DE 2019

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUIDA ÀS 23H59 • R\$ 5,00

Brasil derrota Peru por 3 a 1 e ganha sua 9ª Copa América

O Brasil derrotou o Peru por 3 a 1 e ganhou sua nona Copa América — a 10ª edição da competição de futebol mais antiga do mundo. O torneio não acontece desde 2007. Foi o quinto título da seleção brasileira. Como ocorreu em outros jogos, o presidente Jair Bolsonaro (sem Neymar) apareceu no lado de ministro, buscou se associar ao time. Esporte

PVC
Título sem Neymar abre porta para o futuro da seleção

Esporte B3



Folha de S. Paulo. (2019, capa).

Acompanhamos isso durante entrevista coletiva com um secretário estadual de educação. Tão logo ele chega, FOTO-X começa a fotografar, com uma teleobjetiva, do fundo da sala. Enquanto as equipes de TV o entrevistam, o fotógrafo começa a se aproximar. Troca a tele por uma grande angular e se junta ao grupo. Fotografa com o braço esticado por sobre a cabeça. Depois disso conecta a câmera a um leitor de cartão. Olha no visor. Estava selecionando e enviando fotos para a redação. Ele usa uma bolsa *Now Bomb*, o que facilita o acesso a esses acessórios e lentes. FOTO-X recoloca a teleobjetiva quando os jornalistas de TV terminam a entrevista. Todos sentam e o secretário fica em uma cadeira ao centro dos jornalistas, com um grande *banner* da secretaria

ao fundo remetendo ao início do ano letivo, foco da entrevista coletiva. Ele fotografa novamente do fundo da sala, afastado do grupo em torno do político. As fotos usadas no site e impresso foram feitas nesse período. A do site mostra o secretário em primeiro plano, situado no canto inferior direito do quadro, com os ombros levemente recortados no extremo direito. À sua frente, contrastando com a camisa branca, se veem o topo de dois microfones. Ao fundo, desfocado o suficiente para não chamar mais atenção que o secretário, mas sem perder a legibilidade visual e textual, se vê o *banner* que a assessoria colocou. Possivelmente em função do formato padrão (altura x largura) do CMS, não foi possível cortar o topo de uma cabeça loira, que aparece sem destaque no canto inferior esquerdo do quadro. Outra imagem, bastante semelhante, foi usada no impresso no dia seguinte. A diferença é que agora o secretário aparece mais ao centro, levemente à esquerda. Não há microfones nem cabeças, exceto a do secretário, que se encaixa em um espaço vazio da imagem do *banner* ao fundo, e deixa aparecer claramente o texto levemente desfocado, mas também legível. FOTO-X contou, mais tarde, que buscava o efeito de deixar o texto do *banner* legível, por isso fechou propositalmente o diafragma nas fotos que fez com a teleobjetiva. Ao final da coletiva, observo que ele usa um aplicativo do *smartphone* para armazenar as fotos feitas ‘na nuvem’, garantia contra eventuais problemas.

Mas o fotógrafo também pode rejeitar a foto-oportunidade se ela não lhe parecer relevante. Presenciamos isso quando FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) acompanhava o governador no anúncio do reajuste de um benefício social e perde a foto posada dos políticos para priorizar a captação de imagens com a população. Ele diz, depois,

que não se preocupava com a imagem perdida, pois ela seria igual às da concorrência, bem como de outras pautas. Nesse caso observamos que o valor da fotografia *espontânea* foi maior do que o da *plantada* pela assessoria ou ceremonial.

A Pauta

Independente do modo como se dá a captura das imagens, é necessário planejar o trabalho. Isso se dá apesar de existirem muitas coberturas reativas – nas quais o repórter descobre a pauta em campo e já a realiza na hora – pois o fato de o jornalismo ser uma ‘indústria’ que precisa entregar um ‘produto’ com regularidade impõe a necessidade de organizar o fluxo de produção. O planejamento, que em sua face mais comum consiste na construção de uma pauta torna-se, assim, uma necessidade (Figura 20). Mas a imprevisibilidade do trabalho de campo leva a que tal planejamento geralmente estabeleça o tema ou assunto mas não especifique o que o repórter fotográfico deve obter, exceto em matérias que envolvam produções fotográficas como retratos. Sugestões de tipos de imagens a ser obtidas, no entanto, podem acompanhar a definição do tema sem que isso seja impositivo.

As reuniões de pauta que acompanhamos ao longo da pesquisa mostraram-se mais comuns nos veículos impressos, onde havia um planejamento maior da cobertura. As imagens não foram foco de discussão em nenhuma das reuniões acompanhadas, sendo citadas apenas esporadicamente com comentários genéricos do tipo ‘pode render boas fotos’ ou algo sobre a importância de ter um fotógrafo próprio naquele evento, de conseguir boas fotos de agência ou buscar por câmeras de segurança. Nesse sentido as reuniões de pauta parecem estar mais voltadas

ao viés informativo da matéria, independente se isso será desenvolvido por texto, sons ou imagens.

Figura 20

Exemplo de pauta fotográfica

Editoria: Fotografia
Quando: 20/09/2021 – 15h30
Prazo de fechamento: 21/09/2021 – 12h
Descrição: José Silva foi vítima de golpe, via telefone, onde uma pessoa se passando por agente da Caixa Econômica Federal lhe avisava que seu cartão de crédito havia sido clonado e teria de ser recolhido. Ele entregou cartão e senha, imaginando que estava repassando ao banco, e agora tem uma série de dívidas no cartão. A vítima é professor aposentado e relata não ter condições de arcar com as parcelas mensais feitas pelos estelionários. Para dormir, precisa de remédios, já que sente-se inseguro por saber que seu endereço é conhecido por quem levou seu cartão.
Repórter: Tânia Alcântara
Repórter estará no local: Sim
Contato com repórter: (011) 99999.8888
Autorização para uso de imagem: Não
Endereço: Rua dos Padres, 517 – Santo Amaro
Contato no local: (011) 99998.2727
Pautado por: Camila Souza
Observações adicionais: A vítima está bastante deprimida, então é importante negociar calmamente a produção de imagens. Importante ter um retorno dele, mesmo que para isso o rosto precise ficar escuro (caso ele insista em não aparecer, como adiantou ao paneteiro). Documentos e boletos também podem gerar imagens adicionais. Observar o ambiente caseiro, pois talvez possam trazer informações visuais sobre o estado de espírito da vítima.

Elaborado pelo autor.

Em uma das redações que acompanhamos, e que atua 100% online, vemos que praticamente não há planejamento das pautas, à exceção dos materiais feitos para a editoria de cultura/entretenimento. Mas cobrir o que vai acontecendo provoca grande fragmentação dos assuntos, bem como problemas com deslocamento e alocação de repórteres.

Aqui no jornal cada fotógrafo tem um celular. [...] funcional. A estagiária [...] junto com a chefe de redação, é responsável por organizar o que tem no dia de prioridade. [...] Então ela [...] envia

pros fotógrafos, num grupo no *Whatsapp*, ‘Ó, dez horas, pauta’. [...] ‘Ir em tal lugar, falar com tal pessoa’. [...] Isso [...] as coisas programadas. E conforme o que for acontecendo no dia a gente sempre tem o contato. [...] Eles vão mandando. Às vezes pode acontecer de eu estar em uma pauta e a pessoa já me ligar ou mandar uma mensagem [...] aconteceu tal coisa em tal lugar e é pra você ir’. (FOTO-07, comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

Nesse veículo observamos que em algumas ocasiões os repórteres só conhecem a pauta na hora em que chegam ao local da cobertura, o que aparentemente lhes dá maior liberdade ou controle da abordagem. Essa autonomia, no entanto, é relativa, pois eles conhecem – pela experiência – os limites e direcionamentos da linha política e editorial do veículo, seguindo-a. Geralmente recebem informações curtas, sem detalhamento, o que leva o fotógrafo a ter o trabalho direcionado pelo colega de texto. Um dos fotojornalistas relatou que há uma diretriz do veículo segundo a qual ‘na rua, manda o repórter’.

Eu sou muito curioso, ainda mais pelo fato [...] de ser jornalista [...]. Então, normalmente eu já pergunto pro repórter: ‘Que pauta que é essa? O que tem lá?’ ‘Como que vai ser?’ ‘É foto? É vídeo?’ Normalmente eu já pergunto antes pra [...] deixar preparado o material. ‘Vou usar a câmera. Não, vou usar o celular’. [...] Eu tento sempre conversar com o jornalista para ele me passar o que ele quer. [...] Normalmente o pessoal da EDITORIA DE CULTURA¹⁸ já fala ‘eu quero uma foto assim dessa pessoa, que passe um sentimento assim’. [...] Já a matéria jornalística¹⁹ [...] vai muito [...] do meu faro jornalístico. [...] O jornalismo é mais solto. [...] Já a EDITORIA DE CULTURA eles tentam encaminhar mais ou menos, até pra não ficar uma foto tão jornalística assim. [...] Já aconteceu da NOME-1

-
18. Mudamos o nome da editoria, usando uma forma genérica, para manter o anonimato da fonte/veículo.
 19. Aqui ele se refere ao trabalho nas editorias de política, economia, geral e polícia, que se contrapõe, nessa redação, ao trabalho da editoria de cultura/variedades.

[...] falar ‘eu preciso que você faça uma foto dessa forma para mim’, e ela fazer uma foto da NOME-2 [...] pelo celular, e me mandou. Falou assim ‘ó, faz uma foto mais ou menos desse jeito’ (FOTO-07, comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

Essa informação visual funciona como um rascunho, um croqui da imagem que ele precisa captar. Mas aqui nesse exemplo vemos um outro efeito colateral da falta de planejamento: o repórter fotográfico não é mais pautado pelo editor. “Quem me fala, praticamente, é o repórter. É através da conversa com ele, que a gente tem dentro do carro ou na hora de sair, que a gente fica sabendo a pauta. E aí pesquisa no celular”, diz FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018), explicando também que sabe se precisa produzir fotos ou vídeo de acordo com o repórter de texto com que está trabalhando naquela pauta.

Mas além da troca de informações direta entre os profissionais há também – nessa redação – um espaço online onde jornalistas e editores anotam as sugestões de pauta. Cabe aos editores e à estagiária distribuí-las. No entanto, muitas pautas são transmitidas aos repórteres através de conversas, porque não estão nesse espaço online.

Acompanhamos uma situação na qual a pauta nasceu da observação do repórter fotográfico. Voltávamos de uma cobertura quando, inesperada e rapidamente, o carro da redação muda de faixa em meio ao trânsito e entra em uma rua lateral. O motorista se esforça para fazer essa manobra porque o fotógrafo havia visto um caminhão com o brasão de uma cidade que havia sido atingida por enchente poucos dias antes. Sabendo que no local funcionava uma paróquia, ele ligou os dois fatos e concluiu que poderia se tratar de doações. Isso tudo nos poucos segundos que teve de observação dentro do carro em movimento. Sua dedução estava correta,

e isso rendeu uma matéria inesperada e não pautada. Aqui, a atenção ao que ocorre no seu entorno, somada ao reconhecimento de informações (visuais e geográficas, no caso) e ao acompanhamento cotidiano das notícias fez com que ele, mesmo não tendo estudado jornalismo, tivesse aquilo que chamamos de ‘faro jornalístico’.

Correr atrás dos assuntos durante o dia por não trabalhar pautado tem seus problemas. “É muito dia a dia. [...] Eu tô sendo muito cobrada de conteúdo, de furo, de diferencial, de tirar o repórter pra fazer alguma coisa específica. Isso exige pauta e a gente não tem essa equipe”, diz EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). Ele fala que os gestores do veículo gostariam que cada jornalista se pautasse, mas que a falta de experiência da maioria dos repórteres, geralmente jovens e pouco experientes, leva a que precisem ser direcionados. “Isso influí no treinamento pra imagem. Às vezes eu pego matéria sem foto, eu falo ‘gente, por que essa matéria não tem foto?’ ‘Ah, eu não pensei em nada’. É um complicador”.

Por outro lado TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) lembra que mesmo em saídas pautadas não é incomum que, ao longo da apuração, se perceba elementos mais interessantes ou diferentes do que foi solicitado. Nos casos em que o repórter tem a liberdade de reorientar a matéria em campo, essas descobertas afetam também a produção de imagens, e por isso é necessário uma troca constante entre repórter e fotógrafo.

Em uma segunda redação que acompanhamos na pesquisa há reuniões de pauta diárias, mas os repórteres fotográficos não recebem pauta, sendo orientados verbalmente. FOTO-X lembra que a antiga editora de fotografias – que atuou no veículo até um mês antes do início de nossa

pesquisa – entregava pautas por escrito sugerindo tipos de imagens que poderiam ser feitas. Mas isso deixou de ser feito porque o profissional que a substituiu também atua como fotojornalista e não tem tempo para produzir pautas escritas. Por isso as solicitações passaram a ser feitas na base da conversa, presencial ou por telefone/aplicativo. Esse diálogo, que pode partir do editor de fotografias ou de outros editores ligados à matéria, geralmente serve para passar ao fotógrafo as diretrizes ou ideias que se traçou ao planejar a pauta. Mas nem sempre tais direcionamentos podem ser executados.

Às vezes você pensa como fazer uma foto [...] e chega na pauta não tem condição de fazer aquilo. Ou às vezes a própria pauta vai te mostrar um caminho de foto diferente. Então às vezes é muito do momento, do olhar. (TEXTO-01, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

O que reforça a importância não apenas do trabalho ser executado por um repórter fotográfico – e não por um fotógrafo que desconheça o fazer jornalístico – como também desse profissional conhecer os direcionamentos gerais esperados para aquela matéria e acompanhar cotidianamente o noticiário.

E se não ter um editor direcionando a produção das fotos pode dar mais liberdade ao repórter fotográfico pode também levá-lo a produzir e entregar mais imagens. Efeito colateral indesejado, principalmente em redações com cada vez menos tempo para editar o material produzido.

O planejamento da produção de imagens passa também por pensar o que rende uma boa capa, no caso dos impressos, ou imagens de chamada na capa do site, para publicações online. De acordo com FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) a capa “é a foto mais

importante do jornal”. Fotos muito boas podem levar um assunto a ganhar destaque, sugerindo um viés ‘publicitário’ para a capa, no sentido de ‘vender’ para o leitor o conteúdo daquela edição.

Diferente das demais, a terceira redação que acompanhamos trabalha com planejamento prévio de grande parte do material produzido, e consequentemente atua menos que as outras na cobertura do cotidiano. Vemos que mesmo pautas do dia a dia podem ser planejadas – o que ocorre, por exemplo, na política e na cultura, onde há eventos agendados – e que isso leva a que sejam produzidas imagens específicas, pensadas de antemão de acordo com o assunto. Uma explicação plausível é dada por FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018): em uma metrópole não é mais possível concorrer com as redes sociais na abordagem de ocorrências factuais porque sempre vai ter alguém publicando fotos e vídeos daquele assunto. Quando os jornais ficam sabendo – muitas vezes pelas redes sociais – o fato já ocorreu. Por isso, para ele não faz mais sentido tentar cobrir tais acontecimentos, e o foco deveria ser a reportagem e as matérias especiais, mais analíticas.

Embora essa tese seja questionável, posto que um veículo jornalístico pode atuar como curador e verificador do material factual que circula nas redes mesmo quando não consegue chegar a tempo de cobrir *in loco* o assunto, ela serve para questionar os limites do modelo de cobertura reativa permanente que vimos nas redações online.

Nesta terceira redação a pauta, sempre que possível, é direcionada em função do perfil de cada fotógrafo e do material que os editores sabem que eles podem entregar. O acompanhamento da produção é realizado através de um sistema informatizado, no qual os editores podem ver todos os detalhes da solicitação (descrição da matéria planejada, quem

solicitou a produção, qual fotógrafo foi escalado, se o texto e/ou as fotos já foram feitas, entre outras informações). O sistema envia e-mail com os dados da pauta para os repórteres de texto e imagem. Na mensagem recebida pelos fotógrafos consta o dia e hora em que precisará estar no local, o endereço, uma breve descrição da pauta, quem é o repórter de texto que fará a matéria e se ele estará no local no momento de produção das fotos, o contato do repórter de texto, se é necessário pegar autorização de uso da imagem, o nome do editor que pautou o repórter fotográfico, assim como o nome e o telefone da pessoa de contato no local onde serão feitas as fotos. A partir disso o repórter fotográfico pode, se desejar, solicitar maiores informações.

Chega um e-mail explicando a pauta. Às vezes ele chega super-completo, às vezes não. Daí você dá uma ligada pro seu editor [...], ou pro repórter [...]. ‘O que se espera? O que é necessário? [...] Eu tô pensando isso’. Uma troca de informação ali pra seguir com o projeto. [...] Mas geralmente a pauta vem explicada, você sabe o que se espera. (FOTO-10, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

Certo dia acompanhamos a conversa entre uma repórter e um editor de fotografia, que delineiam uma pauta. Rabiscam possíveis desenhos de página e discutem os tipos de imagens que poderão ser feitas para a abordagem que desejam do tema. Dias depois vemos três editores discutirem possíveis modelos para a produção fotográfica dessa matéria. Eles partem de referências, e nesse momento há duas opções: a produção de retratos com o entrevistado segurando uma moldura, e a produção de retratos em fundo branco para que posteriormente seja aplicada a cor

da pele da pessoa²⁰. Quando ambas são descartadas, um dos editores liga para o fotógrafo escalado.

Daí eu resolvi ligar pro FOTO-X e dividir com ele essa preocupação: '[...] estava pensando em uma luz mais suave, com pouca sombra, que tivesse claro-escuro, agora eu tô perdida em relação ao fundo [...]' . Ele falou 'eu chego lá e vejo' . Eu tenho pavor disso. [...] Falei pra ele [que] não ia acontecer se ele deixasse pra ver lá. Mas eu falei 'tá bom, seja o que deus quiser. A gente tá fazendo o possível. É um dia antes. Se tivesse pelo menos mais um dia' . Ele lavou um pano cinza, que os cachorros dele ficam em cima, pôs na secadora, e levou, e fez a foto. E ficou incrível. (EDITOR-X).

Esse relato sugere que o planejamento precisa gerar diretrizes – que o fotógrafo vai adaptar quando se deparar com a realidade de luz, cenário, personagens, tempo e problemas – e não ordens, que podem não ser exequíveis.

Nessa redação o planejamento de reportagens especiais é sempre acompanhado por um editor de fotografia desde a etapa de concepção, junto com outros setores da redação. Antigamente os profissionais da imagem só eram comunicados da pauta quando tudo já havia sido concebido, mas a criação de uma editoria visual – que congrega diversas atividades ligadas à imagem – levou as editorias de conteúdo a conversarem mais. “Eu acho que está acontecendo uma percepção de como melhora a qualidade se a gente conversa antes”, diz EDITOR-08a (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018). Como o tempo é curto e as reuniões precisam ser focadas, a metodologia de *Scrum*, muito comum

20. Mais tarde um destes editores explica que essa opção fazia referência ao trabalho da fotógrafa Angélica Dass e que desistiram dela em função do trabalho que daria de pós-produção.

em equipes de engenharia de *software* e que preconiza reuniões rápidas, rotineiras e objetivas, é bastante usada.

Mas há também um planejamento interno às equipes de jornalismo visual, englobando fotografia, vídeo, infografia, programação do site e desenho de páginas e telas. EDITOR-08a conta que essa organização melhorou muito a partir da aproximação física da equipe.

A gente começa a implantar uma cultura de conversar. [...] Antes a editoria de artes e a editoria de fotos nunca conversavam. Muitas vezes se fazia um material maravilhoso de foto e não se avisava a diagramação, e aí se usava uma foto só sendo que tinha umas outras dez incríveis. Então [...] eu começo a juntar todos os editores. [...] Aí a gente começa a perceber. Era óbvio! A proximidade tinha que existir. Por mais que fossem editorias separadas, os editores de foto, vídeo e arte tinham que sentar juntos. [...] Acertando e errando a gente começa a perceber que é importante dialogar. [...] e eu preciso conversar cada vez mais com os fotógrafos. Eu acho que a ponta que tá faltando unir mais é o diálogo com os fotógrafos.

Mas o fato da maioria dos fotógrafos ficar pouco tempo na redação dificulta esse entrosamento, e por isso no planejamento de materiais especiais eles estão sendo chamados para conversar.

Cadernos especiais, a gente consegue chamar o fotógrafo, dizer o que a gente imagina, formar uma linguagem [...]. É uma coisa mais pensada do que a coisa do dia a dia. Hoje [...] que tá tendo uma vigília na casa do Lula no ABC, a gente vai querer que mostre coisas mais informativas: quantas pessoas têm, como é que tá o clima [...]. Não é uma coisa produzida e nem pensada. Essa coisa [...] de pautar, de orientar, esse cuidado maior a gente tem com o que é especial, e não o factual ali, o dia a dia. (EDITOR-06, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

Mas nem tudo que é solicitado é exequível. “Tem pedidos na própria pauta, né. Fazer retratos. Fazer retrato dele de ponta cabeça dando cambalhotas. [...] Então ignora. Eu ignoro. [...] Porque às vezes você chega num lugar que você não tem a menor condição de fazer nem uma foto boa quanto mais ele pulando e dando cambalhota”, diz FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). O que não significa que ele considere que não deve haver planejamento. Mas que é preciso diálogo. “Tudo que é acordado, planejado, com antecedência funciona. Só não vai funcionar se na hora quebrar, ou se chegar lá e ver que não é nada daquilo que se pensou”. O que ele externou discordar são sugestões dadas sem lastro na realidade que haverá no local, sem conversar com o fotógrafo, ou sem antecedência mínima que viabilize o diálogo. “Não dá pra você ir numa coisa corrida e falar, ‘eu acho que ia ficar legal um *stopmotion* aqui’. Pode ser que fique legal, mas se não ficar? Você perdeu! Então, quando há um tempo pra se pensar, ‘vamos fazer nessa linguagem’, acho ótimo”. Por isso FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) enfatiza que “grandes pautas, grandes coisas, acho que é legal conversar entre todos os envolvidos pra nenhum esperar o que o outro não pode trazer”.

Mas as sugestões da pauta também podem direcionar o trabalho do fotógrafo e levá-lo a ficar pouco atento às outras possibilidades.

O cara fala ‘olha, faz uma foto da árvore balançando com o vento’. [...] Aquilo já ficou na sua cabeça. Você vai chegar lá e falar ‘pô, tenho que fazer [...]’. [...] Você fica com aquilo meio que no seu subconsciente, se você é uma pessoa que dá muito valor. Enquanto que você pode ter uma atrás de você que tá balançando, ou que caiu um raio. [...] Pô, saia o mais aberto possível pras coisas acontecerem na sua frente. (FOTO-08, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

Para ele, se um editor confia na sua equipe não precisa ficar apontando caminho, falando o que é necessário fazer. E diz que precisou aprender a não sofrer quando vê que não é possível fazer tudo do modo como foi solicitado.

Hoje em dia eu já aprendi. Eu não fico mais batendo. Mas eu já sei que não vai rolar. ‘Ah, faz uma foto assim’. Eu falo ‘tá bom, faço’. Eu já sei que não vou ter aquela imagem lá fora. [...] Só se eu dirigir. [...] Mas antes isso me consumia muita energia porque eu falava ‘como o cara tá pedindo uma coisa que não pode?’. Mas hoje eu sei que eles não sabem o que eles tão pedindo, né. Então eu vou e faço o que eu posso, o que tá ao meu alcance.

O que reafirma a pauta como um caminho sugerido, e que poderá ou não ser seguidos pelo repórter fotográfico, dependendo das condições que encontrar no ambiente real, ou mesmo do quanto a proposta de pauta reflete o tema a ser abordado.

A Captura das Imagens

O trabalho dos fotojornalistas começa na transição entre a pauta recebida e a chegada ao local onde serão captadas as imagens. A pesquisa que realizamos sugere que não há padrão para uma abordagem. A máxima de que ‘cada caso é um caso’ não é chavão aqui. Observamos essa diversidade em campo, a começar pela possibilidade do repórter fotográfico estar sozinho ou acompanhado do repórter de texto. No trajeto até a pauta ouvimos trocas de ideias sobre o tema, entremeadas por outros assuntos. Na chegada ao local, geralmente o repórter de texto vai logo em busca de informações. O repórter fotográfico pode acompanhá-lo e ficar ouvindo, ou mesmo participando da conversa. Ou então percorrer e observar o

local. Tudo depende do assunto. Na realização de uma matéria sobre o cercamento de uma praça para o carnaval, FOTO-X observou o ambiente e começou a fotografar enquanto TEXTO-X entrevistava algumas pessoas. Como havia uma cerca, o fotógrafo subia em bancos e árvores, coisa que o repórter falou que não faria caso estivesse sozinho. “Ia fazer uma foto regulamentar e fechou”, diz, enfatizando que sua prioridade seria a busca de informações para a produção do texto. FOTO-X também conversava com o colega sobre as possíveis imagens: “vi algumas pessoas sentadas num banco. Que tal pegar em primeiro plano?”.

Uma pauta bem detalhada geralmente auxilia a produção de boas imagens, principalmente em matérias planejadas e reportagens. Na cobertura de assuntos que estão na ordem do dia o detalhamento da pauta pode não ser tão relevante (caso o repórter fotográfico acompanhe o noticiário). FOTO-Y traz dois casos que exemplificam essa diferença.

Se é uma pauta que tá no olho do furacão a gente já sabe. Fui fazer a pauta daquela creche que incendiaram lá em Minas Gerais. [...] Você chega lá, vai descobrindo personagens e tal, mas já sabe o foco do assunto. [...] A gente chegou [...] duas da manhã na cidade e já fomos pra um velório [...]. A cidade é muito pequena. O lugar era periferia da cidade pequena. Mas é rodando, rodando, falando com as pessoas, [...] colhendo informação. [...] [Mas nas pautas que saem do cotidiano] É muito importante que tenham algumas coisas especificamente explicadas no que a gente recebe. [...] Eu fiz uma pauta, semana passada, de uma criança autista [...]. E na pauta tava explicando que a criança era um pouco agitada, e que seria legal conversar com a mãe primeiro pra saber qual caminho tomar. Isso foi importante. [...] Eu tinha que conversar com a mãe pra ver o caminho, foi a primeira coisa que eu fiz. Falei ‘tô com a ideia de uma foto’. A mãe ‘vamos fazer, ele é bonzinho, legal, comigo do lado, não tem problema’. Eu já tinha visto o moleque correndo [...] mas ainda não tinha abordado ele. Daí peguei a câmera... Geralmente criança adora câmera. [...] Só que uma criança autista é outra coisa.

[...] Falei pra mãe ‘tô pensando numa foto numa janela, com uma luz [...]’. A gente vai com alguma coisa na cabeça. Vamos na janela, luz do sol entrando... Quem disse que a criança ficava. Começou a gritar e a mãe tentando... o pai na janela chamando a atenção. Não deu um minuto e eu percebi que não ia rolar. [...]. A criança, ali, não tá satisfeita. ‘Vamos pro quintal’. Porque eu já tinha visto o quintal. [...] Tinha um banquinho lá [...]. Fiz uns retratos dele com a mãe [...]. Daí começamos a trazer brinquedos, carrinhos [...]. Ele começou a brincar e me esqueceu. Eu comecei a fotografar ele e comecei a observar. E aí que eu falei ‘esse é o caminho’. [...] Eu entrei no universo dele. [...] É o mundo dele e eu preciso do mundo dele. [...] Não adianta eu fazer um retrato dele bonitão. Vamos é deixar ele solto. (FOTO-X)

E se a câmera por vezes intimida as pessoas, é na chegada do fotógrafo que ocorre o susto. Observamos que algumas vezes o repórter fotográfico mantinha distância ou chegava com o equipamento na bolsa. Em determinada apuração uma mulher aceitou dar entrevista mas não queria aparecer em foto. O repórter a entrevistou, e no final da conversa insistiu e a convenceu a posar para um retrato. Só quando ela aceitou é que FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018), que mantinha distância, foi chamado.

E mesmo quando a questão não passa por intimidar as fontes com os equipamentos, chegar sem muito alarde ao local da pauta é defendido por FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). “Eu tenho uma malinha que ela é discreta. Eu costumo andar com os equipamentos dentro. Então, eu procuro chegar discreto. [...] Eu cumprimento os meus parceiros, meus amigos ali, vou procurar ver o que tá acontecendo. [...] Sentir o drama”. Ele diz que, via de regra, não chega ‘metralhando’ nem produz uma quantidade grande de imagens repetidas. Modo de aproximação parecido com o que descreveu um colega seu.

A primeira coisa que eu faço é me apresentar [...] câmera abaixada [...] quem eu sou, da onde eu sou e o que eu tô fazendo ali. [...] Olho no olho e câmera abaixada. A não ser se for uma manifestação, que a coisa é muito frenética. (FOTO-10, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

Mas há situações em que o fotógrafo não pede autorização pra ninguém. “Quando eu vejo que é uma situação que eu preciso só chegar e clicar eu vou clicando de longe, pra chegar perto. E quando é algo inevitável, tipo crime ou algo do gênero assim, se dá eu já saio fotografando”, diz FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Algo similar ao que externou FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018).

Por exemplo, um acidente eu sei que vão resgatar o cara rapidão, então [...] eu tenho que [...] chegar e já fazer foto do cara. [...] O carro eu já sei que vai demorar um pouquinho mais porque tem que vir polícia de trânsito.

Chegar fotografando pode ser necessário também em função do aparecimento de algo inesperado. Vimos isso quando acompanhamos dois repórteres que iriam cobrir os estragos causados por foliões durante o carnaval. Ao chegarmos no local, logo que descemos do carro da redação ouvimos um batuque e vimos uma multidão. FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) saiu apressado e logo estava no entorno do bloco, enquanto o repórter tentava descobrir de que se tratava. Tudo muito rápido, pois a pauta era outra. Em um minuto ele fez algumas fotos que depois vieram a ilustrar o texto de um colunista que abordava o assunto.

Em reportagens o processo pode mudar radicalmente em função do tempo disponível. “Normalmente a gente chega no lugar [...] já tem uma pequena pré produção [...]. Normalmente tem um dia pra mapear o que a gente vai fazer. Conversa com um, conversa com outro. Normalmente no primeiro dia eu nem tiro a câmera da bolsa” (FOTO-12, comunicação pessoal, 26 de abril de 2018).

A Captação de Fotografias

Se no trecho acima buscamos situar a chega dos profissionais ao local onde serão captadas as imagens, aqui iremos nos debruçar sobre o processo de captação em si. Nesse momento o fotógrafo já pode ter uma quantidade variável de informação a respeito do que precisa ser captado, pode ter um certo direcionamento do tipo de imagens a buscar, ou mesmo ter razoável liberdade para criar.

Observando FOTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) selecionar as fotos que iria passar ao editor de um conjunto que fez sobre a reforma de uma ponte notamos que haviam basicamente duas situações fotografadas: carros passando pela ponte recém-aberta, e o prefeito na obra. Direcionamentos que lhe foram passados pelo editor. Mas nem sempre isso é explicitado, e foi comum ver fotógrafos que tentam imaginar o que o editor deseja. Para FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) um fotojornalista “tem que tentar entrar na cabeça da pessoa que vai fechar depois, [que] vai escolher a foto”. Alguns consideram isso impossível, e produzem variações. “Você vai mandar a foto fechada e vai mandar foto aberta. [...] Eu não sei o que o editor quer. Tem que mandar foto horizontal, foto vertical” explica

FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018), mostrando como tenta produzir um trabalho versátil.

Algumas vezes o direcionamento pode ir contra aquilo que o repórter fotográfico gostaria ou considera melhor fazer. FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) mostra fotos que fez de um protesto, captadas do alto de um prédio por solicitação da redação, para mostrar a extensão e o número de participantes. Mas diz que preferia fazer um trabalho mais centrado nas pessoas, nos cartazes e nos gestos. O que mostra que, apesar das preferências pessoais, é preciso adaptar-se ao estilo de imagem e à forma de trabalho de cada veículo para se manter trabalhando.

Tem que fazer? Beleza, vamo lá. Faz bonitinho [...]. Eu sigo muito os moldes do jornal. No retrato [...] vocês querem sempre luz externa, luz de flash? Muito bem enquadrado, muito limpo, fundo limpo, sempre bem definido. Tem uma linha de retrato que o jornal segue que não é difícil de identificar. Só que [...] você precisa ter muita paciência e uma cadência muito certa [...]. É uma coisa muito mais trabalhosa [...]. Mas faço no modo JORNAL e pronto. (FOTO-09, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

Mas como a realidade se impõe em campo, a pauta precisa mais orientar do que definir. E nesse sentido é importante que o fotojornalista compreenda o que se busca com a matéria.

É difícil você chegar e falar ‘ah, vou fazer isso’. Você tem que ter, pelo menos, o que você quer passar, o que você quer daquilo, o que você espera daquilo. [...] Alguma linha. [...]. Você tem que ter um norte. A gente trabalha sempre em campo, então é difícil. Não é um estúdio, que você fala ‘ah, minha foto vai ser essa’. Não, não vai. É uma surpresa [...]. Então você tem que ter ali alguns planos. Mas tem que saber pra onde vai, do que se trata. O que você quer

com aquilo. [...] Você tem que saber do que o repórter tá falando pra você não ir pra outro lugar. (FOTO-10, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018).

A abordagem geralmente parte dos modelos – conscientes ou intuitivos – que o profissional carrega. “Eu tento primeiro reproduzir as referências pra ter um ponto de partida. [...] Depois começo a tentar fazer diferente [...] a olhar melhor o ambiente, as possibilidades”, diz FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018).

Se precisa analisar o campo para descobrir como produzir uma imagem que represente adequadamente o evento, a observação do que está ocorrendo é uma necessidade essencial do trabalho. FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) diz que costuma “ver [...] quem tá fazendo o que. [...] ‘Pô, aquele tá lá, então deve ter alguma coisa lá [...]’. Então, gosto de observar [...] e me manter discreto”. Mas ele não gosta de pedir fotos. “Não gosto de abordar a pessoa pra fotografar [...] porque eu acho que isso tira um pouco a espontaneidade. [...] Às vezes eu vou lá, e chego perto, e pá, e clico; e saio”. O que demarca uma preferência por imagens espontâneas e uma recusa pelas produzidas, dentro de uma certa tradição clássica do fotojornalismo.

Acompanhamos uma dupla de repórteres em matéria sobre vendedores ambulantes e vimos como FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), ao observar o que ocorria no entorno, se adiantava a alguns pedidos do repórter. Enquanto TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) conversava com um vendedor, FOTO-06 fazia fotos à distância, usando uma teleobjetiva. Troca a lente e, depois de um tempo, se aproxima do entrevistado, que mostra para o repórter um caderno com anotações da contabilidade, que

são fotografadas. Essa imagem não entra na matéria, mas os dados que carrega serão úteis na produção do texto. A qualidade da imagem obtida na DSLR possivelmente é o motivo pelo qual os próprios repórteres não usam o *smartphone* para captar, eles mesmos, textos que lhes servirão mais tarde. O repórter segue a entrevista e o fotógrafo recoloca a tele. O uso de um colete tipo *Now Bomb* agiliza as constantes trocas de lente. Passa então a fotografar outro vendedor, que nessa hora entrega pães a um cliente estacionado próximo à sua barraca. E volta até o repórter, que lhe pede uma foto posada do comerciante de pamonhas que havia sido entrevistado. FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) começa a clicar quando o vendedor vai pegar o produto, e faz várias fotos. Depois explica que assim pode oferecer opções além da tradicional imagem posada. Quando o repórter vai conversar com o vendedor de pães, ele só observa. No momento em que uma foto é solicitada, mostra que já a fez. Seguem para outro ponto da cidade. Lá, apenas um entrevistado, que posou segurando alguns pães, é fotografado. Nova mudança de local. Ao chegar, FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) comenta: “vamos para a abordagem: chegar ‘pianinho’”. Ou seja, não interferir na entrevista, nem ser muito notado. Noção corroborada por FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018), para quem “um bom fotojornalista [...] sempre tá meio disfarçado, sempre tá meio quieto”. Estratégia para não tirar as espontaneidade da situação, e obter fotos sem precisar produzir o personagem nem o ambiente. FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) observa os vendedores e começa a fotografar os bolos que a entrevistada vende, enquadrando também uma faixa que ocupa a traseira aberta do carro. Coloca uma teleobjetiva, se afasta, e faz mais fotos. Aguarda uma pausa no trânsito

e vai para o meio da rua, de onde capta imagens que juntam, no mesmo quadro, o carro que vende bolos e, mais à frente, a placa de uma vendedora de sonhos. Disse que faz as fotos antes do repórter pedir para se prevenir contra negativas dos entrevistados. Descobrimos mais tarde que ele também usa essa estratégia para evitar a captação de fotos posadas.

E se é importante quando fotógrafo e repórter de texto trabalham juntos, a observação passa a ser fundamental quando o fotojornalista está desacompanhado do repórter e não recebeu indicações sobre o que fotografar. Porque ele precisará interpretar o tema da matéria a partir do que descobre no ambiente. É o que vemos quando acompanhamos FOTO-X em captação para matéria sobre uma biblioteca e espaço cultural. Logo que chega ele vai à portaria e pede para falar com a assessora, que passa a nos acompanhar e dar informações. Como a pauta não indicou uma foto ou visão específica, nem estamos acompanhados do repórter de texto, o fotógrafo precisa usar de criatividade e de seus conhecimentos prévios sobre o tema e contexto. Vamos ao primeiro andar, de onde se obtém um panorama do local. Ele nota que uma pessoa cega usa uma espécie de *scanner* que transforma em áudio o conteúdo das páginas dos livros, e a fotografa. Com uma teleobjetiva, capta pessoas que usam o espaço de informática. Faz fotos entre as estantes. Descobre uma pessoa lendo e faz imagens dela, sentada em um sofá, depois de colocar uma grande angular. Volta para a tele e continua a fotografar por entre as estantes tendo, ao fundo, jovens com fones de ouvido usando computadores. A teleobjetiva é uma estratégia para não incomodar os usuários da biblioteca, e assim obter fotografias espontâneas. Mesmo assim algumas pessoas notam seu trabalho e interagem com ele. Uma moça lhe pergunta onde as fotos serão usadas. Ele diz que é

do JORNAL e que não está identificando as pessoas porque o foco é o espaço cultural. Mas não sabe dizer quando a matéria será publicada. Voltamos ao térreo, onde há um espaço de convivência para crianças. Mais fotos. Subimos novamente as escadas. Mais fotos para baixo, agora registrando locais que ele não havia visto antes. De repente diz que precisa de um personagem. Olha em volta e fala para a assessora: “pode ser você”. Ele a orienta a ficar entre as estantes, como se estivesse procurando algum livro, e faz as fotos. Vamos ao último andar, de onde ele fotografa espaços que existem no vão central. Voltamos ao primeiro e ele retoma a foto da assessora entre as estantes, dirigindo-a: “não, muito *fake*”, “um pouco mais para o fundo”. Ela fica pegando e devolvendo os livros, e ele faz várias fotos. “Dá uma folheada”, “mais perto da estante”. Quando finaliza pede para andarmos pelo espaço externo. Caminhamos no entorno do prédio, onde FOTO-X faz fotos da arquitetura do local.

Estar atento ao entorno pode levar um profissional a ver aquilo que os outros não enxergam. FOTO-Y conta que essa atenção o fez conseguir uma foto exclusiva, quando acompanhava a saída de um empresário, preso na operação Lava Jato, da carceragem da Polícia Federal em um carro com vidros escuros. Vários fotojornalistas tentam captar a imagem do homem quando o carro passa, mas uma película no vidro impede que as pessoas no interior do veículo apareçam. Enquanto o carro se afasta, todos começam a ver as fotos no LCD da câmera, na esperança de ter obtido algo interessante. Ele permaneceu atento ao automóvel, que para num semáforo próximo. Nesse momento FOTO-Y saiu correndo, alcançou o veículo antes do semáforo abrir, encostou a objetiva no vidro e teve tempo de disparar uma única vez. Obteve assim a fotografia

que mostrava que o empresário havia saído da PF em direção à prisão domiciliar. Mesmo muito granulada e com reflexos do ambiente, a foto foi capa do jornal no dia seguinte.

Mas observar não basta. A estória acima mostra que é fundamental movimentar-se. E essa é uma característica que vemos em todos os repórteres fotográficos que acompanhamos, inclusive em algumas produções de retratos. Necessidade que é explicitada por FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) quando perguntamos ‘o que pensa’ na hora de fotografar.

Procuro deixar ela o mais... limpa [...] que não tenha coisa no quadro que interfira na mensagem [...]. Às vezes é fechando mais o ângulo, às vezes indo um pouquinho mais pro lado, um pouquinho mais pra trás, um pouquinho mais pra frente. Se movimentando.

E mesmo em minúsculos espaços físicos o fotógrafo pode mover-se em busca de ângulos que permitam construir diferentes significados ou padrões estéticos. É o que acompanhamos FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) fazer na salinha branca e velha onde o repórter entrevistava um candidato ao senado. Em determinados momentos ele usa o LCD retrátil invés do *viewfinder*, em função do ângulo desejado. Produz uma série de variações buscando se valer dos poucos elementos da cena – um velho ar-condicionado, um medidor de glicose sobre a mesa, a aliança de casamento do entrevistado e um espelho – para criar discursos visuais (respectivamente – contaria mais tarde –: a campanha com poucos recursos, a doença do entrevistado, a aliança com outros partidos, e a volta de alguém que deixou a política partidária há muitos anos). São interpretações que ele foi dando ao tema a medida em que vai

unindo o que ouve na entrevista ao que vê no ambiente. Mas para isso precisou caçar ângulos. Conta que se movimenta porque sua atenção é convocada por inúmeros elementos.

A informação na verdade ela surge. [...] Pisei nessa [...] sala, olhei, aí ela surge. Não tem como você prever [...]. Às vezes tem, atrás ou no lado, [...] ou na frente, [...] alguém com alguma camiseta, alguma coisa escrita [...] Então a gente tem que movimentar pra poder caçar essas oportunidades, né. [...] Porque se você fica parado você só vê aquilo ali e pronto. (FOTO-04, comunicação pessoal, 6 de março de 2018)

Mas há casos em que o fotojornalista simplesmente fica preso a uma única posição. Isso pode ocorrer por direcionamento da assessoria – em coletivas ou espetáculos – mas também em função do contexto. Vimos isso em uma delegacia, quando acompanhávamos FOTO-07 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) e uma repórter na cobertura da prisão de um homem acusado de estuprar um adolescente. Logo no início da entrevista com a delegada, cinegrafistas de três emissoras posicionam as grandes câmeras, com tripés, na frente da policial, interrompendo a passagem na pequena sala. Pedem ainda para organizar o visual do fundo, retirando uma bolsa e colocando o logotipo da Polícia Civil na tela do computador, o que mostra a preferência pela imagem produzida. FOTO-07 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) fica preso a uma única posição, entre os cinegrafistas e a parede. A variação possível foi fazer fotos mais abertas (mostrando o ambiente) e mais fechadas (só do rosto e das expressões da delegada). Terminada a entrevista ele transfere algumas fotos para o *smartphone* e as envia para a redação, que tem pressa em publicar a matéria.

Quando está em um ambiente, observando o entorno, o fotógrafo pode escolher a abordagem a ser dada para as imagens. As duas linhas de força mais citadas foram os vieses estético (Figura 21) e informativo (Figura 22). “Eu procuro fazer coisas estéticas que tenham um impacto visual [...] que as pessoas parem pelo menos e olhem”, diz FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018).

Figura 21

*Imagen escolhida pelo impacto visual
Foto: Flávio Tin*



Jornal Notícias do Dia (2017, capa).

Mas muitas vezes a informação se sobrepõe, e a questão estética é deixada em segundo plano. FOTO-04 argumenta que, no momento da captação, não é possível separá-las.

Caminha junto. [...] É lógico, o principal que a gente tem que fazer é a informação. [...] As vezes, esteticamente desse lado aqui tá melhor por conta da luz ou alguma coisa assim [...]. Mas [...] do outro lado [...] tem alguém com uma placa de protesto. ‘Ah, eu

não vou lá porque tá ruim a luz'. Não! Tem que ir, tem que fazer. Então [...] se for pra colocar assim eu falo que o estético fica em segundo plano. [...] Porque o fotojornalismo, o que eu acho que mais conta mesmo é a informação. (FOTO-04, comunicação pessoal, 6 de março de 2018)

Figura 22

Imagen minúscula é usada na manchete de capa.

Apesar da baixa qualidade técnica e estética, essa foto carregava grande valor informativo pois ‘comprovava’ que o prefeito eleito só soube da suspensão da diplomação no local onde ela ocorreria.

Foto: Júlio Cavalheiro.



Diário Catarinense (2004, capa). Acervo Biblioteca Pública Estadual de Santa Catarina.

Na equação entre estética e informação, o que o fotojornalista busca é ter uma ‘boa foto’. Mesmo enfatizando que cada caso é um caso, FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) explica sua forma de buscá-la.

A primeira coisa é observar. Sentir a atmosfera do lugar. [...] Uma fotografia não vai retratar a verdade absoluta. Mas você tem que tentar trazer o máximo de fidelidade. [...] O segundo é se livrar de preconceitos [...] e tentar se aproximar do que tá acontecendo [...]. Conversar com as pessoas, abaixar na altura delas [...]. Passar alguma confiança, olhar no olho dela. No caso do retrato quem vai dar a foto pra você não é a sua câmera, é o retratado. [...] [Já num] *hard news*, [...] protesto, é mais uma arte de passar por ali e tentar não ser notado, não influenciar a imagem. [...] Uma câmera sempre acaba modificando um pouquinho o comportamento das pessoas. [...] Chega e fica com a câmera baixa até a hora que a pessoa parar de reagir por causa da câmera. [...] E quando é *hard news*, é protesto, o bicho pegando, a pessoa acho que nem percebe que tem uma câmera ali. [...] Daí é você se posicionar de uma forma que você não vá se machucar e tentar captar esses momentos. [...] Se você não toma esse cuidado, ela pode influenciar [...] a imagem. [...] Quando eu vejo que aquilo foi feito pra mim, eu abaixo a câmera e desisto do personagem. [...] Não tem mais sentido ele ali. Perdeu a verdade aquilo (FOTO-10, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018).

Mas nem todas as fotos feitas em uma saída são para a matéria pautada. Alguns fotógrafos captam também imagens na busca por propor novas pautas ou para compor o arquivo do veículo (e/ou o próprio). Certo dia quando esperamos o carro para voltar à redação FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) faz fotos de uma igreja em reforma. Diz que a imagem poderia ser usada por um colunista ou ir para o arquivo, pois é uma igreja antiga e importante. Outro dia, enquanto amargávamos um congestionamento a caminho da pauta, esse mesmo fotojornalista observa um ônibus velho transitando e faz várias fotos. Explica que uma lei municipal limita em dez anos o uso de coletivos não articulados, e que a imagem pode render uma denúncia. Já FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) fotografa mulheres que andam de sombrinha sob o sol escaldante

enquanto aguarda a chegada de um delegado na cena de um crime. Mais tarde, já na redação, avisa o redator da previsão do tempo, que usa uma das imagens obtidas. O que todos esses exemplos mostram é que se a observação vier acompanhada de um ‘faro jornalístico’, de uma noção de ‘valores-notícia’, é possível ir muito além da pauta que está sendo trabalhada.

A captação de fotografias jornalísticas tradicionalmente inclui o apagamento das marcas de sua produção, ou seja, das referências ao próprio trabalho, o que é explicitado por FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018), que diz buscar sempre “remover o repórter ou o que é para estar atrás da câmera, o que não é natural daquele ambiente”. Observamos isso quando FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) busca um ângulo para enquadrar o logotipo da prefeitura, presente na porta do caminhão, e as pessoas que carregam sacos com doações. Mas no apertado espaço entre o veículo e a parede da Arquidiocese estava, ao fundo, a repórter, fazendo uma entrevista. Para não pedir que ela saísse dali, pois isso atrapalharia a conversa, o fotojornalista busca escondê-la atrás dos trabalhadores que passam carregando doações.

Por fim é importante que o fotojornalista compreenda o próprio trabalho.

Seu trabalho fica mais completo quando você pensa o que você tá fazendo ali. [...] Você ganha um rumo pra onde caminhar quando você entende o que tá acontecendo e tenta contar isso. Não sair correndo atrás de manifestante que nem louco. Você tem que interpretar. A polícia bateu nos manifestantes, os manifestantes quebraram tudo. O que aconteceu? Qual que é a verdade da história? Vamos tentar interpretar. Porque às vezes você pega um ato de vandalismo ali que não foi verdadeiro, [...] e crava com aquela imagem. Não. Você tem

que tomar cuidado com isso de ver qual é a imagem que vai resumir bem, sei lá, um protesto. Teve um doido em dez mil pessoas que pichou alguma coisa na parede. [...] Ela pode fazer parte de uma história, mas ela não vai ser a imagem única daquele protesto [...] que tinha dez mil pessoas lutando por alguma causa [...]. É esse o cuidado. O fotógrafo tem que saber o que tá acontecendo. (FOTO-10, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

Nesse sentido, FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) mostra que não basta fotografar. É fundamental compreender aquilo que se está acompanhando e fotografando, para que as imagens possam representar adequadamente os fatos ocorridos. O que muitas vezes implica em deixar de lado as próprias opiniões e abrir-se aos acontecimentos em si.

Fotos Obtidas por Repórteres de Texto e Redatores.

Para FOTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) um repórter “também pode fotografar. Isso entra no curso dele”. Mas diz que quando há um fotojornalista junto o repórter não precisaria – ou mesmo não deveria – fazê-lo. Ao longo da observação e das entrevistas notamos que a palavra ‘repórter’ ou ‘jornalista’ era usada sempre em referência a ‘repórteres de texto’. Foi comum ouvir ‘repórter fotográfico’, ‘fotojornalista’ ou ‘fotógrafo’ para o profissional de imagem, ou então ‘repórter’ ou ‘jornalista’ para o profissional de texto, mas nunca ouvimos ‘repórter de texto’, o que mais uma vez denota a tradição literária que ainda sobrevive na profissão.

Mas algumas mudanças parecem estar ocorrendo. TEXTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) explicou que usa a palavra ‘repórter’ num sentido amplo. “Repórter é tudo. [...] Reportar. [...]”

Que busca a capacidade técnica de reportar na foto, reportar no vídeo, reportar no áudio, reportar no texto. [...] Apesar de que eu sou repórter de texto no jornal, né. No jornal essa é a minha função”. Nessa visão está implícita a ideia de que o jornalista pleno é polivalente, e portanto pode atuar, quando necessário, em modo multitarefa. Por exclusão entende-se que o jornalista específico não seria polivalente – ou que possuiria uma polivalência restrita à linguagem visual – e teria limitações em sua atuação multitarefa, não podendo invadir a seara da linguagem textual. O contrário não seria problema.

Mas a massa de egressos de cursos de jornalismo leva a que alguns profissionais não vejam mais a necessidade da atuação de profissionais especialistas nas redações.

O jornalismo factual que a gente faz, não cabe mais o repórter fotográfico porque hoje todos os celulares têm uma qualidade incrível e o olhar do repórter já privilegia a imagem [...]. O bom repórter, né. Agora, o repórter medíocre realmente, ele vai sempre precisar do repórter fotográfico. (EDITOR-03, comunicação pessoal, 6 de março de 2018)

Visão que desconsidera as diferenças entre dispositivos, as limitações de tempo e a gramática específica de cada linguagem. Para esse editor, gerar imagens posadas quando o repórter faz as fotos depois da entrevista é um ‘ônus’ aceitável dessa escolha. Para ele o veículo precisaria apenas de dois fotógrafos: um para relatos jornalístico prioritariamente visuais e outro para a produção de informes publicitários. A diferença no orçamento seria investida na contratação de mais repórteres de texto, que com um celular na mão captariam as fotos e vídeos de suas próprias matérias.

No primeiro emprego que teve, ainda no período da faculdade, TEXTO-03 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) fazia fotos, texto, ajudava a diagramar e dirigia o veículo da redação. Época em que se fotografava com câmeras digitais compactas porque os celulares ainda não eram comuns. “A gente tinha um fotógrafo [...] pra três repórteres. Então invariavelmente os repórteres alternavam entre si e fotografavam pros outros repórteres. [...] O fotógrafo dirigia”. Relatou que no trabalho atual produz poucas imagens, geralmente em manifestações ou *hard news*. “Em determinadas situações eu não vejo [...] problema, acho que [...] faz parte [...] do pacote do repórter”. E narra um caso onde precisou fazer a foto. Mas não se mostrou contente com o resultado. Era uma matéria sobre imigrantes.

A gente tava com problema de ter fotógrafo pra ir entrevistar eles, [...] porque o horário deles era muito difícil. Os haitianos eu fui entrevistar [...] quase de madrugada [...] e no outro dia o fotógrafo foi encontrar eles lá no meio do expediente [...]. No caso dos venezuelanos eu fui e daí levei a minha câmera na mochila. Por que eu já sabia que não ia ter fotógrafo. Fiz a entrevista e fiz uma foto pra garantir. [...] A gente poderia mandar um fotógrafo se precisasse. Daí chegou aqui [na redação], não eram grandes fotos e tal, mas eles acharam que não precisava refazer. [...]. Boneco dos dois sentadinhos no sofá. (TEXTO-03, comunicação pessoal, 6 de março de 2018)

Ele decidiu garantir a foto porque já havia perdido uma boa fonte, de origem síria, por falta de fotógrafo, e precisou trocá-la por outro personagem que não tinha a mesma força, mas cuja produção de imagens era viável dentro do horário dos fotógrafos da redação.

Quando atuava na editoria de geral e cobria eventos TEXTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) diz que “geralmente

priorizava a foto primeiro. [...] porque foto é muito momento. Então tentava captar tudo o que tinha ali. [...] aí depois eu partia pra entrevista”.

Apesar de afirmar que a prioridade do repórter é o texto, EDITOR-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) diz que considera possível fazer as duas coisas. “Acho muito bom o repórter saber fotografar, trazer uma boa imagem. Porque às vezes só tem ele” (Figura 23). E afirma que o inverso também é verdadeiro, ou seja, o ideal é que o fotojornalista também consiga escrever.

Figura 23

*Imagens captadas por repórter de texto.
Foto: Ângela Bastos*



Bastos (2019, p. 8)

A possibilidade dos repórteres fotografarem gera pressão nos fotógrafos. “A gente, mesmo tendo a possibilidade de mandar num período

muito curto de tempo [...] tem pressão das pessoas porque o repórter vai conseguir fazer a foto e mandar na hora" (FOTO-01, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Para ele é insignificante a diferença de envio de poucos minutos entre a foto feita pelo fotojornalista em DSLR e a captada em *smartphone* pelo repórter, embora a diferença de qualidade – técnica e estética – possa não ser.

Mas vimos que em situações nas quais estão sozinhos e percebem que é possível e interessante fotografar, poucos repórteres deixam de fazê-lo. Ressaltando que geralmente não tem tempo para pensar em como ou o que fotografar, TEXTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) narra a cobertura em texto e imagens que realizou do bloqueio de uma rodovia por supostos traficantes, que atearam fogo em pneus.

Depois que eu peguei a máquina e vi o carro ali, eu comecei a fotografar. Daí eu pensei 'vou fazer uma foto desse lado, uma foto com a placa, sem a placa. Uma foto que mostre onde queimou mais. Uma foto que mostre o carro onde não queimou'.

Há também casos onde o repórter prefere atuar sozinho, seja para investigar um assunto ou quando a presença de uma segunda pessoa pode atrapalhar o relato de situações dolorosas.

Fui fazer matéria sobre Unidade de Pronto Atendimento. [...] Foi denúncia de demora no atendimento e superlotação. Aí eu entrei como cidadã. [...] Se eu chegassem com fotógrafo e o equipamento, já ia causar aquele alarde. [...] Comecei a observar, fui com meu celular. Aí eu consegui imagens fantásticas. [...] Nesse caso as pessoas que estão ali esperando atendimento, elas querem falar. [...] Então eu cheguei de mansinho [...] e falei [...] 'vim aqui justamente pra mostrar isso. Posso fazer uma imagem?'. 'Claro!'. (TEXTO-05, comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018)

Há casos em que a urgência leva o repórter a chegar na cena antes do fotógrafo.

Um dia que eu cheguei mais cedo e não coincidiu com o fotógrafo [...] eu peguei o carro e fui. [...] Até então era um tiroteio no centro da cidade [...]. Tava um tumulto. [...] Pra não perder nenhum lance, eu cheguei já filmando. [...] Eu não tava entendendo o que tava acontecendo. [...] Tinha um monte de gente gritando dentro de um carro, tava o vidro fechado. [...] Muita gente xingando. E aí eu fiz foto daquilo [...]. Aos poucos eu fui entendendo. [...] A polícia abordou três pessoas que estavam aplicando golpes na praça. [...] Eles tentaram fugir, a polícia atirou no pneu, [...] eles tentaram correr, e aí acabaram pegando. Colocaram dentro do carro e eu cheguei nesse momento, que eles estavam ali esperando uma viatura da polícia. [...] Eu falei ‘bom, não sei o que que tá acontecendo, mas eu vou fazer imagem dessas pessoas que estão aqui dentro’. [...] Depois eu já parei de filmar e comecei a tirar foto. [...] Aí eu dei a volta e peguei eles no camburão. [...] Aí a gente sai enlouquecido à procura de testemunhas, [...] tem que ficar acompanhando o delegado [...]. Aquele dia foi muita loucura, porque eu não tinha fotógrafo. (TEXTO-05, comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018).

Uma única vez, ao longo do processo de observação, acompanhamos uma repórter de texto que precisaria fazer as fotos. Era domingo e o fotógrafo do plantão estava em outra pauta. Ela levou a DSLR da redação, uma câmera de poucos recursos. Chovia muito, era final de tarde, e o tempo estava escuro. O trabalho iniciou com a entrevista, e ao final a repórter pediu que lhe fossem encaminhadas algumas fotos dos produtos que a artesã, foco da matéria, fazia. Disse também que gostaria de captar fotos da moça com algumas peças. A chuva impedia a abertura da única janela do cômodo, e as imagens ficavam escuras. Ela tentou usar o flash acoplado da própria DSLR mas o resultado também não foi animador. A lanterna de um *smartphone* foi então usada

como iluminação auxiliar. Essa experiência sugere que repórteres de texto podem ter dificuldade em resolver problemas mais elaborados, bem como são prejudicados pelo uso de equipamentos simples (a lente era escura, o equipamento gerava muito ruído em ISO alto, e não havia flash externo nem tripé). Algo explicitado por TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), que relatou ser técnica a sua maior dificuldade. “Na sua cabeça você sabe como seria legal. Mas na hora de executar aquilo ali, você sente um pouco de dificuldade”. Já FOTO-07 considera que o embaraço se deve à falta de experiência.

Um repórter [...] tem uma dificuldade maior pelo fato de não estar trabalhando com uma câmera todo dia. [...] Então eu acho que às vezes o repórter se sente muito mais seguro com o celular. Acho que [...] vai muito da particularidade de cada um, porque [...] muitas pessoas não gostam. Muitas vezes as pessoas fazem porque tem que fazer (FOTO-07, comunicação pessoal, 7 de março de 2018).

Muitos fotojornalistas, no entanto, criticam a ideia de que hoje, com os celulares, qualquer repórter pode captar suas próprias imagens. “Hoje em dia [...] as máquinas avançadas, o celular avançado, tem tudo. A máquina você coloca no ‘P’ você fotografa. [...] Qualquer um fotografa. Só não é todo mundo que tem a visão” diz FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). O que sugere que além das dificuldades técnicas que possam haver, existem também as questões estéticas ou da gramática visual. Noção corroborada por EDITOR-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018), para quem a diferença entre um repórter fotográfico e um amador “é técnica e é olhar”. Para ele isso gera uma diferença na imagem produzida, porque um fotógrafo ou fotojornalista irá se valer dos recursos técnicos do equipamento para produzir efeitos de sentido

na imagem. FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) inverte a noção do fetiche tecnológico quando lembra que

todo mundo tem papel e caneta, e não é todo mundo que escreve. [...] Não, não compre uma câmera lá e bota no automático e pá. Se prepare pra'quilo. Saiba o que você está fazendo. Você pode até não dominar a técnica da câmera. Mas saiba o que é, saiba a história do fotojornalismo [...]. Mesma coisa, não é só eu pegar, entrar na internet, ler um monte de coisa e escrever. Não. Eu tenho que ter uma bagagem.

Para TEXTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) o problema se encontra nas pautas onde o repórter precisa se concentrar nas pessoas, ouvi-las para entender o ambiente. “Daí eu vejo que [quando preciso também fotografar] a minha qualidade cai. [...] Não é eficiente o repórter fazer os dois nesse caso”, diz.

Observamos que no maior dos jornais pesquisados, onde a tradição do fotojornalismo ainda parece ter força, há maiores resistências em aceitar imagens produzidas por repórteres. EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) disse que o site do jornal está aceitando mais fotos feitas por repórteres porque em geral eles chegam ao local antes do fotógrafo. E que às vezes até na versão impressa algumas fotos são publicadas, “quando não tem outra opção”. Mas relatou enxergar uma grande diferença entre as imagens produzidas por fotógrafos e por repórteres. Em primeiro lugar diferença de qualidade – “porque normalmente é feita com telefone” – mas também em função do ‘olhar’. Para ele a foto feita por um repórter é um mero ‘registro’ da situação.

EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) considera que fotojornalistas e repórteres de texto produzirão fotos de modos muito

distintos. “A informação prevalece [...] e ponto. Independentemente se o registro for bonito ou for feio. Mas a gente evita bastante [usar fotos de repórteres]. Já derrubei matéria que não tinha imagem porque o repórter fez de qualquer jeito”.

EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) diz que há profissionais que fazem muito bem as duas coisas, até porque trabalham com equipamento profissional. Mas enxerga isso como uma exceção.

Apesar de muitas vezes fazer fotos e vídeos, TEXTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) diz que é mais tranquilo quando os fotógrafos fazem as imagens porque “aí tu consegue focar mais no trabalho pro impresso. [...] Acho que ele fica um pouco com mais qualidade”. Em pautas onde há muitas coisas acontecendo TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) relata ter dificuldade para fotografar e captar informações, e considera que ali é essencial estar junto com um fotógrafo. Exemplificou com um evento político, onde o trabalho do fotojornalista não só lhe evita ter de parar de conversar para fazer as imagens como também pode mostrar que estavam presentes pessoas que o repórter não encontrou e que podem ser acessadas mais tarde por telefone. Algo similar ocorre também em pautas sociais, onde o fotógrafo pode estar atento à situações e cenas que ocorrem ao redor, e com isso obter fotos mais expressivas e informativas, que um repórter dificilmente captaria, ou por não perceber (já que está atento àquilo que gerará conteúdo informativo) ou por perder o momento (quando percebeu já era tarde para captar a imagem). Ideia corroborada por FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) para quem “não dá pra numa cobertura online, numa cobertura rápida pro dia, numa manifestação, você fazer as duas coisas”.

Houve ainda os repórteres que explicitaram a preferência por trabalhar junto a um fotojornalista. TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) diz que “na maioria das vezes facilita muito a gente ter um fotógrafo [...] porque fica mais natural. Porque às vezes eu estou conversando com a pessoa, imagina ‘vai conversando comigo que eu vou fazendo imagem’”. E diz que quando precisa fazer as duas coisas prefere fotografar depois da entrevista para não perder nenhuma informação nem a linha de raciocínio.

Também vimos que nos veículos menores alguns redatores de online podem precisar produzir conteúdo visual. “Depende muito da demanda. [...] A gente tem uma equipe bem enxuta. São poucos fotógrafos [...]. Quando a gente não tem o repórter fotográfico aqui pra nos entregar fotos [...] nós mesmos acabamos produzindo” explica EDITOR-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Isso porque no site é fundamental usar sempre uma imagem, e por isso quando um redator está publicando uma matéria para a qual não foi produzida foto, ou se ele está em pauta sem fotógrafo, o próprio profissional pode captá-la com o celular. Vimos isso ocorrer em uma matéria de previsão do tempo. A redatora disse que não pediu para nenhum fotógrafo fazer a imagem porque era algo muito simples, que ela daria conta com o celular, já que a imagem apenas ilustraria a matéria no online.

O fato é que diversos outros profissionais, além dos fotojornalistas, estão captando fotos e vídeos. E para que as imagens produzidas sejam melhores a EDITORIA VISUAL do jornal do sudeste produziu um vídeo com orientações aos repórteres e passou a ministrar *workshops* internos focados em noções básicas – e práticas – de fotografia e gravação

de vídeo. O que acaba agindo no sentido de estimular uma formação polivalente e um letramento visual para toda a equipe.

Dificuldades para Fotografar

Mas para buscar essas imagens os fotógrafos precisam vencer uma série de dificuldades. Do equipamento a ser levado até à criação de imagens de algo que não se pode ver, traremos aqui alguns desses obstáculos à produção fotográfica.

Talvez a pressa – ou, dito de outra forma, a falta de tempo – seja o maior deles, pois foi reiteradamente destacado por diversos profissionais, principalmente quando o material é feito para a *web*. Condição de trabalho que parece levar a coberturas expressas ou fragmentadas e/ou dificultar a captura da fotografia desejada. Quando uma tempestade se aproximava da cidade, FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) é incumbido de fazer imagem para a previsão do tempo. A redação fica em uma região elevada, e era possível ver as nuvens e raios, bem como a chuva ao longe. Ainda não estava escuro e ele não consegue usar velocidades muito baixas para captar os raios. Mas precisa entregar logo a foto. Faz algumas tentativas e desiste. “Vai precisar de apoio de uma legenda”, diz, frustrado em ver que não foi possível dar a dimensão do temporal que se aproximava.

A produção de retratos requer tempo, sintonia com o personagem, conversa e observação, diz FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018), pois é preciso entender a pessoa a ser retratada. Mas o personagem também precisa aceitar o trabalho, e há pessoas que não têm tempo para isso. “Só cinco minutos”, como alguns fotojornalistas descreveram. Por isso nem sempre é possível construir um bom trabalho.

FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) relata que sempre pede para fazer o ensaio em dois ambientes, para ampliar as opções. No início do processo, quando monta os equipamentos, prefere estar só com o assessor (quando há), para não ocupar tempo do personagem. Mas diz que há sempre os contraexemplos, aquelas pessoas que se abrem, que disponibilizam seu tempo e que aceitam as sugestões que ele traz. Conta que certa vez foi fazer um retrato para matéria sobre a reforma de um apartamento, e quando chegou no local o homem lhe disse que as fotos tinham de ser feitas na frente do prédio. Ele insistiu uma vez, mas a pessoa negou secamente. Fez então o retrato naquele local. Cuidou da composição, incluiu o edifício. Esse é o típico personagem que não permite a execução de uma boa foto por não dar espaço para o fotógrafo trabalhar. Situação semelhante vivenciou FOTO-X quando precisou fotografar um dirigente de uma categoria esportiva automobilística. O único horário disponível para a entrevista era durante o almoço. Ele montou tripé e flash e fez algumas fotos. Mas nada ficava bom porque o entrevistado estava comendo. Quando o personagem levanta para ir embora ele pede uma foto. Conta que ser fluente em inglês, nesse momento, foi essencial. O dirigente olha, sério, para a câmera. FOTO-X faz a foto, mas não gosta do resultado posado e formal. Ato contínuo, quando o homem vai sair, o fotógrafo lhe diz “seus óculos estão tortos”. O dirigente, que ainda está de frente para a câmera, leva as mãos para arrumá-los e é novamente fotografado. Essa última imagem é a que foi usada na matéria. Aqui, o fotojornalista lança mão de uma artimanha para burlar a formalidade e o curto tempo disponível.

Mais do que em uma única matéria, a pressa é vista principalmente no conjunto de atividades que um jornalista tem de fazer ao longo do dia,

pois isso define o tempo disponível para cada uma. Nas duas redações menores vimos que o número de pautas diárias era maior, e consequentemente o espaço dedicado a cada matéria era mais exíguo. A prioridade na cobertura de temas do dia a dia e o enxugamento das redações parece contribuir para isso. O tempo também pode ser problema em função da dificuldade de locomoção entre pautas, principalmente quando se fica pulando de uma cobertura para outra de modo não planejado.

Quando chega na redação para editar um vídeo FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) é avisado que deve fazer uma pauta em um bairro a 15 km da redação, onde ocorre fiscalização de transporte irregular. No caminho ficamos presos em um congestionamento. Mesmo com a editora de online enviando mensagens e insistindo que era preciso chegar rápido, não havia o que fazer. Depois de uma hora chegamos ao destino, mas os fiscais já não estavam mais lá. Quando retornamos à redação a notícia já havia sido publicada no site e no *Facebook*, com fotografia cedida pela assessoria da prefeitura.

Mas o problema da locomoção pode ser causado também pela terceirização. FOTO-X sai para uma pauta, de Uber, e no caminho, em uma área central da cidade, ouve o estampido de um tiro e, em seguida, um homem apontando uma pistola para outra pessoa, que parecia ser um usuário de crack ou morador de rua. Rapidamente, e de dentro do veículo, faz uma foto e pede para o motorista estacionar. O condutor se recusa e segue o fluxo do tráfego. FOTO-X não consegue saltar para entender o que está acontecendo. A imagem captada é enviada para a redação, que começa a buscar informações sobre a ocorrência, tentando identificar o homem armado e entender a situação. Esse exemplo demonstra o quanto o motorista também faz parte da equipe

jornalística, e como a terceirização dessa atividade pode atrapalhar o trabalho. A economia com o Uber pode levar a um aumento no tempo para obter informações e gerar incertezas, pela impossibilidade de cobertura imediata. Com poucas informações, a foto é publicada na capa da edição impressa do dia seguinte.

Nem sempre é possível obter as imagens desejadas na hora ou dentro do prazo planejado. TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) conta que levou cerca de um mês – tempo extraordinariamente incomum nessa redação – para que o repórter fotográfico conseguisse imagens de um determinado tipo de ave, tema da matéria. Diz que obteve facilmente as entrevistas, mas não conseguia gravar os vídeos. Um observador de aves foi quem deu sugestões que levaram à captura das imagens, precedida por horas de observação. FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) comentou, mais tarde, que a captura teve uma dificuldade adicional: conseguir manter o foco nas aves durante o voo, usando a DSLR.

Por outro lado, quando se tem tempo para pensar e executar o que foi planejado, é possível não só compreender melhor o contexto do que ocorre, como produzir imagens que representem de modo mais adequado essa situação. É o que FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) diz ao explicar que pode usar nas reportagens e especiais os conhecimentos que adquire vendo filmes, pois tem um tempo maior para ficar com os entrevistados.

Quando tu tá num lugar e tu entende a luz [...] tu já sabe onde vai ser a melhor cena. [...] Então tu fica, ali, esperando a coisa boa. É outra metodologia. [...] E nessas viagens longas eu consigo fazer isso. Eu consigo ficar muito tempo com os caras, consigo ver qual que é a melhor luz, consigo ver quem é o melhor cara, quem deixa

eu me aproximar mais. E fico perto, e tal, e vou me aproximando e vou sacando. É uma coisa muito intuitiva. [...] É só observação.

Ter pouca ou nenhuma informação sobre a pauta, e muitos assuntos a cobrir, também pode dificultar o trabalho dos fotojornalistas. Percebemos isso ao acompanhar FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) em uma corrida comemorativa ao Dia Internacional das Mulheres. Ele estava em uma universidade quando recebeu ordem de ir ao evento. Mas não sabia direito o que precisaria ser feito. Chegou quando a corrida já havia começado. Não fotografou a vencedora, apenas algumas das competidoras. Faz fotos de mulheres que a repórter entrevistava, bem como das vencedoras quando foi entregue a premiação. Ele executa, ao mesmo tempo, duas pautas: uma sobre a corrida, e outra sobre o Dia das Mulheres.

“Falta de tempo e falta de informação sobre a pauta” são os fatores que atrapalham na hora de fotografar, resume FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Quando saem da passarela após cobrir a apuração das campeãs do carnaval, em direção à sede da escola vencedora, FOTO-X e TEXTO-X não sabem por onde a taça irá para a comunidade. Chegamos lá antes do grupo que carregava o troféu, e FOTO-X busca um ponto elevado para fotografar, pois imagina que eles virão pela rua principal. Sobe ladeiras, pede para entrar em casas com dois andares. Mas conversando com moradores descobre que o carro tomou outro caminho e chegará pela parte alta do morro. FOTO-X consegue uma carona para ir rapidamente até a sede da escola. Eu e TEXTO-X vamos a pé. Chegamos logo depois do troféu. FOTO-X já está fotografando a taça, que para na casa da matriarca da escola.

Ali TEXTO-X faz um *take* de vídeo com o resto de bateria que seu celular tem. Como há muita gente e pouco espaço, FOTO-X fotografa com a câmera sobre a cabeça. O troféu segue para a sede da escola. Vamos atrás. A diretoria sobe no palco e fica exibindo a conquista. A sede está lotada. FOTO-X está atrás do palco, e pede aos dirigentes que desçam para captar todos frontalmente. Eles posam estáticos com a taça na mão. Por *Whatsapp* somos avisados que precisamos voltar à redação. Essa foi uma típica cobertura reativa, pela dificuldade de obter informações acerca do transcorrer das ações.

O trabalho pode ser dificultado pela falta de comunicação entre repórteres de texto e imagens. Vemos isso quando seguimos, num sábado cedo, com FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018), para uma pauta sobre a atuação de jogadores veteranos de futebol em um pequeno time. Quando chegamos, nem o assessor de imprensa nem o repórter estão lá, tampouco atendem o telefone. FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) quer começar a trabalhar mas, primeiro, precisa identificar os personagens. Depois de uns vinte minutos decide entrar no vestiário, se identificar e perguntar quem são os jogadores mais velhos, mesmo sem saber exatamente quem será abordado ou priorizado pelo repórter de texto. Do lado de fora é possível ouvi-lo dizer que gostaria de fotografar um dos jogadores vestindo a camisa do time. Quando os jogadores saem para o gramado FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) explica que está fazendo um ensaio, pois não gostaria de fotografar só o treino. Fez os jogadores se vestindo e detalhes como luvas e chuteiras. O repórter de texto chega. FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) conversa com ele para entender a proposta da pauta. Enquanto o repórter fala com dois jogadores FOTO-11 (comunicação

pessoal, 6 de abril de 2018) parece incomodado. Mais tarde diz que preferia que a entrevista tivesse sido feita depois, já que o repórter chegou atrasado e ele precisava fotografar os personagens em ação. Mas havia mais problemas. Embora a pauta que o fotógrafo recebeu citasse que os personagens seriam os jogadores com mais de 30 anos, o repórter lhe disse, ao chegar, que a matéria focaria apenas dois deles. É uma limitação que deixou FOTO-11 nitidamente contrariado, pois isso fez o ensaio no vestiário perder o sentido. A entrevista termina e todos os jogadores passam a fazer alongamentos, que FOTO-11 fotografa com uma teleobjetiva. Troca para uma grande angular e se aproxima do grupo, a partir de um plano inferior e tendo uma bola em primeiro plano. Diz que estava criando imagens que pudessem sugerir as dificuldades que o time enfrenta. Quando o aquecimento termina, vai para a beira do gramado, recoloca a teleobjetiva e fotografa os grupos que se formam. Sobe na arquibancada em busca de outro ponto de vista para registrar o treino. Quando descemos ele faz fotos de meninos que assistem tudo pelo alambrado. No final, FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) fotografa um dos veteranos, pedindo que treine com bola. Depois fica conversando sobre a experiência do jogador em times fora do país. Essas conversas auxiliarão, mais tarde, a produção de legendas.

O desencontro pode atrapalhar o início do trabalho quando o fotógrafo depende do repórter para compreender a pauta. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) tem dificuldade para encontrar o repórter na cobertura de um evento onde o governador faria o anúncio de reajuste de um benefício estadual voltado à população de baixa renda. Devido ao intenso barulho ele não conseguia ouvir as chamadas no telefone.

Quando chegamos, vindos de outras pautas, o repórter de texto já estava lá, enviando desde cedo fotos e informações para a redação.

A identificação das pessoas é muitas vezes fundamental para o repórter fotográfico saber quem precisa ser fotografado. Essa foi a dificuldade de FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) quando chegou em uma reunião partidária que discutia candidaturas às eleições estaduais. Para saber quem eram as principais lideranças conversava com o repórter de texto, com assessores do partido, bem como valeu-se de um cartaz que trazia fotos de alguns políticos daquela agremiação. Ter essa informação também é essencial para a produção de legendas e o arquivamento das fotografias. Uma estratégia interessante é usada por FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018), que grava informações em áudio na câmera, junto às fotos, para poder identificar as pessoas e relembrar dados mais tarde²¹.

Às vezes o fotógrafo pode ter dificuldade para se movimentar ou observar o ambiente, ou mesmo ter de proteger o equipamento. Isso pode ocorrer em trabalhos junto a multidões. Acompanhamos uma dupla de repórteres que buscava dez ‘cases’ (compostos de uma foto e breve informação para legenda) e uma foto da multidão durante o carnaval. A chuva forte que caiu quando chegamos foi um problema adicional, pois os foliões ficaram encharcados, e FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) precisou ter mais cuidado com o equipamento. A maioria das fotos foram retratos posados, exceto as feitas quando chovia forte, pois foram captadas de longe. Quando a chuva acalma saímos andando em meio ao povo. A câmera era protegida sob o braço, tanto da garoa quanto

21. Esse modelo de câmera permite gravar áudio, cujos arquivos ficam ordenados temporalmente, e por isso podem ser associados à imagem que os precede.

dos foliões. FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) sobe em um trio elétrico para fazer fotos da multidão. De volta ao chão, quando queria fotografar precisava desviar das pessoas entre a câmera e o grupo desejado. Algumas fotos são feitas com o celular e logo enviadas para a redação. O processo de seleção e identificação das imagens contou com a ajuda da repórter para evitar erros nos nomes.

Mas a quantidade de pessoas – público ou mesmo imprensa – em eventos públicos também pode levar o fotojornalista a fazer escolhas ou priorizar caminhos. Após conversar com o repórter e se inteirar da pauta FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) buscou espaço em meio à população que se aglomerava em torno da comitiva do governador. Havia muitos repórteres fotográficos e cinematográficos, e ele procura um ângulo para fotografar. Em determinado momento o grupo de políticos senta-se perto do palco para assistir um coral de crianças. Praticamente ninguém, entre os jornalistas de imagem, captava a apresentação. O foco era o governador e seus acompanhantes. Nesse local um problema era o trânsito de pessoas, que por vezes passavam em frente às câmeras. Quando os políticos se deslocam para o palco a maior parte dos repórteres segue para perto deles. FOTO-04 faz o contrário, e vai para o fundo, ficando em meio à multidão que aguardava o pronunciamento. Quando o governador é anunciado ele troca a grande angular, que usava para fotografar as pessoas, por uma teleobjetiva, com a qual registra o pronunciamento. Quando nota que o governador vai fazer o esperado anúncio, volta-se para a multidão e capta os movimentos e expressões que se seguem ao anúncio do reajuste. Ao final, perde a foto posada dos políticos sobre o palco, mas diz que não se preocupa com ela, pois seu foco estava na ação. Apesar de todo

esse trabalho do repórter fotográfico, são as imagens do repórter de texto que alimentam a maior parte das seis matérias publicadas sobre o evento, pois já haviam sido encaminhadas à redação – e publicadas – quando o fotojornalista chegou ao local.

A falta de espaço para trabalhar também pode ser problema em locais onde há muitas pessoas ou os jornalistas de imagem tem espaço delimitado de atuação. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) cobria a assinatura de um convênio para a construção de moradias populares. Autoridades e políticos de diversos matizes, representantes da sociedade civil e jornalistas lotavam o auditório. Antes do início da solenidade oficial todos circulavam livremente pelo local. Quando o prefeito chega há uma aglomeração de jornalistas ao seu redor, repórteres de TV à frente. Fotógrafos ficam atrás e muitos, a exemplo de FOTO-04, precisam captar imagens com a câmera sobre a cabeça, observando o enquadramento pelo *LiveView* do visor retrátil. Quando consegue uma brecha entre os repórteres, faz fotos com a câmera colada ao rosto. Ele não capta uma imagem: dispara em sequência e capta diversas. Quando o evento vai iniciar a assessoria do governo indica aos fotógrafos e cinegrafistas o local onde podem ficar, ao lado do pequeno palco. Alguns cinegrafistas ficam no fundo do auditório, mantendo as grandes câmeras de TV sobre tripé. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) deixa a mochila com equipamentos atrás do palco e trabalha só com a câmera na mão, para ficar mais fácil a locomoção naquele exíguo espaço. Ao final do evento os principais políticos envolvidos na assinatura do convênio posam para uma foto coletiva. Em seguida FOTO-04 conecta a câmera ao celular e transfere algumas imagens para a redação. O evento prossegue com discursos. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março

de 2018) volta a fotografar, circulando pelo auditório. Faz imagens das pessoas que falam. Agora tem mais liberdade para escolher os ângulos e distâncias. Também fotografa algumas autoridades que estão sentadas, priorizando aquelas que podem render futuras pautas.

Em algumas situações é o peso ou o tamanho dos equipamentos que pode dificultar a locomoção do fotojornalista. Pois se o kit básico de trabalho já é pesado, há situações em que ele precisa levar ainda grande quantidade de acessórios. É o que ocorre em certas produções de retrato, pois geralmente não se conhece o ambiente. Vemos isso quando a repórter fotográfica, chegando ao apartamento da atriz, pergunta pelos espaços disponíveis para fazer as fotos e monta, em um apertado e escuro corredor, um tripé com flash e sombrinha. Assim que a entrevistada chega são feitas algumas fotos nesse local. A fotógrafa orienta poses. Depois troca a objetiva e faz fotos sem flash, usando a luz que vinha de uma grande janela. A produção foi rápida. Mesmo assim pede desculpas para a repórter pela demora, e completa: “ela é muito expressiva!”. A atriz, que estava em uma cadeira de rodas, é transferida para uma poltrona. A repórter fotográfica segue captando imagens. Move o tripé com flash e sombrinha para o lado da atriz e faz mais algumas fotos. A entrevista já está acontecendo. Retira a sombrinha e direciona o flash para a parede branca. Senta-se no chão, de frente para a entrevistada, e volta a fotografar. Primeiro de perto, e depois de mais longe. O tripé com flash é transferido para a lateral direita. Mais fotos, agora de um ângulo lateral. A sombrinha é recolocada. Aparentemente ela busca as expressões que a atriz faz ao contar suas estórias de vida. O ritmo de trabalho diminui, contrastando com a intensidade do início, e ela parece ter tempo para estudar as expressões faciais e corporais. Não foi comum ver esse tempo

disponível em outras pautas, pois geralmente antes da intensidade diminuir o fotojornalista já tinha que sair para outra pauta. O flash já não é mais mudado de lugar. Mas ela troca de objetiva. Faz fotos verticais e horizontais. E depois passa a desmontar o equipamento. A entrevista ainda segue por vinte minutos. A matéria é publicada doze dias depois, junto ao lançamento do documentário que era o tema central da entrevista, o que evidencia o planejamento daquele jornal.

O clima pode dificultar o trabalho do repórter fotográfico, sendo a chuva possivelmente o principal empecilho, pois pode levar a falhas caso o fotógrafo esteja usando corpo ou objetivas que não são vedadas. Como câmeras e lentes de melhor qualidade são mais caras, é comum que os repórteres, principalmente de veículos menores, não as tenham, ou não as usem todos os dias. FOTO-X e FOTO-Y trabalharam sob um temporal na cobertura do desfile das escolas de samba. Mesmo estando com um corpo *full frame* selado, FOTO-X disse que protegeu o equipamento com um saco plástico e que por isso só teve um pequeno mau contato ao final do desfile. Já FOTO-Y não teve a mesma sorte. Uma das objetivas parou de funcionar e precisou ser enviada para manutenção.

A roupa também pode ser uma limitação para fotografar eventos políticos, dependendo da exigência da instituição. No centro-oeste descobrimos que o único local a impor restrições é a Assembleia Legislativa, que exige terno e gravata para circular livremente, e proíbe o uso de *Now Bomb* ou mochila. São apenas aceitos os antiquados coletes de múltiplos bolsos, típicos do fotojornalismo das décadas de 1970 e 1980. Caso não se adéque o profissional só poderá fotografar a partir da área reservada à população. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) afirma que isso não condiz com a realidade da imprensa

local, que não têm setoristas específicos para aquele instituição e onde a cobertura é extremamente fragmentada. Explica que quando sabe com antecedência que haverá pauta na Assembleia mantém um terno no carro da redação, que veste ao chegar lá. Relata que já precisou pedir ao motorista para pegar a roupa em sua casa quando cobria um protesto e notou que necessitaria entrar no local. A diversidade de pautas ao longo do dia, bem como o calor da região o impedem de trabalhar de terno durante todo o dia.

Mas há locais onde é simplesmente proibido fotografar (Figura 24). Audiências, julgamentos e espetáculos são exemplos onde fotojornalistas podem ser impedidos de trabalhar. Nesses casos um ilustrador pode ser chamado, retornando a cobertura imagética a modos de trabalho pré-fotográficos. Ou então o repórter fotográfico pode tentar captar fotos na entrada ou saída desses espaços. Foi o que fez FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) quando acompanhava audiência em processo ligado a um ex-prefeito: seguiu – fotografando em modo contínuo – o político que saía apressadamente do local e se esquivando da câmera.

Pode haver também resistência ou negação ao trabalho do fotógrafo. Uma dupla de repórteres busca estragos causados por foliões durante o carnaval. Enquanto caminha FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) fotografa um grupo de moças que espera abrir a loja em que trabalham. Quando TEXTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) se aproxima para entrevistá-las há resistência. Elas não gostaram de terem sido fotografadas. O repórter precisa insistir para conseguir que ao menos uma delas concorde em falar e, depois, aceite aparecer.

O trabalho também pode ser atrapalhado por pessoas que querem impedir o jornalista de fotografar. “Já fui ameaçado [...] polícia apontando arma pra mim. [...] Já fui ameaçado em hospital. Já quase bateram em mim”, conta FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018), que narra uma dessas tentativas.

Com polícia eu quase fui preso. [...] E eu tava [...] fotografando. Pro jornal. [...] um flagrante, na rua. [...] E eu só não levei adiante o meu direito de ir porque eu tava no final do meu expediente e tinha que voltar para casa rápido, e eu já tinha feito a foto. [...] Não precisei apagar. Ele achou que eu não tinha feito foto. [...] Quando ele tava terminando de reclamar já estava sendo publicado.

Figura 24

Ilustração criada por Francis Desharnais para o jornal canadense Le Soleil, que se negou a enviar um fotojornalista ao show da banda Foo Fighters devido à imposição de um contrato de cessão dos direitos de todas as fotos captadas. Outros veículos também boicotaram o evento



Zhang (2015).

Ele também relata que quando um policial foi preso, acusado de assassinato, foi impossível fotografá-lo porque a corporação o invisibilizava. “Totalmente blindado. Ninguém tinha foto dele”.

A pressão pode vir também de populares. Um *freelancer* é contratado pelo jornal do sudeste para acompanhar a caravana do ex-presidente Lula que passa por Curitiba. Acompanhamos os editores receberem mensagem do fotógrafo dizendo que ‘tomou um corridão’ de militantes do Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra (MST) quando foi decolar o *drone*, e que por isso não conseguiu fotografar nem filmar. Diz que está com medo e assustado, e não se identificou como ligado ao jornal. “Cagão! Se tem medo, por que foi?”, diz um dos editores, meio brincando, meio falando sério, mas inconformado por não ter as imagens.

FOTO-X diz que nunca apagou ou mostrou, por pressão de alguém, uma foto que tenha feito. E narra uma situação onde assessores de um prefeito tentaram lhe tirar o cartão.

Primeiro evento que o PREFEITO e o GOVERNADOR estavam juntos. [...] Eu falei ‘cara, é a foto!’. E alguém sentou no meio deles [...]. E o PREFEITO ele tinha um problema de calvície, e o JORNAL CONCORRENTE já tinha publicado uma foto dele [...] e aí eles [da assessoria do prefeito] acharam ruim [...]. Que ele tava perdendo os cabelos por conta da prefeitura. E aí eu fui na parte de trás, que era onde dava ângulo pra pegar ele e o GOVERNADOR, sem aparecer o DEPUTADO que estava no meio. Eu fui e fiz a foto. [...] Aí veio um assessor [...] e falou ‘cadê a foto que você tava fazendo aí?’. Aí eu falei ‘porquê?’. Ele falou ‘uai, você tá fazendo foto da cabeça dele aqui, ó, careca. Pra que vocês faz esses tipo de foto?’. [...] Aí já juntou mais um outro menino, tentaram pegar a câmera. Eu falei ‘não, cara. Não vou mostrar a minha foto.

Esses assessores chegaram a telefonar para o dono do jornal, que cobrou do fotógrafo explicações mas depois liberou o uso da imagem.

FOTO-Y conta que já foi pressionado a não fotografar por seguranças

CPTM parou. [...]. Cheguei lá, estação lotada, tremzão parado, tudo escuro, comecei a fotografar. [...] Aí chega uns caras, falam ‘que você tá fazendo aqui? [...]’ Os caras à paisana, sem identificação [...]. Continuei fotografando. O cara ficou puto comigo, me pegou, me puxou pra uma salinha [...] meio truculentamente. [...] Me prendeu por um tempo. Aí liguei pro jornal. [...] Daqui a pouco vem o diretor da estação pedindo mil desculpas.

Controles de variados tipos também podem buscar evitar que um fotojornalista trabalhe.

Preocupa quando a sociedade organizada começa a querer fazer isso no jornalismo. Quando a assessoria de imprensa começa a querer te engessar [...]. Por exemplo, quando tu vai pra Minas Gerais e começa a fazer fotos sobre Mariana os caras querem te limitar. ‘Não, você não vai entrar aqui’. E começa a te impedir o acesso. [...] E o lance é você ser jornalista e saber procurar todos os lados. A empresa não quer que eu faça por aqui, então vou tentar por outro lado [...]. É aí sim você vai construindo a sua estória. [...] Nos Estados Unidos quando eu fui fazer a fronteira México e Estados Unidos, era impressionante a consciência dos *Board Patrol*. [...] ‘Faça o que você quiser, em qualquer lugar’. Agora se você chega aqui numa cena de crime, com uma câmera, sozinho, primeira coisa que polícia faz é ‘tá fazendo o que aqui, maluco! Tá doido! Não vai fotografar!’ (fala gritando). [...] Por isso que às vezes nem é bom chamar a atenção num tipo de cena dessa. (FOTO-Y)

Algumas dessas situações podem ser contornadas com diálogo. FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) relatou seu processo de aproximação em uma reportagem que fez sobre violência em

cidades do interior. Destaca a importância em ganhar a confiança das pessoas a serem fotografadas, e diz que isso pode levar tempo.

A primeira cena [...] a gente não chegou a tempo [...] Aí no outro dia a gente foi pra casa da família do cara que morreu. Tinha cena pra todo lado: família chorando, todo mundo na frente da casa esperando o corpo [...] que demorou dois dias pra voltar. E nisso tudo eu só fui conversando com a família, trocando uma ideia, explicando o que a gente era. [...] Posso fotografar vocês?'. 'Pode fotografar, não tem problema nenhum'. Conversei pra c******, com todos. No final perguntava, mas nunca sacava a câmera. [...] Depois que o corpo chegou, todo mundo emocionado, todo mundo já me conhecia, e aí eu começo a fotografar. [...] A preocupação comigo é menor do que a preocupação em si com a coisa toda. [...] Mas se eu chego fotografando numa cena dessas, [...] é trágico. Você é expulso.

Mas a dificuldade pode estar em como representar uma cena, principalmente em casos de violência, de modo que ela seja publicável. No centro-oeste, seguimos os repórteres até uma região periférica da cidade onde havia ocorrido um assassinato. Quando chegamos o corpo já havia sido levado ao Instituto Médico Legal. Um policial de folga reagiu a um assalto e baleou dois jovens, sendo que um morreu no local. O outro, possivelmente um adolescente, está dentro da viatura estacionada. Uma motocicleta está caída no cruzamento de duas ruas, e ao lado dela se vê uma poça de sangue. FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) observa o ambiente. Faz fotos enquadrando viaturas e policiais, depois a moto e o sangue. Fotografa também as pessoas que a repórter entrevista. Em determinado momento fotografa pelo vidro da viatura. Um policial lhe pede para não publicar a imagem até verificar se o preso é menor de idade. O fotógrafo diz que fez a imagem para garantir, mas que ela mostra apenas uma silhueta, não permitindo

identificação. Conecta a câmera ao celular, via cabo USB. Seleciona e transfere quatro imagens, as quais trata no próprio *smartphone*. Depois as envia para a redação. A repórter passa as informações por telefone. Após aguardar um tempo, faz fotos do delegado e do trabalho de perícia. A matéria é publicada por um redator, que se vale de uma foto da motocicleta caída. Mas a marca de sangue – referência que o fotógrafo fez à morte de um dos assaltantes – é cortada.

Isso mostra que o fotógrafo muitas vezes busca representar questões que não são visíveis. Foi a dificuldade que FOTO-X também enfrentou em uma pauta sobre um parto feito em casa. Nos dirigíamos ao local quando cruzamos com a ambulância que trazia os pais e o bebê. Do banco da frente do carro da redação ele registra o veículo, imagem que acaba sendo usada na matéria pela falta de opções. Seguimos, mas a casa estava fechada. Um casal de vizinhos que ajudou no parto fornece informações para a repórter. A mulher dava detalhes do nascimento quando, em determinado momento, mostra com as mãos o tamanho do bebê. FOTO-X não captou a imagem, mas levanta a câmera e refaz a pergunta, como se não tivesse compreendido. A mulher repete o gesto, que é então fotografado, imagem que também foi usada na matéria. Ele poderia ter solicitado explicitamente. Mas a forma como fez gerou uma pose – e imagem – espontânea. Em outro caso, acompanhamos FOTO-Y cobrir um incêndio em uma indústria química. Ninguém podia entrar lá, e só se via muita fumaça. A solução foi fotografar os bombeiros sendo lavados com jatos d’água. Quando um deles vem dar entrevista, o fotojornalista aproveita o capacete espelhado e faz imagens usando os reflexos. Aqui a impossibilidade de obter fotos informativas do evento

em si levou à produção de imagens que remetem ao assunto, e onde o fator estético acaba sendo muito relevante.

Representar o sofrimento é outro desafio. Não só do ponto de vista de conseguir fazê-lo de forma digna para a pessoa que sofre, mas também em termos psicológicos para o fotógrafo. FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) havia realizado uma matéria abordando o tratamento de câncer em adolescentes e adultos de pouca idade, e conta que foi impossível não se sensibilizar. Diz que quando chegou para fotografar pensou que a moça já havia se livrado da doença. Mas não. Ela estava em pleno tratamento, havia perdido todos os cabelos e teve de amputar uma perna. Ver isso foi um choque para ele. Mas precisava fazer o trabalho. E de uma forma humanizada, que não explorasse o sofrimento da moça, nem o escondesse. Diz que é um equilíbrio delicado e difícil de conseguir, mas que o editor de fotografias o chamou depois para dizer que estava bem平衡eado. Ele conta que saiu da pauta muito triste. Por isso há aqueles que evitam esse tipo de matéria.

A Captação de Vídeos

Não é mais – se é que já foi – uma escolha. Hoje todo fotojornalista, e preferencialmente todo repórter, deve ser capaz de captar fotografias e vídeos, como vimos ao abordar as características que os veículos buscam ao contratar profissionais. Mas se já é ponto pacífico para as empresas, observamos que isso não somente traz maior carga de trabalho para os jornalistas, quanto leva fotojornalistas a ter de investir mais em equipamentos, precisar desenvolver novas habilidades, necessitar ampliar seu consumo de cultura visual, bem como ter a habilidade de transitar entre linguagens diferenciadas – da fotografia, do vídeo e do áudio – ao

longo de uma mesma pauta. Apesar disso há quem sinta dificuldade ou mesmo não goste de fazer as duas coisas.

Eu não consigo fazer um trabalho 100% na fotografia sabendo que eu vou ter que filmar. [...] Acho que isso é uma barreira que tá na minha cabeça. [...] Porque as nossas câmeras de hoje em dia você pode tá filmando e fotografar. (FOTO-05, comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018)

Sua fala sugere que ele se sente obrigado a fazer porque a tecnologia possibilita. E deixa ainda mais explícita sua resistência em gravar vídeos ao dizer: “É, eu sei fazer. [...] A gente tem uma birra, né”.

Os profissionais apontam que há similaridades e diferenças entre produzir fotos e vídeos. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) diz que o enquadramento, a qualidade da imagem e a luz valem para ambos. FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) adiciona a cor, mas diz que “o que muda muito, pra mim, de um pro outro, é foco. Você não tem a mesma rapidez no foco no vídeo do que na foto”. Já FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) lembra do áudio e movimento interno ao quadro.

Num *take* [...] você [...] já precisa trabalhar esse lance do movimento. [...] Mais complicado do que a foto. Aí o vídeo já entra a questão do áudio, que você tem que tomar cuidado [...]. Então um vídeo em si ele é mais complicado. A pessoa tem que estar, se possível, mais focada. A foto é mais tranquilo.

Esse profissional, no entanto, considera que conhecer fotografia pode ser um bom caminho para aprender a produzir vídeo, posição semelhante à defendida por FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018),

que enxerga paralelos principalmente no que diz respeito ao olhar, pois para ele “o vídeo em si é uma fotografia [...] corrida”.

Mas se o objetivo for produzir uma narrativa audiovisual, o vídeo necessita de maior planejamento, pois é preciso relacionar as tomadas. “No vídeo não dá pra você fazer um, dois *takes*. A fotografia às vezes [...] ‘consegui só essas três fotos boas’. ‘Ah, tá ótimo’. Precisa uma, duas pro jornal. Resolve o seu problema. Agora pro vídeo é uma coisa mais complicada”, diz FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). Observamos, no entanto, que por vezes as matérias usam vídeos não com um objetivo narrativo, e nesses casos específicos uma única tomada pode funcionar.

Já FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) olha a questão por outro prisma.

O vídeo eu acho uma composição visual muito mais fácil do que a fotografia [...] porque [...] pra você ter uma grande foto, você pode ficar uma semana, duas semanas, mas pra você resumir tudo aquilo numa foto só é muito complicado. Porque tem que ter várias coisas acontecendo na foto. A foto tem que contar várias coisas ao mesmo [tempo]. Agora no vídeo não. Gravou um recortinho aqui, um recortinho ali [...] edita isso, junta tudo e vira uma sequência, vira uma linguagem, vira uma história. É muito mais fácil você montar uma historinha no vídeo do que uma história completa numa foto só.

FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) diz que prefere não fotografar e gravar vídeos na mesma pauta, pois são linguagens diferentes. Na foto ele busca a síntese, o momento. No vídeo segue o que acontece ao longo do tempo. Argumenta que a cabeça não transita da foto para o vídeo (ou vice-versa) automaticamente, por mais que o equipamento permita. Esclarece que é até possível fazer, mas que ambos

os trabalhos ficarão medianos. FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) também fala dessa dificuldade. “É porque não dá. Ou eu faço um ou eu faço outro. Tem que escolher”

FOTO-X diz acha complicado transitar da foto para o vídeo. “Eu tenho um problema muito sério que eu não consigo virar muito a chavinha, fazer vídeo e foto tudo ao mesmo tempo. Eu costumo dar prioridade pra fotografia que é a minha editoria”. Mas diz que em pautas que se tem tempo isso pode ser possível. Cita uma matéria onde foi para fazer fotos, e o assunto rendeu tanto que ele voltou no outro dia com o repórter só para fazer vídeo.

Uma matéria sobre falsificações de documentos [...] E o escritório do cara era muito legal. [...] A gente gostou tanto que falou ‘vamos fazer um vídeo?’. [...] Eu já tinha feito as fotos, então a gente voltou no dia seguinte só para fazer vídeo. Eu acho que foi o melhor vídeo. [...] Eu sou da foto. [...] Virar essa chavinha, é uma questão de tempo.

EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) cita dois fotógrafos do jornal que desenvolveram um método próprio de fotografar e filmar na mesma pauta. “Eles vão lá, colocam a [câmera na] posição, fazem a foto e já começam a filmar logo em sequência no mesmo quadro”. FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) explica que quando o fotógrafo tem tempo é possível fazer as duas coisas.

Pra mim é uma coisa normal. Eu vejo [...] ‘ó, isso é vídeo; isso é foto; isso é vídeo; isso é foto’. [...] Então você vê uma cena... tripé, câmera e grava. Aí tu vai lá e vê outra: foto. Faz a foto. [...] Mas [...] sempre no tripé, sempre parado, sempre pensando nas duas coisas.

Diz, no entanto, que sempre que sai para vídeo isso já precisa estar pautado para que ele leve microfone, tripé, planeje a concepção de câmera ou a objetiva a ser usada.

FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) conta que às vezes – como quando grava uma entrevista e faz retratos – é possível captar ambos tranquilamente. “Eu prefiro fazer só um, lógico, mas não é assim que funciona. Geralmente eu gravo vídeo antes, e assim eu tenho tempo de pensar num retrato depois pra fazer. Mas eu acho possível isso quando é uma pauta documental, não quando é uma pauta mais corrida”. Quando há menos tempo “a prioridade é foto. Eu sou fotógrafo. Se eu preciso fazer vídeo ao mesmo tempo, eu vou fazendo. Mas geralmente vai [alguém da] WEBTV DO JORNAL. [...] Quando você tá fazendo foto e vídeo não dá pra fazer imagem decisiva” explica.

Outro complicador é que o mesmo dispositivo de uma DSLR, usado em modo foto gera um efeito, mas ao captar vídeo pode trazer resultados diferentes.

O [diafragma] 2.8, ou 2.0 você tá no mínimo. Você fez uma foto. Congelou o foco, beleza, você tem aquele *frame*. Agora, vídeo [se] você deixar em 2.8 [e] o cara se balançar um pouquinho [...] já saiu de foco. Então eu [...] trabalho de 5.6, 6.3 pra cima, porque [...] num vídeo dá um belo desfoco, porque as coisas estão em movimento. (FOTO-08, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018).

Essa adaptação do dispositivo é reforçada por FOTO-12 (comunicação pessoal, 26 de abril de 2018), que diz que transita bem entre a produção de fotos e vídeos, “só que eu tenho que mudar velocidade, abertura”.

Para FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) é mais fácil produzir uma fotografia plasticamente bem resolvida do que fazer o mesmo com vídeo.

O vídeo é fotografia em movimento, você não tá fazendo só uma chapa, você faz 29 ponto 97 por segundo, tu tem que pensar de forma contínua. [...] eu acho que os dois conseguem fazer o oposto. Mas o cara que é especializado em foto ele vai sempre fazer melhor foto, e o cara que é especializado em vídeo vai fazer sempre melhor o vídeo. (FOTO-02, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

Talvez por isso, mesmo quando capta vídeo um fotojornalista o faz a partir do olhar de um fotógrafo. “Meu instinto é fazer a melhor foto. [...] E se eu tô fazendo o vídeo, também uso a linguagem fotográfica” diz FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018).

FOTO-12 (comunicação pessoal, 26 de abril de 2018) lembra do primeiro vídeo que fez, em 2010. “Eu fazia um vídeo como se fosse... fotografando. Eram enquadramentos com movimento, fotografias em movimento. [...] Mas era engraçado porque tinha uma estética um pouco diferente. Não era um vídeo de televisão”. O que sugere que os repórteres fotográficos entram na produção de vídeos com uma estética diferenciada dos cinegrafistas. FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) também aborda esse diferencial quando diz que “o repórter fotográfico sempre vai ser repórter fotográfico, nunca vai ser um cinegrafista” porque “a imagem corrida [...] é bem diferente da imagem parada”. Apesar disso acredita que com o tempo e o acúmulo de experiência o fotógrafo poderá dominar a produção de vídeos. “Acho que da foto pro vídeo ainda é bem mais rápido [...]. A maioria dos fotojornalistas aqui já fazem isso”. Já o inverso ele acha mais

difícil. “Eu tenho conversado muito com cinegrafistas e eles apanham um pouco com a fotografia”.

Essa distinção é corroborada por EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018).

Eu acho é que há diferença na forma como você fotografa e você filma. [...] Um fotógrafo vai filmar [...] segundo os preceitos de um fotógrafo [...] ele tem [...] um outro tipo de percepção de como é que ele faz o trabalho dele. [...] Acho que existem diferenças técnicas que são inegáveis [...] mas é algo que já foi incorporado à profissão. Hoje em dia não existe mais repórter fotográfico que não filme. (EDITOR-05, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

Mas o acúmulo de tarefas tem levado alguns profissionais a refletir sobre a necessidade de produzir tanto material. FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) diz que não é preciso – e geralmente nem interessante – querer usar todas as mídias disponíveis numa mesma estória. “Não adianta querer fazer tudo [...]. Tu tem que decidir, uma hora, o que tu quer, o que é legal, e focar naquilo”. Isso é mais detalhado na fala de FOTO-12 (comunicação pessoal, 26 de abril de 2018):

Com os multimídias a gente tem mais tempo mas também não é tanto tempo assim. [...] Eu tenho mais tempo mas tenho mais funções também. Antigamente eu fotografava, hoje em dia eu fotógrafo, faço vídeo, tem que voar o *drone*, às vezes fazer 360, me preocupar com o áudio. Isso é uma loucura! Até eu tenho defendido agora que a gente precisa ser um pouco mais seletivo. [...] E a fotografia ela exige um certo momento de reflexão, quando você tá lá trampando. [...] E ultimamente [...] eu tenho tanta coisa pra fazer, que não tenho tempo pra refletir [...]. Então eu vou fazendo tudo. Aí depois eu vejo o que fiz. Às vezes acontece... Falo: ‘Nossa! Aquela foto deve ter ficado muito legal’. Aí eu vou ver, só fiz vídeo! [...] Eu me considero fotógrafo! Apesar de fazer vídeo. Então a minha prioridade no fundo é fotografia. E eu acho que nesse caso a fotografia sai prejudicada.

[...] Eu acho que agora a gente tá [...] tentando entender onde vai aplicar cada tecnologia e cada linguagem pra cada história. [...] Porque no fundo é isso, a gente usa essas ferramentas pra otimizar, ou melhorar, ou explorar da melhor maneira essas narrativas.

E mesmo que os equipamentos profissionais híbridos já existam há mais de uma década, a necessidade de gravar vídeos ainda é uma novidade para alguns fotojornalistas que concentraram sua carreira em veículos impressos. É o caso de FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), que diz estar se acostumando a essa nova demanda.

A transição é o momento onde podem haver maiores conflitos. EDITOR-08a (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) conta que quando o jornal decidiu demitir os cinegrafistas e fazer todos os fotojornalistas gravar vídeos houve problemas. Mas enxerga isso sob o prisma do processo de aprendizagem.

Claro que essas mudanças sempre têm uns ruídos. [...] Começa a ter um choque com os editores de vídeo e os fotógrafos: ‘Como você não fez imagens de cobertura?’. ‘Tem que usar tripé!’. Aí os fotógrafos começam a entender – os que não faziam vídeo – ‘tem que levar tripé’, ‘preciso fazer mais tempo de deixa’. [...] os fotógrafos começam aprender, de fato, como fazer vídeo. (EDITOR-08a, comunicação pessoal, 6 de abril de 2018)

E nesse momento de adaptação e aprendizado as diferenças podem falar mais que as semelhanças. A dinâmica do enquadramento do vídeo é algo que para FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) ainda é difícil de ser articulada. Ele diz que costuma perguntar para a repórter que o acompanha e que já trabalhou como repórter de televisão, como ela acha que deve ser a sequência de gravação. Mas há também dificuldades técnicas.

Essas câmeras [DSLR] não são câmeras rápidas. O foco delas é difícil de fazer. [...] É uma câmera que funciona muito bem pra documental. [...] Mas jornalismo em si, você não consegue fazer, por causa do foco. [E] ela não é uma câmera com muito apoio. [...] Pega muito o movimento do corpo. Eu [...] uso ela pra fazer entrevista, depoimento, passagem. [...] Tudo no tripé. Então ela não é prática pra você fazer um protesto, embora a *WEBTV DO JORNAL* tenha feito documentários sobre os protestos com DSLR. (FOTO-10, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

Além disso produzir vídeos é um hábito que não está totalmente introjetado na cultura de muitos profissionais. É isso que vemos quando, no retorno de uma pauta, os repórteres percebem que haviam esquecido de gravar o vídeo solicitado. O repórter de texto explica: “falta o hábito”.

Ao acompanhar os profissionais observamos que apesar das câmeras DSLR gravarem vídeos em alta qualidade, há também espaço para a captação com *smartphones*. Eles possuem vantagens e desvantagens. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) relata que a câmera geralmente assusta e afasta as pessoas. Mas diz também que muitos se recusam a dar entrevista quando o repórter chega para gravar com celular. “Parece que não dão credibilidade”. Apesar disso seu uso é importante quando a redação quer publicar o material com urgência. Se forem gravados com a DSLR o tamanho do arquivo inviabiliza enviá-los via internet do local da pauta.

Acompanhamos FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) e uma repórter quando eles entrevistam uma professora universitária num corredor extremamente ruidoso. FOTO-04 gravou o vídeo com o *smartphone*, sem tripé, e a repórter registrou o áudio com outro *smartphone*, que era posicionado como um microfone, bem próximo à boca da entrevistada. Pedimos para ouvir o resultado e percebemos

que tudo que a professora falou estava perfeitamente compreensível. Ao terminar enviam os arquivos para a redação, que monta e publica o vídeo em menos de 30 minutos. Essa matéria teria sido transmitida ao vivo se não houvesse tanto ruído no local. A mudança se fez necessária por eles não terem microfone de lapela para os celulares.

O uso de *smartphones* também é útil quando fotojornalistas ou repórteres precisam produzir tomadas curtas para usar junto a matérias textuais. FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) diz que durante um tempo o veículo do centro-oeste cobrava a produção de *takes* de vídeo em todas as matérias, mas que isso foi deixado de lado. “Você tava no acidente fotografando, faz vídeo. Que aí eles colocavam um videozinho de 15 segundos no corpo da matéria”.

A pressão pela produção de vídeo por parte dos jornalistas também está relacionada aos hábitos construídos pelos consumidores de notícia. “Hoje em dia as imagens são mais vídeos e são mais verticais por causa da posição do celular. [...] Dificilmente uma pessoa vai ver uma coisa na rua hoje em dia e fotografar. [...] Ela vai tirar o celular do bolso e vai filmar” diz EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). Mas essa verticalização na produção popular de vídeos ainda não chegou aos profissionais do jornalismo, exceto nas transmissões ao vivo via redes sociais.

Por serem fáceis de camuflar ou esconder, os celulares são usados também para a captação de imagens onde isso não é permitido. Acompanhamos pauta em uma delegacia onde os jornalistas buscavam informações e imagens de um homem que fora preso acusado de estupro. Mas a delegada nega acesso a ele. Um dos repórteres de TV obtém a informação de onde o preso estava e não entra para acompanhar a

entrevista, o que foi possível porque havia outro repórter da mesma emissora junto ao cinegrafista. Ficando no lado de fora, vê quando o homem é transferido de sala ele grava a cena com o *smartphone* escondido. Como a delegada não liberou o nome do homem preso, a imagem é posteriormente usada com o rosto do acusado borrado.

A produção de *timelapse* também pode ser facilitada por aplicativos disponíveis nos celulares, como explica FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018). “A câmera, pra fazer o *timelapse*, você tem que fazer as fotos, depois passar pra um programa e editar. No celular ele faz direto”.

Mas são as câmeras DSLR as mais usadas na captação de vídeos. Em uma entrevista gravada por FOTO-07 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) notamos que como ele não usa tripé apoia os cotovelos sobre uma mesa para estabilizar a câmera, utilizando a mão esquerda como base e a direita para os controles. A sala é silenciosa e o áudio é captado pelo microfone da própria câmera. O enquadramento é fechado. No meio da entrevista a câmera para de gravar, pois atingiu o limite de quatro minutos daquele modelo. FOTO-07 explica brevemente o problema e pede desculpas, a repórter refaz a pergunta, e a explicação é retomada. Diferente de outras entrevistas que acompanhamos na redação do centro-oeste essa é ‘longa’, tendo cerca de cinco minutos. A repórter explica que gravou mais porque o material pode render outras matérias. As entrevistas e tomadas curtas também ajudam os fotojornalistas desta redação a conseguir gravar vídeo sem tripé.

Em outra situação vemos a DSLR ser usada também na mão, mas desta vez com microfone de lapela. Como a entrevistada era mais alta que FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) ele precisava

segurar a câmera na altura dos próprios olhos. Depois diz que essa posição cansa mais os braços.

Tudo é muito rápido aqui [...] porque a gente não tem tempo [...]. Até eu chegar no ponto, montar o tripé... [...] Em vez de eu tá fazendo um *take* eu perdi tempo montando e desmontando tripé. [...] Com a mão [...] é mais ágil. [...] É um caso ou outro que o pessoal faz entrevista acima de cinco minutos [...]. Normalmente não passa de dois minutos. [...] Dá pra você suportar ali.

Percebemos também que a *WebTV* da redação do centro-oeste prioriza matérias curtas porque isso permite que elas sejam editadas e publicadas rapidamente. Acompanhamos um fotojornalista e uma repórter em pauta que verificava denúncia de vandalismo nas reformas de um grande parque. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) grava sem tripé e para estabilizar a imagem mantém a câmera presa ao pescoço pela alça esticada, e a segura com os braços também esticados. Carrega os equipamentos em uma mochila porque o *Now Bomb*, embora mais prático, assustava os entrevistados. Ele auxilia a repórter a buscar informações, observando o entorno e conversando. As entrevistas são curtas, entre 40 segundos e um minuto. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) faz tomadas de apoio, de cerca de dez segundos cada, do ambiente (principalmente das coisas que são citadas pelos entrevistados) e da repórter conversando com as pessoas. Explica que faz três tipos de imagens de apoio: as abertas, as fechadas e as ‘diferenciadas’. Embora a pauta seja para a *WebTV*, ele também produz algumas fotos, que poderão ser usadas em matérias futuras. A repórter de texto vai, ao longo da apuração, pensando em como estruturará a matéria, e conversa com FOTO-04 (comunicação

pessoal, 6 de março de 2018) sobre suas ideias. Diz que apesar de se inspirar no telejornalismo tradicional – usar *off e passagem* – os vídeos da *WebTV* são diferentes porque são curtos – em média dois minutos – e precisam entrar rápido e em fluxo contínuo no site. Contam que nas cinco horas de trabalho já chegaram a produzir seis matérias. Antes de gravar a passagem da repórter os dois combinam como se dará o plano-sequência da fala da repórter. A ideia consistia em passar por três cenários: o primeiro mostra o parque, o segundo situa a reforma, e o terceiro exibe um dos problemas detectados, em frente ao qual estaria a jornalista. O uso de plano sequência também facilita o processo de montagem do vídeo, reduzindo o tempo entre gravação e veiculação.

Já a redação do sudeste parecia priorizar o que eles chamam de ‘minidocs’, pequenas reportagens, individuais ou em séries, sem *off e sem passagem* do repórter, de temas não ligados ao cotidiano, e que levavam alguns dias para ser publicadas²². Acompanhamos um repórter fotográfico em duas gravações de entrevistas em vídeo para um especial sobre imigração. Na primeira gravação um ventilador precisou ser desligado para reduzir o ruído. Um microfone de lapela, sem fio, foi usado para captar a fala dos entrevistados. FOTO-X controla o enquadramento fechado – solicitado pela redação – o tempo todo. Depois das entrevistas desmonta o tripé e grava, com a DSLR na mão, imagens de apoio durante a sessão de fotos. Isso é necessário porque a entrevista foi captada apenas com uma câmera. Na segunda saída a luz que entra

22. Havia também produções feitas em estúdio, com os repórteres do jornal, as quais não acompanhamos. Elas eram captadas por uma ou duas câmeras fixas, apoiadas em tripé, e operadas por um montador de vídeo ou fotógrafo da redação. Vimos, porém, que após o término da pesquisa eles passaram a produzir também matérias mais ligadas ao cotidiano, que eram montadas e publicadas em um tempo mais curto.

pelas janelas ilumina mais pronunciadamente o lado esquerdo do rosto do entrevistado – quando comparada à luz das entrevistas anteriores, onde não havia luz lateral. Essa diferença passa desapercebida para o espectador porque são montados dois vídeos, um para cada dia de entrevistas.

Uma única vez acompanhamos uma gravação feita com duas câmeras. Nesse dia a fotógrafa era uma das montadoras de vídeo, destacada para captar a entrevista para uma reportagem especial. Na sala que o entrevistado ocupava, o som reverbera muito e a luz era ruim, e por isso a gravação precisou ser feita em ambiente externo. Como a reportagem era composta por diversos vídeos, cada um com muitas fontes entrevistadas em locais e por profissionais diferentes, era preciso manter o padrão pré-definido. Por isso duas câmeras são montadas sobre tripé. Uma fica em frente ao entrevistado, com uma lente 50 mm, e outra a 45 graus, com uma teleobjetiva. A fotógrafa vai circulando de uma câmera para outra, observando os monitores. De tempos em tempos corrige enquadramento e foco devido à movimentação do entrevistado. Uma pessoa vem andando sem prestar atenção ao entorno e quase passa na frente das câmeras, o que só não ocorre porque a montadora estica rapidamente o braço em sua passagem. Ao terminar a entrevista ela ouve o arquivo gerado, para se certificar que o áudio havia ficado bom e que não era preciso repetir nada. Aqui, o cuidado com o padrão da imagem e a qualidade do áudio chamam atenção.

Mas o trabalho dos repórteres fotográficos também pode estar voltado à produção de programas curtos, geralmente semanais. Na redação do sul acompanhamos a gravação de um programa-piloto para a previsão do tempo. FOTO-X grava o áudio separado, em um gravador digital

comum, acoplado a um microfone de lapela preso à blusa da repórter. A câmera fica sobre um tripé. Ele explica que usa uma câmera cropada – e não a *full-frame* que possui – devido à praticidade do visor retrátil, mas também porque a qualidade inferior de vídeo não será percebida na internet. Tudo é gravado em uma única tomada, incluindo interrupções e erros. Isso facilita a sincronização entre áudio e vídeo na montagem. Como o enquadramento é fechado, FOTO-X mantém-se atento ao visor. Mas o vento prejudica a gravação, que é interrompida. Eles mudam de local e uma nova tomada é gravada. Ao final analisam o resultado. Observam que em determinada parte o vento mexe o cabelo da repórter e decidem regravar o final. O vídeo é editado e finalizado pelo próprio fotógrafo.

No veículo do centro-oeste acompanhamos a produção de um vídeo semanal que destaca as matérias mais acessadas durante a semana na *WebTV* do veículo. Ele é gravado dentro da redação, também sem tripé. O fotógrafo usa uma objetiva 50 mm totalmente aberta (f1.8) para desfocar ao máximo o fundo, onde outros jornalistas trabalham. Esse quadro foi inspirado em produção feita pela concorrência.

Vídeos Obtidos por Repórter de Texto. A popularização do uso de *smartphones* e o advento de câmeras convergentes possibilitou não apenas que repórteres passassem a captar fotos, mas também vídeos. Em um dos veículos que trabalhou, TEXTO-01 diz que:

Tinha que ir dirigindo pra pauta. A gente chegava lá, pegava a câmera – o próprio repórter – e primeiro fazia entrevista pro impresso. Anotava no caderno as informações. Depois eu combinava com o entrevistado ‘ó, vou gravar um videozinho contigo, ali de um minuto, só falando... eu faço a pergunta antes, depois ela vai ser

cortada, e aí tu só fala o que é o projeto, ou o que é a ação que tá acontecendo'. E aí eu posicionava a câmera na frente dele, fazia a pergunta. A gente já tinha algumas... as noções da universidade, de questão de enquadramento... mas aí os fotógrafos – e a gente tinha um cinegrafista também que não podia sair sempre com a gente – eles também nos davam um auxílio. [...] 'ó, tem que cuidar, cortou um pouco da cabeça. Bota ele no lado, que a gente pode botar uns graficozinhos aqui no outro lado'. E aí a gente mesmo gravava esse videozinho de um minuto. Fazia uma produção de imagens de apoio pra depois, se precisasse, cobrir aquela entrevista (TEXTO-01, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

De volta à redação o repórter gravava o *off* da matéria, preenchia uma ficha com alguns dados da entrevista e deixava tudo junto com a câmera. Uma equipe de estagiários baixava e editava o material. Aqui fica explícito o papel de formação básica do curso universitário, a partir da qual o jornalista pode aprender mais rapidamente com os colegas.

Assim como em outras atividades, também na gravação de vídeos os repórteres têm suas preferências, e isso influí no trabalho que será feito.

Eu gosto [...] de fazer vídeo, mas [...] a minha pegada é vídeo celular. E aquela coisa de reportagem do momento. [...] Eu fui lá [em uma determinada cidade] acompanhar uma ocupação e eles estavam em vias de serem despejados. [...] No meio da conversa eu pensei 'pô, vou montar o vídeo dessa forma'. E daí eu gravei todos eles, já pensando num roteiro [...]. Eu queria cada um se apresentando e falando quem era [...]. E depois eu ia contextualizar e ia voltar neles. Isso foi uma estratégia também, porque eu ia fechar o vídeo de lá, pra não precisar colocar caracteres, botar o nome deles. (TEXTO-03, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

Alguns repórteres se mostram abertos a ir além da gravação, editando o próprio vídeo. Para TEXTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) isso está ligado ao fato de sempre buscar fazer as coisas

acontecerem. “Também tem um pouco de a gente não ter a capacidade técnica no jornal [...] se não for por curtir mesmo. [...] Mesmo assim a gente percebe ‘pô, se tivesse um apoio técnico ia ficar bem melhor’” diz TEXTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Ele conta que já montou vídeos no computador mas que o *smartphone* lhe deu a liberdade de produzir tudo sem precisar voltar para casa ou redação.

Entrevistas em Vídeo Feitas por Montadores e Fotógrafos. Outros profissionais podem realizar entrevistas, ou participar delas. Vimos que repórteres fotográficos e montadores de vídeo podem captar os vídeos e mesmo realizar as entrevistas, assim como por vezes tais profissionais podem interagir com o entrevistado quando há repórter.

Acompanhamos a gravação de uma entrevista para uma reportagem especial na qual havia dois profissionais na equipe: um repórter de texto, que fez a entrevista sem aparecer no vídeo, e uma montadora de vídeo, que gravou imagens e captou áudio valendo-se de duas câmeras (exemplo que detalhamos acima). Ficamos sabendo que montadores de vídeo também podem sair para captar imagens e fazer entrevistas quando não há ninguém da redação que possa fazê-lo, sendo que nesse caso geralmente dois montadores são alocados para a tarefa, com duas câmeras. Eles então captam as imagens, fazem a entrevista e depois editam. O grupo de montadores era formado por quatro jornalistas no período da pesquisa, o que talvez ajude a compreender porque foram agregadas à captação de conteúdo.

Também recebemos relatos de casos em que repórteres fotográficos participam ou fazem eles mesmos as entrevistas. Como na situação das montadoras de vídeo citado acima, aqui também o fato de haver

fotógrafos graduados em jornalismo ajuda a compreender como isso passa a ser aceito, uma vez que tradicionalmente a função do repórter fotográfico era – quando estava sozinho – apenas trazer o contato da pessoa a entrevistar, ou breves informações.

FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) relatou que algumas vezes grava o vídeo e faz a entrevista, ou mesmo participa da entrevista junto com o repórter. “Depende do grau de intimidade que você tenha com o repórter e como tá andando a entrevista... dá pra perguntar alguma coisa. Ou combina antes com o repórter ‘ó, pergunta isso, pergunta aquilo’”. FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) disse que já realizou entrevistas e gravou vídeos em casos onde não havia repórter disponível. Ambos são graduados em jornalismo. Já FOTO-12 (comunicação pessoal, 26 de abril de 2018) não é formado em jornalismo mas às vezes também faz entrevistas em vídeo. Enfatiza, no entanto, que nunca fez para material impresso, porque não gosta de escrever. FOTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) relata que algumas vezes participa da entrevista, quando ela “vira uma conversa, assim, descontraída. Então eu entro e também vou perguntando”. Sugerindo que boa parte dos fotógrafos não estão preparados para realizar uma entrevista jornalística, sendo exceção aqueles graduados em Jornalismo.

Áudio. A produção de vídeos não implica apenas na captação de um outro tipo de imagem técnica e na necessidade de pensar em diferentes formatos narrativos, mas também em entrar no campo de uma outra linguagem: o áudio. Isso pode ser uma novidade e uma dificuldade para jornalistas especializados em imagem. “Todo fotógrafo, acho que

o lugar que ele mais apanha é no áudio, que é onde a gente não tem familiaridade”, diz FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018).

Vimos ou tivemos notícia de diferentes formas de captar o áudio. O mais simples, e mais comumente mais problemático, é usar o microfone da própria câmera ou celular. O motivo é que esse tipo de microfone além de não ficar muito próximo do entrevistado também capta tudo ao redor, registrando também os ruídos do ambiente. Para evitar isso utiliza-se um microfone de lapela (que fica preso à roupa do entrevistado); um microfone direcional (*boom*), geralmente preso ao topo da DSLR quando não há um profissional específico para a captação do áudio (como nas produções documentais); um gravador de áudio ou *smartphone* (ligado a um microfone de lapela, *boom*, ou posicionado próximo à boca do entrevistado); ou um microfone de mão autônomo (como um *smartphone*) ou então ligado à câmera ou a um gravador de áudio.

FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) conta que já perdeu entrevistas devido a problemas no áudio, principalmente devido a vento ou barulhos da rua. Para ele um grande problema das DSLRs – pelo menos dos modelos com os quais trabalha – é não ter retorno do áudio que está sendo gravado. Diz que vê apenas um gráfico, mas não tem como saber se aquilo é informação ou ruído. Conta que também já teve problemas devido a mau contato no conector do microfone. “Na pressa [...] você coloca meio superficial [...] ele já segura. [...] mas não pegou o canal certo do plugzinho. Então não registrou nada no áudio”. Nesse caso foi possível salvar a pauta porque o *take* defeituoso era uma passagem do repórter e foi substituída por um *off*. Mas quando o formato a ser montado não incluir *off* nem passagem é

preciso ter ainda mais cuidado com a qualidade do áudio das entrevistas, lembra FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). Foi isso que levou a montadora de vídeo que gravou a entrevista com duas câmeras – que descrevemos poucas páginas atrás – a verificar o áudio ao final da gravação.

Para MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) a maior parte dos problemas de áudio está relacionado à falta de uso de um microfone.

Muitas vezes ele tá em um ambiente ventando demais, ou muito barulho de carro, barulho de gente, e acaba que realmente não sai o áudio [...] e não tem como a gente usar o material. [...] Já perdemos muitas entrevistas. [...] Só do prefeito [...] [a] gente teve que regravar [...] duas vezes na campanha e [...] outra vez que ele veio aqui nessa sala [anexa à redação] e não foi usado o microfone. Aí deu muito eco e não dava pra entender nada do que ele tava falando. (MONTADOR-01, comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

Para ele um gerenciamento logístico das pautas, assim como o uso de um segundo celular exclusivamente para captar o áudio de forma mais próxima a quem está falando, podem ajudar a resolver esses problemas. “Acho que a logística [...] resolveria muito essa questão da qualidade do áudio” diz, porque permitiria aos repórteres carregar o equipamento adequado às necessidades específicas da pauta. Por outro lado o fotógrafo pode se concentrar mais na imagem quando o repórter está gravando o áudio no celular. Nesses casos o áudio gravado na câmera serve apenas de guia para a sincronização do que é captado pelo repórter.

WebTVs. Das três redações acompanhadas, duas possuíam *WebTVs* e outra embedava²³ os vídeos em matérias de texto e fotos e/ou os publicava nas redes sociais. As *WebTVs* são espaços diferenciados dentro do site ou portal jornalístico, onde o conteúdo veiculado é totalmente audiovisual.

Ninguém mais quer ver o que a televisão aberta tá te empurrando. As pessoas querem escolher na hora, o que vai consumir [...]. O jornalismo não é diferente. [...] Hoje em dia todos os jornais têm essa parte de televisão, né, de vídeo. Eu acho que não dá pra ficar de fora disso. FOTO-10 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

Os jornais do centro-oeste e do sudeste publicam seus vídeos em uma plataforma própria, a partir de onde são embedados na página da notícia através do sistema de publicação (CMS). A redação do sudeste libera a publicação do vídeo no *Youtube* no mesmo dia ou alguns dias depois. Na redação do sul os vídeos são publicados diretamente no *Youtube*.

EDITOR-03 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) diz que a *WebTV* do veículo do centro-oeste começou a partir de uma empresa, que com a implantação da tecnologia 4G na cidade sugeriu ao proprietário do jornal a produção de um boletim semanal para ‘chegar a um número maior de pessoas’.

Ali a gente já pensou ‘não, isso é inviável para um jornalismo online’. Isso não é semanário. [...] Aí eu peguei pra mim [...]. A princípio, o que a direção da empresa queria era um material muito parecido

23. Embedar (do inglês, *embed* quer dizer embutir) significa inserir uma mídia indiretamente em uma página *web*. Na prática essa mídia (vídeo, foto 360, infografia, etc.) está publicada em uma plataforma externa. Na página onde se deseja que ela apareça é inserido um código HTML que faz referência ao endereço de origem e ao tamanho da janela que irá contê-la.

com o que as TVs abertas faziam. Queriam aquela qualidade. E eu sempre bati na tecla que o que nos interessa é o conteúdo, não é a estética. Se a gente tiver uma imagem [...] nítida e um som audível [...] o que me interessa é o conteúdo. É o conteúdo que vai fazer com que as pessoas parem na frente do computador, do celular, pra olhar aquele vídeo. (EDITOR-03, comunicação pessoal, 6 de março de 2018).

Ele relata que inicialmente o formato era uma cópia do telejornalismo, baseado em passagens do repórter e entrevistas.

Demorava muito tempo pra editar e eu nunca gostei disso. Num segundo momento a gente falou ‘não, nossa vocação é pra fazer ao vivo, então 100% do que a gente fizer vai ser ao vivo’. [...] Só que aqui na cidade muitos lugares ainda são pontos cegos pra essa cobertura ao vivo. [...] Mas eu acho que com o tempo é pra isso que a gente quer caminhar. (EDITOR-03, comunicação pessoal, 6 de março de 2018)

Para EDITOR-03 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) a grande vantagem da *WebTV* em relação a uma TV convencional é ter uma presença muito forte nas redes sociais. “A gente tá no celular de todo mundo e as TVs abertas não estão”. Mas explica que a estética é diferenciada, por exemplo, ao abolir o logotipo da empresa nos microfones, e até mesmo os próprios microfones. E acha fundamental que seja criada uma linguagem audiovisual adaptada à estrutura do veículo online regional que eles são:

é uma linguagem que precisa ser pensada, discutida, melhorada [...]. A gente precisa adaptar à estrutura que a gente tem, que é uma estrutura regional, à linguagem que o nosso povo entende, e ao conteúdo que interessa às pessoas do nosso estado.

Diferente de uma matéria com texto e fotos, as audiovisuais precisam ser montadas. Mas EDITOR-03 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) acha que isso pode ser feito pelo próprio repórter, não havendo necessidade de ter um profissional exclusivo para a função. “Já tive caso aqui que o cara editou no próprio celular [...] no caminho, entre uma matéria e outra”. E considera que isso é viável mesmo dentro da correria do dia a dia.

Acho que o caminho é assim: você tá no seu celular, joga ali num programinha de edição, edita, pronto. Manda pro cara aqui, o cara pega e coloca uma vinheta e pá. É a coisa mais fácil que tem. [...] Eu já vi acontecer. E é no período do deslocamento. Aqui na cidade, que a gente não gasta tanto tempo com deslocamento, isso eu até acho que só quando a gente tiver uma internet [...] que tenha uma velocidade bacana. Mas em grandes centros, tipo São Paulo, eu não entendo porque o próprio cara, entre um deslocamento e outro, ele não pode fazer. [...] Manda pra cá o material, mesmo que seja uma edição meio bruta, [...] o editor olha [...] e mete bronca. [...] Ele consegue fazer uma edição final. [...] O olhar do editor é só para dar um ok. [...] Mas eu acho que o caminho é esse. O próprio repórter fazer e acabou. [...] Por exemplo *Stories* no *Instagram*, é tudo muito imediato. O cara fez ali e já tá ao vivo. [...] A gente não tem mais esse tempo [...]. Eu tô falando isso, óbvio, num jornalismo factual. (EDITOR-03, comunicação pessoal, 6 de março de 2018).

Aqui fica clara a intenção de instantaneidade ou de máxima redução do tempo entre captação e publicação, bem como de uma simplificação do processo de montagem. Mas também pressupõe o uso de outra estética, mais próxima das redes sociais do que do telejornalismo. E não leva em conta as dificuldades de edição em aplicativos móveis dentro de um veículo em movimento, outras atividades que os repórteres precisem desempenhar durante o trajeto, nem mesmo a importância de breves

pausas entre uma matéria e outra, seja para relaxar um pouco da correria ou para buscar informações para o próximo trabalho.

Já a experiência da redação do sudeste é bastante distinta, tendo passado por diversos formatos desde que foi criada. Ela é marcada por uma linguagem com forte influência do documentário. EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) conta que essa linguagem “em que você não vê o repórter falando como se fosse um âncora, e você percebe que são os personagens que contam o que é aquela história” foi desenhada pelo jornalista que implantou a *WEBTV DO JORNAL*. Mas seus diversos coordenadores já abriram o leque de formatos. Um destes é o que ele chama de “estilo *Youtuber* de explicação” no qual um repórter ou redator aborda, em linguagem simples e didática, temas da atualidade, incluindo brincadeiras e referências à cultura jovem, num claro objetivo de atingir um público diferenciado daquele que consome os minidocs.

EDITOR-08a (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) conta que os programas ao vivo foram cortados da *WebTV* em função das pouquíssimas visualizações que tinham, o que reforçou a produção de mini-documentários. Mas disse que a ideia era passar a investir também na produção de notícias e vídeo-reportagens. Seis meses depois, relata que a direção do jornal solicitou ‘quantidade’, por isso as produções tendem a ser mais curtas. “Todo dia vai ter alguma coisa. Independente se é produção nossa ou não”.

A equipe da *WebTV* do sudeste é responsável também pela montagem de todos os vídeos publicados pelo jornal. Por isso boa parte de seu conteúdo está associado a reportagens, embora também possam ser consumidos de modo independente.

Transmissões ao Vivo. Vimos cobertura audiovisual ao vivo sendo feita nas redações do sul (via *Facebook*) e do centro-oeste (via sistema próprio, mas replicada no *Facebook*), e tivemos notícia de que isso também já foi feito na redação do sudeste. Mas os relatos que recebemos sugerem que é principalmente integrado às redes sociais que há boa aceitação deste formato. Percebemos a força da transmissão audiovisual ao vivo quando EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) diz que o foco daquela redação tem sido “cada vez menos fazer VTs com cara de TV e mais fazer o repórter contando as coisas no local que está acontecendo na hora”.

TEXTO-X conta que sua primeira experiência com uma transmissão ao vivo via *Facebook* foi no dia do julgamento do ex-presidente Lula pela Justiça Federal, em janeiro de 2018. “Liguei a câmera e comecei a sair no meio da galera e o pessoal foi falando com a câmera, foi falando comigo”, relata, fazendo referência ao famoso bordão e formato de reportagens de Goulart de Andrade nos anos 1980 (‘vem comigo’). Vemos aqui que as experimentações estão sempre atreladas às referências que o profissional possui, as quais adapta à sua condição, tecnologia e necessidade.

Acompanhamos duas transmissões ao vivo durante a cobertura da apuração das notas do desfile das escolas de samba, quando a redação do sul pede a TEXTO-X que faça entradas no *Facebook*, primeiro com o resultado parcial, e mais tarde com a escola vencedora. Segurando o *smartphone* na altura do rosto, cerca de 30 centímetros à sua frente, na posição vertical, ele começa a gravar. Vai caminhando ao mesmo tempo em que dá informação sobre o estado atual da apuração. Percorre as duas principais torcidas, andando, falando e transmitindo ao vivo

durante nove minutos e 30 segundos. Naquele momento cerca de 70 pessoas o acompanhavam, mas o número de visitantes é bem maior porque há um contínuo entra e sai da página. Ele sabe que essas duas escolas são as favoritas porque o repórter que está na sala de apuração vai colocando, a todo instante, fotos atualizadas do quadro de contagem de pontos no grupo de *Whatsapp* do jornal. É uma fotografia que não será publicada, mas que funciona para manter os jornalistas e editores informados sem que seja preciso digitar cada nota. Esses dados são preciosos para TEXTO-X, pois a redação também já lhe pediu outra entrada ao vivo assim que houver um resultado irreversível ou final. A torcida comprehende que sua escola ganhou alguns segundos antes dos jornalistas, e começa a sair da arquibancada e invadir a passarela. Ao notar essa movimentação ele confere o resultado e começa a nova transmissão. Segue gravando até a entrega do troféu, ao longo de 16 minutos e 34 segundos.

Ao contrário da redação do sul a do centro-oeste se vale de uma plataforma paga para veicular suas transmissões ao vivo. Mesmo assim é no *Facebook* que obtém um maior número de visualizações. Acompanhamos os dados de uma transmissão e vimos que, dezoito minutos após seu término, haviam ocorrido 22 visualizações no site contra 481 no *Facebook*, ou seja, 95% dos usuários viram essa matéria através da rede social. O editor-chefe afirma que as transmissões ao vivo são um diferencial desse jornal, sendo mais importantes que matérias gravados em vídeo pois não dependem de montagem, entrando direto no site. Para ele o mais difícil é o repórter ter desenvoltura ao vivo. “É onde a gente quer investir. [...] Parece que ele é o mais fácil mas é o mais trabalhoso, porque você depende do fator externo”.

As transmissões ao vivo podem ser inviabilizadas por dois fatores: problemas com o sinal do celular ou excesso de ruído no ambiente. Acompanhamos duas transmissões que foram canceladas. Na primeira o ambiente era muito ruidoso e os repórteres não tinham microfone de lapela para o celular que iria captar e transmitir o vídeo. Na outra o sinal estava muito fraco.

Nesse segundo dia acompanhamos a tentativa de transmissão dentro da redação. Às 16h40 começam a chegar *takes* de vídeo, enviados pelo fotojornalista via *Whatsapp*. MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) fala, também por *Whatsapp*, com o repórter-foto-gráfico que está na rua e com a editora-chefe que está na mesa ao lado. Ao primeiro, dá instruções; da segunda, pede um título, que precisa ser refeito duas vezes para se adequar ao tamanho exigido pelo CMS. Logo que baixa todos os *takes* de vídeo enviados por FOTO-07 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), faz o *upload* desse conteúdo no aplicativo de transmissão ao vivo, pois serão usados como imagens de cobertura. Abre um dos vídeos e captura um *frame* para usar na chamada do site. Conversa pelo celular com o repórter, pois o *smartphone* do fotógrafo agora está ocupado com os preparativos da transmissão. Passa instruções de como ele deve abrir uma câmera remota para iniciar a transmissão, mas o sinal não aparece. MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) pede para o fotógrafo tentar novamente. O sinal aparece e cai. Pede que tomem cuidado para não iniciar, sem querer, a transmissão via *Facebook*. Mas o sinal está ruim e a conexão não estabiliza. São 16h55. MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) desiste, e pede para os repórteres gravarem um boletim em vídeo. E explica que há vários motivos para esse tipo de

problema com o sinal, de meteorológicos até árvores e prédios. Diz que há sistemas que falham menos pois se valem de duas a quatro conexões de operadoras telefônicas diferentes. Mas o custo é mais alto.

Caso o sinal estivesse bom, MONTADOR-01 (comunicação pesonal, 7 de março de 2018) passaria do teste ao início da transmissão. Ele explica como seria o processo desse ponto em diante.

Aí [...] eu insiro a notícia [...] no ar. [...] A hora que eu coloco no site tem um *delay*, às vezes de até cinco minutos. [...]. Assim que entra na capa [...] dou comando pro repórter começar. [...] Fora esses cinco minutos ainda tem um *delay* de em torno de 30 segundos, [...] Quando eu dou um ok nele pelo telefone, tenho que [...] esperar ouvir o ok pelo fone. [...] Aí, eu sempre começo cobrindo, pra não ficar na cara do repórter olhando pro nada. Começo cobrindo com os vídeos que já foram processados, já com GC. A hora que o repórter começa a falar, aí eu já coloco imagem do rosto dele. Ele fala um pouquinho, aí eu cubro o restante, e a hora que ele vai encerrar eu boto pro rosto dele. Que geralmente ele lê, às vezes é transmissão muito longa, não tem tempo de decorar. Ele tem que escrever ali e ler. [...] Tentando ser o mais natural possível,

Aqui fica explícito como é natural para o jornalismo camuflar seu modo de produção, buscando dar um ar de naturalidade ao trabalho. Vemos também que para os fotojornalistas, realizar transmissões ao vivo é um processo tenso.

Você tem que estar com o celular aqui [no ouvido, preso entre o queixo e o ombro] falando com o *MONTADOR-01* e gravando o ao vivo. [...] Tinha que colocar o fone. É porque a gente sai tão na correria... às vezes acaba esquecendo. Mas o certo é pôr o fone, sim. Daí você fica quieto, mudo, só escutando ele. [...] Você têm que chegar [...] testar sinal, se não pega o sinal você tem que descer e testar lá embaixo. [...] O sinal tem que estar impecável [...] pra não ficar cortando [...]. Eles querem que você se adapte mas não dão condição

pra gente trabalhar. Equipamento, né. Pô, fazer ‘ao vivo’ com celular é complicado. (FOTO-05, comunicação pessoal, 6 de março de 2018)

Apesar dos problemas EDITOR-03 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) defende que todos os jornalistas da redação deveriam produzir materiais audiovisuais e realizar transmissões de vídeo ao vivo. “O que eu defendo é que [...] todo mundo tenha condições de fazer e que faça ao vivo”. Situação que, no entanto, ainda parece longe da realidade dos veículos que pesquisamos, em função, principalmente, do tipo de linguagem que cada repórter desenvolve ao longo de sua trajetória pessoal, e que não necessariamente passa pelo audiovisual ao vivo.

Equipamentos

Se o fotojornalista do século XX valia-se da câmera, de algumas lentes, e eventualmente de um flash ou tripé para trabalhar, o jornalista de imagem do século XXI tem à sua disposição uma gama muito maior de equipamentos.

Tudo isso gera um trabalho que os gestores não enxergam. FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) fala de uma pauta na qual saiu com *drone*, onde o trabalho não se resumia a decolar e gravar o vídeo, como lhe disse um editor. Foi preciso avaliar a luz e o vento, e imaginar as imagens que poderia obter lá de cima para escolher o local para voar. Porque apesar de ter duas baterias, seus 20 minutos de autonomia se reduzem a cerca de 12 de efetiva captação para subir e retornar à base com segurança. “Esse é o mundo real”, diz. Ou seja, o equipamento é fundamental, mas ele não é suficiente. Há todo um trabalho e outros requisitos para trazer boas imagens para a redação.

Eu não perco tempo com equipamento. Equipamento é uma coisa muito passageira [...]. Um *Iphone* ou uma câmera é a mesma coisa. O que vai ser é como tu usa ela. [...] Todo mundo tem uma boa câmera *full frame*, todo mundo tem lentes claras, todo mundo conhece uma gama grande de equipamentos, sabe manejá-los. Então também tu já começa a entender o que é melhor pra ti. (FOTO-09, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

O que destaca que mais importante que o equipamento é como ele é usado. Nesse sentido conhecer bem o seu próprio equipamento é fundamental, para poder tirar dele todo o potencial que possui.

Diversidade. Saltou aos olhos durante a pesquisa a existência de uma variada gama de equipamentos sendo usados para produzir e fazer as imagens chegarem às redações. Do kit fundamental DSLR-lentes-flash, passando por equipamentos de iluminação de estúdio (difusores, tripés, fundos, acionadores por rádio, etc.), modelos diferenciados de câmera (de ação, 360, de mão com estabilização, etc.), drones, bem como pelo uso hoje também obrigatório de *laptops* e *smartphones*, enxergamos possibilidades a serem exploradas e dificuldades a serem encaradas de acordo com o equipamento que se tem em mãos. Nesse sentido compreendemos que a melhor tecnologia não é aquela mais recente, mas a que o profissional tem acesso e sabe trabalhar, pois é com ela que irá se relacionar.

Nas redações do sul e centro-oeste, onde os fotojornalistas são donos do próprio equipamento, perguntamos o que usavam para trabalho. Um dos fotógrafos da redação do sul relata ter dois corpos (um *full frame* para fotos e outro cropado para vídeos), diversas lentes (de forma a cobrir desde uma grande angular até uma teleobjetiva), flash,

tripé (que usa para gravar vídeos), um gravador de áudio, diversos cabos e adaptadores de cartão (para transferir as fotos da DSLR para o *smartphone*) e cartões de memória. Ele já teve uma câmera 360, que parou de funcionar. Diz que prefere usar lentes da mesma marca da câmera, e não genéricas, porque a durabilidade é maior. Outro profissional também do sul têm dois corpos (um *full frame* e outro cropado, usados em revezamento, de acordo com a pauta) e algumas lentes, tripé e flash, além de uma *GoPro* e uma caixa estanque, que usa para fazer fotos dentro d'água. Diz que já se valeu muito dos filtros polarizador e densidade neutra, que hoje estão praticamente aposentados. Um terceiro fotógrafo do sul relata ter um único corpo *full frame* – “um tanque de guerra”, diz, referindo-se à durabilidade – três lentes e um flash, que carrega diariamente na bolsa. Tem ainda um painel de leds que usa em produções, banquinho e monopé para jogos de futebol, tripé e escadinha. Nenhum deles levava *laptop* nas pautas porque sempre voltavam à redação para descarregar fotos e vídeos. O *smartphone*, que nenhum deles citou, no entanto, é ferramenta usada diária e continuamente pelos três. Essa breve e focada lista mostra que os equipamentos não só são variados como cada profissional tem sua especificidade e preferências.

Mas as empresas também podem fornecer equipamentos aos fotojornalistas. Esse é o caso da redação do sudeste e, em parte, do centro-oeste (onde há alguns acessórios). No centro-oeste eles são pouco usados pela combinação de dois motivos: o peso de carregá-los e o escasso tempo que impossibilita passar na redação para pegá-los antes de uma pauta específica. MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) relata que não usá-los pode ser a causa de diversos problemas.

Se tivesse algum gerenciamento, ‘ah, fulano vai fazer matéria pra TV; [...] pega esse microfone, pega essa câmera; talvez você vá precisar de um rebatedor; leva o tripé’ [...]. Acho que dificilmente ocorreria problema [...] com áudio, com imagem, com produção, em questão de tudo. Porque os equipamentos a gente tem. [...]. E ninguém quer usar, ninguém que carregar. [...] muitas vezes o repórter sai sozinho [...] não tem como ele carregar um monte de coisa e parar lá pra gravar e ter que cuidar do texto, cuidar da aparência, cuidar de iluminação, cuidar de áudio, cuidar do entrevistado, fazer a pergunta pro entrevistado. [...] Mas quando vai [...] com fotógrafo, eu acho que já ajudaria bastante [...]. Acho que já não teria problema de carregar o microfone, por exemplo. Que é uma questão de qualidade mesmo. (MONTADOR-01, comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

Na redação do sudeste câmeras, lentes e acessórios usados pelos fotógrafos são do veículo. Recebemos relatos sugerindo que esse equipamento está defasado em relação ao que os profissionais das agências – seus concorrentes diretos – usam. Um deles diz que quando querem um equipamento melhor precisam colocar do próprio bolso, e que se forem roubados – como já ocorreu com ele, em uma viagem a trabalho – ouvem do jornal que ‘não deveriam estar usando equipamento próprio’, e não são resarcidos. Outro fotógrafo também diz que já teve equipamento roubado em pauta, mas que conseguiu reaver o investimento porque tinha seguro custeado por ele mesmo. Os equipamentos próprios que mais vimos os profissionais usarem ali foram lentes e *laptops*.

Um terceiro fotojornalista diz que prefere trabalhar com o equipamento do JORNAL, e que só eventualmente coloca alguma coisa sua, geralmente acessórios.

Eu prefiro trabalhar com o do JORNAL, porque eu não gasto o meu. [...] [Meu] só periféricos. Uma luzinha, uma sombrinha. [...] Merdas

acontecem a qualquer momento. [...] Principalmente computador muita gente usa o próprio, [porque] o computador que o JORNAL dá aqui é muito ruim. [...] Mas mesmo assim eu [prefiro] usar o do JORNAL, porque eu já fui assaltado. [...] Tem cobrança? Tem, mas... amigo, é o que vocês me dão. Não dá pra fazer milagre.

Um fotógrafo que atua como PJ faz uma crítica. “Essa coisa de ter equipamento da empresa, de uso comum. Ninguém cuida nada!”. Por isso ele diz preferir ter o próprio.

FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) diz que não se prende a uma marca ou modelo de equipamento, pois trocas e atualizações são constantes. E que escolhe o que carregará de forma a sempre minimizar o peso. “Quanto mais puder evitar de carregar peso é melhor, porque a gente fica bastante tempo na rua”.

Mas nem todos tem acesso a bons e variados equipamentos, principalmente no início da carreira. Um dos fotógrafos da redação do centro-oeste conta que comprou a câmera quando conseguiu a vaga no veículo: uma DSLR cropada, usada, modelo de dez anos atrás, com uma única objetiva (uma 18-105 mm, f3.5/5.6, do kit). Para complementar usa um flash, emprestado do jornal. Ganhando menos que um repórter de texto, o fotojornalista pode também ter dificuldade para investir em boas ferramentas.

O uso de equipamentos mais compactos pode ser uma opção para um jornalista que trabalha sozinho, como faz TEXTO-X, que capta e edita os vídeos que produz, nos quais também é o repórter. Ele já usou celular com pau de *selfie*, mas o ângulo muito fechado o fazia errar o enquadramento. Passou então a gravar com uma *GoPro*, também a partir de um pau de *selfie*, o que resolveu o recorte. Se esse kit é bom

para entrevistas, quando precisa gravar shows leva também uma DSLR. O áudio é registrado com um *smartphone*.

Há ainda experimentações. TEXTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) conta que já usou um *tablet* como *teleprompter* (TP), que alguém segurava na frente do repórter. Disse, no entanto, que havia muitos travamentos e dificuldade em ler o texto. A experiência serviu para que a empresa adquirisse um TP, tempos depois.

Já FOTO-X conta que usou um equipamento para testar suas possibilidades.

Teve um jogo [...] Palmeiras, jogando na Arena, pra ser campeão. [...] Fui fazer com uma camerazinha [...] Osmo DJI, que [...] não trepida, parece que tá sempre no *steadycam*. Ela só tem uma angulatura. Fui lá e fiquei o jogo inteiro do lado de fora, fazendo a torcida. Preparativo, ganhou, confusão, fogos, campeão... acabou o vídeo. Só com essa camerazinha.

Vemos, no entanto, que a quantidade de equipamentos disponíveis pode implicar em peso a carregar, dificuldade de locomoção, bem como pode dificultar a troca com, ou mesmo o acesso – por ‘assustar’ – às fontes. Por isso menos pode ser mais.

Pensando na produção de vídeos, FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) diz que um repórter fotográfico munido de uma DSLR é bem menos visível que uma equipe de TV ou documentário.

A câmera em si é muito menor, tu consegue ter acesso à coisas [...]. Aí tu percebe [que] até o tipo de câmera que tu usa nisso te facilita muito mais o acesso. Pra você entrar numa favela, pra você entrar numa zona de conflito. [...] É só uma camerazinha, [...] não é aquela equipe gigante de cinco pessoas, aquela câmera grande. Então fica também muito mais fácil. [...] Por isso a câmera pequena,

o documentarista com pouco equipamento, essas coisas te facilita esse tipo de acesso. [...] Quanto menos chama atenção melhor [...]. Eu tenho sempre essa técnica. Eu não gosto que me vejam fotografar, eu não gosto de ficar andando com câmera. (FOTO-09, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

Assim, menos pode ser mais. Um equipamento menor, e por vezes mais simples, pode facilitar o acesso a determinados locais ou situações, e essa questão precisa sempre ser levada em conta pelo fotógrafo.

Celular. Quando o tema é fotojornalismo a primeira associação que se faz do uso de celulares na redação é geralmente a produção de fotos e vídeos. Mas não é esse o principal uso que vimos de tais equipamentos. Eles são muito mais utilizados, mesmo pelos fotojornalistas, como instrumentos de comunicação.

A troca de mensagens e arquivos por *Whatsapp* constituiu-se no uso mais comum e disseminado de *smartphone* que vimos nas três redações. Isso chegou ao extremo no dia em que acompanhamos MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) conversar sobre a publicação de um vídeo com uma editora que estava a cerca de dois metros dele. Provavelmente o uso do aplicativo permitiu que eles continuassem a realizar atividades paralelas no computador, ao mesmo tempo em que resolviam essa. Mas no geral, repórteres fotográficos e de texto, editores e redatores interagem muito via *Whatsapp*, através dos inúmeros grupos dos quais participam, bem como por contato direto.

Na redação do centro-oeste cada repórter fotográfico recebe um celular de trabalho ao ser contratado. Ele é usado para captar fotos, vídeos e áudio, enviar material e manter-se em contato com a redação.

A empresa custeia um plano de cinco gigabytes mensais, que são inteiramente consumidos.

Embora haja quem defende que os *smartphones* já têm qualidade suficiente para substituir as tradicionais DSLR, tal troca limitaria muito a produção de imagens. Isso é evidenciado quando FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) faz fotos de uma reunião partidária. Os políticos estavam dentro de uma sala, à qual os repórteres tinham acesso apenas visual, através de duas grandes janelas. Além de não poderem se aproximar, praticamente todos os pré-candidatos estavam no contraluz de outras duas grandes janelas que davam para o exterior do prédio. Fazer essas fotos só foi possível porque o fotógrafo usou teleobjetiva e flash. Com *smartphone* obteria apenas fotos gerais, de todos os presentes juntos, em função da grande angular usada nesses aparelhos. Além disso a imagem obtida teria pontos muito claros nas proximidades das janelas, devido à diferença de iluminação entre os diversos locais da sala.

Usar a DSLR garante qualidade nas imagens (devido ao tamanho e resolução do sensor) e acesso a recursos (controle de diafragma e obturador, troca de objetivas, uso de flash, etc.) que não se tem no *smartphone*. “O celular eu tenho como uma ferramenta coringa no trabalho” diz FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Explica, no entanto, que trabalhar com o celular “é demorado” e não lhe dá todas as opções que gostaria. O principal motivo para utilizá-lo além da comunicação é a facilidade de tratar fotos sem precisar voltar para a redação, bem como a possibilidade de experimentar ferramentas novas, argumenta.

Um exemplo típico de uso foi visto no dia em que seguíamos, junto de uma equipe do jornal do sul, para o centro da cidade a fim de cobrir o carnaval quando entramos num congestionamento. Isso podia gerar uma matéria, e FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) faz uma foto com o *smartphone*, que envia imediatamente à redação. Talvez esse seja o uso mais eficaz do celular na produção de fotos jornalísticas: o que está próximo e precisa ser publicado instantaneamente.

A bateria é um ponto crítico dos celulares. Acompanhamos ocasiões onde os profissionais ficaram limitados pela escassez de energia. Isso ocorreu na cobertura da decisão de quem seria a campeã do carnaval, quando um repórter de texto fez *takes* de vídeo, fotos e transmissões ao vivo, e estava com apenas 2% de bateria ao final da apuração, quando ainda cobriria a comemoração na sede da escola. Um carregador portátil o ajudou a chegar a 13%, insuficientes para fazer vídeos ao vivo, mas que lhe permitiram gravar um *take* e captar algumas fotos.

Ao longo da pesquisa os fotojornalistas relataram o uso de diversos aplicativos para *smartphone* que agilizam seu trabalho. Além daqueles considerados básicos (*whatsapp* e captação de fotos, vídeos e áudio) os principais que observamos são voltados ao tratamento de fotografias, montagem de vídeos, controle da DSLR pelo celular, *upload* automático das imagens captadas para algum espaço em nuvem e editor de metadados.

Vimos também o uso do aplicativos de gravação de áudio por repórteres de texto (para gravar uma entrevista ou um discurso) e por repórteres das *WebTVs* (para captar o áudio do entrevistado com menos ruído e interferências que o microfone da câmera ou celular que grava o vídeo).

O *smartphone* é muito usado também para enviar informações (geralmente por áudio), fotos e vídeos para a redação. Os fotojornalistas comumente não fotografam com o *smartphone*, o que implica que precisam transferir as fotos da DSLR para enviá-las à redação.

FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) diz que fotografa pouco com o celular. “Eu tô começando a me interessar mais pela fotografia de celular. Primeiro porque a gente fica invisível”. Mesmo dizendo que as câmeras de celular estão cada vez melhores, ele ainda enxerga limitações.

O que eu sinto falta no celular é a questão da profundidade de campo, porque ela sempre é uma grande angular. [...] Aquela questão de *zoom*. Dá para usar o *zoom* digital mas aí se perde muito a qualidade. [...] A gente fica limitado àquela lente fixa. [...] abertura fixa do diafragma [...] eu acho que isso aí acaba limitando um pouco a fotografia. (FOTO-02, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

Ele cita ainda a ausência de ter várias lentes, como a DSLR. Por isso considera o celular principalmente uma ferramente de comunicação:

Acho que essa coisa de ser muito instantâneo [...] você fez e já manda [...] é o que faz movimentar o jornalismo online. [...] [Antes] Não tinha como fazer isso. A gente fazia o material e tinha que subir [até a redação] e baixar [as fotos]. (FOTO-02, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018).

O que também é reforçado por FOTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018): “quase não uso o celular pra fotografar. Uso mais pra enviar as imagens, quando querem”.

TEXTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) diz que um equipamento pequeno permite se aproximar mais facilmente

das pessoas. “A câmera assusta mais do que tudo. [...] Celular assusta menos. A lente assusta muito”.

FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) explica que tem cinco usos para o celular: transmitir fotos e vídeos para a redação; transmitir vídeos ao vivo; gravar vídeos que precisam ser enviados à redação pela internet; produzir fotos e vídeos sem chamar muita atenção; e tratar fotos quando precisa mandá-las via internet. Ele diz que quando fotografa com o celular usa sempre a maior resolução disponível, porque como o equipamento não possui zoom ótico, tem alguma margem para realizar reenquadramentos, se necessário. Conta que quando tem tempo, prefere tratar as imagens no computador da redação, e que só faz isso no celular em função da pressa, pois é comum ir direto de uma pauta para a outra.

FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) diz que o celular pode ser usado como *backup* da câmera ou para evitar que um repórter de texto envie foto antes dele. Fala que reforça o mal estar causado nos jornalistas de imagem quando os repórteres de texto fotografam em pauta conjunta.

Numa questão de acabar a bateria [da DSLR]. [...] O celular é plano B. Ou eu tô na rua, fotografando, aí vejo um repórter pegar o celular e fazer uma foto. E eu sei que ele vai mandar pra redação. É mais aquela questão de birra, assim, sabe. [...] Pra fotografar antes do repórter e mandar.

Na produção de vídeos, principalmente para entrevistas, alguns tipos de *smartphone* podem ser bastante eficazes. “O iPhone é muito bom pra fotografia, e pra vídeo nem se compara. É melhor que a minha câmera”, argumenta FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018).

Comparando-o com uma DSLR, diz sentir falta da possibilidade de troca de lentes, mas considera que o foco em vídeos é mais simples de acertar, bem como considera mais fácil estabilizá-lo sem o uso de tripé.

Para FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) o celular é “uma ferramenta de você poder mandar um material pra redação [...] quando tem uma emergência, quando é factual mesmo, que na hora você já manda e já pública”. Também usa o celular para produzir vídeos. Mas só esporadicamente fotografa com ele.

Vamos supor, aconteceu um acidente lá [...] bem distante. [...] Aí, imagina, até voltar pra descarregar [...] muitas vezes não é viável [...], o jornalismo, ainda mais *online*, ele tem que ser dinâmico [...]. Então não tem esse tempo de esperar. [...] Eu uso um cartão [...] micro SD [...] que dá para tirar. [...] Coloco ele na câmera, faço as fotos, tiro [...] e coloco no celular [...]. Seleciono as imagens que eu quero mandar [...]. No celular mesmo tem um recurso que dá para fazer um corte. [...] Dá até pra clarear, mas muitas vezes eu não uso isso porque eu acho que é muito mais trabalhoso [...]. Se você estiver mais calmo, se você tiver um tempo livre dá pra você fazer isso daí. [...] Normalmente [...] só [...] faço um corte e envio pro jornal. [...] Só que com vídeos da câmera já não dá. [...] Tem que vir no jornal para descarregar. Se eu fizer o vídeo do celular, já dá para eu mandar na hora pelo *Whatsapp*. Então por isso que muitas vezes nós utilizamos o celular para filmar. [...] Só que aí tem os problemas [...]. Muitas vezes o celular trava, muitas vezes a internet não é tão boa, [...] eu tenho muito problema com questão de bateria [...] não durar muito. [...] Tanto é que agora eu comecei a andar com carregador portátil de bateria. (FOTO-07, comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

Para FOTO-07 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) o celular é um aliado, e por isso pode ser um problema ficar sem ele. “Se acaba a bateria no meio de uma pauta [...] eu fico incomunicável. [...] Às vezes

até acontece [...] O motorista muitas vezes acaba ajudando a fazer [...] essa comunicação”.

Chamou atenção, no entanto, como o celular é bem menos usado na redação do sudeste. Ali ele é uma ferramenta de comunicação (principalmente *Whatsapp*), mas não vimos os repórteres fotográficos precisarem usá-lo para enviar fotos ou vídeos à redação, muito menos captar imagens. Esse uso ali parece restrito aos repórteres de texto quando produzem algo para o online. Tivemos apenas notícia de que em pautas urgentes e que ocorrem próximo ao fechamento da edição impressa o fotojornalista, quando não consegue usar o *laptop*, pode se valer de um aplicativo para enviar algumas fotos para o sistema da redação.

Transferindo Fotos da DSLR para o Celular. Geralmente invisível para quem nunca precisou enviar uma foto com urgência para a redação, o processo de transferência para o celular das imagens captadas com a câmera garante imagens de qualidade a partir do uso de recursos que um *smartphone* não possui, mas pode ser uma fonte de dor de cabeça. Essa passagem, no entanto, se faz necessária para que o envio para a redação seja feito pelo *WhatsApp* ou e-mail. Equipamentos mais recentes possibilitam essa transferência por *Bluetooth* ou *Wi-Fi*, mas quase todos os fotógrafos que acompanhamos usavam equipamentos sem essa opção. De modo geral enxergamos seis diferentes formas de enviar as imagens:

1. Uma rede Wi-Fi entre DSLR e *smartphone* é usado para transferir as fotos; foi a forma menos vista, pois requer modelos caros e recentes de câmera (pelo menos dentro do que existia no início de 2018). Essa, no entanto, tende a ser a opção mais viável à medida em que tais dispositivos ficarem mais populares em todas as DSLRs;

2. As fotos são feitas em uma DSLR com dois *slots* de cartão, sendo o segundo configurado para receber uma cópia das fotos em menor resolução (pois a pressa sempre é para uso online da imagem); quando precisa enviar uma foto o repórter fotográfico retira o cartão do segundo *slot* e o conecta no *smartphone* (há duas formas de fazer isso: quando são usados cartões microSD com adaptador, o pequeno cartão pode ser conectado diretamente no *slot* do *smartphone*, bastando para isso retirar a capa traseira do telefone; no caso de cartões SD foi usado um leitor conectado ao *smartphone* por um cabo microUSB); FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) diz que quando o dia está muito corrido, já deixa o *smartphone* sem a tampa traseira (mas com a capa de proteção), para facilitar a transferência;
3. As fotos são feitas em uma DSLR com apenas um slot; o processo de conexão do cartão retirado da câmera com o *smartphone* se vale das mesmas duas opções apresentadas anteriormente; entretanto, após a transferência é necessário reduzir o tamanho da imagem para enviá-la (a menos que o fotógrafo já tenha captado em baixa resolução), de forma a minimizar o consumo de banda de internet;
4. Usar um cartão de memória com Wi-Fi; através de um aplicativo, as fotos são transferidas para o *smartphone*; FOTO-07 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) disse que deixou de usar esse tipo de cartão por conta dos constantes problemas de conexão;
5. Conectar o celular à câmera por cabo USB, o que permite ler o cartão onde estão as fotos feitas, que são copiadas para a memória do *smartphone*. Se a resolução da imagem for alta também será necessário reduzir seu tamanho antes de enviá-las;
6. Deixar o celular conectado à câmera via cabo USB e ativar um aplicativo que recebe todas as fotos produzidas na câmera e imediatamente os envia para um espaço de armazenamento ('nuvem'). O problema aqui é que não dá para ficar trocando de lente ou mexendo muito no equipamento para não dar mau contato na conexão via cabo.

Independente do modo como é feita a conexão, isso sempre implicará em perda de atenção ao que se está fotografando. “O que muda é que quando eu tô baixando eu tô deixando de fotografar ou de olhar o que está acontecendo ao meu redor. Então eu já perdi algumas coisas que aconteceram”, diz FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018).

Câmeras 360°. Embora a fotografia em 360 graus costurada a partir de várias fotos retangulares já existisse há vários anos, as câmeras que captam fotos e vídeos esféricos se estabeleceram apenas em torno de 2015. Inicialmente houve uma busca pela novidade, e alguns profissionais e redações investiram nelas. Passada a febre inicial, hoje esse formato é menos usado em função das dificuldades de fruição das narrativas imersivas, principalmente do uso de óculos de RV, pouco práticos e escassos.

No veículo do sul um dos repórteres fotográficos comprou uma câmera 360 num site chinês e passou a usá-la no jornal. “Me encantou a possibilidade de você [...] não enquadrar a estória [...]. Você dá a possibilidade do espectador enquadrar da maneira que ele quer”, conta. Mas o aprendizado – feito de forma autodidata – teve suas dificuldades, e a principal foi a edição dos vídeos. Ele conta que se inspirou em sites jornalísticos que gosta para planejar algumas pautas. Seu papel na criação de narrativas 360, além de fornecer a câmera, foi convencer os repórteres e dar apoio técnico. Conta que como o site do jornal não foi construído para receber esse tipo de imagem houve a necessidade de primeiro publicá-las em um espaço virtual externo para somente depois embedá-las na matéria, “um processo um pouco mais demorado,

mais difícil”. Conta que a motivação para produzir material em 360 é “fazer algo diferente, que chame a atenção do público”. Algumas dessas matérias foram realizadas em parceria com um repórter de texto, que ressaltou que as experiências nasceram da vontade dos repórteres e não de uma política da empresa. Ele relata que o procedimento foi completamente empírico, na base do teste. “Eu lembro que momentos antes da gente sair pra pauta eu fui na internet e pesquisei um vídeo em 360 [...] pra ver... narrativa, por onde ir, por onde começar”. Conta que já havia visto alguns, mas não com um olhar mais técnico, de jornalista. E considera que uma transmissão ao vivo, com imagens em 360 graus poderia agregar em uma cobertura de *hard news*, no sentido de poder levar os espectadores a se sentirem no local.

Já na redação do sudeste o processo foi diferente. Uma câmera foi adquirida pela empresa, que passou a solicitar aos jornalistas a produção de conteúdos. Para EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) “esses formatos são incorporados no jornalismo porque as pessoas gostam dessa novidade”. EDITOR-08a (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) considera que a imagem em 360 graus é um modismo que logo será descartado.

Eu acho que o 360 é um pouco uma febre passageira. [...] Nesse momento da febre, a direção investe, e faz um aplicativo. [...] Eles compram uma maquininha de 360, mas a qualidade não é muito boa. [...] Mas... existe muito preconceito dos fotógrafos... [...] Eu fico em dúvida quando o 360 pode ser bom. [...] O NOME, quando ele foi cobrir o Haiti, depois do desastre climático, furacão, esse era um momento bom de 360. De você sentir a destruição. [...] O que eu acredito é isso, que a 360 funciona muito bem em momentos que faz sentido você olhar e você falar ‘Meu Deus! Tá tudo destruído’. Um desastre desses.

Ele se refere a cenas onde há elementos para se olhar em todas as direções. Mas considera os dispositivos de visualização – óculos VR – fornecedores de uma imagem e sensação ruins. O acesso de poucas pessoas aos óculos de VR também é destacado por EDITOR-08a (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) e FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). Sentimento compartilhado por FOTO-12.

Pode ser que daqui a pouco, quando mudarem o jeito da gente olhar pra tela, ou pro celular [...] pode ser que volte. Mas acho que hoje, do jeito que o 360 é, não se justifica. Acho modismo. [...] Pode ser que no futuro [...] o teu celular seja não sei como e aí você vai ter a sensação de estar dentro do negócio. Mas hoje, pra ficar olhando na tela do computador e rodando... [...] É divertidinho no começo, [...] mas depois... (FOTO-12, comunicação pessoal, 26 de abril de 2018)

Alguns fotojornalistas usaram o equipamento. FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018), apesar de considerá-lo interessante, diz que ainda são necessários maiores desenvolvimentos técnicos para um uso pleno na produção de material jornalístico.

Eu também tentei usar, mas é um negócio que te abre um mundo muito grande. Eu acho que 360, pra ser legal, tinha que ter uma captação de som f***, pra mostrar frente, trás, lado. Pra ouvir o som daquilo se movendo junto. FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018).

Em função disso, diz que prefere esperar a qualidade desses dispositivos melhorar. E acredita que um limitador do uso jornalístico está na forma como tradicionalmente consumimos notícias.

Se mudarmos o nosso jeito de consumir a notícia [...] aí sim eu vejo a câmera de 360 fazendo a diferença. Porque... se a gente ainda

continua vendo notícia no telefone, de forma não interativa... [...]. Tu não tem um ‘aperta aqui que acontece aquilo’ [...]. Quando isso começar a mudar, aí eu acho que a câmera 360 vai ter mais espaço, porque aí o cara vai ser muito mais propositivo. Ele pode se situar muito melhor.

No veículo do centro-oeste não soubemos de nenhuma experiência com imagens em 360 graus. Um dos repórteres fotográficos chegou a ter uma câmera, que não usou no jornal porque acreditava não ser possível publicar as imagens. “O site não suporta”, disse. Mais tarde o *Webmaster* explica que teria sido possível publicar as imagens desde que elas fossem embedadas a partir de um portal ou espaço específico, mas que nunca havia tentado fazê-lo. Isso mostra que poucos profissionais sabem lidar com tais situações não usuais. E talvez sequer houvesse tempo para experimentá-las, na correria do dia a dia.

Drone. Se a câmera 360 foi considerada um modismo por muitos, o drone é tratado como a ferramenta mais útil para a produção de imagens criada recentemente. Talvez a diferença seja que a imagem esférica é algo novo, ainda em desenvolvimento e que requer uma nova forma de consumo visual, enquanto a captação aérea de imagens já existe desde o século XIX e as redações já as usam há décadas alugando voos de helicóptero ou valendo-se de outras opções.

O uso desse equipamento foi observado nas três redações pesquisadas. Para EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) esse equipamento é um marco porque permite fazer imagens que antes eram limitadas por um muro alto ou pelo custo do aluguel de um helicóptero. Além disso tem uma função informativa muito interessante para

o jornalismo pois permite, por exemplo, estimar a população que está numa determinada área.

Ao questionar os repórteres fotográficos a respeito do aprendizado para pilotá-los, vemos que todos consideram isso extremamente fácil. “Manusear drone é manusear um controle de videogame” diz FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018), talvez explicitando o motivo pelo qual a nova geração de fotógrafos se adaptou tão facilmente a eles, e ao mesmo tempo ressaltando a importância das vivências culturais – mesmo as de fora do jornalismo – para o exercício da profissão.

Pré-Edição

Depois da captura o fotógrafo precisa selecionar o material que tornará disponível ao editor ou que deseja arquivar para si próprio. Após essa triagem inicial geralmente é aplicado um tratamento básico e realizada a indexação das imagens escolhidas, que são por fim arquivadas (se o profissional estiver na redação) ou enviadas (caso esteja fora).

Isso é feito por quase todos os repórteres fotográficos e tem se mostrado problemático quando os profissionais transitam de uma matéria a outra. Nesses casos, a seleção e o tratamento podem ser feitos na rua, de modo expresso, sendo a indexação e arquivamento muitas vezes deixados de lado, ou eventualmente sendo feito por quem as recebe e publica.

O Tratamento Feito pelo Fotógrafo. Assim que retornam à redação (ou às suas casas, dependendo do modo de trabalho de cada um) os repórteres fotográficos precisam ver todo o material produzido, selecionar aquelas que melhor representam o assunto abordado, e transferi-las da câmera para o computador. É também comum que essas fotos passem

por um tratamento básico, com acertos mínimos na iluminação, contraste e enquadramento.

Na redação do sul os repórteres fotográficos conectam a câmera no computador e baixam as fotos diretamente pelo *Lightroom*. Depois que as imagens são transferidas do cartão para o computador, o profissional que as fez passa pelo conjunto produzido, marcando as que considera aptas a serem usadas. Em seguida realiza o tratamento apenas nas selecionadas. Foi comum ver o uso do que o programa chama de ‘sincronização’, procedimento que consiste em aplicar o tratamento de uma foto a outras que a sucedem. Isso agiliza o trabalho, mas só é viável quando as fotos têm iluminação semelhante. Para FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) o ato fotográfico não se encerra ao final da captura, tendo seguimento no processo de tratamento. Ele diz que faz reenquadramento de várias imagens mas não retira nada que seja importante. Relata também que apaga as sujeiras do sensor quando elas aparecem. Nesse trabalho também são separadas as fotos que não têm relação com a pauta, podendo ser úteis tanto para o arquivo pessoal quanto como gancho para futuras pautas. Por fim as fotos são exportadas para uma pasta específica, que será acessada pelo editor de fotografias na rede interna do jornal. Como nesse veículo não são usados os metadados, as fotos recebem um nome que inclui palavras-chave (local, nome de pessoas, etc.), o nome do fotógrafo, a data e o número original da foto. Explicam que esse padrão é usado – e não a colocação das informações dentro do arquivo – porque os editores dos cadernos não conseguem acessar os metadados, mas conseguem ler o que estiver no nome do arquivo. Tal opção, no entanto, limita usos futuros dessas imagens por perda de informação conexa.

Na redação do centro-oeste as fotos e tomadas de vídeos consideradas boas ou que podem vir a ser usadas são transferidas da câmera para o computador da redação através do gerenciador de arquivos do *Windows*.

Muitas vezes eu queria descarregar e ainda ter aquele tempo de [...] dar uma editada e deixar só as melhores. Mas muitas vezes eu só descarrego e já tenho que ir para outra [matéria]. [...] Só que quando eu volto já está no ar. (FOTO-07, comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

No entanto, quando enviam imagens diretamente da rua, os fotógrafos influem de forma mais decisiva na seleção da foto a ser publicada, pois fornecem poucas opções, às vezes apenas uma. Nesse caso há “uma edição feita no calor da rua”, sugere EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). O problema, relatam alguns fotógrafos, é que nem sempre eles têm tempo para tratar essas imagens no celular antes de enviá-las. Ou, acrescentamos, tempo de avaliar qual é a melhor imagem para ser enviada dentro do contexto daquela matéria.

No veículo do sudeste o processo de seleção, tratamento, indexação e envio para o sistema de arquivamento do jornal geralmente é feito pelos repórteres a partir de suas casas. Poucos deles fazem isso na redação. Acompanhamos o fluxo de trabalho de FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018). Ele inicia usando o *Photo Mechanic* (software específico para organização e gerenciamento de arquivos de imagem) para selecionar e copiar as fotos desejadas do cartão para o *laptop*. No dia em que acompanhamos seu tratamento, das 115 fotos produzidas ele escolheu 14. As imagens transferidas são importadas no *Lightroom*, sendo nessa etapa adicionado o nome do fotógrafo aos metadados e aplicado um ganho padronizado de contraste e nitidez para

todas. Depois cada imagem é editada individualmente. Legendas são incluídas por grupos de imagens. Ao final ele exporta os arquivos e faz o *upload* no sistema de arquivamento do jornal.

Tudo o que eu entrego pode ser usado. Tudo o que eu acho que não vale a pena eu já acabo eliminando. [...] Bato um papo com quem vai editar e pronto. [...] A foto a gente entrega o material bem enxuto. Quanto menos foto você entrega, mais você tá ajudando o editor. Você [...] entrega o material que acredita que seja útil pro jornal. (FOTO-10, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

Mas ele explica que no caso da produção de vídeos isso é um pouco diferente. O material não é muito enxugado, pois “o montador no vídeo vai precisar de mais material do que uma edição de foto, que vai precisar de uma foto”.

Embora não haja uma diretriz e o fotógrafo possa entregar quantas imagens quiser, EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) diz que prefere quando o repórter pré-seleciona poucas fotos. “Tem gente que faz sessenta fotos e manda as sessenta fotos. Eu quero matar a pessoa. [...] Se eu sinto falta de alguma coisa, eu peço”. FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) mostra como nesse processo o fotógrafo atua como *gatekeeper* do material visual.

A minha edição é a mínima possível. Só vou mandar as opções que eu quero que sejam publicadas. [...] Mas eu [...] sempre fico aberto. ‘Se precisar de outra [...] me liga’ [...]. Mas [...] eu tenho que editar antes [...] porque eu não quero que seja publicada m****”.

Um detalhe chamou nossa atenção: possivelmente devido à correria de uma pauta a outra os repórteres fotográficos acabam não anotando

os nomes das pessoas que aparecem nas fotos, e tanto no sul quanto no centro-oeste precisam pedir auxílio ao colega de texto que o acompanhou quando precisam indicar, no nome do arquivo, as pessoas presentes na imagem. Vimos poucas exceções, o que denota certo descuido de alguns fotojornalistas com as informações relacionadas à imagem.

Legenda. A maioria das fotografias usadas pelo jornalismo são acompanhadas de pequenos trechos de texto. São as legendas da foto. Como irão acompanhar a imagem, exercem o poder de direcionar a leitura, e portanto devem ser adequadamente construídas de forma a não provocar sentidos alheios ao ocorrido. Também não devem ser redundantes nem descrever o que é possível ver (essa seria a função da audiodescrição). Segundo Sousa (2004a) as legendas podem: chamar atenção para a foto em si ou para algum de seus elementos; complementar informativamente a fotografia; direcionar para uma única leitura; apontar as diversas possibilidades de leitura; ou analisar, interpretar e/ou comentar a fotografia.

No veículo do sul as legendas da edição impressa são rotineiramente feitas pelo editor do caderno ou página, e as da edição online criadas pelos redatores que publicam a matéria. Mas todos esses profissionais buscam as informações para a criação da legenda nos dados agregados ao nome do arquivo.

Na redação do centro-oeste a legenda é criada pelo repórter ou redator que publica a matéria. TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) relata que tem um método próprio para criar legendas das fotos: “Eu gosto de usar duas frases. Uma descrevendo o que tá acontecendo [...]. A outra eu já insiro o contexto da matéria”. Ou seja,

basicamente uma descrição da imagem e uma ligação da imagem com o texto. Aqui também as informações são buscadas nos dados inseridos no nome da foto.

Na redação do sudeste os fotojornalistas sempre incluem uma sugestão de legenda nos metadados das fotos enviadas para o sistema da redação. EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018), no entanto, relata que os problemas de fotógrafos com a produção de legendas são históricos.

Legenda muito mal cuidada. [...] Por exemplo, [...] uma cena tem o Lula, o Temer, a Dilma e o Alexandre de Moraes. Ele fez essa cena, escreve: ‘da esquerda para a direita, blá, blá, blá’. Daí sai o Alexandre de Moraes dessa [próxima] foto, mas ele usa sempre a mesma legenda. [...] Isso é um problema pra gente.

Explica que uma boa legenda tem “quando, onde, como e porque”, além de seguir o padrão interno do veículo, que pede ainda a cidade, o estado, a data e outros detalhes. Isso leva os editores, repórteres ou redatores que criaram a legenda usada no jornal a ganhar tempo, pois todas as informações já estarão acessíveis.

Mas o jornal do sudeste havia iniciado recentemente um processo voltado a ampliar a acessibilidade de seus conteúdos, e passou a incluir um campo de ‘audiodescrição’ nas fotos. Isso foi feito a partir da monografia de especialização de uma das jornalistas da *WebTV*. Percebemos, no entanto, que os fotojornalistas não compreenderam para que isso serve, e o preenchem com o mesmo conteúdo da legenda, o que mostra que não houve um processo educativo junto a eles quando esse campo foi adicionado. O texto da audiodescrição será ouvido por pessoas cegas

ou com baixa visão através de aplicativos específicos, e nesse sentido é bastante diferente de uma legenda.

Arquivamento. Para facilitar o acesso dos editores e o uso futuro, as fotografias precisam ser guardadas de modo que sejam facilmente localizadas quando necessário. Isso, porém, é um problema, pois não apenas requer um gigantesco espaço de armazenamento quanto necessita de um contínuo e bem planejado processo de indexação que permita à imagem ser facilmente encontrada no futuro.

Cada redação pesquisada resolveu a questão do espaço de armazenamento de uma forma diferente. No sul as fotos são guardadas temporariamente no servidor da redação, e arquivadas em dois espaços virtuais ('nuvem'). Mas FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) diz que esse armazenamento é problemático porque precisa ser feito manualmente, todos os dias. Para ele isso deveria ocorrer de modo automatizado, e em backup duplo (um no servidor e outro na nuvem). Um dos grandes problemas dessa forma de armazenar as imagens é que elas não são indexadas, e as informações que permitirão encontrá-las (data, local, pessoas em cena e/ou fato registrado) constam apenas no nome dos arquivos e da pasta, o que limita a descrição e dificulta a recuperação. No centro-oeste as fotos são armazenadas no servidor da redação, e só as pastas são renomeadas com palavras que remetem ao tema da pauta, o que complica ainda mais encontrar uma determinada imagem. Assim como no sul as informações principais são colocadas no nome do arquivo. Mas no centro-oeste não vimos *backup* do arquivamento em nuvem.

Na redação do sudeste foi desenvolvido um sistema de armazenamento que lê os metadados da foto, de modo que ela pode ser buscada através do uso de palavras que constam em seus diversos campos de descrição (autor, local, data, legenda, etc.).

Descreveremos a seguir esses dois modos diferenciados de arquivamento.

Via software. Após selecionar, tratar e indexar as fotos (basicamente incluir legenda, cidade/estado onde a foto foi feita, nome do fotógrafo e *status* de direitos autorais – estes dois últimos geralmente de modo padronizado) que disponibilizará para o veículo jornalístico, o repórter fotográfico as envia, através do uso de um aplicativo de FTP, para o sistema. Isso pode tanto ser feito através de um *software* dedicado (no *laptop* ou *smartphone*) quanto através do *Lightroom* (no *laptop*).

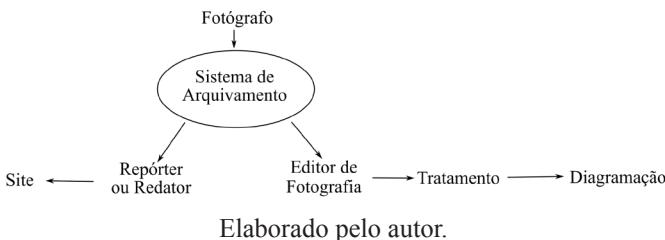
O sistema de arquivamento atua como espaço de contato entre os que produzem e os que utilizam as imagens (Figura 25). Por isso é preciso garantir que tudo que foi produzido seja devidamente arquivado. Observamos que editores e subeditores ficam verificando continuamente se as fotos das pautas do dia estão sendo colocadas no sistema. Quando um fotógrafo atrasa esse processo, é cobrado por *Whatsapp* ou telefone.

O arquivamento organizado das imagens, através de um sistema que permita encontrá-las rapidamente, não é apenas bom para a produção de matérias, mas também por facilitar a comercialização das fotos feitas. Observamos que minutos após um grupo de imagens entrar no sistema a editoria de fotografia recebe uma ligação perguntando se elas podem ser comercializadas. Um editor explica que essa é uma pergunta de praxe, e que só não liberam para venda imediata fotos onde querem

exclusividade. Mas mesmo essas podem ser vendidas um ou dois dias depois.

Figura 25

Trânsito das fotografias na redação do sudeste



Sem indexação. O arquivamento de fotos e vídeos pode se dar em pastas de um computador ou servidor, sem indexação. Isso dificulta que imagens específicas sejam encontradas futuramente, pois as informações (nome do fotógrafo, dados referentes à cena, etc.) são colocados no nome do arquivo, que pode ter no máximo 260 caracteres. Vimos isso ocorrer nas redações do sul e centro-oeste, onde há uma pasta para cada matéria diária.

TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) foi um dos poucos jornalistas – fora os de imagem – que ressaltou a ineficiência desse modo de armazenamento.

Eu já conversei com os fotógrafos... acontece muito de uma pessoa ir fazer a matéria na rua, ligar, e a gente escrever aqui. [...] Aí vêm chegando as fotos e eu falo ‘tá, mas quem que é quem?’. Aí você tem que ficar perguntando. Às vezes você não consegue falar e acaba não usando a foto por causa disso. [...] Falta identificação.

Isso será ainda mais problemático no futuro, pois descobrir quem está na imagem dependerá exclusivamente da memória visual e do conhecimento geral de quem quiser utilizá-la. Sem um sistema que permita indexar e recuperar de forma organizada e fácil as informações, as redações do sul e do centro-oeste também não comercializam as imagens que seus repórteres fotográficos fazem.

capítulo 3



O DESIGN

O Processo de Edição

Se fotojornalistas, cinegrafistas e outros jornalistas produzem imagens fotográficas e videográficas para a elaboração de notícias e reportagens, a forma e o conteúdo do produto final veiculado não é por eles criado. Em tese o discurso ou narrativa visual jornalística é arquitetado através do trabalho de um editor específico (fotográfico ou de vídeo). Na prática, no entanto, há muitos outros atores envolvidos, nem sempre contando com a presença de um editor especializado.

De acordo com Baeza (2001, p. 91), a edição de imagens “é o conjunto de estratégias de planejamento, controle de produção e uso das imagens na imprensa [...] função jornalística que confere um sentido

determinado e consciente às imagens”. Compreende minimamente a escolha, distribuição e dimensionamento das imagens, mas pode incluir também a seleção dos fotógrafos para cada trabalho, a coordenação das atividades dos fotojornalistas e a compra de fotografias de agências, bancos de imagens ou *freelancers*.

A edição de imagens no jornalismo nasce com a edição de fotografias, necessária à produção das revistas ilustradas alemãs da década de 1920. Mas naquele tempo os editores não eram nem especializados em imagens, nem se limitavam à seleção e ao planejamento das formas de usá-las nas reportagens e ensaios. Como geralmente trabalhavam próximos aos proprietários dos veículos, tomavam decisões relacionadas a estratégias econômicas e de circulação, atuando como editores-chefe dos veículos. Eram eles que gerenciavam o orçamento para a compra de reportagens das inúmeras agências existentes ou para as viagens dos repórteres. Holzer cita entrevista na qual o editor Stefan Lorant afirma não caber aos fotógrafos escolher as imagens ou sua forma de apresentação, o que explicita que “a fotorreportagem moderna foi desenvolvida pelos editores e desenhada por editores fotográficos e designers gráficos curvados sobre mesas de luz repletas de uma série de materiais fornecidos por talentosos fotógrafos” (Holzer, 2018, p. 27). Nesse sentido os editores não apenas escolhiam o que seria apresentado nas matérias como davam as linhas gerais de sua apresentação visual, sugerindo que eram *gatekeepers* de maior influência sobre o produto final quando comparados aos repórteres fotográficos, pelo menos nessa fase inicial. Esse contexto ajuda a compreender a criação da agência Magnum por talentosos fotojornalistas, que buscavam trazer para si o comando de ações que vinham sendo decididas pelos editores. Além de

manter a posse dos negativos, a ideia era controlar o corte das fotos e suas legendas, passando a influir diretamente na narrativa. Para isso tiveram de contratar editores fotográficos, invertendo a relação construída anteriormente. Tal *modus operandi*, no entanto, limitou-se à Magnum e, depois, a poucas agências de fotojornalismo.

No dia a dia das redações o poder de decisão dos editores especializados em fotografia ou imagens passou a ser subordinado ao dos editores de caderno e ao do editor-chefe, jornalistas que trabalham com texto e que muitas vezes acreditam conhecer a linguagem visual.

A aparente simplicidade de leitura das fotografias parece não lhes exigir o conhecimento dos estilos, da técnica, da história de sua linguagem e de seus usos habituais e lhes ‘permite’ emitir opiniões e vereditos a partir da consideração de elementos de denotação pura; tudo isso, mais o conhecimento estereotipado de uma série de recursos expressivos da fotografia de imprensa, a autoreferencialidade, leva muitos editores à consideração, íntima ou de conveniência, de que frente a uma fotografia uma opinião vale tanto quanto qualquer outra. (Baeza, 2001, pp. 96)

Para Baeza muitos destes profissionais buscam usar a imagem apenas como uma ‘comprovação’ visual do que o texto apresenta. Tal uso ilustrativo e estereotipado explicita as relações de poder dentro das redações, assim como limita ou inibe experimentações ricas como as que levaram os editores das revistas ilustradas alemãs do início do século XX a buscar no cinema uma fonte de inspiração para a produção de narrativas visualmente inovadoras. Isso fez com que nos anos 1990 fotógrafos de diversos países que atuavam na França lançassem o manifesto *Direito de olhar* que apontava “a falta de respeito pela edição dos fotógrafos” (Guran, 2002, p. 49) assim como editores espanhóis de

fotografia dissessem, em outro manifesto, que “a solicitação, seleção e colocação de imagens na página requer uma formação e uma responsabilidade aplicada à enorme variedade de usos nos quais a imagem de imprensa vem se desdobrando” (Baeza, 2001, p. 98). Tais declarações públicas explicitam não apenas uma luta por poder decisório dentro das redações, mas sugerem que mesmo num ambiente bastante visual como a Europa da última década do século XX os relatos imagéticos ainda vinham sendo prioritariamente embasados em pressupostos, prioridades e gramáticas textuais.

A escolha das fotos a serem publicadas é, talvez, o momento em que o editor de fotografia é mais necessário. O repórter fotográfico geralmente não se encontra presente nessa hora em que se separa a foto que é notícia acabada daquela que foi apenas uma tentativa – o ‘rascunho’ do ‘texto final’ [...]. E há ainda o problema dos cortes [...]. O trabalho prossegue com a definição do que vai ser publicado, a diagramação e a elaboração das legendas. A ausência de um editor de fotografia com autoridade para decidir sobre essas questões praticamente inviabiliza um trabalho responsável, deixando a eficiência da fotografia condenada ao acaso de uma coincidência ou, ainda que seja, por conta da intuição de alguém nem sempre familiarizado com o processo fotográfico. (Guran, 2002, p. 48)

Mesmo parecendo duros em suas críticas aos profissionais do texto, Baeza e Guran estão no fundo defendendo a singularidade da linguagem visual, bem como a necessidade de conhecimento específico para atuação em jornalismo visual, e demonstrando que sua ausência pode levar a caminhos empobrecidos, estereotipados ou mesmo alheios ao que é próprio do jornalismo. E que, no limite, são capazes de promover a produção de notícias a partir de pressupostos discursivos e narrativos conectados às gerações passadas, o que pode criar dificuldades para

que os consumidores de jornalismo de hoje e do futuro compreendam os relatos.

Mas não é o isolamento de fotógrafos, editores e designers em ‘bolhas’ de jornalismo visual o caminho defendido por Baeza – nem pelo autor deste texto. O processo de criação de relatos precisa ser feito por uma equipe na qual interajam, de modo dialógico, o fotógrafo autor das imagens, o editor ou jornalista responsável pelo conteúdo textual atrelado às imagens, o diagramador ou designer que desenhará a página e o editor de fotografias, sendo que cada uma das partes deve levar em consideração as alegações das demais. Na base deste modelo está a defesa de um trabalho em equipe multi-linguagens, que tem a troca de ideias e a experimentação como métodos de criação dos discursos e narrativas sincréticos feitos a partir de fotos, vídeos e/ou textos.

O Trabalho do Editor de Fotografias

Para editar imagens é preciso conhecer o assunto e trabalhar esse tema visualmente, “pensando na linguagem do jornal”, diz EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018). Para ele

o processo de edição é isso: você tem vinte fotos de um determinado assunto, é a foto que se enquadra mais nesse todo. [...] a foto que tem informação, a foto que vai dizer alguma coisa pro leitor, que vai chamar o leitor. [...] É aquilo que a gente adquire mesmo, quase que inconscientemente, de perceber o que chama atenção e o que tem de informação ali na imagem. Não consigo achar um critério, uma fórmula. (EDITOR-06, comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

Esse trabalho tradicionalmente era feito por um editor de fotografias (ou de imagens), função que parece estar em processo de transformação

ou extinção (Pereira, 2018). O enxugamento parece mais drástico nas redações online, e por isso ficou mais visível no veículo do centro-oeste, algo que, pela fala de FOTO-X, também está presente nos concorrentes: “a gente não têm mais editor de fotografia na cidade. Acabou essa profissão. [...] Isso é muito ruim. É a primeira vez [...] que eu sou liderado por alguém que não entende de fotografia”. E destaca que isso influiu em seu desenvolvimento profissional.

Tanto faz ou tanto fez se eu trouxer uma foto com dez de obturador e tanto de velocidade, ou se tá escuro ou se não tá tão escuro... tanto faz, tanto fez. Quer contar. Quando tinha um editor, não. [...] Me cobrava mais e eu aprendia mais. (FOTO-05, comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018)

Além de selecionar as imagens que serão efetivamente usadas nas matérias, um editor pode atuar em diversas outras frentes. A mais comum é ajudar a pautar e acompanhar o trabalho dos fotógrafos. Ele também pode observar o material visual que vai sendo produzido ao longo do dia por todas as fontes que têm à disposição, bem como estar em contato constante com os editores de conteúdo. Mas o editor de fotografias também participa da formação dos fotojornalistas, o que ocorre quando lhes dá retorno – críticas, sugestões, elogios – acerca dos trabalhos recebidos, ou mesmo quando lhes fornece uma variada gama de temas a cobrir.

Uma coisa que gosto muito é orientar fotógrafos. É muito difícil que eu passe uma pauta pra alguém sem que eu converse com essa pessoa e explique o que que tá passando pela minha cabeça, o que tá passando pela cabeça dos caras ali [do texto]. (EDITOR-07, comunicação pessoal, 6 de abril de 2018)

E afirma que conversar com os fotógrafos antes e depois da pauta é muito importante. “Elogiar quando precisar elogiar, encher o saco quando precisar encher o saco”. Mas essa é uma via de mão dupla, e os fotojornalistas também podem buscar algum *feedback*.

Tem coisa que é simples, não tem retorno. [...] Projetos maiores sempre têm retorno. Projetos menores nem sempre, mas eu posso perguntar e falar. [...] Volta e meia quando eu adoto alguma coisa nova, quando eu pego uma referência e incluo alguma técnica nova, ou alguma linguagem nova no meu trabalho, eu gosto de falar com os editores [...] de fotografia. [...] Eles têm conhecimento teórico, técnico pra agregar no meu trabalho. (FOTO-10, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

Um editor também precisa cuidar de algumas ‘burocracias’ como a questão do pagamento de filas ou o controle dos gastos e do orçamento disponível para o setor de fotografia.

A função tem seus desafios. Para EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) um dos problemas é conseguir que os fotógrafos compreendam o que foi planejado. “Não adianta você pensar num tipo de publicação que não é correspondido pela forma como é fotografado”. EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) diz que algumas vezes há diferença entre o que foi concebido e o material recebido dos fotógrafos.

A gente imagina um cenário que não sabe se tem. Às vezes vem melhor, surpreende. Às vezes decepciona. [...] Como a gente conhece os fotógrafos [...], sabe o que cada um faz de melhor, e consegue pautar dentro disso, normalmente vem o esperado.

Informação um pouco diferente da fornecida por EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018), para quem há bastante mudança entre o planejamento dos editores e as fotos recebidas. Ele conta que quando a mudança compromete a matéria, o diagramador precisa trabalhar mais.

Quando a foto é ruim o design tem que crescer, a diagramação da página tem que ser incrível. [...] Quando a gente tem que fazer mosaico de coisas é porque a casa caiu. Quando a foto é boa a gente dá uma foto. (EDITOR-07, comunicação pessoal, 6 de abril de 2018)

Mas dificilmente a matéria cai. “Pode diminuir muito o peso [...] vira [...] uma coisa menor”, diz EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018).

Mas nem todas as imagens publicadas no impresso passam pelo crivo do editor de fotografias. FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) diz que sempre vê as feitas pelos fotojornalistas, assim como a maior parte das produzidas pelos repórteres de texto. Mas observamos que nesse veículo, onde o editor é também fotojornalista, os colunistas têm total autonomia sobre a escolha das fotos que publicarão.

FOTO-07 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) explica que quando um editor ou jornalista lhe pede uma foto geralmente isso vem acompanhado de uma breve explicação acerca do fato/personagem enfocado e o tamanho aproximado que a imagem ocupará na página. Por isso para escolher a imagem adequada à matéria é preciso acompanhar a cobertura jornalística, pois na correria do dia a dia não se tem tempo para ler o texto que está sendo escrito. “Dentro de um jornal você tem que ler jornal. Se você não ler você fica muito à deriva. [...]”

A gente não tem tempo de ler a matéria. [...] A gente lê depois que é publicada. [...] Mas antes não dá”. E aponta os dois principais critérios para escolher uma foto.

Eu tô dentro de um jornal e o principal critério de edição de fotografia é o noticioso. A notícia sempre está em primeiro lugar. [...] Mas [...] têm outras coisas que a gente pode considerar. [...] [Hoje] milhões de fotos são despejadas por dia no *Instagram*, [...] as pessoas estão olhando mais fotografia, e [...] cada vez a fotografia tem que ter mais critérios estéticos para conseguir atrair uma pessoa pra ler aquela matéria. (EDITOR-07, comunicação pessoal, 6 de abril de 2018)

EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) explica que em algumas matérias, como aquelas onde há uso de retratos, impera o estético.

Aí a gente vai [...] pela luz, [...] pela beleza mesmo. [...] Um retrato tem que ser bonito, não necessariamente tem que ter tanta informação. Ele funciona mais [...] plasticamente [...] não é um fotojornalismo, uma briga, um protesto, um acidente, uma manifestação, que você quer passar alguma coisa. (EDITOR-06, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018).

Mas a fotografia não precisa espelhar o texto para ser informativa. “Pro repórter a coisa tem que ser muito literal. Tipo, ‘tô falando disso então a imagem tem que dizer exatamente o que eu tô escrevendo’. E não necessariamente. O que tá escrito já tá lá. [...] É sair do óbvio”, diz EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018). Ele cita o caso de uma notícia sobre um tremor de terra que sacudiu diversas cidades do sudeste no início de 2018.

A foto que tava na primeira página era o prédio da Avenida Paulista e várias pessoas lá fora. Aí a foto de dentro eles também queriam que fosse uma coisa nessa linha porque o título dizia [...] que os prédios foram evacuados [...]. E eu editei uma [...] com os bombeiros entrando, uma faixa 'Interditado' e as pessoas [...] refletidas no vidro. [...] Pro repórter não é. Ele achava que a coisa óbvia era melhor: as pessoas paradas em frente ao prédio. Só que aí tem muito mais informação [...] do que simplesmente as pessoas paradas.

Uma pesquisa que o jornal do sudeste fez com os leitores sugere que a principal porta de entrada para a matéria é a fotografia, aponta EDITOR-07.

A pessoa sempre começa pela fotografia. [...] Tem muita briga na hora da escolha da foto porque os editores, por uma questão histórica [...] querem decidir qual vai ser a foto. [...] Eu sempre falo 'a linha fina, o título, a foto e a arte não precisam falar a mesma coisa'. [...] Então eu acho que a questão estética tem sim um lugar importante na hora da edição [...]. E na hora de editar a gente tenta fazer o menos literal possível. Uma briga também muito grande é que a fotografia ela ainda é vista como espelho do real [...]. E a gente sempre briga pra fugir da literalidade. A fotografia não está ali, do lado do texto, pra provar o que o texto está falando. Ela está ali pra tentar atrair o leitor, pra trazer eventualmente uma informação nova. Ela não está ali pra provar o que o texto está falando. (EDITOR-07, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018).

Mas a influência dos jornalistas e editores de texto ainda é muito grande na escolha das imagens, embora não tenhamos visto nem tido notícia do contrário (editores de fotografia que exerçam influência na produção textual). Acompanhamos um caso que ilustra a disputa e o diálogo nessa escolha durante um feriado, quando um subeditor cobre a folga dos editores de fotografia na redação do sudeste. Ele conversa com o editor de um caderno, que deseja uma foto do então candidato

à presidência Jair Bolsonaro. Eles passam a ver as fotos que o sistema oferece, e vão conversando sobre aquelas que consideram interessantes, até chegarem a um acordo em relação à foto a ser usada. O que mostra que a escolha não foi do editor de fotografia, mas negociada entre ele e o editor do caderno.

Na redação do sul somos informados que a decisão final das fotos a serem publicadas sempre cabe ao editor do caderno. Observamos, no entanto, que esse processo é dinâmico. As fotos muitas vezes são reescolhidas ou reenquadradas ao longo do dia, em função de conversas, da observação de detalhes nas imagens, da entrada ou mudança de anúncios, entre outros fatores. Foi comum ver o editor de fotografias conversar com o editor do caderno sobre a foto a usar, o que mostra que a decisão, no final das contas, também é negociada.

Por isso seria incorreto dizer que um editor de fotografias está subordinado às editorias de conteúdo. Vemos isso quando EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) busca uma imagem do Papa. O editor do caderno havia sugerido uma foto – boa, embora comum – mas o editor de fotografias quer usar outra opção. Faz buscas no sistema, e quando encontra algo que lhe agrada vemos que essa é uma solução bem mais gráfica, que mostra o Papa acenando entre duas colunas, como se saísse do meio de um livro aberto. Opção que acaba sendo usada no dia seguinte. EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) ressalta que o resultado é obtido no diálogo entre as partes. “Eu não vou dizer que a palavra final é sempre nossa porque eu vou estar mentindo. Mas muitas vezes é. [...] Porque a gente briga, e têm argumento, e consegue. Não é por imposição”.

Conversas com o repórter fotográfico durante a seleção, no entanto, parecem ser bastante raras. EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) diz que nem todos os fotógrafos buscam interagir com o processo de edição, ‘vendendo’ – ou seja, tentando convencer o editor a usar – determinada imagem.

Depende do fotógrafo. O FOTO-12 (comunicação pessoal, 26 de abril de 2018), por exemplo, ele que edita o material dele. [...] Ele tem esse perfil, e quando não sai uma foto que ele queria, ele reclama [...]. O NOME é um que, quando sente que fez uma foto que quer vender ele manda por *WhatsApp* e fala [...]. Mas no geral eles vendem pouco o material deles.

Mas a questão também tem um outro lado, pois alguns profissionais demonstraram que gostariam de ter mais espaço junto aos editores. Para FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) se todos os fotojornalistas participassem do processo de edição isso ajudaria no desenvolvimento deles. EDITOR-X diz que abre espaço para que alguns fotojornalistas editem os especiais com ele. No dia a dia geralmente não há tempo para que isso ocorra, mas na produção de especiais, o tempo maior de produção possibilita essa troca.

No caso do FOTO-X [...] a gente tem uma ideia de parceria muito forte, então ele me escuta muito, eu escuto muito ele, a gente faz a edição muito junto. A gente discute muito. [...] Tem momento em que você larga mão, momento que você bate o pé. É uma troca muito forte. Agora, obviamente, isso não é o rotineiro. Eu não pego qualquer fotógrafo do jornal e também dou essa liberdade. Depende muito de como é a relação.

Acompanhamos quando editam juntos a versão para internet de uma reportagem especial e discutem a posição de um *loop* de vídeo, e se ele

é adequado ou deveria ser substituído por uma foto estática. Em outro momento o fotógrafo defende o uso de duas fotos (uma mais fechada e outra bem aberta) em determinado trecho da matéria onde o editor quer usar uma de detalhe. A proposta não é excluir as imagens defendidas pelo fotógrafo, mas mudá-las de lugar. Enquanto conversam vão experimentando as diversas opções citadas, observando e debatendo o resultado. Nesse processo surge uma nova ideia: criar um mosaico que incluiria as duas fotos do local. Mas o fotógrafo as quer grandes, e diz que não funcionariam pequenas. Elas são então dispostas em sequência vertical, no início da matéria. A foto (e não *loop*) do detalhe vai para o final da matéria. Chamam um subeditor que trabalha na mesa ao lado para opinar. Ele gosta, mas diz que as fotos e *loops* precisam passar por um tratamento que equalize as cores. EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) diz que isso será feito mais adiante. Quando, semanas depois, o material é veiculado, vemos que a distribuição e o tamanho das fotos seguem essa última montagem. EDITOR-08a (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018), que está em uma mesa ao lado do grupo abre o *Indesign* e, conversando com EDITOR-X e FOTO-X, também faz algumas mudanças nas fotos da versão impressa da matéria. Uma imagem que não seria usada na *web* divide o grupo. O fotógrafo a considera importante, mas o editor de especiais discorda. À medida que vão conversando, várias fotos acabam sendo alteradas. Mais tarde, FOTO-X nos diz que costuma participar do processo de edição dos especiais que produz. “O trabalho é conjunto, na verdade [...]. Eu acho importantíssimo porque eu sei o que é, eu entendo a história, eu sei o que foi feito”.

As fotos das chamadas de matéria na capa dos sites, no entanto, parecem nunca ser escolhidas pelos editores de fotografia. No sul

elas são selecionadas pelo editor de online ou por um dos redatores. No centro-oeste isso é feito pelo repórter ou redator que publica a matéria. E no sudeste há uma equipe específica para escolher as imagens e montar essa primeira página do site. MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), que atua também na revisão das imagens publicadas no site, fala que a escolha da foto a ser usada em uma chamada de capa deveria ser tão cuidadosa quanto a elaboração do título. “Como um título é bem escolhido, [...] bem planejado, as palavras, o número de caracteres, é tudo bem selecionado. Eu acho que a imagem também. As pessoas têm que ter esse cuidado com a imagem”. FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) também destaca a importância do trabalho de escolha das imagens da matéria e das chamadas quando diz que “a primeira coisa é a imagem que mais chama. Aquela imagem vai chocar, ou aquela imagem não vai chocar. Aquela imagem vai passar batido, tem imagem que o pessoal vai se interessar. Porque a imagem é a primeira coisa que ele vai abrir a matéria”.

Mas é no impresso que tradicionalmente a capa sempre foi muito valorizada como vitrine da edição. Observamos, no entanto, que uma mudança geracional e cultural pode estar alterando isso. Na sexta-feira que antecede a Páscoa acompanhamos o desenho da capa de domingo no jornal do sudeste. Diferente de outros dias, quando os editores de fotografia discutem as ideias em distintos pontos da redação, nesse feriado prolongado e de redação esvaziada, o debate que leva ao desenho das capas ocorre no espaço físico da EDITORIA VISUAL. Eles planejam duas capas. A primeira para a edição nacional, e a segunda para a local, fechada mais tarde. O desenho é o mesmo, mas as imagens serão um pouco diferentes. A edição nacional tem a foto principal ligada a questões

da Venezuela, sendo a secundária relacionada à poluição. A edição local tem a final do campeonato estadual de futebol na foto principal, e a matéria da Venezuela na secundária. O uso de um retrato de outra matéria foi aventado e testado ao longo do processo de criação, mas descartado, mantendo-se apenas uma chamada de texto. Mais tarde um dos jornalistas com quem conversamos diariamente neste setor diz que o processo de montagem foi rápido naquele dia, pois o jornalista que o comandou é ‘geração digital’ e não tem muita paciência para criar capas mais trabalhadas, coisa que ocorre no dia a dia com o outro jornalista, mais paciente com as idas e vindas desse processo. Vemos que essa ‘falta de paciência’ para a escolha da imagem parece também ocorrer no trabalho de repórteres e redatores, que fazem isso ao publicar matérias no site. O que nos leva a refletir que a produção jornalística digital é tão acelerada que faz os processos editoriais do século XX parecerem lentos e demorados. Pelo ponto de vista externado, vemos que a compreensão do que é um jornalismo ‘de qualidade’ também pode estar em transformação.

Essas várias atribuições de um editor puderam ser vistas no acompanhamento que fizemos do trabalho de EDITOR-X. Ele começa a jornada diária lendo a crítica da edição impressa do dia, onde são apontados os aspectos positivos e falhas. Em seguida vê o que chamam de ‘apostas do dia’, matérias que merecem destaque e que possivelmente estarão na edição impressa do dia seguinte, e que portanto necessitam de boas imagens. Depois abre os sites dos principais concorrentes, assim como os dos veículos do grupo para o qual trabalha, e passa a acompanhar tudo que vai sendo publicado ao longo do dia. Diz que já viu os jornais impressos pela manhã, em casa. Após se inteirar a respeito do que

está acontecendo e quais são as prioridades para aquele dia, entra no sistema e começa a ver as fotos que estão sendo feitas. O aplicativo de arquivamento e busca usado na redação permite que os editores vejam separadamente as fotos produzidas por agências estrangeiras de temas nacionais e internacionais; por fotógrafos do jornal (CLT ou PJ) e por *freelancers* que atuam na cidade; e por agências e fotógrafos que vendem suas imagens através da agência de notícias do jornal. Quando nota uma imagem que pode ser usada na capa ou na contracapa, ele a marca e compartilha em um grupo interno, sugerindo seu uso na edição impressa. Explica que uma boa foto para a capa precisa conter informação sobre um tema relevante do dia, mas também ter apelo visual. As imagens para a contracapa deste veículo seguem sempre o mesmo padrão: uma foto com forte apelo visual, em tamanho grande, e outra menor que esteja relacionada a alguma matéria do dia. O sistema permite ver as fotos sugeridas por cada uma das três agências internacionais que o jornal usa. “Um resumo do que você não pode perder”, explica. Por fim passa também no site de uma grande agência nacional que não está conectada diretamente ao sistema do jornal. Depois que faz essa primeira varredura, começa a conversar por *Whatsapp* com os fotógrafos que estão em pauta. Pede uma determinada imagem para um, pergunta sobre o andamento do trabalho para outro. Volta para as ‘apostas’ de capa e contracapa e vê o que está efetivamente sendo produzido para cada um dos assuntos de destaque. Pula para os sites de notícias da concorrência e entra nas matérias que têm alguma ligação com essas ‘apostas’. Logo em seguida participará da segunda reunião de pauta do dia, e precisa saber o que pode ser sugerido para capa e contracapa. A partir daí começa a procurar fotos para as matérias que estão sendo feitas. Faz buscas pelos temas

ou pelo nome dos fotógrafos que estão em pauta naquele dia. Sai para a reunião de pauta. Quando retorna, passa a acertar o rumo das matérias pautadas a partir do material que efetivamente está sendo produzido, e que a essa altura já entrou, em boa parcela, no sistema. Naquele dia o Exército havia iniciado ações na zona sul do Rio de Janeiro, e quando a matéria foi pautada se imaginou que receberiam fotos de militares e tanques nas ruas. Mas o fotógrafo, com quem ele agora conversa, explica que a ação se parece muito com uma ronda policial, com um carro que fica parado alguns minutos em um lugar, depois vai para outro onde para novamente, e sai, e assim por diante. As fotos, dessa forma, são totalmente diferentes do que imaginavam pela manhã. EDITOR-Y chega e eles começam a ver qual fotógrafo pode acompanhar uma colunista. EDITOR-X conversa por telefone com um *freelancer* que fará duas pautas no dia seguinte. EDITOR-Y procura um fotógrafo para fazer pauta na Amazônia, porque o parceiro de lá está com outro trabalho. Debate com o colega possíveis profissionais para aquela pauta. Pensam em dois nomes. Contacta um deles por *Whatsapp*, que aceita. A essa altura já há um rascunho da capa, e a foto principal destacará um protesto que ocorre na cidade. Mas a melhor foto – na avaliação dos editores – foi feita por um fotógrafo parceiro. O editor envia uma mensagem via *Whatsapp* para o fotógrafo do jornal que está cobrindo o protesto e pergunta se ele consegue fazer uma foto como aquela (feita de um ângulo superior, que mostra a multidão, e tem corte horizontal), anexando a foto do parceiro. Ele responde que não consegue acessar aquele prédio. Temos a impressão que o fotógrafo não compreendeu a necessidade de horizontalidade da multidão, desejada para o desenho da capa. A breve conversa não parece conseguir exprimir adequadamente

as ideias que os editores haviam discutido. A capa acaba sendo fechada com a foto do parceiro.

Mas se o trabalho do editor é intenso ao longo do dia, ele se intensifica ainda mais quando se aproxima o horário de fechamento da edição impressa. E isso pode ser acirrado se a foto desejada ainda não chegou. Observamos isso no dia em que o jornal do sudeste tinha um fotógrafo acompanhando a caravana do ex-presidente Lula, na mesma cidade em que o então candidato Bolsonaro fazia campanha. Os editores apostavam que um dos dois eventos iria para a capa.

Inicialmente acharam que a imagem de Bolsonaro sendo carregado por simpatizantes, e com uma faixa presidencial, seria usada. No meio da tarde a foto é criticada por ter poucas pessoas junto ao candidato. Lula estava para fazer um pronunciamento no início da noite, mas a primeira edição (nacional) do jornal fecha às 21 horas, e em torno de 19h30 o fotógrafo manda avisar que havia muita gente para discursar e que Lula demoraria, sugerindo que pensassem em outra foto para a capa. O limite que tinham para escolher as fotos era 20h15. À medida que o tempo passa os editores vão ficando nervosos, pois terão de usar uma foto que não os convenceu. Às 20h02 o repórter fotográfico avisa que Lula subiu no palanque. Poucos minutos depois fotos do ex-presidente falando a uma multidão começam a aparecer no sistema, indicando que o fotógrafo já as está selecionando e enviando. Os editores escolhem duas fotos, que consideram boas para a capa, e enviam para um setor do jornal que chamam de ‘a primeira’, onde a capa é efetivamente definida. Um dos editores reclama que a capa ficou muito favorável a Lula, e que acha que deviam colocar também uma foto de Bolsonaro. A capa acaba sendo fechada às 20h45, com uma foto que entra naquele momento e que

é considerada melhor que as anteriores. Ela não é a principal, pois um temporal havia causado destruições na cidade. A imagem de Bolsonaro não é usada na capa. Vale aqui a máxima que um repórter fotográfico havia expressado dias antes: “Foto boa é foto aqui dentro. Foto parada na minha câmera não adianta”. Talvez o fotógrafo que acompanha Lula tenha ou venha a fazer fotos melhores, mas não há mais tempo para esperar, pois isso implicaria em problemas logísticos e financeiros com a distribuição da edição impressa para o país.

Mas o processo de edição de imagens para o impresso e para o site são diferenciados. Como veremos adiante, as matérias do online são publicadas praticamente sem a participação dos editores de fotografia.

O editor de online da redação do sul explica que podem haver pequenas diferenças, tanto no texto quanto nas imagens, entre as versões impressa e para a internet de uma mesma matéria. Buscamos alguns casos e observamos que geralmente há acréscimo de fotos ou pequenas adaptações no texto. Na parte escrita as alterações são decididas pelo editor de online ou pelo editor do caderno ao qual a matéria está atrelada. Para as imagens a decisão é apenas do editor de online, mas é comum haver sugestão ou pedido do editor do caderno. Galerias são usadas quando notam que há muitas fotos boas.

Aqui fica nítido que muitas tarefas e decisões que tradicionalmente eram assumidas pelo editor de fotografia estão sendo distribuídas entre outros atores da redação. Isso ocorre de modo extremo na redação do centro-oeste, que não tem um editor de fotografia.

Na redação do sudeste, onde a seleção das fotos publicadas no online havia deixado de ser feita pelos editores de fotografia há pouco

tempo, alguns profissionais da EDITORIA VISUAL passaram a buscar melhorias no processo de escolha de imagens na *web*.

O online pra mim virou uma obsessão. Eu queria que tivesse realmente uma edição tão criteriosa no *site* quanto existe no impresso. [...] Não tinha porque você fazer uma galeria de fotos com 30 fotos em que 20 delas são super-repetitivas. Tinha que haver edição ali. Não tinha porque a EDITORIA VISUAL não interferir na edição de fotos da *home*. (EDITOR-05, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

E, mesmo não sendo mais sua função, um dos editores de fotografia se mostrava interessado em sugerir fotos para a edição online.

Como eu tenho a obrigação diária de olhar [...] todas as fotos que entraram, eu faço algumas sugestões para o online também [...]. A gente ainda está se adaptando a esse novo site. Eu acho que a foto perdeu muita força dentro dele. EDITOR-07 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018)

Buscando uma Foto. Para que o processo de seleção seja eficaz é necessário que o editor consiga encontrar fácil e rapidamente todas as opções de imagens disponíveis. Quando essa busca é feita nos arquivos do próprio jornal, tal tarefa é mais fácil se a redação possui um sistema informatizado – feito por sua própria equipe de programação ou comprados de terceiros como *Fotostation* – que encontra as imagens através de descritores. Em redações menores, que não se valem de tais aplicativos, o processo geralmente é mais lento, fragmentado e pouco preciso. Mas além de procurar nos próprios arquivos uma busca pode ocorrer também quando é preciso comprar ou encontrar fotos em bancos de imagens, assessorias ou outros espaços.

Na redação do sul há pouca procura por imagens. O trabalho do repórter fotográfico que atua como editor de fotografia geralmente se restringe a selecionar qual foto, entre as feitas pelos fotojornalistas da equipe, será usada. Buscas são feitas somente quando algum editor solicita uma imagem específica, caso por exemplo de material histórico, ou quando as pautas não foram feitas pela equipe (material nacional ou internacional, principalmente) e as imagens não foram enviadas por assessorias. Nesse caso ele precisa encontrar material gratuito ou então solicitar à editora-chefe autorização para comprar uma foto de uma das agências que assinam, quando então procederá busca específica naquele site.

Na redação do centro-oeste a procura de imagens também é eventual, pois na maioria dos casos as fotos foram feitas pelos fotógrafos, captadas ou obtidas pelos repórteres, ou recebidas das fontes ou assessorias, e já estão na pasta da matéria dentro do servidor. Em alguns casos pode ser necessário procurar em locais que ofereçam imagens gratuitas, pois o jornal não compra fotografias.

Tanto no sul quanto no centro-oeste observamos que as fotos feitas pelos repórteres fotográficos de assuntos que extrapolam a pauta quase não são usadas. Aparentemente há falta de comunicação entre quem fez a imagem e quem poderá usá-la (contatos que, no entanto, podem ter ocorrido longe dos olhos e ouvidos desse pesquisador). Na redação do sudeste vimos apenas um caso de foto fora da pauta sendo produzida, e ela gerou nova matéria.

No jornal do sudeste arquivamento e buscas são realizados através de um sistema que estava sendo construído pela própria empresa no momento em que realizamos nossa pesquisa. O software buscava se adequar às necessidades daquela redação englobando a publicação de

matérias (texto, fotos, vídeos, links, layout básico) por repórteres/redatores no site, o arquivamento e indexação das fotos pelos fotógrafos, e a busca e uso de imagens por editores, entre outras funções que não cabem aqui descrever. Esse sistema estava em uso há pouco tempo, ou conforme EDITOR-06 “meio que em fase de implantação”.

Ele é um publicador pro site e centraliza tudo. As imagens são recebidas através dele. Joga no FTP que cai direto nele [...] o arquivamento já é automaticamente feito. [...] e já fica disponível pra todas as editorias [...]. Um sistema *web* que você digita uma busca e vem [...]. O material que vem de agência e de parceiros eles ficam – dependendo da agência – 30 dias, 60 dias, cada agência tem um critério [...]. Eu trabalhei aqui antes, com dois [outros sistemas] anteriores e a coisa era muito manual. Você, por exemplo, vai e entra no site de uma agência, procura por determinado assunto, bá, bá, bá... Hoje não, é tudo centralizado. Eu sento na minha mesa e coloco lá, enfim, “Lula”, [...] “Paris”. Vem tudo de todas as agências. [...] O que facilita muito. Tanto que a gente tinha uma equipe de quatro, cinco vezes o volume que a gente tem, pra poder dar conta disso. [...] Os fotógrafos da gente estão completamente adaptados, e usam da forma correta. O material que chega de agência [...] vem já editado. (EDITOR-06, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018).

EDITOR-07 explica que busca as imagens pelo tema ou personagem, sem filtrar profissionais ou origem. Dessa forma vê todo o material que foi produzido naquele dia ou em dias recentes. “Obviamente, se tem uma foto que a Rosa Weber está assim, e outra que ela tá com uma mínima diferença, eu vou privilegiar o fotógrafo da casa”. Mas o sistema também têm suas falhas, e o editor reclama que às vezes algumas fotos não aparecem.

Eu vi que o Cristiano Ronaldo tinha feito um gol de bicicleta. Eu vi as fotos [no sistema] e não vi a foto que eu queria [...]. Daí eu fui

dar uma olhada. Olho no JORNAL-H, tem uma foto incrível dele fazendo isso e essa foto é da AFP. E a gente não tinha essa foto porque o robozinho resolveu fazer qualquer outra coisa. (EDITOR-07, comunicação pessoal, 6 de abril de 2018)

Mas – como indicamos acima – a busca por imagens pode ser feita nos arquivos de edições passadas do veículo, e esse é um processo um pouco diferente daquele usado para encontrar as fotos do dia. Acompanhamos o trabalho do editor de fotografia do sul quando precisou encontrar fotos de carnavais antigos da cidade. O editor chega a encontrar matérias publicadas em anos anteriores com fotos do período requerido, mas elas estão no site, em baixa resolução. Além do jornal existir a poucos anos, não há arquivos – digitais ou físicos – das edições impressas antigas. A matéria acaba usando duas fotos em preto e branco, que recebem destaque pelo tamanho, além de duas fotos coloridas, em tamanho menor. As fotos em preto e branco são antigas e não recebem crédito de autoria, mas apenas de ‘reprodução’. São reproduzidas fotograficamente por FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) de um livro trazido pelo próprio repórter de texto. As fotos coloridas são atuais.

Na redação do centro-oeste encontrar uma foto antiga no arquivo não é tarefa fácil, porque a identificação delas está atrelada à pauta realizada. Geralmente não há detalhamento que inclua o nome das pessoas retratadas, a menos que ela seja o foco da matéria. TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) explica que busca pelo Google, através de palavras-chave, alguma matéria do próprio jornal que aborde o tema. Quando encontra uma imagem que considera interessante, anota a data e, a partir dessa informação busca a foto no servidor da redação.

Diz que caso não encontre pela internet pode tentar direto no servidor. “Só que a busca é um pouco difícil, porque a gente tem que usar [...] a mesma palavra que aquela pasta foi nomeada. Então às vezes é uma matéria que fala sobre saúde, mas ela foi nomeada como [...] ‘evento governo’”. Diz que por isso é muito mais provável encontrar pelo site do que direto no servidor. Para TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) seria preciso rever o procedimento de arquivamento. “Essa questão de salvar foto eu acho que precisa avançar bastante aqui no jornal. Justamente pra ficar mais rápido na hora de encontrar”. MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) diz que se vale da memória para achar imagens – geralmente de vídeo, no caso dele – no arquivo do jornal. “Essa parte é meio que um mistério, né (risos). Como eu tô aqui há dois anos, eu lembro a maioria das matérias como estão salvas na pasta. Lembro mais ou menos o nome que foi feito”. Quando não consegue achar por esse método direto, tenta através de pesquisa por palavras que possam ter sido usadas na nomeação do arquivo. “A gente tem um servidor que concentra tudo [...]. Quanto mais detalhes tiver nos nomes dos arquivos, nos nomes de pasta, [...] [vai] facilitar na busca”.

O jornal do sudeste mantém um arquivo com fotos e edições antigas, mas a maior parte disso não está acessível no sistema usado pelos editores. Quando se precisa algo, é preciso pedir à equipe do Arquivo. “Uma pesquisa sobre o Paulo Maluf, uma coisa mais histórica. [...] Aí o banco de dados consegue fazer isso. Eles conseguem ir lá pra trás, ver o que não tá digitalizado, o que não tá indexado”, diz EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). No único caso que acompanhamos, as fotos solicitadas chegaram em 24 horas à equipe

de imagem. “Pode ser muito corrido pra eles [...] porque eles também não têm muita gente. Mas pra gente é uma coisa que vem rápido”, diz EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018).

Por coincidência, um fotógrafo que atua na redação do centro-oeste relata que o veículo do sudeste entrou em contato com ele buscando autorização para republicar uma fotografia de 1996, que havia sido cedida por uma instituição na qual trabalhou. Vemos assim que a busca em um banco de imagens razoavelmente organizado possibilitou ao veículo não apenas encontrar a imagem duas décadas depois, como ter o nome do fotógrafo/autor, e com isso solicitar autorização de republicação, mesmo não havendo pagamento envolvido. Mostrando assim que uma imagem não pertence ao veículo só porque está guardada em seus arquivos.

Critérios de Seleção de Imagens. Os dois principais parâmetros de seleção das fotos que vimos serem usadas ao longo da pesquisa foram questões informativas e estéticas. A informação contida na imagem talvez tenha sido o parâmetro mais citado. “Fotojornalismo você tem [...] que informar. [...] Tem que ter algum pensamento ali, senão fica pobre”, defende FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). “O dia a dia às vezes é uma informação muito crua. Se você bota uma foto muito artística [...] ela não serve pra aquela matéria. [...] Ela serve pra uma matéria de uma discussão mais ampla”, sugere EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). Mas a importância da informação é costurada, por vários profissionais, com a relevância da concepção estética, que segundo eles seria construída de maneira mais intuitiva, inconsciente, automatizada, o que compreendemos como agregada a seu ser pela vivência e bagagem cultural.

A questão estética, ela é muito acadêmica. Você tem uma noção de enquadramento, uma noção de profundidade, você cria um repertório [...]. Mas tem o *hard news*, que você não tem tempo. Você junta tudo isso em um segundo de clic. É enquadramento e a informação. [...] Não dá pra pensar. Você tá vendo um policial batendo numa pessoa ou uma pessoa jogando uma bomba... eu acho que a coisa vem junto. [...] É tudo tão rápido, que o importante ali é a informação. [...] É você trazer o que tá acontecendo. [...] A informação é a principal coisa. [...] O estético vem automático. É claro que se você tem um tempo pra pensar... mas quando você tá numa [...] coisa muito rápida, [...] então, é a informação. Primeira coisa que você olha é aquilo que você quer pegar. (FOTO-11, comunicação pessoal, 6 de abril de 2018)

Noção reiterada por FOTO-12 (comunicação pessoal, 26 de abril de 2018) quando perguntamos sobre o viés estético no processo de produção.

Tá dentro o tempo inteiro, não é uma coisa [...] lógica e pensada. É uma coisa que tá embutida dentro do teu olho, do teu cérebro. Mas é uma presença constante, lógico! [...] Na fotografia ou no vídeo [...]. Não tem como fugir disso. [...] Você vê e automaticamente já organiza aquilo [...]. Eu acho que o que a gente faz é isso, tentar [...] organizar aquelas informações que tão na tua frente pra traduzir uma informação da melhor forma possível. [...] O teu foco tá na história. A parte estética ela tá muito mais no inconsciente. [...] Porque fotografar é uma forma de organizar.

É possível agregar a essa lista a ‘emoção’ ou ‘clima’ sugerido pela imagem. Isso apareceu na escolha da foto que representaria a escola campeã do carnaval, na redação do sul. Já narramos, páginas atrás, que após FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) pedir para a diretoria da escola de samba descer do palco e comemorar com a taça junto às pessoas, eles fazem uma pose estática. Essa foto é sugerida para capa pelo fotógrafo, mas recusada pelo editor de fotografia

porque ‘falta emoção’. Um jornalista, ao vê-la, brinca: “será que eles não estavam contentes?”. O que indica que a sugestão de uma emoção como alegria, tristeza, raiva, etc., pode ser um critério relevante para a escolha de imagens.

Os Diversos ‘Influenciadores’. A delimitação de funções profissionais pode por vezes passar a falsa impressão de que aquelas pessoas são as únicas responsáveis por determinado resultado ou atividade. Na prática, porém, o que vimos, acompanhando a produção e edição de imagens nessas três redações jornalísticas, é um complexo jogo onde diversos atores agem.

Se na captação de imagens notamos que o resultado obtido é influenciado ao menos pelo fotógrafo, por quem planeja a matéria e pelas pessoas que aparecem nas fotos – podendo passar por assessorias, pelo repórter que acompanha o fotógrafo, etc. –, também na edição não é o editor de fotografias o único ator envolvido. Por isso destacamos aqui outros profissionais que vimos tendo ascendência sobre o processo de edição. Não incluiremos a influência do fotógrafo porque isso já foi abordado anteriormente. Mas não custa relembrar que a agência daquele que produz a imagem está no processo de captação (escolha do ângulo, momento, enquadramento, etc.), na seleção do que entregará à redação (movimento que é mais incisivo quando envia poucas imagens) e na busca por convencer o editor, repórter ou redator a usar determinada imagem.

Se não tem a palavra final na escolha das fotos a serem usadas nas páginas que monta – o que por vezes inclui a própria capa do jornal – DIAGRAMADOR-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de

2018) tem, na prática, grande influência no processo. Ele seleciona as imagens e com elas apresenta uma ou várias opções de layout para o editor-chefe. Diz que aprendeu a selecionar fotos com a antiga editora de fotografia, o que destaca a importância da troca de experiências entre profissionais para o aprendizado. No veículo do sul, além do peso do diagramador em função da falta de tempo e de experiência do editor de fotografias, vimos que também participam do processo de escolha de imagens os editores de caderno (que aceitam ou alteram as escolhas feitas pelo editor de fotografia), os colunistas (que selecionam as fotos de suas colunas) e os editores de online (que selecionam as imagens adicionais usadas na internet).

No veículo do centro-oeste, onde não há editor de fotografia, a escolha das imagens a serem usadas é feita pelo repórter ou redator que as publica, passando às vezes por uma crítica do editor-chefe ou editor do CADERNO DE CULTURA. Vemos ainda que MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) possui certo poder decisório, não na escolha, mas ao ter autorização para trocar, tratar ou reenquadrar as imagens publicadas.

Na grande redação do sudeste, o jogo é mais complexo e há um número maior de atores envolvidos. Observamos quando uma editora de conteúdo chega na EDITORIA VISUAL e pergunta quem está montando as páginas de política. Senta ao lado dessa pessoa e quando começam a trabalhar, ela sugere uma determinada foto da ministra Carmem Lúcia, do STF, para matéria que aborda o número de dias trabalhados pelos magistrados ao longo do ano. O subeditor que dialoga com ela sugere outra imagem: um protesto contra a corte onde ocorre uma ‘malhação de Judas’. Desta forma relaciona a matéria àquele feriado de Páscoa.

Foto que ao final será usada para outra matéria. A editora de política sugere outra opção: a captura dos *frames* inicial e final do vídeo que registra uma sessão de menos de dois minutos no TSE. Ela propõe usar um pequeno relógio junto a cada imagem, ideia que é adaptada para uma linha do tempo. Vemos assim o relacionamento entre os editores de texto e de imagem, negociando a escolha e uso de fotografias, bem como a construção de significados a partir delas.

A influência dos profissionais de texto já foi maior na escolha das imagens no jornal do sudeste, diz EDITOR-08a (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018), contando que antes da criação da EDITORIA VISUAL cada setor contava com um diagramador, que montava apenas as páginas daquele setor. “O que enfraquecia a diagramação pela pressão dos jornalistas: ‘essa foto tá boa grande’, ‘não, mas tem que ter mais texto’. Era sempre um pouco complicado”. Ele conta que os trabalhos que antes ocorriam separados, em cada editoria, são feitos hoje de forma mais integrada. “Coisa que antes vinha pronto: ‘ó, risca²⁴ aí, eu quero assim’. Agora as páginas nascem juntas, dos profissionais pensando infografia, diagramação, alguém de foto e o de editorial”, o que dá mais força e poder de argumentação para os jornalistas de imagem, e consequentemente para a linguagem visual. Mesmo assim há profissionais de imagem que gostariam de ter um poder de decisão ainda maior.

É duro que na edição de fotos muita gente palpita. A primeira página, o editor do caderno, os nossos aqui, e nós. [...] Na verdade [...] os editores dos cadernos acabam tendo mais força na escolha da foto do que os editores daqui, muitas vezes. Então é um paradoxo. Porque devia se falar assim ‘ó, tem um espaço tal; escolhe a foto aí;

24. Na gíria dessa redação, ‘riscar’ significa diagramar uma página ou matéria.

o personagem é tal’. Mas já vem ‘ah, quero essa’. E muitas vezes é gosto pessoal. Aqui entende-se mais de imagem do que ali. Então muitas vezes ok. Mas muitas vezes você deve falar ‘não, mas porque essa imagem?’. ‘Ah, porque tá no texto’. ‘Então... Já tá no texto’. (FOTO-08, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

Mas se na edição impressa há uma espécie de cabo de força entre as editorias de conteúdo e a EDITORIA VISUAL, na edição online as fotos são escolhidas unicamente pelo redator ou repórter que publica a matéria. O processo ainda era novo e estava em adaptação no período em que realizamos a pesquisa, e um editor ligado à fotografia também tinha autorização para trocar ou editar as fotos depois de publicadas.

Isso sugere que os veículos impressos, com seu processo industrial e mais linear de produção, faziam com que um maior número de atores influíssem na escolha das imagens. Já nas enxutas e convergentes redações online tal controle parece concentrar-se em poucas mãos.

Quando o Repórter/Redator Edita as Fotos

Como já citamos acima, vimos pouca influência dos editores de fotografia nas publicações online. Isso geralmente se resume ao uso das fotos escolhidas para a edição impressa, e mesmo assim com recortes por vezes diferentes, ou então a eventuais sugestões. Mas notamos também que alguns veículos podem não ter mais essa função. Em ambos os casos suas atribuições são redistribuídas, geralmente para repórteres e redatores, profissionais pouco ou nada afeitos à linguagem visual. Detectamos, assim, uma ampliação da ascendência dos profissionais do texto no processo de edição fotográfica.

É o que deixa claro EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) quando diz que “quem faz a edição é o próprio repórter. E os fotógrafos geralmente tão na rua, então [...] poucas vezes eles têm condições de opinar”.

No veículo do centro-oeste a escolha das fotos bem como a decisão sobre o modo como serão usadas (junto ao texto e/ou em galerias) e o local em que serão colocadas, é do repórter ou redator que publica a matéria, embora tenhamos tido notícia de que o editor-chefe e o *webmaster* também podem publicar ou alterar fotos no site. No sudeste, até cerca de um mês antes do início de nossa pesquisa, havia um grupo de profissionais que tratava e inseria as fotos no site, tarefa que passou a ser feita pelos repórteres e redatores que publicam as matérias. As redes sociais são alimentadas, em texto e imagens, por uma equipe à parte. No sul há uma editoria de online, responsável pela seleção das fotos adicionais, bem como pela publicação de vídeos e matérias no site e redes sociais.

O trabalho básico dos profissionais que assumem a edição de fotografias na *web* consiste em selecionar as fotos a serem usadas, fazer o *upload* delas para o sistema de publicação (comumente conhecido por CMS, na sigla em inglês para Sistema de Gerenciamento de Conteúdo), reenquadrá-las para que se adaptem aos padrões, posicionar a foto na matéria, colocar crédito e legenda, e publicar a matéria. A postagem de vídeos segue um esquema semelhante, embora geralmente dispense a seleção e necessite de publicação em uma plataforma externa (*Youtube* ou outras) e o ‘embedamento’ na página. Ou seja, inclui tarefas do editor de fotografias (seleção e corte das imagens), de uma atividade geralmente negociada entre editor e diagramador (posicionamento da imagem na

página), outra partilhada entre fotógrafo e editor (criação de legendas) e do equivalente na *web* ao trabalho do diagramador (desenho da página e publicação). O que deixa claro que não há uma simples transferência de funções, mas todo um reordenamento de atividades.

Observamos um redator publicar matéria que um repórter havia enviado da rua, na redação do centro-oeste. Ele usa a foto que o repórter fotográfico mandou via *Whatsapp*, e explica: “o importante tá no texto, né”, parecendo considerar a foto como mera ilustração. Diz que é responsável pela escolha quando há duas ou mais imagens, e que não solicita tratamento, o que será pedido a um fotógrafo ou ao *webmaster* pelo editor-chefe caso haja algum problema. O redator já indica também a foto que será usada na chamada de capa, geralmente a mesma da matéria, ou alguma imagem ilustrativa nas matérias apenas textuais.

Na redação do sudeste acompanhamos uma redatora montar matéria sobre a inauguração de uma estação de metrô. Como o assunto já havia sido abordado ela replica a galeria que havia sido criada para a matéria anterior, alterando apenas a foto inicial. Explica que caso a notícia seja colocada na capa do site será ainda escolhida uma foto para essa chamada, mas ambas decisões não cabem a ela. Relata que são incentivados a usar galerias porque cada foto vista gera uma visualização para o site. Além disso as galerias permitem apresentar várias fotos sem que seja necessário distribuí-las ao longo da matéria.

Acompanhamos uma segunda redatora dessa mesma redação, que publica matérias curtas, em uma espécie de ‘ao vivo’ em texto e fotos, no dia em que o STF julgava um *habeas corpus* do ex-presidente Lula. Ela cria uma galeria a partir das fotos que recebe por *Whatsapp* dos repórteres de texto que acompanham a votação nas ruas de Brasília.

Para isso, ‘baixa’ as imagens para uma pasta no computador e depois as ‘sobe’ para o sistema de arquivamento do jornal, adicionando legenda e crédito de autoria. A foto não recebe nenhum tratamento, exceto pelo corte que às vezes ganha no momento da publicação, em função dos padrões disponíveis no CMS. O tempo que dedica a selecionar e reenquadrar uma imagem é bem curto. Aparentemente não pensa na função narrativa dessa galeria que aos poucos vai construindo. Diz que seu critério de seleção é a informação carregada pela imagem. Explica também que busca relacionar a foto de abertura da galeria ao título da matéria. A impressão que temos é que o foco do trabalho dela está no conteúdo textual. Notamos que vasculha por fotos mais no *Whatsapp* do que no sistema de arquivamento do jornal, o que a leva a ver e selecionar apenas aquelas que os repórteres com quem está em contato fizeram, e não as fornecidas por fotógrafos de agências ou do próprio veículo que também cobrem o mesmo evento. Em determinado momento nota que uma segunda galeria sobre o mesmo tema está sendo montada por EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). Na prática isso implica que qualquer repórter ou redator que publicar matéria relacionada ao assunto – e não quiser criar uma galeria – pode usar uma das duas disponíveis. Mais tarde esse editor nos conta que como as publicações ‘ao vivo’ são muito corridas, os redatores geralmente publicam a primeira foto que encontram. Explica que montou uma galeria ‘concorrente’ por considerar que deveria ser valorizado o trabalho dos profissionais de imagem que cobriam o julgamento. Durante o tempo que acompanhamos o trabalho da redatora, ela recebe um e-mail desse editor, avisando que havia uma foto interessante de determinado foto-jornalista, imagem que é então incluída na galeria que está sendo criada.

Temos a impressão de que essa foto não teria sido usada se o editor não houvesse chamado a atenção da redatora. O que nos faz pensar que os critérios de ‘visibilidade’ e ‘facilidade de acesso’ são importantes para que um repórter ou redator use determinada fotografia. Foi impossível não reparar na grande diferença estética, técnica e informativa entre as fotos produzidas pelos repórteres de texto e as feitas pelos repórteres fotográficos que cobriam o mesmo assunto naquele dia, bem como entre as duas galerias montadas.

Também acompanhamos repórteres que publicavam suas próprias matérias. Quando vai escolher uma foto a partir do conjunto que o fotógrafo produziu, TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) diz que olha tudo. “Não uma a uma, [...] vejo na miniatura [...] [e] busco casar com o meu título” porque “eu quero que tenha essa coerência da imagem com o título” principalmente na foto que abre a matéria. Nas outras fotos “eu busco diversificar os ângulos, diversificar os temas, que é pra dar uma leveza. [...] Eu procuro sempre [...] uma foto que chama atenção. O que eu tenho percebido é que fotos de pessoas chamam bastante atenção”. Isso destaca o quanto experimental é o processo de edição de um repórter. Ele conta que a ferramenta que mais utiliza é a de reenquadramento. Mas não fala em fazê-lo para reforçar a informação ou estética da imagem, mas apenas para que a imagem se adapte aos padrões do CMS. “Pra que uma notícia seja capa [...] ela tem que ter um formato de 640x470. Então, sempre eu recorto. [...] Porque ela pode distorcer se a gente não fizer esse recorte”. E diz que quando precisa outras coisas como redimensionar a imagem em alta resolução gerada no *smartphone*, corrigir a iluminação ou borrar um rosto ou placa de carro, pede ajuda para algum fotógrafo. “Quando

não tem ninguém eu faço esse tipo de edição. Mas geralmente eu peço pra eles". TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) e outra profissional relatam, no entanto, que algumas vezes pedem a um fotógrafo – ou ao autor da imagem, caso esteja na redação – para que trate as fotos antes de publicá-las.

A necessidade de que a imagem reforce a narrativa escrita também é explicitada por TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018).

A foto ela tem que casar bastante com o seu texto. [...] Ela conta a história também. [...] Às vezes, a gente fica P da vida, fala 'putz, não é isso que eu quero [...]' [...] Você tá falando uma coisa no texto, mas a foto não tá dizendo nada daquilo.

Para ele as mudanças na pauta, a falta de comunicação entre repórter e fotógrafo, e a falta de uma compreensão da pauta por quem faz as fotos são os principais fatores que levam a essa desconexão. O repórter explica que tem dois critérios importantes para a escolha das fotos que publicará. "Um é se existe uma proximidade com o gancho", e o outro é "se ela é uma imagem chamativa, uma imagem que desperta a atenção". Ou, dito de outra forma: "a informação que ela traz [...] e a própria estética da foto". E relata que prefere usar fotos que mostrem pessoas. "Notícias têm que ter pessoas", argumenta. Para escolhê-las passa por todas e vai anotando o número das que considera interessantes. "Quando são matérias um pouco maiores eu tenho bastante cuidado nas imagens que eu vou usar. [...] Busco usar muitas". Na redação do centro-oeste, única onde acompanhamos repórteres publicarem as próprias matérias, vemos que eles também definem a foto que será usada na chamada de capa, assim como fazem os redatores. A imagem

de capa pode também ser decidida pelo editor-chefe ou pelo montador de vídeos. Essa escolha foi sempre um processo extremamente rápido, onde não observamos nenhuma reflexão sobre as qualidades estéticas ou informativas daquela imagem.

Mas a seleção e recorte de fotos por repórteres e redatores pode gerar problemas. Em função disso tanto a redação do centro-oeste quanto a do sudeste designaram um profissional para buscar e corrigir – ao longo de todo o dia – erros na publicação das imagens.

O EDITOR-05 fica o dia inteiro entrando e arrumando, entrando e arrumando, entrando e arrumando. Ou a gente vê a foto não tratada, ‘puxa, dá para arrumar’. A gente tá arrumando o avião voando. [...] A gente entrevistou o NOME. Aí você entra na galeria é o NOME na mesma pose mexendo basicamente o braço. [...] Mas pra quê? Não é necessário uma galeria. Aí tira e bota só uma foto. [...] Eu acho que a hora-jornalista é muito valorosa pra ele estar fazendo uma coisa tão mecânica, que é subir, e principalmente ele não tem a sensibilidade visual necessária pra fazer a melhor galeria. É difícil pra ele fazer uma narrativa visual, com as fotos. [...] Que a ideia principal das galerias é ser uma narrativa. Então a gente vai tentar treinar. (EDITOR-08a, comunicação pessoal, 6 de abril de 2018)

Certo dia uma dupla de repórteres de texto e imagem relata que a escolha das fotos por repórteres e redatores às vezes gera situações problemáticas. Como geralmente eles não têm tempo para ver todo o material disponível é comum que uma das primeiras ou alguma que lhes chamou a atenção seja usada. E isso é feito geralmente sem grande cuidado em verificar detalhes ou segundas leituras. O repórter de texto narra um caso que ficou famoso – negativamente, para o jornal – na cidade, quando uma mulher foi assassinada. FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) lembra que na pressa em dar a notícia

esse e outros veículos usaram fotos do *Facebook* da moça, selecionando uma das primeiras disponíveis. A selecionada por esse jornal mostrava a mulher de cabelos molhados e isso, quando associado ao assassinato em um motel, insuflou julgamentos morais sobre o comportamento dela. O veículo foi acusado de ser machista e de denegrir a imagem da moça. Mas segundo os repórteres o que houve foi pura pressa, que levou a que não se pensasse nas consequências da escolha daquela imagem. Para FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) esses e outros problemas mostram que seria importante ter um editor de fotografias no jornal, um profissional acostumado a ler imagens e que tivesse tempo para selecionar melhor as que viessem a serem usadas.

Também observamos que uma mesma foto pode ser publicada em diferentes matérias. Para EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) há dois motivos para se repetir uma foto:

Em algumas situações é não ter foto. Nesse caso dos policiais [...] que foram presos, a gente tinha duas imagens ou três. Então elas são muito repetidas. [...] Têm algumas fotos que ficam célebres por um assunto. Em outros casos o repórter tá com preguiça de abrir a pasta.

Ele explica que o CMS não avisa se uma determinada foto ou vídeo já foi usado, o que só é possível ver no próprio site. “Mas aí entra o acompanhamento do jornal que você trabalha, né”, diz.

Percebemos também que os critérios de seleção e ordenamento de imagens de um repórter de texto podem estar mais ligados à informação que a foto carrega do que com a criação de uma narrativa visual quando TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) narra um episódio.

Uma reportagem que o FOTO-04 fez a foto, ele falou ‘olha que interessante, você colocou as fotos... as primeiras as pessoas olhando as imagens de cima pra baixo e depois, as três debaixo, de baixo pra cima’. Eu falei ‘olha, coincidiu (risos). Eu não tinha pensado nisso’.

A conexão visual foi feita ‘sem querer’. Aqui nesse exemplo o efeito foi positivo. Mas esse modo de trabalho pode ser um perigo, a depender do efeito criado.

Para reduzir ou mesmo evitar esses problemas EDITOR-08a (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) diz que a redação do sudeste estava planejando fazer um treinamento para ensinar repórteres e redatores a publicar fotos e montar galerias. Buscava-se com isso reduzir a necessidade de revisão contínua do site. Seis meses após o término da pesquisa voltamos a conversar. EDITOR-08b (comunicação pessoal, 9 de novembro de 2018) diz que “as pessoas se acostumaram a fazer galerias online por si só”, e que os problemas ligados à publicação de imagens por repórteres e redatores estavam se diluindo. Uma das soluções foi contratar profissionais ‘por dia’ durante eventos que geram grande volume de trabalho. Nesses casos o veículo “chama as funcionárias que eram do online pra fazer as galerias, porque a equipe continua sendo pouca”. Outra mudança que ocorreu foi que os fotógrafos também passaram a criar galerias, sugerindo as fotos e a ordenação para os repórteres. Houve também uma espécie de treinamento interno com alguns profissionais de texto. “A gente fez uma revisão, desde como montar uma galeria até como passar uma infografia. Repassou todos os passos. E a gente percebeu que precisa fazer isso pelo menos uma vez por ano”, relatou EDITOR-08b (comunicação pessoal, 9 de novembro de 2018). Ele conta que, com o tempo, a ideia é fazer esse treinamento com os profissionais

de todas as editorias. Isso, no entanto, não eliminou a necessidade de revisão constante do site, conforme eles previam. “Erros passam. Eu diria que a qualidade não tá tão boa, também não ficou ruim. A gente conseguiu entrar no meio. Num meio que não tem excelência em todas as matérias de fotografia, mas não prejudicou tanto”. Isso reforça que o trabalho com texto e com imagens possui diferenciais que não podem ser diluídos por treinamentos, sendo necessária uma formação mais sólida para que seja possível transitar entre as diferentes linguagens. Ou então manter profissionais específicos para atuar nelas.

Arquivo de Edições e Fotos Antigas

O processo de criação de relatos jornalísticos pode ser potencializado por um bom acervo de relatos textuais, visuais ou audiovisuais produzidos no passado pelo veículo jornalístico. Vimos, no entanto, que se o arquivamento do material imagético produzido hoje já é problemático nas redações menores, a questão de guardar imagens e notícias produzidas ao longo de décadas é muito pior, principalmente quando a veiculação se deu na internet. Esse enfoque, que não estava no planejamento original de nosso estudo, foi se mostrando relevante ao longo da pesquisa. Por isso trazemos dados ligados basicamente à última redação visitada. Acreditamos, no entanto, que embora eles sejam específicos, a reflexão a respeito do problema pode se estender às demais. Fazemos isso por entender que o material dos arquivos pode ser um valioso complemento ao processo de produção de relatos jornalísticos atuais (Figura 26).

EDITOR-X diz que o jornal já foi desleixado com o próprio acervo, tendo inclusive queimado negativos fotográficos por falta de espaço de

armazenamento. O que implica em um ‘apagão’ parcial na memória do veículo. Diz também que pelo hábito da época, informações relativas à autoria das imagens não podem ser recuperadas, pois as fotos não eram creditadas até poucas décadas atrás.

Figura 26

Matéria que se vale de imagens de arquivo



Lobel (2018, p. B3).

E lembra que foi a manutenção de arquivos que permitiu aos jornais norte-americanos ter a fotografia de Monica Lewinsky quando estourou o escândalo com o então presidente Bill Clinton.

Teve um baile na Casa Branca e o fotógrafo foi e fez [os dois] dançando. [...] na hora da edição ele não mandou esse material porque não era nada. Era o Bill Clinton dançando com uma completa desconhecida. [...] Ele mandou essa sobra para um banco de imagem e o banco também não quis essa foto. Mas eles não apagam. Ele mandou pra um lugar, que eu acho que era uma universidade

que guarda arquivo, e quando estourou a história ele olhou e falou: ‘eu fiz essa foto’. [...] Estava guardado. [...] E daí ele era o único que tinha essa foto. Ele vendeu pra caramba e fez muito dinheiro [...]. Isso aí é dinheiro. (EDITOR-07, comunicação pessoal, 6 de abril de 2018)

Para ele o importante é ter acesso, não importando se o material pode ser recuperado em segundos, por um sistema informatizado, ou se demora um dia para ser encontrado. “Seria maravilhoso se esse acervo todo estivesse no sistema, mas aí a gente não seria um jornal. Seria um banco [de imagens]”, brinca.

Ao longo dos últimos anos esse veículo tem investido na recuperação do acervo. O coordenador do Arquivo do jornal do sudeste explica que já foram digitalizados 27 milhões de fotografias, dos mais variados temas. Mas que ainda falta escanear, organizar e indexar muita coisa. Hoje eles fornecem informações e imagens para diversos setores da empresa, seja o jurídico (apoio em processos), repórteres de texto (informações de anos passados) e EDITORIA VISUAL (fotos antigas) a partir do acervo físico e digitalizado. Relata que a enxuta equipe – já foram mais de vinte, mas na época de nossa pesquisa eram apenas cinco ou seis – precisa vasculhar em vários locais e bases de dados, porque as informações estão espalhadas e por vezes duplicadas.

O coordenador do Arquivo conta que depois das fotos pretendem digitalizar também os jornais impressos, pois hoje o acervo digital é composto por imagens obtidas de microfilmes, que foram digitalizadas apenas em dois tons (preto e branco), eliminando todas as tonalidades intermediárias e transformando as fotografias em ‘silhuetas’. Atualmente todos os jornais impressos são guardados encadernados em grandes

livros, que para a digitalização precisarão ser desmontados e depois remontados. Esse é um processo que ainda não tem data para ocorrer, e ele teme pela preservação dos exemplares mais velhos, que já estão secos e amarelados, correndo um risco maior de serem danificados no manuseio das buscas ou mesmo no processo de digitalização.

Percebemos, pelos relatos recebidos, que os gestores valorizam o produto final (a foto ou a informação usada) mas têm dificuldade em compreender todo o processo de digitalização e indexação que permite chegar até ali. Para o coordenador desse arquivo falta computar monetariamente o valor agregado em termos jornalísticos, de apoio à criação de matérias, e não apenas o obtido por vendas diretas.

Nesse momento as imagens digitalizadas não estão sendo arquivadas no sistema porque falta indexá-las. Por isso quando um repórter ou editor necessita de algo é preciso solicitar ao banco de dados, que tem por política não emprestar originais. Quando alguém precisa de informação a equipe faz a busca, digitaliza o material e o repassa. Quando a questão é judicial às vezes é necessário levar o grande livro com os originais até um cartório para autenticar as cópias que serão usadas no processo.

O grande problema do banco de dados – e da *WebTV* – do jornal do sudeste está sendo ter espaço de armazenamento para guardar todo o material gerado. A criação de uma duplicata de segurança, então, está hoje totalmente fora de questão. Por isso o veículo mantém os originais físicos mesmo depois de feita a digitalização. Uma lista de todo o material arquivado foi compartilhada com a redação via *Google Docs*, e fornece aos jornalistas uma boa ideia do que pode ser encontrado no acervo.

O site do jornal do sudeste possui uma página específica com matérias produzidas a partir do material digitalizado do acervo. Percebemos que o uso jornalístico é estimulado pelo coordenador do banco de dados, que também é jornalista. Ele visivelmente acredita no potencial desse material para contar estórias e gerar receita, ao estilo do uso icônico feito pelo jornal *The New York Times* com o especial *A short history of the highrise* (Cizek, 2013), onde os três primeiros capítulos (*Mud, Concrete e Glass*) usam imagens do acervo, e o quarto (*Home*) fotos enviadas pelo público.

Montagem de Vídeo

Até aqui abordamos o processo de edição voltado especificamente para fotografias. Mas como já vimos, fotojornalistas e repórteres em geral hoje também captam vídeos, e com eles é possível produzir materiais diferentes dos tradicionais relatos em texto e fotos. Buscaremos aqui destacar, então, um pouco do processo de construção de relatos a partir de vídeo em redações não televisivas. Se nas emissoras de TV há profissionais específicos para a montagem dos audiovisuais, esse modelo parece ter sido copiado pelas *WebTVs*, embora tenhamos recebido relato – já reproduzido anteriormente – de ao menos um editor que gostaria que os repórteres fizessem a montagem dos vídeos nos próprios celulares.

Na redação do sul não encontramos produção audiovisual periódica. Ali a montagem era feita por qualquer profissional que se habilitasse, fosse ele de fotografia ou de texto. Vimos, no entanto, que isso era comumente realizado por um repórter fotográfico, que editava semanalmente os vídeos de uma colunista e tentava criar um programa de

previsão do tempo. Ele já havia também editado vídeos de reportagens multimídia. Seu trabalho começava com a sincronização entre o áudio – captado com um gravador externo – e o vídeo. Como não havia um roteiro, ele fazia a montagem de acordo com orientações dadas por outros profissionais envolvidos no projeto. Também recebemos relatos de um repórter de texto que já montou vários vídeos, alguns no *smartphone* e outros no computador.

Na redação do centro-oeste os audiovisuais eram montados por um profissional específico, que atuava também como *webmaster* e na revisão das imagens publicadas no site. Para edição de vídeos ele contava com o computador mais potente da redação. Somente nos dias de folga desse profissional um repórter fotográfico eventualmente montava algum vídeo. MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) criou *templates* para as legendas e artes, o que agilizava e garantia a padronização do seu trabalho. Como ele também realizava outras tarefas, por vezes o processo de montagem era interrompido por atividades mais urgentes, como publicar um vídeo para a *WebTV* ou preparar uma entrada ao vivo. MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) explica alguns dos problemas que vivencia no processo de montagem.

Com os vídeos a gente raramente tem problema técnico [...]. Imagem tremida tem. Mas até hoje não impossibilitou de fazer alguma coisa. A gente sempre tenta dar uma corrigida [...]. Às vezes até imagem desfocada a gente tenta dar um toque meio ‘artístico’. [...] Às vezes chega o áudio completo e o vídeo [...] cortando todo o começo. [...] O fotógrafo começou a gravar depois que ela começou a falar. [...] A gente [...] cobre com umas imagens. Aí volta na repórter como se nada tivesse acontecido. [...] Não dá pra notar.

No centro-oeste havia sempre uma urgência na publicação, e a montagem comumente era feita no mesmo dia. Poucos materiais permitiam mais tempo ao montador.

Na redação do sudeste o material captado era entregue para um dos coordenadores da *WebTV*, que designava um montador. Os profissionais de montagem ocupavam dois espaços de trabalho. Um junto à equipe da EDITORIA VISUAL, onde faziam as montagens cotidianas. O outro era uma sala isolada – ou ‘caverna’, como brincam alguns fotógrafos que dizem que o montador se isola ali – onde geralmente eram montados os minidocumentários. “O montador [se ele] tá montando coisas do dia a dia é possível ficar aqui fora. Bota o fone e vai ser feliz. Mas um material tipo um mini-doc é importante o isolamento”, defende EDITOR-08a (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018), que diz também que a equipe da *WebTV* já aprendeu que não funciona dividir a montagem de um especial – composto de capítulos – entre vários profissionais. É preciso concentrar em uma única pessoa para manter a unidade da linguagem.

O isolamento dos montadores por vezes é criticado pelos fotógrafos, que gostariam de participar mais do processo. “Quando você joga na mão do cara [...] ele faz da cabeça dele. O problema é que a gente não tem esse tempo de conversar”, diz FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). FOTO-12 (comunicação pessoal, 26 de abril de 2018) também externou preocupação semelhante.

O pessoal que edita vídeo [...] eles se apropriam do material, e dão pouco espaço pra você opinar e trabalhar. [...] Eles gostam de se enfurnar e trabalhar sozinhos. [...] Eles gostam, no vídeo, de pegar a cabeça limpa, não ter nenhuma influência externa. [...] Montam o vídeo da cabeça deles. [...] O que funciona um pouco como pré-roteiro é o próprio texto do repórter. [...] Euuento pra ele um

pouco a história, o que era, como foi. [...] E aí ele começa a decupar. [...] Mas eu acho que tem pouca troca entre o editor [de vídeo] e o fotógrafo. [...] [Deveria ter] muito mais! Eu sinto falta disso.

Mas esse isolamento pode ser compreensível quando se enxerga o processo de produção, pois como não há um roteiro é preciso construí-lo a partir da decupagem. E isso exige atenção contínua. Todo o material bruto é assistido – geralmente horas de gravação nos mini-docs –, e o montador anota os momentos que considera importantes, cortando na *timeline* e colocando uma cor diferenciada, e anotando ideias em um bloco de papel. O roteiro será construído a partir desses cortes e ideias.

MONTADOR-02 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) fala que durante o processo de decupagem é fundamental conseguir definir um encerramento para o vídeo, e a trilha sonora. Esta última, diz, definirá o ritmo da montagem. “Se eu encontro o final enquanto tô assistindo o material bruto, [...] eu sei que conclusão eu quero chegar com o vídeo. [...] Seria um esboço de um roteiro”, explica. Ele diz que a trilha sonora geralmente é instrumental, e que o áudio adiciona uma camada de sentido que interagirá com a camada imagética e a textual.

Saber que tipo de música eu vou colocar, às vezes não exatamente a peça musical, mas que tipo de música, direciona muito melhor a edição, porque eu vejo edição como ritmo. [...] Às vezes eu tô assistindo o material bruto [...] e já coloco [...] a trilha sonora que eu imagino usar. Isso já me ajuda a entender o corte. [...] Porque a música vai ditar o corte. Não tendo a música fica muito mais difícil saber que emoção eu vou atingir [...]. A música instrumental, eu já sei que emoção eu preciso atingir, independente do discurso dos entrevistados (MONTADOR-02, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

Ele conta que na redação do sudeste os montadores de vídeo tem grande autonomia porque não há um direcionamento, um roteiro que defina como o vídeo deve ser feito. Diz que essa liberdade funciona como uma grande escola de edição. O problema, explica, é que essa forma de trabalho provoca ausência de reflexão a respeito do que é produzido.

É como se me jogassem, por debaixo da porta, um pedido [...] e eu jogo de volta [...] o vídeo pronto. [...] Na minha experiência não tem [uma troca]. E isso também gera a sensação de que quando se pede uma alteração é muito difícil conversar nos mesmos termos com quem pede. [...] Por isso que muitas das alterações são pontuais. [...] Um editor acima de mim [...] teria que ter assistido o material bruto pra saber o que é possível tirar dali. [...] [E] não tem tempo pra fazer isso. Eu acho que também tem uma [...] incompreensão sobre o trabalho de criação de vídeos. Como a maior parte da formação da equipe de editores, acima de mim, não foi formada [...] pra audiovisual, e sim pra jornal escrito, a noção deles do que é possível fazer [...] é distante da realidade. [...] Então eu acho que fica muito pobre a discussão sobre o que mudar ou não nos vídeos.

Diferente da produção de documentários cinematográficos, os audiovisuais jornalísticos dificilmente passam por um processo de pós-produção depois da montagem.

O nosso trabalho de finalização, de cor, de áudio, é muito básico. [...] A gente não tem formação pra isso e não tem ninguém especializado. [...] Às vezes acontece, quando é um vídeo mais especial. [...] Talvez, se existisse uma linha de produção em que uma pessoa edita o vídeo e a outra finaliza eu acho que esse seria o cenário ideal. [...] Nós colocamos os vídeos na internet, a pessoa vai assistir no celular. Então, nosso cuidado com o áudio é muito menor do que se eu fizesse um filme, um curta-metragem ou uma série. Eu não tenho que dar saída em um áudio 5.1, não tenho que controlar os ruídos que passam pelo lapela, ou a diferença de iluminação de uma câmera pra outra. A gente tenta só não parecer muito grotesco.

MONTADOR-02 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) enxerga que seu processo de trabalho recebe influências do cinema.

Existe uma emoção, uma comoção, que eu quero causar no espectador. E isso vem [...] da formação do cinema. [...] Teve um vídeo [...] sobre [...] comprar ou alugar imóveis, e aí a garota fala 'se você for comprar, é interessante guardar um dinheiro pra uma entrada maior. E às vezes, pra isso, você vai alugar um imóvel longe do centro [...]' . Nesse momento [...] eu cortava pra uma imagem [...] dos repórteres do JORNAL passeando pela Antártida. Esse tipo de edição, que interfere no seu material, vem do cinema. [...] Eu tô tirando uma conclusão sobre o que ela tá falando e me conectando diretamente com o espectador, passando por cima do discurso do repórter.

Ele explica que usa muito esse tipo de edição no material jornalístico que edita, e identifica a influência de Errol Morris, diretor de cinema documentário, nessa forma de trabalho. “E muito poucas vezes [...] um editor pede pra retirar. [...] Obviamente eu coloco minhas opiniões através dessa edição. E passando por cima, muitas vezes, do que o entrevistado ou o repórter tá dizendo”. Mas a influência de um pensamento cinematográfico também fica explícita quando MONTADOR-02 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) diz ser contra a invisibilidade de todos os cortes.

Me interessa [...] dar dica pro espectador de que existe um ruído. É como se você falasse assim ‘o que você está prestes a assistir é um vídeo que foi trabalhado’. E eu acho que no mundo que a gente vive, atual, é muito importante, é uma atitude política. Você dizer ‘o que você vai assistir não é a verdade, é um recorte da verdade’.

[...] Eu deixo muito *jump cut*²⁵, que é uma coisa que normalmente não tem nos documentários, no cinema, até no relato jornalístico. [...] O editor antigo não gostava [...]. Na minha opinião, é exatamente esse desconforto de que ‘será que a pessoa cortou errado?’ que eu quero provocar. Porque eu quero que a pessoa perceba ‘ah!! isso foi editado’. [...] Quando você suprime esse *jump cut* [...], por exemplo, eu tô terminando uma frase, coloco uma imagem de cobertura, volto falando, você não percebeu que aquelas duas frases, na vida real, eu não falei em seguida. [...] Quando eu coloco *jump cut* qualquer pessoa vai imaginar [...] [que] alguma coisa foi suprimida. Me interessa isso. [...] Tanto como espectador quanto como produtor de vídeo.

Ele enxerga que mesmo sendo positivo provocar o espectador, esse modo de editar os vídeos “talvez seja negativo no sentido de que afasta, às vezes, a pessoa da narrativa do repórter”.

Embora não tenhamos conseguido entrevistar um segundo montador de vídeos, chegamos a acompanhar seu trabalho. Nas conversas que tivemos, ele narra o mesmo processo descrito por MONTADOR-02 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018): a seleção do que entra ou fica de fora é feita pelo montador durante o processo de decupagem, pois não há roteiro prévio. Isso fica muito claro quando mostra que, na reportagem que está editando naquele momento, sentiu necessidade de uma explicação mais detalhada sobre determinado assunto e então, ele mesmo, agendou e gravou entrevistas adicionais com dois especialistas. O fato de ser formado em jornalismo pode ter auxiliado nisso, mas o que salta aos olhos é a autonomia que o montador tem no processo, e o quanto isso influencia na criação do produto final. Nesse caso específico

25. “É quando uma pessoa está falando e eu cortei no meio da frase [...] pra outra frase ou no final de uma frase. Você percebe que houve um lapso entre uma frase e outra”. (MONTADOR-02, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

a montagem intercala a fala das pessoas atingidas pela seca (tema da reportagem) com a fala dos especialistas. Mas motivações pessoais também transparecem quando ele conta que certa vez um leitor escreveu ao jornal dizendo que o montador havia usado determinada música numa ‘clara alusão’ a determinada coisa. Ele, no entanto, diz que usou a música porque eram duas da madrugada e precisava fechar o vídeo para dormir. Não pensou na ligação citada pelo leitor.

Há momentos em que o trabalho de montagem pode receber algum realinhamento.

O ritmo e a conclusão do vídeo normalmente não mudam. O que muda é o acréscimo ou a retirada de trechos [...] que entram em conflito com o que um editor [...] tenha como visão sobre o tema. Por exemplo, a gente fez um vídeo [...] da reforma trabalhista. E eu fiz uma série de brincadeiras no vídeo sobre o trabalho escravo. [...] Depois que o repórter contou toda a história [...] eu colocava imagens do *Ben-Hur* quando ele tá remando nas galeras romanas. Eles assistiram o vídeo, quase tudo permaneceu, e aí eles falaram ‘não, mas essa imagem final do *Ben-Hur* remando vai ter que ser tirada’. E aí tirou. Mas o ritmo e a conclusão era a mesma. (MONTADOR-02, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

MONTADOR-02 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) explica que geralmente os pedidos de alteração chegam depois que ele apresenta o primeiro corte, ou seja, depois que já decidiu o que usar do material bruto. Isso reforça nossa percepção a respeito da autonomia dos montadores.

Roteiro de Vídeo. Nas três redações observamos que o profissional que monta os vídeos não recebe um roteiro. Ao notar isso, buscamos

compreender como se dá, então, a criação da estória, ou do ‘roteiro informal’.

Na redação do sul, onde FOTO-X gravava e editava um programa semanal, os conteúdos a serem abordados e a ordem deles no audiovisual eram definidos pela colunista, que passava as informações através de conversas. A montagem era feita a partir do que ele compreendia, sendo depois revisado pela jornalista, o que gerava ajustes.

Na redação do centro-oeste TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) diz que algumas vezes envia um roteiro para MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). Conta que se vale do modelo tradicional de telejornalismo, que aprendeu quando trabalhava em TV, mas que só faz isso quando o tempo permite. Na maioria das vezes não há roteiro, o que é possível porque o material é razoavelmente padronizado, sendo constituído por vezes de uma única tomada. “No máximo o que eu mando pra ele é o local onde eu estou, se tem entrevistado o nome completo e o cargo”. Quando são captadas várias tomadas, é comum que seja enviada também a sequência narrativa. “O MONTADOR-01 tem uma sacada muito boa, então às vezes ele vê o material e fica óbvio, durante a fala, que primeiro vem o João depois vem a Maria”. TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) explica que quando não tem tempo de escrever um roteiro fornece instruções na própria gravação. “‘Olha, vai entrar a entrevista da Maria pá, pá, pá. Ela é isso. Na sequência vem meu off.’”. Ou seja, dá orientações de montagem junto a um dos vídeos que envia para a redação.

MONTADOR-01 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) explica que já experimentou, com os repórteres, diversas formas de receber instruções que o auxiliem no processo de montagem.

Porque a maioria das vezes eles voltam da rua e já chegam com o material sem eu nem saber [...] o que aconteceu, pra onde eles foram, o que eles fizeram, qual é o objetivo. Geralmente eu chego e só pego o material ali e pronto. E a gente já tentou fazer com roteiros, ou [...] mandar a sequência. [...] Só que o repórter dificilmente tem como parar e escrever e explicar isso tudo por escrito. Aí a gente foi se adaptando [...] [e] chegou o seguinte: quando o repórter vai fazer um boletim [...] ele grava, ou pelo vídeo [...] ou pelo áudio do *off* ‘começa com esse *off*. Aí [...] entra a passagem, sonora com fulano de tal, a profissão dele é tal’ [...]. [O] roteiro a gente vai sabendo ali pelo áudio que eles vão falando. [...] A questão das imagens [...] geralmente eu vou pelo que está dizendo. Muitas vezes têm que usar imagem de arquivo, tem que dar um jeito de ilustrar aquela parte do *off*.

Na redação do sudeste a roteirização é criada pelos montadores a partir de informações que recebem dos repórteres que produziram o material ou do editor responsável pela matéria. Entretanto observamos que há aqui uma maior liberdade criativa para o montador, que tem três funções: decupar, criar o roteiro e montar. A decupagem é um processo que não existe nas demais redações porque a quantidade de material gravado é muito menor, geralmente chegando aos montadores apenas o que será utilizado. Recebemos relatos de que a *WebTV* do sudeste já contou com jornalistas de texto que elaboravam os roteiros. “É pelo corte que o montador ganha essa função”, explica um editor. MONTADOR-02 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) diz que recebe pouca informação antes de iniciar o trabalho.

Normalmente eu sei sobre o que é. ‘É um vídeo sobre imposto de renda’, ‘é um vídeo sobre bitcoins’. É isso que eu sei. Aí eu assisto o material bruto e descubro o que ele é. No caso de algum vídeo maior, especial, eu sei também um mínimo do tema.

Quando acompanhamos o trabalho de MONTADOR-02 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) ele explica que em uma reportagem especial como a que está montando, há um detalhamento feito pela equipe de trabalho, que nesse caso criou, por exemplo, a divisão em capítulos, o eixo norteador de cada capítulo, e formulou ideias para a gravação do material. Seu processo de decupagem consiste em anotar expressões e frases relevantes para cada eixo específico, o que é buscado dentro das cerca de 50 horas gravadas. As anotações do processo de decupagem são importantes porque à medida que trabalha o profissional vai se acostumando ao que é narrado no material bruto, e então precisa recordar aquilo que sentiu ou pensou ao ver a cena pela primeira vez. Além de fazer essas anotações MONTADOR-02 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) recorta a linha de tempo do vídeo a cada bloco de interesse encontrado. Para cada um desses cortes ele desenha, no caderno de anotações, o rosto da pessoa que fala, o que posteriormente lhe ajuda a lembrar de cada personagem. Essas anotações serão fundamentais no trabalho de montagem, e também o auxiliam quando é preciso explicar para colegas o trabalho o que está sendo feito, seja para defender uma ideia de montagem ou passar o trabalho para que outro profissional continue. Ele considera a decupagem o processo mais cansativo de todo o trabalho de criação de um vídeo, e diz que o montador é a única pessoa que assiste todo o material. Conta ainda que poucos fotojornalistas o procuram para sugerir trechos a usar.

Depois da decupagem ele recorta os trechos selecionados e os reúne, dando inicialmente uma cor para cada personagem. Tudo já dentro do software de edição. Mais tarde cores serão usadas também para demarcar cada um dos temas abordados, o que ajudará a distribuir as falas dos

entrevistados em cada capítulo. O uso de cores para demarcar temas é comum a outros montadores dessa redação.

O primeiro corte geralmente fica grande, podendo ter até uma hora, mas é a partir dele que o vídeo vai sendo enxugado e costurado até chegar na versão final, que nesse caso terá cerca de dez minutos cada episódio. Pode, no entanto, haver um pedido para que ele o reduza mais e chegue, por exemplo, a cinco minutos. O problema de produzir um vídeo curto a partir de grande quantidade de material bruto é o tempo de trabalho necessário, explica MONTADOR-02 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018). Ele diz que acha ruim não contar com alguém que direcione a montagem, pois se por um lado o processo fica em suas mãos – e suscetível a seus gostos, ideologia e visões de mundo –, por outro tem de lidar com várias pessoas dando sugestões, por vezes conflitantes, sobre como fazer ou o que mudar. Quando perguntamos de quem é a palavra final acerca do vídeo, ele responde: “vem de cima”. Não sabe dizer com exatidão se é o coordenador do projeto, ou se alguém acima dele.

Para ele os montadores de vídeo têm nas mãos um grande poder, pois escolhem o que entra, como as partes serão conectadas e como a estória é finalizada. Diz que se o montador não tiver consciência disso poderá embutir no trabalho muitos de seus preconceitos, sem perceber. Mas que ao enxergar isso é possível colocar e defender pontos de vista, embora para fazê-lo seja preciso pensar muito bem. O problema, explica, é que na correria diária de uma redação não há muito espaço para reflexão, e é aí que um roteiro poderia ajudar. Para não ter de avaliar sozinho MONTADOR-02 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) escolhe um colega que não participa do projeto – e em quem ele confia – para ver o material editado e lhe fazer sugestões e críticas. Nesse modo de

produção, explica, o vídeo criado dificilmente receberá muitas sugestões de modificação, ganhando geralmente apenas retoques. Caso a direção do jornal não goste do resultado final, o vídeo pode ficar ‘escondido’ no site, o que para ele é extremamente frustrante.

MONTADOR-02 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) considera que o processo de finalização (colocar os créditos e vinheta, equalizar o áudio e – o que muito dificilmente ocorre – as cores) deveria ser feito por outro montador, porque seu olhar já está ‘acostumado’ àquele trabalho. No entanto, essa não é uma prática na redação.

Diferentes Modos de Usar as Imagens

Cruzando o mapeamento de produtos jornalísticos feitos a partir de fotos e vídeos com o processo de observação do trabalho de jornalistas e editores, percebemos que há diversas formas de empregar as imagens na construção dos relatos. Pois se, ao captar fotografias ou trechos de vídeo, o fotógrafo cria um discurso ou narrativa interno ao quadro e conectado àquela porção temporal, é na conexão entre textos e imagens – o que em boa parte é realizado ao longo do processo de edição – que esse relato sincrético será efetivamente produzido, pela interligação de discursos feitos em diferentes linguagens.

E embora saibamos que isso pode ocorrer tanto no relato texto-visual quando no audiovisual ou em qualquer outra conexão sincrética entre linguagens, nos valeremos a seguir apenas de exemplos formados por fotos e textos. A mesma lógica geral, no entanto, consideraremos ocorrer para as demais possibilidades de conexão, o que não significa que não haja especificidades, as quais, no entanto, não abordaremos aqui.

Imagen Desconectada do Texto. Recebemos relatos e observamos que algumas vezes imagens e texto abordam questões diferentes (Figura 27). Isso pode se dar pela falta de comunicação entre repórteres durante a pauta, mas para se concretizar em uma página precisa também da falta de atenção ou de conhecimento visual por parte de quem publica a matéria. Uma revisão constante do site pode levar à correção desse tipo de relacionamento.

Figura 27

Imagen desconectada do texto. Na matéria ‘Arábia Saudita executa 37 condenados por terrorismo, um deles crucificado’ foi inserida galeria de fotos dando conta que as mulheres passaram a dirigir veículos naquele país.

Foto: Hamad I Mohammed

As últimas execuções em massa na Arábia Saudita haviam acontecido em janeiro de 2016, [quando 47 pessoas](#), também condenadas por “terrorismo”, incluindo o líder religioso xiita Nimr Baqer Al Nimr, foram executadas no mesmo dia.

A [execução de Nimr Baqer al Nimr](#) provocou manifestações no Irã, com ataques a representações diplomáticas sauditas.



Uma mulher saudita dirige um SUV em Al Khobar, na Arábia Saudita, no inicio da madrugada deste domingo (24) Hamad I Mohammed/Reuters

RIAD | AFP (2019).

Tais usos são pouco encontrados porque os veículos normalmente os corrigem quando são detectados. O exemplo dado na figura 28 seguiu

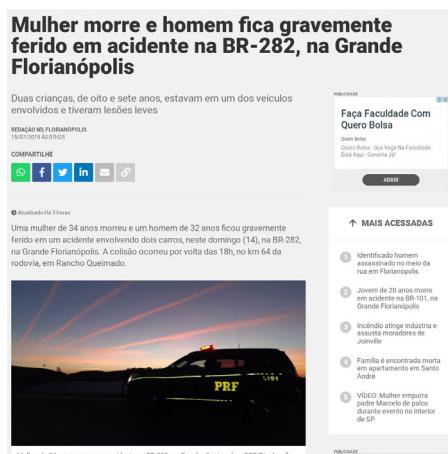
esse caminho, sendo as imagens – cuja única relação com o tema da matéria era o país – trocadas por outras que enfocavam ‘protestos contra a execução de um clérigo xiita’, poucos dias após a publicação inicial.

Imagen Meramente Ilustrativa. Algumas vezes a imagem tem uma conexão genérica com aquilo que o texto aborda (Figura 28), sendo usada apenas para ilustrá-lo. Isso pareceu ser mais comum na *web*, onde o conteúdo visual pode atrair para o consumo do conteúdo textual.

Isso por vezes ocorre em matérias feitas sem a presença física de jornalistas no local dos acontecimentos. O uso de fotografias provenientes de bancos de imagens ou cedidas por assessorias comumente geram esse uso ilustrativo, que não carrega informação específica relacionada ao assunto abordado.

Figura 28

Imagen meramente ilustrativa



Redação ND (2019).

Imagen Subordinada ao Texto. Já relatamos ter recebido informações e observado que para diversos jornalistas o conteúdo visual precisa estar de acordo com o que diz o texto, de modo a atuar em seu reforço ou comprovação (Figura 29). O que sugere que tanto na imagem subordinada como na ilustrativa, o texto é a peça informativa primordial. Ambos demarcam um modo de relação entre imagem e texto próprio da cultura textual.

Figura 29

Na imagem subordinada ao texto a foto é usada para ‘comprovar’ o que o relato textual diz.

Foto: Marcos Porto

Largo da Igreja Matriz de Itajaí começa a ser repaginado

Por Dagmara Spautz
15/07/2019 - 09h21 - Atualizada em: 15/07/2019 - 09h21



Foto: Marcos Porto, Divulgação

[Spautz \(2019\).](#)

Nesse sentido esse uso reforça a prioridade textual no jornalismo, sendo às imagens relegado o espaço de reforço visual ao relato escrito.

Imagen Não Subordinada ao Texto. Uma fotografia pode carregar informações ou sensações (*pathos*) que vão além daquilo que

o texto carrega, atuando junto a ele sem ser apenas um complemento (Figura 30). E embora isso muitas vezes não negue seu uso como ferramenta de comprovação daquilo que as palavras apresentam, ela precisa ter autonomia discursiva, não atuando apenas como ilustração ou ‘comprovação’ do que está escrito.

Para não ficar subordinada ao que o texto apresenta a imagem precisa agregar camadas – visuais – de significados complementares à matéria jornalística, abordando questões que o texto não alcançou ou não destacou. Nesse sentido esse tipo de abordagem fotográfica complexifica a estrutura narrativa ao propor outras relações significativas.

Figura 30

A imagem não subordinada ao texto atua também com um discurso que embora reforce o texto, atua paralelamente a este.

Foto: Lalo de Almeida

Obsoleta, Zona Franca de Manaus consome R\$ 24 bi em renúncia fiscal

★ Polo tem infraestrutura aos pedaços e centro de pesquisas subutilizado ★ Empresa questionam custo-benefício de manter fábricas no local apesar de incentivo tributário

Majnonnave e Almeida (2018, p. A22)

Imagen que Vai Além do Texto. Ao questionar os editores de fotografia do veículo do sudeste a respeito do uso de imagens que carregam sentidos conotativos – ou seja, que vão além do significado literal, daquilo que é mostrado na imagem –, percebemos que isso é feito de forma consciente, constituindo-se em um discurso visual. EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) afirma que é possível construir tais discursos quando se acompanha o noticiário. “A equipe tem que estar muito bem informada com as coisas que estão acontecendo, com quem são os personagens e porque eles são os personagens”. EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) diz que para construir esse efeito na edição é preciso também um fotógrafo ‘antenado’. “Essa foto chegou porque o fotógrafo pensou nisso. Aí que entra o diferencial de ter alguém nosso. Que tá mais ligado no noticiário, que sabe o porquê tá lá, sabe qual é a pauta”.

O uso de imagens que sugeriram leituras que vão além do texto (Figura 31) requer, geralmente, que o fotógrafo busque captar detalhes, cenas ou poses que possam remeter a ideias não explicitadas no texto mas compreensíveis por associação ou pelo entendimento do conteúdo. Quando FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) acompanha a entrevista de um fazendeiro que se lançava candidato ao Senado, fez várias fotos da mão do político, na qual brilhava uma grande aliança de ouro, menção à aproximação que o candidato costurava com outros partidos. Depois da entrevista, no entanto, o repórter de texto explica que essa foto dificilmente seria usada porque o candidato ao governo com quem o político entrevistado buscava fazer aliança não era ‘muito querido’ pelo dono do jornal, o que sugere limites – editoriais ou outros – para a construção dessas narrativas. FOTO-04 (comunicação pessoal,

6 de março de 2018) construiu também outras relações do político com objetos que haviam no ambiente, mas nenhuma dessas opções foi usada, o que destaca a relevância do papel do profissional que seleciona as fotos a serem usadas na construção da narrativa texto-visual.

Figura 31

Imagen que vai além do texto

Presidente do STJ nega 143 habeas corpus ‘padronizados’ a favor de Lula

Pedidos foram impetrados na Corte após decisões conflituosas no Tribunal Regional Federal da 4ª Região neste

Amanda Pupo/BRASÍLIA
11 de julho de 2018 | 15h27



Lula. Foto: REUTERS/Leonardo Benassatto

Pupo (2018) e Folha de S. Paulo (2018e, p. A6).

O uso de imagens de arquivo para construir relações ou narrativas que extrapolem o texto também é uma estratégia comum. Tais usos não parecem nem ingênuos nem ardilosos, mas um discurso visual através do qual se diz coisas que não se pode ou não se quer explicitar textualmente.

A Construção do Relato Jornalístico a partir de Imagens

Como vimos no item anterior, o trabalho do editor de fotografias, do editor de vídeos e/ou dos profissionais que abarcam tais funções, é essencial para a construção daquilo que chegará ao consumidor de informação jornalística, ou seja, do relato em seu formato final.

Por isso iremos nos estender um pouco mais no processo de criação de significados com imagens. Para isso propomos aqui pensar a tradicional divisão entre notícias e reportagens através de outro ângulo: a de um discurso que busca evidenciar o ocorrido; e a de uma narrativa, que procura desdobrar o tema ao longo do tempo. Isso implica em diversas simplificações, que podem e devem ser melhoradas em trabalhos posteriores. Mesmo cientes disso, apresentamos esse caminho por considerar que ele pode destacar as diversas opções existentes para a produção de relatos jornalísticos a partir de imagens técnicas, bem como provocar uma reflexão a respeito de como essas diferentes opções influem no próprio conteúdo veiculado.

O Discurso Fotojornalístico

O jornalismo é uma prática discursiva porque é através da linguagem que busca construir o sentido dos acontecimentos do dia a dia e compartilhá-los com a sociedade. Produzidos por sujeitos entrelaçados em rede através de relações de poder, os produtos jornalísticos são, essencialmente, discursos feitos de textos, imagens e/ou sons. Logo, são construídos também pela costura de outros discursos – que não estão ali mas são acionados pelos receptores – bem como através de estratégias

de construção de sentido que levam em conta quem o emissor imagina ser o receptor (Benetti, 2008).

Sendo discurso, o relato jornalístico é avaliado pelos receptores a partir das relações constituídas e lidas do conjunto de proposições e não a partir do significado isolado de cada um de seus componentes. O que implica que as imagens não gerarão compreensões por si, mas a partir do entrelaçamento formal e conteudístico com outras imagens, textos e/ou sons que compõem o discurso/narrativa jornalística, bem como com os conhecimentos, crenças e contexto dos receptores. E se o jornalismo foi construído historicamente com base na crença da fidelidade entre o discurso e as ocorrências da realidade, as imagens técnicas têm por ele sido tradicionalmente usadas para ‘comprovar’ essa ligação. Para tentar desmontar tal armadilha retórica, Benetti destaca a distinção entre *valor de verdade* (ser verdadeiro) e *efeito de verdade* (acreditar ser verdadeiro). O primeiro se baseia na evidência²⁶, o segundo na convicção.

A verdade, então, está no efeito que produz. Charaudeau lembra que existem três procedimentos básicos de fornecimento de provas de que algo que se narra é verdadeiro. O primeiro é a designação, que confere autenticidade ao que é mostrado, como se a verdade pudesse ser localizada no fenômeno. No jornalismo, podemos pensar no uso da fotografia e das coberturas ao vivo, bem como a exibição de documentos confiáveis. Continua sendo um efeito de verdade, porque o que é mostrado jamais deixará de ser apenas um enquadramento possível do acontecimento. [...] O segundo

26. Impossível não observar a ligação da palavra ‘evidência’ com o ato de ‘ver’, que está em sua raiz latina onde *videre* quer dizer ‘ver’ ou ‘enxergar’. Logo aquilo ‘que não dá margem a dúvidas’, aquilo ‘que se destaca’ ou que ‘indica a existência de algo’ é por nós associado a algo que possa ser visto. O que ajuda a compreender porque é tão forte a ligação que ainda temos entre verdade e visão, ou dito de outra forma, nossa crença de que se vemos algo então isso existe, é daquele jeito, ocorreu, é verdadeiro.

procedimento é a reconstituição do fato, por meio da qual se busca atingir a verossimilhança. Por fim, temos a elucidação, que configura a explicação ou a possibilidade [de] determinar a razão dos fatos. (Benetti, 2008, p. 25)

Mas mesmo a verossimilhança de uma fotografia em relação a seu referente ou a explicação das razões de algo são atos discursivos e continuam nos entregando apenas um *efeito de verdade*. A distância que separa o *efeito de verdade* do *valor de verdade* não pode ser apagada com um único discurso, e por isso continuaremos apegados à convicção, mesmo que uma imagem técnica pareça uma janela aberta para o mundo. Isso pode ser visto quando, baseada em Stuart Hall, Benetti afirma que independente da forma pela qual apresenta suas ‘provas’ e apesar de muitas vezes dizer ter o interesse público e a relevância social como metas, o discurso jornalístico pode ser “utilizado para forjar um consenso social a respeito de temas e modos de ver o mundo, construindo uma visão hegemônica que pouco pode ter a ver com os interesses do cidadão ou com a complexidade social” (2008, p. 22). E como seria diferente? Todo discurso apresenta uma visão de mundo, que só pode ser a do enunciador, posto que é ele quem constrói os argumentos.

Em relatos que se valem de imagens fotográficas, há diversas formas de sugerir sentidos aos receptores. Stuart Hall (1973, como citado em Schmitt, 1998) propõe a existência de oito diferentes níveis de construção de significados: técnico, de composição, denotativo, conotativo, da notícia, da manipulação, da contextualização e da ancoragem. Sousa (2004a), tendo como foco a mensagem fotojornalística, aponta quinze elementos de linguagem que possuem potencial de conferir sentido ao discurso: o texto; enquadramento e composição; o foco de atenção; a

relação entre figura e fundo; o equilíbrio ou desequilíbrio dos elementos dentro do quadro; os elementos morfológicos (grão, mancha, pontos, linhas, textura, padrão, cor e configuração); a profundidade de campo; a forma de sugerir movimento; a iluminação; o agrupamento; a semelhança ou contraste; a relação espaço-tempo; os processos conotativos barthesianos (truncagem, pose, objetos, fotogenia, esteticismo e sintaxe); a distância; e a sinalização. Em ambas as propostas, tal divisão é meramente didática, pois esses elementos sugerem sentidos tanto a partir de suas próprias características quanto pela relação que cada um deles possui com os demais e com o todo.

Schmitt (1998) faz uma crítica ao modelo de Hall – que pode ser estendida também às categorias propostas por Sousa – por dar ênfase apenas às práticas do emissor, deixando entrever um receptor quase passivo. Para ele os processos de denotação e conotação, embora possam e sejam trabalhados pelo emissor, são fatores cuja articulação irá sempre depender do leitor.

O fato de haverem conteúdos enunciados na imagem não quer dizer que eles serão necessariamente percebidos, compreendidos ou aceitos pelo observador, pois a leitura da fotografia conjuga, a um só tempo, vários fatores. A imagem originalmente obtida pelo fotógrafo e tudo que nela se coloca não é mais que um desses fatores ao qual se vêm somar o leitor, seu repertório cultural e seus objetivos ao ler a imagem, a situação em que ocorre a leitura e os textos paralelos que a cercam. A imagem é lida na interação simultânea de todos esses fatores. (Schmitt, 1998, p. 103)

Dessa forma, optamos por detalhar a visão de Vilches (1987), que mesmo apresentando diversos elementos relacionados ao produtor das fotografias, não deixa de lado o receptor. Baseado em estudos

psicofisiológicos, destaca que não *vemos* a realidade das coisas, mas a *percebemos*, o que denota que a leitura do mundo é feita simultaneamente por todos os canais perceptivos e não apenas pela visão. Ele também assinala que “a percepção é um processo criativo e por ela nos relacionamos com nosso entorno material e social” (Vilches, 1987, p. 20). Por isso uma fotografia de imprensa não é percebida de forma isolada em uma página ou tela. Sua leitura é um processo complexo onde os demais elementos e o contexto influem. Nossa percepção complementa o que é visto, de forma que a imagem não se limita ao quadro, transcendendo-o através do campo das ideias e da imaginação.

Vilches relaciona elementos destacados por Sousa (agrupamento, contraste/semelhança e relação figura/fundo) com a percepção humana, trazendo a recepção para o foco da produção do sentido fotojornalístico. Ao explicá-los ressalta que

A visão que o leitor tem do mundo através das fotografias não é um registro mecânico de objetos diversos, senão a captação de estruturas significativas [...]. Se existe um processo pedagógico no olhar uma imagem, este se deve ao resultado da vinculação entre propriedades sensíveis captadas pelas fotografias e a natureza cultural e perceptiva do leitor. (Vilches, 1987, p. 27)

Por isso ele considera que o valor ideológico das fotografias jornalísticas é criado a partir da atribuição de significados a determinadas condições perceptivas dos elementos combinados. “Ideologia e ponto de vista são assim inseparáveis” (Vilches, 1987, p. 37).

A sintaxe visual – ou seja a parte da ‘gramática’ visual que se ocupa da relação entre os elementos – é composta por valores cromáticos (contraste, cor, nitidez, luminosidade) e espaciais (escala de planos,

formato, profundidade e horizontalidade), captados tanto por uma *visão de busca*, de ângulo mais fechado, quanto por uma *visão periférica*, de maior angulação. Enquanto a primeira distingue formas e detalhes, a segunda serve para explorar a página ou tela antes de fixar o olhar em um determinado elemento significativo.

Mas o leitor de periódicos vê, percebe, mas também quer ter certezas, o que não é possível apenas visualmente pois sempre restarão vazios informativos que – pensando no polo do emissor – precisam ser complementados por outros elementos enunciativos. O mais comumente usado é o texto, que influirá na percepção da imagem e, assim, em sua leitura. O texto em si não *determina* o significado da fotografia jornalística, mas atua junto a outros elementos para que o leitor a interprete. Isso, no entanto, continua a nos entregar um *efeito de verdade*, mas agora construído em um nível mais complexo e sincrético. E não implica que a leitura da imagem *dependa* do texto. Vilches é incisivo quando defende a autonomia da fotografia de imprensa, afirmando que ela “não é nem uma ilustração do texto escrito nem tampouco uma substituição da linguagem escrita. Tem uma autonomia própria e pode ser considerada como um texto informativo” (Vilches, 1987, p. 77).

Uma fotografia carrega também conteúdo semântico – ou seja, que nos entrega um sentido –, composto por elementos reconhecíveis por verosimilhança, que podem ser organizados através de códigos óticos (interferem no momento do registro), de tratamento (adaptação da fotografia captada à notícia) e de paginação (tamanho, posição e relação com os demais elementos da página). Também é possível organizar esses conteúdos a partir da função desejada para a fotografia (ilustrativa, informativa, de contexto, etc.). Os critérios adotados na

produção sugerirão chaves de leitura que poderão ou não ser ativadas pelos receptores. Estes valem-se de uma série de competências para ler as fotografias: iconográfica (interpreta formas), narrativa (estabelece conexões), estética (atribui paixões), enciclopédica (identifica fatos e objetos), linguístico-comunicativa (atribui proposições) e modal (identifica tempos, lugares e contexto). Todas podem estar ligadas à sua emotividade e ideologia, levando o leitor a passar do “plano de uma estratégia textual e de discurso simbólico da informação, ao plano passional e dos afetos, à rejeição ideológica ou à adesão emotiva”. (Vilches, 1987, p. 87)

Mas o que as noções de Vilches – e mesmo as de Sousa ou Hall – demarcam é que a construção de sentido tem sido pensada através da fotografia única, que junto com a noção bressoniana de *momento decisivo*, o uso de imagens sem retoques e a valorização do fotógrafo como autor, formam a base dos valores do fotojornalismo do século XX. A ideia central é que essa foto sintetize as principais informações do acontecimento a partir de uma testemunha ocular que se vale de um dispositivo técnico, o que garantiria a precisão do registro.

O uso dessas imagens fotográficas únicas é tradicionalmente associado aos jornais, embora possa ser encontrada em revistas e hoje também em sites e aplicativos. E se contrapõe ao emprego de múltiplas imagens, comumente relacionamos a revistas, ainda que possam ser encontradas nos demais veículos. Essa contraposição nos parece simplista e inconsistente, por isso propomos que a dualidade que ela sugere seja compreendida de outro modo: os relatos jornalísticos que se valem de imagens técnicas podem ser construídos de modo discursivo (quando a imagem é usada apenas como representação) ou narrativo (quando

a imagem é usada para contar uma estória, o que não necessariamente exclui a representação), independente do número de imagens empregadas.

Assim, enxergamos que os estudos de Vilches, Hall e Souza são relevantes para refletirmos acerca da construção do discurso, ou seja, da representação de algo ou alguém de forma visual.

As Narrativas Fotojornalísticas

Tomamos emprestada a ideia de Soares (2010) – que, baseada em Lacan, afirma que o discurso é um *laço social* enquanto a narrativa apresenta uma transformação de um estado inicial a outro – para pensar que discurso e narrativa são dois modos diferentes de construir relatos jornalísticos. Assim a narrativa é um discurso, embora nem todo discurso seja uma narrativa. Por isso, quando o produto jornalístico é formado por diversas imagens fotográficas ou videográficas, encadeadas de modo a discorrer a respeito das mudanças que ocorrem ao longo de determinado acontecimento, podemos estar passando para o campo da narrativa ou da construção de estórias.

Toda narrativa consiste em um discurso integrando uma sucessão de acontecimentos de interesse humano na unidade de uma mesma ação. Onde não há sucessão não há narrativa [...]. Onde não há integração na unidade de uma ação, não há narrativa [...]. Onde enfim não há implicação de interesse humano [...] não pode haver narrativa (Bremond, 1976, p. 113)

No entanto, compreendemos que não é a quantidade de imagens (uma *versus* várias) que determina se um relato é discursivo (diz) ou narrativo (conta). Manguel (2001) mostra que a pintura já criava narrativas imagéticas tanto pelo enquadramento de sequências temporais

quanto pela inclusão de elementos que sugerissem leituras além da fixidez da imagem-matéria.

Formalmente as narrativas existem no tempo, e as imagens, no espaço. Durante a Idade Média um único painel pintado poderia representar uma sequência narrativa, incorporando o fluxo do tempo nos limites de um quadro espacial, como ocorre nas modernas histórias em quadrinhos [...]. Com o desenvolvimento da perspectiva, na Renascença, os quadros se congelam em um instante único: o momento da visão tal como percebida do ponto de vista do espectador. A narrativa, então, passou a ser transmitida por outros meios: mediante “simbolismo, poses dramáticas, alusões à literatura, títulos” – ou seja, por meio daquilo que o espectador, por outras fontes, sabia estar ocorrendo. (Manguel, 2001, p. 24)

Embora ao criador da imagem caiba a potencialização de possibilidades narrativas, o papel do observador é fundamental, pois é ele quem atribui às imagens estáticas um antes e um depois, construindo a estória “por meio de ecos de outras narrativas, por meio da ilusão do auto-reflexo, por meio do conhecimento técnico e histórico, por meio da fofoca, dos devaneios, dos preconceitos, da iluminação, dos escrúpulos, da ingenuidade, da compaixão, do engenho” (Manguel, 2001, p. 28). Aqui toda vivência do observador, toda sua cultura, seus conhecimentos, suas crenças e sentimentos ajudarão a compor essa narrativa, que será uma produção coletiva dele e do autor da imagem.

Essa noção não está muito distante da proposta por Casadei, que busca construir uma compreensão narrativa para a imagem fotojornalística.

O fotojornalismo sempre representou um problema para os estudos da narrativa. E isso porque se, no senso comum, é sempre possível dizer que uma fotografia *conta uma história*, há nas diferentes definições formais do termo ‘narrativa’ um elemento comum que,

de imediato, representa um impasse para as imagens que não têm na duração e no movimento o seu imperativo: a temporalidade. (Casadei, 2015, p. 29)

A autora argumenta que o observador dá significado às imagens não a partir de sua bagagem cultural ou formação identitária, mas diante do ponto em que ele mesmo se vê naquela fotografia. Cria então um antes e um depois que vão além do visível e do legível, podendo inclusive contrariá-los. Isso implica na criação de uma temporalidade própria, não linear, que transita entre o passado e o desejo. Por isso a autora comprehende que a inteligibilidade da imagem fotojornalística é extraída de uma narrativa construída pelo observador a partir do cruzamento do visual e do visível. “A narrativa fotojornalística, nesse sentido, diz algo sobre aquele que olha e não sobre o que é olhado ou sobre quem fotografou” (Casadei, 2015, p. 40). Isso traz consequências para o fotojornalismo, pois desloca diversas de suas compreensões, particularmente a de que são os jornalistas que constroem as narrativas a partir de suas imagens, de suas compreensões e de suas representações. A autora argumenta que não se trata *apenas* disso, mas também da incorporação de um olhar “capaz de engendrar qualquer história, qualquer narrativa, uma vez que suportada pela temporalidade errante dos próprios sintomas do sujeito” (2015, p. 42).

Também Schneider (2015) antevê potencial narrativo na fotografia única, mas relaciona a representação temporal à leitura de determinadas convenções culturais construídas plasticamente na imagem.

A partir do nosso repertório de experiência prévia (tradição) e das pistas oferecidas pelo texto visual sobre o que se sucedeu e o que está para acontecer, configuramos o mundo da representação e

entendemos a narrativa. [...] Essas instruções de leitura, presentes nas imagens, se manifestam levando em conta esquemas já sedimentados pela cultura. (Schneider, 2015, p. 59)

Todas essas compreensões mostram que é possível haver narratividade em produções jornalísticas baseadas em uma única fotografia, mas que isso depende essencialmente do observador, que lhe construirá uma temporalidade, e que aos jornalistas cabe apenas um papel de potencialização, de sugestão – através da criação e da edição – que pode ou não se efetivar. Tal compreensão, explica Teixeira (2016), ocorre a partir da assimilação das teorias da recepção pelos estudos de mídia, deslocando o papel do emissor de *produtor* para *potencializador* de significados, que só irão se concretizar no momento da leitura e em cada receptor específico.

Por isso é comum que se lance mão do uso de diversas imagens para criar ou sugerir uma narrativa. Freeman (2014) diz que há duas formas de relacionar fotografias para contar uma estória: por justaposição ou sequência. No primeiro caso as fotos ficam visíveis ao mesmo tempo, e no segundo passa-se de uma para outra. Em ambos os casos, quem produz a narrativa busca exercer certo controle sobre a ordenação de leitura, para com isso sugerir determinada compreensão. Mas isso sempre é relativo, e o observador pode criar uma ordem diferente da planejada, embora seja mais fácil fazê-lo em uma revista ou *slideshow* com acesso aleatório (narrativa por justaposição, ou sequencial de acesso não linear) do que em um fotovídeo (narrativa sequencial linear).

Os modos empregados para criá-las dependem do meio que as suporta. Nas mídias impressas nos valemos da espacialidade e do encadeamento das páginas para organizar a narrativa. No audiovisual lançamos mão da

temporalidade. E no jornalismo online usamos a espacialidade da página (principalmente no sentido vertical) e a temporalidade dos audiovisuais, bem como damos mais poderes aos leitores/observadores com as possibilidades de interatividade hiperconectada. Linden (2018), ao abordar a criação de livros ilustrados, argumenta que a narrativa sequencial inspira-se na montagem cinematográfica: onde o livro ilustrado, fotolivro, revistas ou jornais encadeiam páginas duplas, o cinema organiza uma sucessão de planos. Por isso, diz a autora, é preciso “superar a compartimentação por página e trabalhar com a ideia de continuidade” (Linden, 2018, p. 78). Mas isso não implica em sucessividade, e ela argumenta que é possível organizar o conjunto tanto pela sucessão de páginas (conjunto vetORIZADO) quanto pela sobreposição de espaços fixos encadeados sucessivamente.

Tanto em páginas quanto em telas a montagem de narrativas com imagens técnicas é feita principalmente pelo encadeamento. Eisenstein comprehende a sequência de planos cinematográficos não como uma soma, mas como um produto que possui outra dimensão, tal qual a união de dois hieróglifos chineses antigos cria significados por associação (cão + boca = latir). Negando a ideia de Kulechov de que as tomadas são *elementos* da montagem, diz que elas na verdade são *células* (Eisenstein, 1977). Eisenstein e Kulechov concordam, no entanto, que a aproximação de duas imagens ou dois planos imagéticos transforma seus significados originais. Mas se para o último a montagem promove a ligação, para o primeiro ela é caracterizada pela colisão, pelo conflito entre duas imagens ou planos. E assim como as explosões num motor de combustão interna impelem o veículo para frente, também as tensões criadas em cada associação impulsionam a narrativa para seu

desfecho. Mazzilli (2018) no entanto, ao propor o uso da gramática cinematográfica para a construção de narrativas visuais em fotolivros, relativiza a divergência, considerando-as apenas diferentes abordagens gramaticais. Para ela se o fio condutor seguir parâmetros mais clássicos de continuidade irá se aproximar das montagens por ‘ligação’ de Kulechov, mas caso a sequência seja marcada por conflitos ou quebras estará mais próxima da ideia de ‘colisão’ elaborada por Eisenstein.

Nas fotorreportagens, nas notícias que usam fotografias ou trechos de vídeos, nas notícias audiovisuais (telejornalismo, webtelejornalismo, fotovídeos, webdocs, etc.), nas reportagens multimídia e em diversos outros formatos jornalísticos que se valem de fotografias ou vídeos, as imagens são elementos portadores de enunciados, e é a partir da estruturação do relacionamento entre eles que as narrativas são compostas. Nesse sentido as estórias jornalísticas podem se valer de modos de articulação que já tenham sido estabelecidos em outras áreas das visualidades, tal como o cinema, as HQs ou os fotolivros, e que fazem parte da formação de muitos fotógrafos, inconsciente ou explicitamente, como nos relatou Roberto Higa (comunicação pessoal, 20 de junho de 2011), um pioneiro do fotojornalismo do centro-oeste brasileiro. Referindo-se ao período em que aprendeu as primeiras noções de fotografia com um experiente fotojornalista carioca na década de 1960, relata:

ele mandava a gente assistir aqueles filmes italianos de bang-bang com o Giuliano Gemma. Mandava assistir porque naquilo aparecia muito o primeiro plano, sabe... o cavalo de primeiro plano, segundo plano o mocinho, terceiro plano o bar de madeira lá no fundo.

Quando elaboramos uma narrativa é inerente ao processo que haja o que Resende, baseado em Ricoeur, trata como a construção do acontecimento, posto ser através dessa narração que o jornalista dará vida aos fatos ocorridos. Não a vida vivida, mas a vida narrada, reconstruída, sintetizada a partir de determinadas escolhas. E nesse ponto residem os riscos e os potenciais, uma vez que “considerar a narrativa como lugar de produção de sentido é também entendê-la como lugar de produção de conhecimento” (Resende, 2011, p. 6).

Mas a narrativa audiovisual, construída inicialmente pelo cinema do início do século XX, busca se fazer realista ocultando as operações discursivas empregadas.

Institui-se um modo de narrar comprometido com a naturalização da linguagem e com a produção de um espectador passivo, submetido – porque integrado – à trama de uma história que pretende apagar as marcas de sua produção, como narração e como discurso, para melhor fazer crer que estamos diante da própria realidade de acontecimentos que se desenvolvem por si mesmos diante de nós. (Luz, 2007, p. 33)

Foi através da construção da continuidade que o cinema clássico fez com que o espectador não percebesse os cortes, técnica que não é neutra, e que também é usada, de modo adaptado, pelo jornalismo. Esse modo de construir a narrativa passou a ser questionado no cinema documentário mais ou menos na mesma época em que o telejornalismo dava seus primeiros passos. Desde então muitos documentaristas passaram a querer interferir menos na produção da narrativa – como faz o cinema direto americano, que observa mais, intervém menos e extingue a narração – ou a assumir a presença de um diretor e do aparato de

filmagem bem como aceitar a participação dos personagens como – protagoniza o cinema-verdade francês.

Traçamos esse contraponto porque, assim como o documentário, o jornalismo constrói seus relatos a partir de fatos. A narrativa jornalística, entretanto, tem suas especificidades, posto que “a necessária obediência ao acontecido [...] oferece ao jornalismo, *a priori*, a condição de uma narrativa de pretensão realista [...]; aquela no qual referente e significado parecem inevitavelmente se confundir” (Resende, 2011, p. 3). Mas como a sobreposição entre o real e o relato é impossível, e apesar disso o jornalismo se apegava a um ideal inalcançável de objetividade para seus discursos, resta o recurso ao apagamento das operações discursivas para criar o *efeito de verdade*. O que é obtido através de escolhas na gramática e na sintaxe de produção e edição.

E elas são diversas. Assim como há diferenciados formatos para a produção de narrativas fotográficas em suporte impresso, também há inúmeras formas de criar narrativas jornalísticas audiovisuais. Do modelo clássico de cinejornalismo, passando pelo padrão tradicional de telejornalismo ou incorporando suas variantes até as notícias ou reportagens lineares ou interativas construídas para a internet, as possibilidades gramaticais são múltiplas. Todas, no entanto, são compostas pela combinação de imagens videográficas (ou cinematográficas, na era dos cinejornais), imagens fotográficas, imagens de síntese, áudio e/ou textos.

A gramática audiovisual é composta basicamente por planos, enquadramentos, ângulos, movimentos de câmera, iluminação, cor, montagem e som (K. C. N. de Souza, 2010). Gerbase (2001) valendo-se das ideias de Aníbal Damasceno Ferreira, defende que a unidade mínima da linguagem audiovisual é o *cronoema*, “conjunto de imagens

em movimento, limitadas pelo enquadramento da câmara, e inscritas dentro de um determinado tempo, limitado pelos cortes inicial e final” (Gerbase, 2001, p. 99). A narrativa audiovisual seria então construída pela montagem de *cronoemas*, obtidos pela ação de corte. Baseado nas ideias de Assis Brasil, Gerbase (2001) sugere que a montagem consiste em quatro etapas e funções: a escolha dos planos constrói a ênfase; a ordenação dos planos cria a narrativa visual (compreensão de narrativa que enxergamos como bastante reducionista por parte do autor); a duração dos planos dá o ritmo; e a ligação entre os planos determina a fluência. Embora Gerbase não destaque, é importante lembrar que aquilo que ele chama de *cronoema* também é composto por planos, ângulos e movimentos de câmera, bem como terá determinadas características de cor e iluminação. E atualmente, a partir do registro de imagens com *smartphones*, o formato (horizontal ou vertical) passa a ser também uma variável. Na montagem, a ligação entre os *cronoemas* irá valer-se de transições que são efeitos de combinação que criará modos diferenciados de interligação de um a outro. Por fim o texto e os possíveis elementos gráficos que interagem com as imagens videográficas também são potenciais elementos de criação de sentido.

Mas não podemos esquecer que a dimensão sonora da linguagem audiovisual compõe uma camada de significado que se é tecnicamente independente da imagem, não pode ser pensada separadamente uma vez que transforma a percepção que o receptor terá ao atuar em sincronia e coerência com as imagens “fornecendo informação que o receptor processará de modo complementar em função de sua tendência natural à coerência perceptiva” (Rodríguez, 2006, p. 277). Para o pesquisador espanhol, a camada sonora de uma narrativa audiovisual pode transmitir

sensações espaciais, conduzir a interpretação do conjunto ou organizar o fluxo do discurso. É a simultaneidade entre imagens e sons que leva o receptor a criar conexões entre ambas, e por isso o produtor busca articulá-las através de relações formais mesmo quando são captadas em separado. Mas a camada de áudio pode também gerar significado através de recursos como a elevação ou descenso tonal, a associação entre mudanças sonoras e visuais ou a extensão do áudio através de diversos planos imagéticos.

Como as tomadas audiovisuais jornalísticas comumente apresentam pessoas falando, o conteúdo linguístico pode dar ao receptor referências sobre como perceber o que as imagens apresentam. “O texto oral é capaz de estruturar tanto a visão como a audição, e em geral são seus conteúdos que determinam, em última instância, que tipo de decodificação será feita por nossos sentidos” (Rodríguez, 2006, p. 334). O autor alerta, no entanto, que em função da credibilidade que possui e da simplicidade em ser usado, o discurso oral pode levar a um empobrecimento sonoro (e, complementaríamos, também visual) da narrativa audiovisual.

Função semelhante à fala no audiovisual possui a escrita na narrativa produzida com texto e imagens nos impressos ou na web. Aqui, no entanto, essa subordinação do visual ao código alfabetico pode ser até mais forte, em função da origem literária do jornalismo que faz com que as imagens sempre estejam relacionadas a algum discurso textual. E de modo semelhante ao significado que pode ser insuflado em uma fotografia isolada (Sousa, 2004a), o texto também fará parte da construção de sentidos em uma narrativa fotográfica. Conforme Sousa (2004a) essa sinergia pode se dar de diversas formas: chamar atenção para a imagem ou alguns de seus elementos; complementar

informativamente a fotografia; direcionar o significado; abrir o leque de possíveis significações; bem como analisar, interpretar ou comentar a imagem ou seu conteúdo.

E se na narrativa audiovisual o tempo é um elemento definido na montagem, nas narrativas visuais criadas sobre suporte impresso ou em páginas web, a noção de tempo e duração será sugerida através de um ritmo criado pela diagramação e efetivamente dado pelo leitor, tanto dentro de uma mesma página quanto transversalmente ao conjunto de páginas.

Dentro de uma página, a quantidade de imagens, o tamanho de cada uma e o espaçamento entre elas são elementos para compor o ritmo da estória e criar a noção de passagem do tempo. Um maior número de imagens pode segmentar a ação e incutir a ideia de compressão do tempo, assim como um espaço maior entre elas pode sugerir a impressão de intervalo (Magni 2016). No limite, a união de diversos momentos no mesmo quadro, retirando os espaçamentos, cria a noção de fluidez temporal, “uma imagem que rompe os vínculos sensório-motores, e que tem a preocupação de explorar diretamente o *tempo*, para além do movimento *unicamente*” (Magni, 2016, p. 7). O que sugere que é a manipulação dos intervalos, e não as ações representadas, que cria a sensação de movimento ou passagem do tempo (Figura 32).

Do outro lado da equação, a mudança de página atua como elemento de pausa, de distanciamento, e também pode ser usada para controlar o tempo da narrativa. “A ação mecânica de virar a página funciona como um corte no tempo determinado pela página anterior, abrindo espaço para uma nova instituição temporal” (Magni, 2016, p. 9). Ao adentrar

em uma nova página – ou página dupla – o leitor ingressa em nova ordem temporal, determinada pelas relações internas a ela.

Figura 32

Registro sequencial sugere movimento



Notas. “Em sequência de registros feita pelo fotógrafo Rodrigo Philips, moradora se banha nas águas da Babitonga, no Espinheiros.

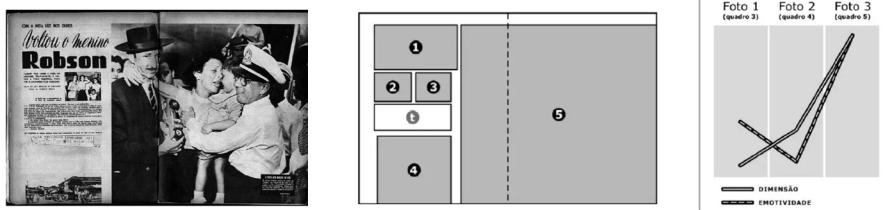
É uma das formas que quem está em Joinville encontrou para combater o calor”, registra a legenda publicada junto à imagem. (Philips, 2013).

Entre essas relações internas está definição do posicionamento de diversas fotografias em uma mesma página, o que sugere uma ordem de leitura ou percurso narrativo. Ao mostrar que fotorreportagens se valem de estratégias narrativas das estórias em quadrinhos e analisar material da revista *O Cruzeiro*, Dutra (2004) indica que tal disposição é proposta por um arranjo que se vale do tamanho e posição das imagens na página dupla, bem como que tal composição, conjugada ao efeito de sentido que cada imagem individualmente carrega, promove níveis de

emotividade diferenciados, elementos que conjugados ajudam a compor a narrativa da fotorreportagem (Figura 33).

Figura 33

Análise de narrativa em fotorreportagem

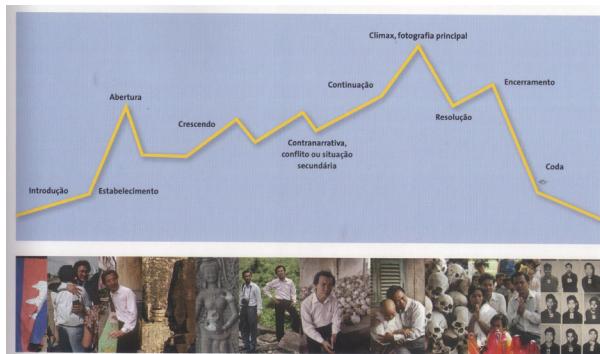


Notas. Da esquerda para direita: página dupla de abertura da fotorreportagem ‘Voltou o menino Robson’ (O Cruzeiro, 9/2/1957, p. 4 e 5); diagrama da ordenação dos elementos da página; gráfico da evolução da dimensão e emotividade das três fotografias usadas nesta página. (Dutra, 2004, p. 4, p. 8 e p. 9, respectivamente).

Pensando num escopo maior, que vai além da página dupla e abrange todo o relato jornalístico, Freeman (2014) sugere que uma narrativa fotográfica é composta de quatro elementos básicos: abertura, corpo, clímax e encerramento (Figura 34). O autor foca sua argumentação nos ensaios fotográficos. Ele propõe que independente do tipo de narrativa construída, deve haver uma oscilação ao longo da sequência de imagens para evitar a monotonia e o tédio. Tal ritmo pode ser composto pelo estabelecimento de ligações de aproximação ou contraposição icônicas, semânticas, lógicas, plásticas ou técnicas. O autor enfatiza, no entanto, que mesmo essas sugestões não podem ser tomadas como um padrão, pois “apesar do argumento a favor da variação de ritmo fazer muito sentido, sua obviedade o deixa aberto a contestações. A consistência e a

repetição, por exemplo, apresentam outra possibilidade de composição para um ensaio” (Freeman, 2014, p. 39).

Figura 34
Fórmula clássica da narrativa



Freeman (2014, p. 13).

Um formato com grande potencial narrativo que nasce com a internet (a partir da adaptação de vivências culturais e dispositivos anteriores) é o *slideshow* ou *galerias fotográficas*. Consiste no agrupamento de diversas imagens fotográficas – dentro do contexto de uma matéria jornalística ou sendo ele a própria notícia/reportagem – que são visualizadas individualmente com ou sem o auxílio de legenda ou áudio, de modo sequencial, aleatório ou automatizado, e ocupando o mesmo espaço dentro da tela. Quando totalmente automatizado, pode assumir o formato de um fotovídeo, modelo que facilita o uso sincronizado de áudio. Seu modo narrativo é compreendido a partir da disposição sequencial das imagens (Longhi, 2011). Ao analisar as gramáticas cinematográficas empregadas nos modos de edição de *slideshows* de

dois jornais pernambucanos, Nóbrega e Silva Júnior (2011) relatam: (1) o uso de grande variedade de planos, tanto para provocar impacto quando em função da diversidade de fontes; (2) que o ritmo da narrativa é dado pelo leitor quando a passagem de uma imagem para outra é feita de forma manual, ou que há ausência de ritmo quando se opta pela passagem automática que se vale de tempos iguais para todas as fotos; (3) um uso extensivo de legendas explicativas associadas às fotografias; (4) a quase total ausência de recursos de transição, sendo basicamente usado o corte seco ou a saída da esquerda para a direita (uma imagem puxa a seguinte); e (5) a ausência de montagens paralelas ou áudio.

Mas independente do formato no qual o discurso jornalístico é articulado, não basta usar múltiplas imagens – justapostas ou sequenciais – para que seja criada uma narrativa. Se a opção do produtor é provocar o leitor a compreender uma estória, e se isso é feito pelo uso de diversas imagens, é necessário articulá-las através de escolhas gramaticais conscientes. Caso contrário haverá apenas um amontoado de fotografias e/ou trechos de vídeo, sem conexão entre si. Entendemos então que são os efeitos de sentido que sugerem ao observador/leitor uma articulação capaz de fazê-lo compreender ou vislumbrar uma sequência de ações dentro de uma temporalidade construída, que deste modo diferencia a narrativa do discurso visual.

Assim, enxergamos que uma fotografia única e que não carregue em si algum *embrião narrativo* (Buitoni, 2010) que dê ao observador pistas de que a ação ali congelada continuou depois de feita a foto, ou que ao menos lhe sugira que ações estão em curso; um GIF animado, *stop-motion* ou *loop* de vídeo que não engendre uma estória; um *timelapse* que apenas indique a passagem do tempo sem com isso contar algo; ou

a mera justaposição ou sequência de fotos que não construa ou sugira uma estória; podem ser tomados como exemplos de *discursos visuais*. E que uma foto única que articule um embrião narrativo; uma foto única para a qual o receptor *imagina* uma estória; a justaposição ou sequência de imagens que sugiram ou construam uma sequência organizada de eventos correlacionados; assim como vídeos, GIFs animados, *loops* de vídeo, *stop-motions* ou *timelapses* que engendrem uma estória; podem ser citados como exemplos de *narrativas visuais*.

O Formato dos Relatos

Até o início do uso da internet a veiculação de narrativas jornalísticas com imagens baseava-se em dois grandes modelos: fotografias eram publicadas junto a textos nos veículos impressos, e imagens videográficas (ou cinematográficas) eram costuradas a informações sonoras e textuais na produção de conteúdo audiovisual para televisão (ou cinema, nos antigos cinejornais). A internet – ou mais especificamente as possibilidades de circulação bidirecional de informações através de redes computacionais e de uso de linguagens de programação para criar os modos de veiculação de conteúdo – permite ir além desses dois formatos básicos, que no entanto, por questões históricas e práticas, continuam sendo muito utilizados.

Na pesquisa de campo que realizamos junto às redações conseguimos observar principalmente a produção e veiculação de conteúdos texto-visuais ou audiovisuais, chegando no máximo a ver a criação de alguns materiais multimidiáticos, infográficos e um único interativo. Isso sugere que os formatos tradicionais são ainda bastante fortes. Não tivemos oportunidade de acompanhar a produção de conteúdos

imersivos ou transmídiáticos, embora os tenhamos visto nos espaços digitais de diversos veículos ao longo do mapeamento que também realizamos. Por isso compreendemos que eles ainda são uma exceção dentro dos formatos possíveis de uso de imagens no jornalismo.

Vemos que a pressa em produzir e publicar os conteúdos pode ter relação com a manutenção de formatos tradicionais, não apenas pelo domínio que os profissionais têm de seu processo criativo como também – ou principalmente – porque há muito mais ferramentas para fazê-los do que para trabalhar os demais. A falta de domínio de técnicas narrativas específicas para esses formatos pode ser também um terceiro elemento a colaborar para que sejam pouco usados.

A escassez de tempo fica explícita em diversas conversas que tivemos ao longo da pesquisa, mas aparece focada na questão dos formatos quando EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) diz que para eles

é mais rápido botar um texto no ar, escrito, do que um VT. [...] O VT exige produzir na rua, mandar pra redação, editar, aprovar. Então é mais complexo produzir a [web]TV, a não ser o ao vivo. [...] Então a gente acaba tendo muito mais material de texto do que de [web] TV, porque é mais complexa a produção.

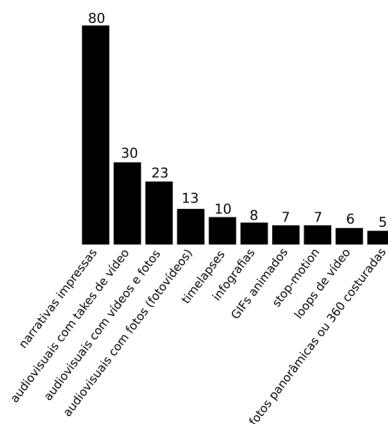
Embora o editor aqui estabeleça uma comparação entre o formato texto-visual e o audiovisual editado, compreendemos que a base dessa afirmação está em que processos complexos são evitados porque ganhar tempo é fundamental. E se a montagem de um vídeo é tomada como ‘complexa’, roteirizar uma narrativa transmídia ou criar interatividade entre diversos blocos informativos será muito mais, o que alongará o prazo de finalização.

Mas tempo também é necessário para conhecer e estudar. Porque se o formato precisa se adaptar à estória para que possa potencializá-la – e não servir apenas como efeito estético – é fundamental conhecer as diversas possibilidades de apresentar as narrativas para decidir onde e quando cada uma será usada.

Isso nos leva a optar por apresentar aqui não apenas o que vimos nas redações onde realizamos nossa pesquisa de campo, mas tudo o que observamos ao longo do processo de mapeamento dos formatos jornalísticos baseados em imagens.

Figura 35

Usos das imagens captadas



Elaborado pelo autor.

O predomínio das narrativas texto-visuais e audiovisuais também apareceu no formulário online aplicado (Figura 35), que permitiu ainda captar comentários acerca do que os respondentes consideravam inovador – em 2018 – no uso de imagens fotográficas e videográficas no

jornalismo: vídeos sem *off* nem passagem, vídeos ao vivo, gravar vídeo com celular e usando um microfone adaptado no celular, e matérias com imagens de *drone*.

Mas é importante demarcar que se o mundo histórico é contínuo, não havendo nele divisões ou categorias, fragmentá-lo permite isolar variáveis. Por isso toda categoria tende a ser instável, uma vez que busca cristalizar o que é fluido, demarcar o que não possui fronteiras. Nesse sentido, a categorização que aqui apresentamos foi produzida tanto pelo momento histórico quanto por nosso olhar e objetivos.

A divisão que traçamos a seguir destaca que:

- O jornalismo nunca usa as imagens fotográficas ou videográficas isoladas, o que implica que o relato não é imagético mas sincrético;
- As imagens usadas na criação desses relatos passam, na absoluta maioria das vezes, por processos de pós-produção digital;
- A pós-produção cria unidades complexas de informação visual, que contêm em si um discurso ou narrativa que podem, por vezes, funcionar isoladas, mas que geralmente atuam em conjuntos sincréticos.

Nesse sentido apontamos para a importância dos processos de pós-produção em geral, sejam aqueles tradicionalmente feitos pelo editor de imagens, sejam os operados por tratadores de imagem, montadores de vídeo ou outros profissionais que de alguma maneira trabalham sobre as fotos e vídeos captados para criar unidades de sentido a partir do que foi obtido por fotojornalistas, repórteres ou outros atores.

Imagens Básicas. Fotografias e vídeos são criados pela transformação dos impulsos elétricos – captados pelos sensores digitais das câmeras – em um conjunto de informações binárias organizadas na forma de um arquivo de imagem digital. Independente do formato (.jpg, .tif, .nef, .mp4, etc.) tais imagens podem ser de dois tipos:

- a) Fotografia: imagem técnica estática, do tamanho (altura x largura, em *pixels*) do sensor ou de um corte dele;
- b) Vídeo: imagem técnica dinâmica, de tamanho (altura x largura, em *pixels*) geralmente menor que o do sensor.

Dificilmente esse arquivo original é utilizado em relatos jornalísticos. Tivemos notícia desse emprego direto em poucos casos, geralmente quando um repórter de texto capta em baixa resolução e a fotografia não recebe tratamento; e no caso de vídeos, quando provém de câmeras de segurança ou quando se constituem em pequenos *takes*.

Imagens Sintetizadas. Chamamos aqui de ‘imagem sintetizada’ toda aquela que é transformada através de modelos e operações matemáticas. Considerando que todos os aplicativos de tratamento e manipulação de imagens contemporâneos são sintetizadores – no sentido de que transformam a imagem através da aplicação de modelos matemáticos à sua matriz de pixels – são imagens sintetizadas todas aquelas imagens fotográficas ou videográficas básicas que passam por algum processo de tratamento ou manipulação digitais. Demarcamos isso para diferenciá-las das ‘imagens sintéticas’, que são aquelas totalmente construídas através de modelos e operações matemáticas.

As imagens sintetizadas não constituem um produto jornalístico finalizado. São, assim, unidades de informação visual, que serão usadas

na produção dos relatos jornalísticos sincréticos. Sua localização entre as imagens captadas e o produto finalizado realça a necessidade de transformação pelas quais fotografias e vídeos passam ao longo do processo de produção.

Imagens sintetizadas a partir de fotografias.

a) *Fotografia tratada*: obtida a partir de operações de ajuste na imagem (cor, contraste, brilho, saturação, temperatura de cor, perspectiva, etc.) que tem por objetivo alterar características técnicas ou estéticas, ou corrigir ‘defeitos’ da captura;

b) *Fotografia manipulada*: produzida a partir do apagamento ou translação de elementos de uma única fotografia, e/ou da justaposição de elementos de uma fotografia com elementos de outras fotografias, desenhos, pinturas ou imagens de síntese (Figura 36). Pode apresentar um cunho realista em sua forma e assim levar os observadores a compreendê-las como imagens não manipuladas ou não montadas. Quando a manipulação se vale de desenhos e/ou pinturas, bem como de algumas imagens de síntese, a intervenção torna-se geralmente explícita para o observador, resultado que também pode ser obtido com manipulações fotográficas ou videográficas que deixem pistas a quem as vê. Essa perda de contato com a realidade que esteve à frente da câmera faz com que muitos considerem que o resultado não é mais uma fotografia, mas sim uma ilustração feita à base de fotografias;

Vilches (1987) comprehende a montagem fotográfica como uma operação retórica que, operando sobre o suporte da fotografia, manipula sua expressão. Embora o Código de Ética dos Jornalistas brasileiros, em seu artigo 12º indique que os profissionais devem “rejeitar alterações

nas imagens captadas que deturpem a realidade, sempre informando ao público o eventual uso de recursos de fotomontagem”, observamos que não é sempre essa a prática corrente. Entretanto, mesmo quando não avisado, o leitor pode se dar conta das operações retóricas ao valer-se dos conhecimentos anteriores e comparar a imagem que vê com outros modelos que a vida já lhe mostrou. Mas a leitura dessas ilustrações fotográficas é sempre uma tarefa complexa, e “o leitor está condenado a uma grande atividade inferencial que lhe permite formular hipóteses sobre como há de entender o que vê” (Vilches, 1987, p. 115);

Figura 36

Manipulação e montagem



Revista Time (2018, capa) e Guandalini (2006, pp. 86-87).

c) *Montagem panorâmica*: é uma fotografia criada pela justaposição de duas ou mais fotografias de um espaço contínuo. A costura entre fotos é feita por um *software* que identifica pontos de contato entre elas, gerando um acoplamento suave. Essa é uma técnica utilizada quando o

ângulo de visão da objetiva disponível não consegue abarcar a totalidade da visão horizontal desejada. Gera uma imagem onde o eixo horizontal (largura) é consideravelmente maior que o vertical (altura), e nesse sentido estimula o observador a ‘passear’ pela cena. Mesmo sendo uma imagem estática, carrega consigo o princípio das imagens dinâmicas, que é a variação temporal (Dubois, 2005), pois cada fotografia foi capturada em um tempo diferente, e por isso elementos em movimento podem aparecer em mais de uma posição na imagem final;

d) *Fotografia 360*: imagem técnica estática visualizada no formato esférico (360º x 180º). Pode ser captada de câmeras 360 ou montada a partir de diversas fotografias. A diferença entre uma fotografia 360 montada e outra captada diretamente é temporal. Uma câmera 360 capta ao mesmo tempo duas imagens, através de lentes esféricas apontadas para direções opostas. A fotografia 360 é obtida da sintetização digital de ambas, que consiste na modelagem matemática das fotografias na parte interna de uma esfera, feita por um *software* embarcado na própria câmera. Já na montagem as diversas imagens são capturadas sucessivamente – e não sincronicamente – o que permite que objetos ou pessoas em movimento apareçam em diversas delas, e consequentemente em diversos locais da imagem 360. A fotografia esférica é obtida pela costura digital destas diversas fotografias na parte interna de uma esfera, através de um *software* operado externamente à câmera. A visualização de fotografias 360 nativas ou montadas se dá sempre de forma parcial, através de uma janela na qual o espectador vê parte da imagem²⁷, que pode ser alterada através de comandos operados pelo

27. Veja a reportagem *Mulheres são destaque em Florianópolis em negócios tradicionalmente masculinos*.

teclado ou apontadores – em *desktops* – ou pelo tato e movimento do corpo – em *smartphones* e *tablets* – (Pereira, 2017).

e) *Cinemagraph*: imagem híbrida, que apresenta movimentação em parte específica de uma fotografia. Em função do movimento focado ela é mais que uma fotografia, mas como não há movimento em todo seu enquadramento é menos que um vídeo. Situa-se no intervalo entre ambos²⁸;

f) *Imagen videográfica criada a partir de fotografias*: pode ser de três tipos: *timelapse*, *stop-motion* ou fotovídeo. Consideramos que tais produtos não receberam adição de textos ou áudio, sendo formados apenas pela montagem sucessiva das fotografias, por seus intervalos, duração, transições e outros tratamentos puramente visuais. Isso pode ser feito com imagens retangulares ou esféricas.

Imagens sintetizadas a partir de vídeos.

a) *Fotografias obtidas de vídeos*: o fim do uso das câmeras fotográficas já foi sugerido por aqueles que acreditam que no futuro todas as fotografias serão obtidas de *frames* de vídeos. Embora seja difícil prever se chegaremos a tal extremo, o fato é que hoje o jornalismo e outras áreas já se valem dessa possibilidade. Tecnicamente, a qualidade da foto obtida era a maior limitação, o que foi resolvido com câmeras de 4k, 8k ou 16k. A barreira passa, então, a ser a forma de captura, posto que o ato de fotografar e o de gravar vídeos geralmente são diferentes;

b) *Video tratado*: assim como as fotografias, os vídeos podem receber alterações na cor, saturação, temperatura de cor ou outros elementos, para modificar características estéticas ou corrigir ‘defeitos’ da captura;

28. Veja a reportagem *Turismo Xamânico*.

c) *Vídeos com adição de efeitos visuais*: também é possível realizar montagens ou manipulações em vídeos. A mais tradicional, oriunda dos equipamentos analógicos, é o *cromakey*. No cinema, os efeitos obtidos com técnicas como *motion capture*²⁹ ou *morphing*³⁰ são bem mais radicais, pois buscam criar uma nova realidade para os espectadores. A desconexão com o que esteve à frente da câmera também se dá nas sintetizações conhecidas como vídeos *deepfake*³¹. No jornalismo, além de terem um custo alto e necessidade de demorado trabalho de pós-produção, tais usos podem ter implicações éticas negativas. Assim, é mais comum que os efeitos visuais sejam usados para a criação de vinhetas, infografias, transições, ou ainda para provocar determinadas sensações no espectador (fazer o repórter sumir ou aparecer de uma cena, de forma a ‘brincar’ com a temática da matéria, por exemplo);

Relatos Jornalísticos Sincréticos. Há variados gêneros jornalísticos – notícia, reportagem, infografia, perfil, etc – que podem se valer de fotografias e vídeos. Todos eles necessitam que seu conteúdo textual, visual e sonoro sejam apresentados em um determinado formato. Buscamos aqui mostrar que os formatos empregados pelo jornalismo na produção de relatos com imagens técnicas podem ser agregados em quatro grandes blocos, de acordo com as linguagens (textual, visual,

-
- 29. Técnica que captura dados da movimentação de um corpo para depois aplicá-lo a imagens volumétricas (corpos) criados sinteticamente.
 - 30. Efeito que transforma uma imagem (por exemplo, o corpo de uma pessoa) em outra (por exemplo, uma árvore). É um aprimoramento digital das técnicas de transição cinematográficas/videográficas que o jornalismo tradicionalmente utiliza.
 - 31. Em *As verdades dos deepfakes* ou *O que é deepfake? Inteligência artificial é usada pra fazer vídeo falso* é possível ter uma noção do tema.

sonora) empregadas e com a possibilidade de interação do leitor/espectador/observador na definição da sequência (linear ou não-linear) da narrativa. Enxergamos que três desses blocos carregam características essenciais das três mídias usadas pelo jornalismo para dar suporte a relatos com imagens: impressa, televisiva e *web*. E um deles situa-se de modo híbrido entre todas elas. A divisão que propomos, no entanto, pretende deixar claro que apesar dessa ligação com o que consideramos as características essenciais de cada mídia, é possível, por exemplo, ter na *web* narrativas típicas do meio impresso. E embora consideremos que também é possível ter narrativas típicas da *web* (interativas) no impresso ou na TV, vemos que as escolhas feitas por aqueles que produzem jornalismo para essas mídias levou a que se tenha optado por não dar espaço a tais formatos.

Relatos Texto-Visuais Não-Interativos³². Produzidos para páginas impressas ou telas, os relatos compostos por textos e visualidades (tipo de letra, desenhos, fotos, grafismos, trechos não narrativos de vídeo, etc.) são lineares, muito embora o acesso visual a cada elemento (um bloco de texto, uma legenda, uma foto, etc.) seja não-linear. Isso implica que quem cria o relato o faz a partir de uma estrutura contínua. Ao usuário cabe vasculhar visualmente (*scanning*) algum ponto de interesse que atue como porta de entrada do relato. Cabe também passar de um elemento

32. Não consideramos que passar as páginas (no impresso), rolar a tela (na *web*) ou olhar em várias direções (nas imagens em 360°) seja uma ação de interatividade, porque tais atividades são condição básica para explorar o conteúdo desses relatos. Também não levamos em conta a existência de hiperlinks no texto, porque a interatividade que nos interessa nesse estudo é aquela relacionada às imagens.

a outro, tendo assim a liberdade de consumir a narrativa linear de uma forma não-linear.

O relato jornalístico que nos interessa nesse estudo é sincrético, ou seja, composto por uma hibridação complexa de textos e imagens, costurados pela diagramação da página/tela. Todos os relatos jornalísticos impressos são feitos desse modo. Mas ele também é aplicado à boa parte dos sites e blogs jornalísticos. Podemos encontrá-lo em aplicativos *mobile* de veículos jornalísticos, no *Snapchat Discover* bem como no *feed* ou *stories* do *Instagram*. A linearidade, no entanto, é uma opção e não uma limitação da mídia impressa (e, claro, também na web). Podemos imaginar, por exemplo, um relato jornalístico composto de cartões ou folhas avulsas, nos quais o leitor teria acesso não linear às diversas partes que o compõe.

Figura 37

Texto junto a uma fotografia



» **BATIDA** Camaro do cantor MC Brisola, rachado em dois após se chocar com poste na rod. Fernão Dias nesta segunda (26); o motorista morreu e o músico ficou ferido

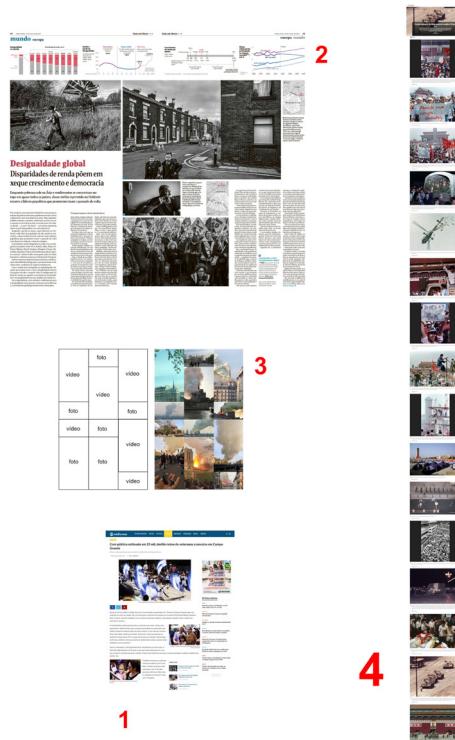
Neumann (2018, p. 2), V. Oliveira (2018), Folha de S. Paulo (2018f, p. B3), respectivamente.

Possivelmente a forma mais comum desse modelo é o uso de um bloco de texto junto a uma fotografia (Figura 37). Mas mesmo quando o texto é dividido em partes, ou invés da foto temos um *loop* de vídeo, um gif animado ou um curto *take* não narrativo de vídeo, essa forma básica sobrevive. Independente do tipo, a função da imagem é apresentar algo ou alguém relacionado com o texto, que geralmente possui maior relevância. Mas é possível encontrar também fotolegendas, onde a imagem única traz mais informação e destaque que o pequeno texto.

Mas a imagem pode ganhar relevância no contexto do relato jornalístico ou mesmo assumir um papel narrativo quando deixa de ser única (Figura 38). E embora ambas as características (relevância e narratividade) possam existir com o uso de foto única, vemos que isso é uma exceção, posto que a multiplicidade de olhares amplia e fortalece tais atributos. Observamos que embora seja comum que o texto tenha proeminência em relação às fotos, também há casos onde é construída uma narrativa visual de maior destaque que a textual. Da mesma forma que no uso da imagem única, aqui também podemos encontrar fotografias, *loops* de vídeo, gifs animados e pequenos trechos não narrativos de vídeo sendo usados.

Figura 38

Fotografia alocadas junto a blocos de texto



Notas. Nos exemplos 1 e 2 as fotos estão diagramadas horizontal e verticalmente junto ao texto; no exemplo 3 há um mosaico de fotos e *loops* de vídeo junto ao texto; no exemplo 4 a narrativa fotográfica é sequencial e verticalizada³³ junto a textos curtos.
 1) Midiamax (2019), 2) Canzian e Almeida (2019, pp. A8-A9),
 3) Peltier et al. (2019), 4) El País (2019).

33. A versão *desktop* que apresento aqui é verticalizada, mas se o usuário clicar sobre qualquer uma das fotos a narrativa se transforma em um *slideshow* que pode ser acionado manualmente ou que muda a imagem e legenda automaticamente após dez segundos. A versão *mobile* apresenta apenas o *slideshow* (ou galeria) acionado manualmente. A apresentação em *slideshow* já não cabe nessa primeira categoria. Isso mostra quão complexa é a própria tentativa de categorização, como também que no mundo real as divisões didáticas que propomos se comunicam, trazendo ao usuário possibilidades diferenciadas de experiência visual.

A fotografia pode também ser usada junto a blocos textuais em uma infografia (Figura 39). Baggio (2015) destaca que em 60% das amostras que estudou há uso de fotografias, número que cresce para quase 70% quando as infografias lidam com personagens. Observamos que fotos podem também servir de base para a construção de ilustrações ou mapas nas infografias.

Figura 39

*Fotografia em infografias estáticas
não interativas*



O Globo (2014) - esq. acima, F. Souza (2008) - esq. abaixo,
Médici e Martins (2017) - dir.

Relatos Audiovisuais Não-Interativos. Produzidos para telas através do uso prioritário de imagens em movimento e sons, mas também

valendo-se de imagens estáticas e texto, os audiovisuais são geralmente compostos por diversos planos e tomadas. Ao espectador cabe acompanhar a narrativa vasculhando a tela em busca de informações visuais e textuais, que devem ser absorvidas rapidamente em função da continuidade linear. É preciso também valer-se da percepção auditiva para captar informações na forma de sons e falas. A narrativa é composta pela hibridação complexa de imagens, textos, áudios e sua amarração sequencial. Em alguns dispositivos semi-interativos como os *players* de vídeo da *web*, o usuário pode ativar, pausar, parar ou ir a um determinado ponto específico da narrativa. Não consideramos que isso quebra a linearidade, tanto porque é uma atividade não prevista pelo produtor quanto porque há um controle muito pouco preciso e nada específico do ponto de chegada³⁴. É típica da televisão, mas chega aos computadores e *smartphones* em espaços como os sites das emissoras de TV, *Youtube*, *Instagram* ou nas *WebTVs* de veículos jornalísticos (Figura 40).

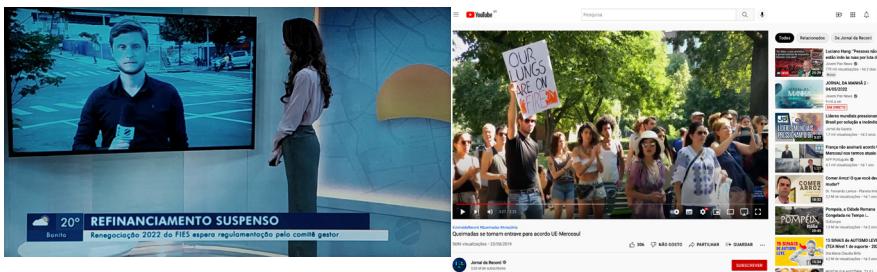
O caso mais tradicional é o telejornal visto em emissoras de TV. Aqui quem assiste não escolhe horário, e recebe as informações de modo sequencial, entremeado pela fala de um apresentador e por intervalos comerciais, os quais não consegue evitar a menos que mude de canal. Esse mesmo conteúdo, no entanto, pode estar disponível na internet de forma integral (todo o programa), o que faz com que as informações cheguem também de modo sequencial e intercaladas por um apresentador. Caso o programa tenha sido subdividido (cada notícia em separado) o

34. Pensamos, por exemplo, em um telejornal que é colocado na íntegra na *web*. Se o espectador quiser ver uma notícia específica, pode procurá-la ao longo da *timeline*. Mas o produto ‘telejornal’ integral é linear e não-interativo porque o produtor poderia tê-lo dividido em ‘pontos de acesso’ no início de cada notícia e dado ao usuário uma forma de chegar até eles, o que constituiria um acesso não-linear e interativo.

espectador pode escolher o que deseja assistir, mantendo-se, no entanto, a presença do apresentador e a linearidade. Em ambos os casos a publicidade geralmente aparece apenas no início da visualização.

Figura 40

Telejornal

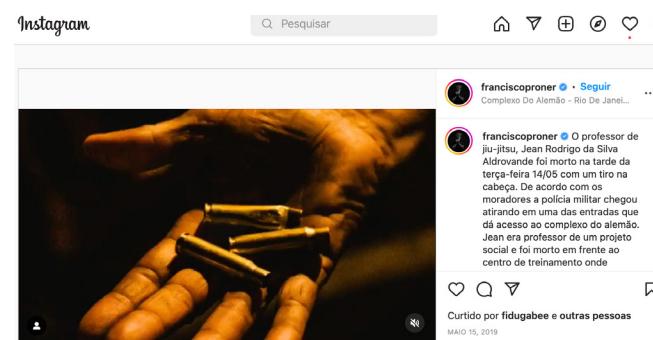
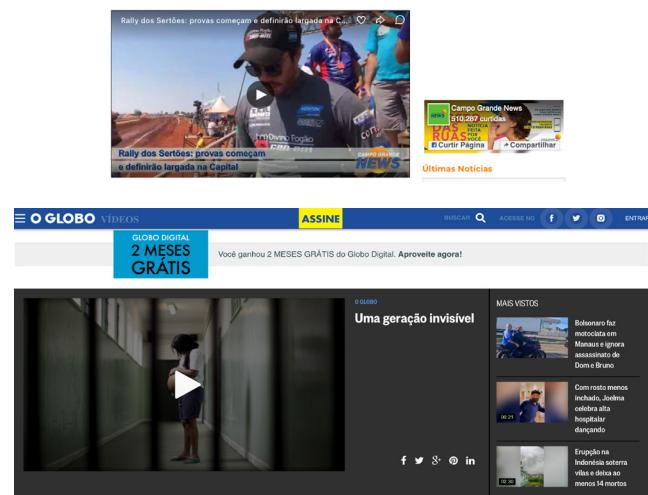


Francescon (2022) e [Jornal da Record \(2019\)](#).

O padrão telejornalístico (programa com diversas notícias, todas iniciadas por um apresentador; uso de passagem do repórter e *off* nas notícias; etc.) é adaptado quando sites ou jornais impressos que migram para a internet começam a produzir notícias audiovisuais. As imagens geralmente são capturadas por fotojornalistas. Estéticas às quais o telejornalismo televisivo resistia – por exemplo, um maior grau de informalidade do repórter ou não valer-se de passagens e *offs* – são melhor aceitos por *WebTVs* (Figura 41). Algumas dessas produções para a internet começam a utilizar imagens em 360 graus. Também é mais fácil encontrar o emprego narrativo de fotografias em *webvideos* do que no telejornalismo televisivo.

Figura 41

A produção audiovisual para web



Ribeiro (2019), O Globo (s.d.), Proner (2019), respectivamente.

Fotografias e vídeos também podem ser usados para a criação de vídeo-infografias (Figura 42), que assim como seus correlatos estáticos se valem prioritariamente de grafismos e elementos visuais para trabalhar a informação. A diferença é que aqui há movimento linear.

Figura 42

Video infografia feita a partir de foto em 360°



Garcia e Estrella (2017).

Por fim os relatos audiovisuais também podem ser criados pela animação de fotografias, constituindo fotovídeos, *stop-motions* ou *timelapses*, que compõe estórias independentes ou fazem parte de um relato maior (Figura 43).

Figura 43

Fotografias animadas

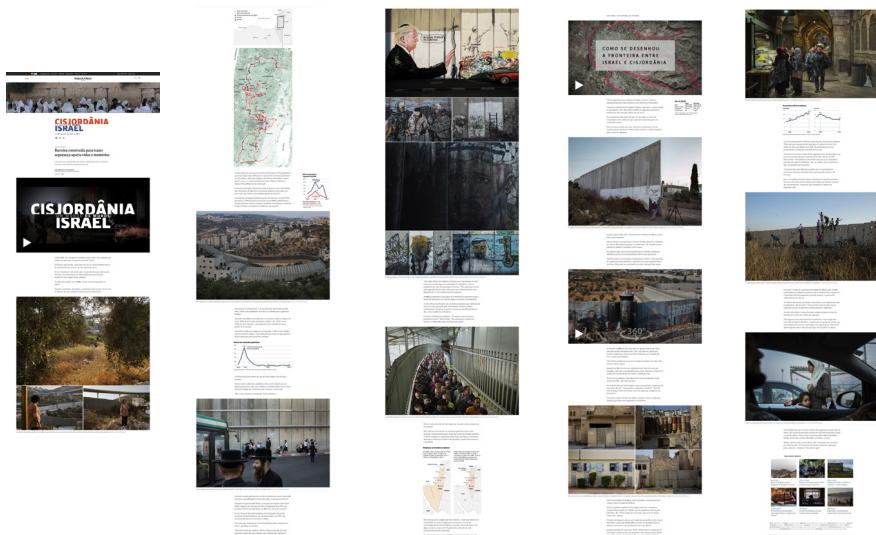


Notas. *Timelapse* (acima) usado para mostrar a evolução na ocupação urbana, *stop-motion* (centro) destaca ação da personagem central da matéria, e *fotovídeo* (abaixo) traz cenas de um treino do Corinthians costuradas com áudios do técnico Tite. (G1 Rio & TV Globo, 2019, Morais, 2016, Folha de S. Paulo, 2015, respectivamente).

Relatos Multimidiáticos. A notícia ou reportagem multimídia (Figura 44) é um formato de relato híbrido entre a texto-visual e a audiovisual linear, e que pode trazer um uso – embora ainda básico – de interatividade, seja na escolha que o usuário terá de fazer entre os diversos elementos a acessar, ou mesmo no uso pioneiro dos *slideshows*.

Figura 44

Reportagem multimídia³⁵



Bercito e Almeida (2017).

Relatos Visuais, Texto-Visuais ou Audiovisuais Interativos. Aqui os relatos jornalísticos ganham interatividade, e o usuário/observador é

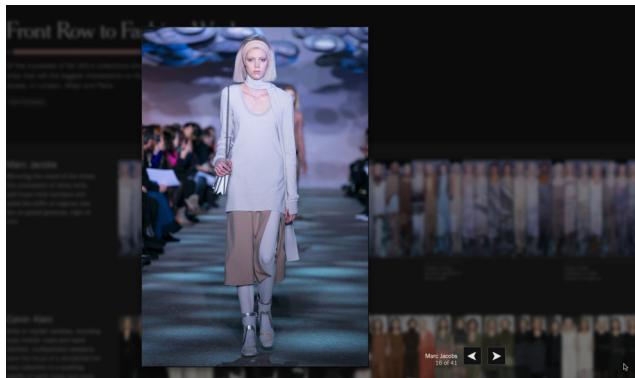
35. Por ser montada em um formato verticalizado e longo, optamos por quebrá-la em cinco partes de modo a poder melhorar a visibilidade dos diversos elementos utilizados no formato da página deste livro. Tal divisão, no entanto, inexiste na matéria publicada online.

quem decide a sequência de consumo da estória. Por vezes a imagem funciona como porta de acesso a outros relatos, atuando como interface. Embora possa ocorrer em impressos, ganha nas telas conectadas uma maior fluidez. Ao usuário cabe vasculhar e interagir com as superfícies imagéticas, selecionando os elementos informativos que deseja acessar ou consumir, em qualquer ordem. Ele pode ir e voltar de cada bloco quando e quantas vezes desejar, consumindo-os no todo ou em partes.

A não-linearidade nasce justamente desse poder de decisão. A narrativa é composta pela hibridação não-linear de sons, textos e imagens, e/ou de blocos lineares (texto-visuais, audiovisuais ou multimidiáticos) de informação.

Figura 45

Slideshow



Bostock et al. (2014).

Embora os *slideshows* já tenham sido citados como possivelmente presentes nos relatos multimidiáticos, consideramos que eles aparecem ali mais como um sintoma da transformação que leva os materiais

texto-visuais e audiovisuais a se valerem de duas importantes características da internet: a programabilidade e a interatividade. Um *slideshow* (Figura 45) constitui-se em uma janela na tela onde fotografias podem ser apresentadas sucessivamente ou por saltos, sob o comando do usuário³⁶ ou automaticamente³⁷. Elas são apresentadas no mesmo espaço, uma de cada vez. Não consideramos como interativos os *slideshows* que possibilitam apenas passar para a próxima ou para a foto anterior, pois assim como virar a página de um impresso ou acionar um audiovisual, esta uma condição básica para sua existência. Assim, vemos que a interatividade está presente naqueles que permitem passar direto a uma fotografia específica³⁸. Alguns possuem legendas, podendo ela ser única para todo o conjunto de imagens, ou específica para cada foto. Longhi (2011, p. 793), citando McAdams, diz que “o *slideshow* pode ser usado para contar histórias, quando se combinam fotos descriptivas e área de legendas para informações adicionais”, mas considera que o texto escrito pode ser complementado ou substituído por texto sonoro, música ou sonoplastia, sugerindo inclusive uma espécie de imersão, pois “o som adiciona informação à experiência da foto, que pode mudar a história que o espectador vivencia” (Longhi, 2011, p. 794). Para a autora, o *slideshow* recebe influência dos ensaios e reportagens fotográficas, onde a argumentação narrativa é feita prioritariamente pelas imagens. Um *slideshow* automático pode ser muito parecido com um fotovídeo

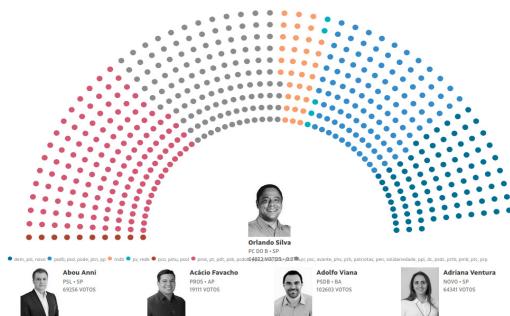
-
36. Como em [Em vasos de vidro, as plantas aquáticas são verde diferente dentro de casa.](#)
 37. É o caso que ocorre quando se clica sobre uma foto da narrativa verticalizada [O maior massacre da China moderna completa 30 anos](#) e ela se transforma em *slideshow* automático (que também pode ser acionado manualmente)
 38. Como em [Tragédia em Mariana põe em risco financiamento do BNDES à Samarco.](#)

sem áudio. No entanto, o primeiro é montado por programação enquanto o segundo constitui-se em um arquivo de vídeo. O *slideshow*, principalmente o de transição automática com legendas, pode ser pensado como um formato híbrido entre a narrativa texto-visual e a audiovisual. Por fim, compreendemos que as publicações de múltiplas fotografias no *Instagram*³⁹ se equivalem a galerias ou *slideshows* de acionamento manual sequencial, ou seja, não interativos.

Fotografias e trechos de vídeo podem ser usados em infografias interativas (Figura 46), onde o usuário participa da construção do caminho de leitura das informações. Aqui a forma e o uso das imagens técnicas se dá de acordo com o planejamento visual da infografia e com a programação computacional construída.

Figura 46

Infografia interativa



Notas. Quando o usuário passa o mouse sobre um ponto colorido (cada cor indica um partido) pode ver a foto e o número de votos de cada deputado eleito em 2018. (Folha de S. Paulo, 2018b).

39. **Galeria de dez fotos** sobre as consequências que a saída dos médicos cubanos trouxe para uma comunidade Kalunga no interior de Goiás.

A fotografia imersiva (360) também pode ser usada para a criação de narrativas interativas, sendo o modelo mais comum conhecido como *tour* virtual. Nele o usuário não apenas observa o ambiente ao seu redor, como pode se deslocar para outros espaços imersivos. Modelos que incluem possibilidades interativas mais complexas estão sendo experimentados, mas dependem ainda de programação específica ou do desenvolvimento de novos aplicativos. Já para a criação de *tours* virtuais há diversas plataformas disponíveis, inclusive nacionais.

Figura 47

Audiovisual interativo



ProPublica ([Allen & Pierce, 2013](#)).

Mas a produção audiovisual também pode ser interativa (Figura 47). A falta de aplicativos que possibilitem introduzir pontos de decisão do usuário em vídeos pode ser um dos elementos que tenha contribuído para seu uso ainda restrito, pois há a necessidade do trabalho de programadores para sua concretização. Aqui há momentos onde o usuário

precisa tomar decisões a respeito do caminho a seguir ou do acesso a informações complementares.

Incluímos nesta lista a realidade aumentada por considerar que existe potencial de seu uso, a partir de fotografias e vídeos. E embora a maioria dos relatos jornalísticos que tenham sido mapeados ao longo da pesquisa valham-se de imagens de síntese, encontramos em '*Augmented Reality: Four of the Best Olympians, as You've Never Seen Them*', do *The New York Times* (Branch, 2018), o uso de fotografias volumétricas de atletas, que podem ser visualizadas no ambiente em que o usuário estiver, bem como circundadas.

E embora as imagens de síntese e ilustrações também sejam muito usadas nos *newsgames*, neles no entanto é mais fácil encontrar narrativas que se valem de fotografias e/ou vídeos (Figura 48). Aqui tais imagens comumente são usadas na criação do ambiente do jogo ou para levar informações ao jogador.

Figura 48

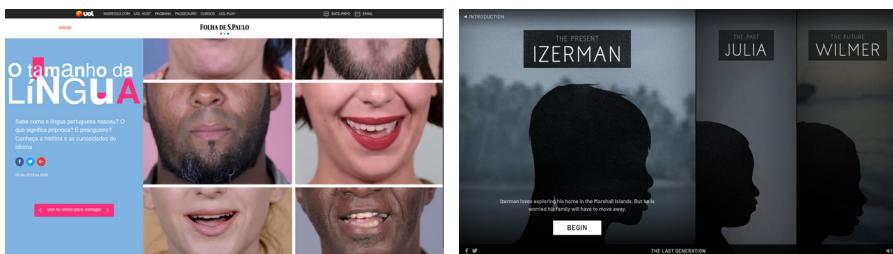
Newsgames



Mas também é possível construir um relato multimídia de forma que o usuário precise interagir com o conteúdo para explorá-lo (Figura 49). A maioria das narrativas desse formato que mapeamos permitem apenas seguir adiante ou voltar, não havendo bifurcações, o que poderia tornar a estória mais complexa (tanto do ponto de vista de sua construção quanto de sua leitura). O que algumas delas possuem são capítulos, subdivisão que torna possível transitar entre os relatos, mas que não implica bifurcações, posto que comumente o usuário só vai para eles pelo menu ou ao final do capítulo anterior.

Figura 49

Reportagens multimídia interativas



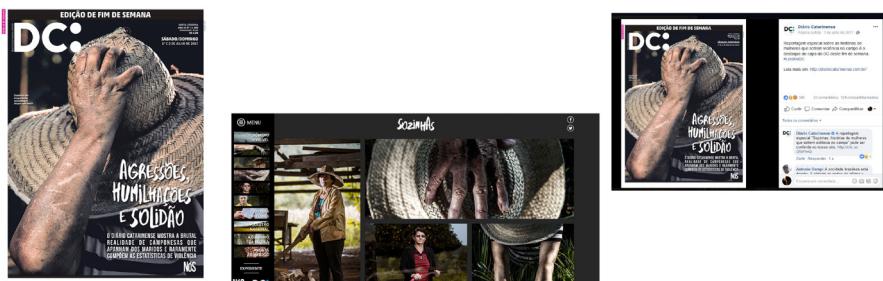
Folha de S. Paulo (2018c) e Frontline (s.d.).

Por fim a interatividade pode não constituir-se necessariamente em um elemento técnico da narrativa, mas em uma necessidade básica para que o usuário accesse suas diversas partes. É o que ocorre nas narrativas transmídia (Figura 50). Nelas não há obrigatoriedade de que existam hiperlinks entre as diversas partes, cabendo ao usuário buscar informações que o levem a encontrá-las. E embora geralmente haja uma estória central, cada parte deve funcionar de modo autônomo. “Na *transmedia storytelling*, o engajamento sucessivo com cada mídia aumenta para a

audiência a compreensão, o prazer e a afeição com a história" afirma Gosciola (2014, p. 10).

Figura 50

Narrativa transmídia



A. C. de A. Pimenta (2018, p. 5 e p. 6).

capítulo 4



A CREDIBILIDADE DOS RELATOS JORNALÍSTICOS COM IMAGENS

As fotografias usadas na produção de relatos jornalísticos geralmente passam por ajustes. Esse processo, que na época químico-analógica era feito em laboratórios, hoje é realizado através de aplicativos digitais, o que facilita sua execução, amplia o leque de efeitos a serem construídos e geralmente dificulta que as alterações sejam percebidas visualmente.

Tais possibilidades expandidas provocaram até mesmo uma certa aversão de alguns profissionais da imprensa para com alguns *softwares* de tratamento de imagem, por eles propiciarem algo que, embora já fosse possível antes, não era tão conhecido. Nossa objetivo aqui é discutir os limites do que pode ser alterado em uma imagem para uso jornalístico. Não trilharemos, no entanto, o caminho dos manuais, posto considerarmos

que não há regras universais a seguir, mas apenas parâmetros éticos a observar, o que implica que cada situação deve ser analisada dentro de seu contexto. Buscaremos, também, deslocar o centro da discussão dos dispositivos para a ética e a intencionalidade.

Tratamento

Observamos que há três momentos em que as fotos podem ser tratadas: na rua, pelo próprio fotógrafo, antes de enviar uma foto urgente para a redação; na redação (ou residência do fotógrafo) ao selecionar as imagens a serem entregues ao veículo; e depois que o editor escolhe a foto a ser usada, o que geralmente só ocorre na edição impressa e comumente é feito por um profissional próprio ou pelo diagramador. Em todos os casos isso é feito para ela se adequar às características da mídia em que será veiculada, dar mais destaque a algum elemento informativo ou deixá-la esteticamente mais palatável. Como não há padrões que digam como se obtém destaque ou o que é melhor ou pior esteticamente, esses tratamentos são feitos a partir de uma visão particular do veículo ou profissional.

Variados *softwares* são utilizados por diferentes atores para o tratamento das fotografias. Dentro da redação vemos que os fotógrafos utilizam mais o *Lightroom*, e os tratadores de imagem e diagramadores o *Photoshop*. Já na rua há diversos aplicativos sendo usados no *smartphone*, mas o *Snapseed* foi o mais citado. Apesar disso FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) explica que tratar imagens no celular é “um quebra-galho. [...] Bem limitado”.

As fotos publicadas na *web* recebem em geral apenas o tratamento dado pelo fotógrafo no momento da seleção, ou então apenas aquele

retoque possível com o auxílio do celular. Fora da redação isso só é feito quando há tempo disponível. Notamos que a imagem geralmente é tratada na rua porque o fotógrafo não quer se ver associado a uma fotografia que considera ruim. Tivemos poucas referências à solicitação de tratamento por parte do redator ou repórter que publica as imagens no site, e nenhuma a que esses profissionais do texto tenham tratado a imagem, o que significa que se o fotojornalista não a tratar ela será publicada como saiu da câmera.

É difícil porque na correria [...] eles nem se ligam muito. Não têm muito interesse na parte estética, da foto, igual à gente [...]. É nítida a diferença quando a gente [...] manda uma foto por *Whatsapp* [...] e quando a gente chega, descarrega, trata e joga no sistema. (FOTO-04, comunicação pessoal, 6 de março de 2018)

TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) diz que a única intervenção que faz nas fotografias é dar corte, para que elas fiquem no tamanho e proporção requeridos pelo CMS. Por isso vimos, em muitas ocasiões, imagens serem publicadas no site sem nenhum tratamento, pois o fotojornalista não teve tempo de fazê-lo, ou então porque foi captada por um repórter.

Na redação do sul, vemos que fazer correção do horizonte é um processo comum aos três fotógrafos. Reenquadramentos também são frequentemente dados, mas geralmente modificam pouco a cena. Uma exceção foi vista quando acompanhamos um repórter fotográfico transformar, por reenquadramento, uma imagem horizontal em vertical, algo que fora essa ocasião só vimos sendo feito por editores de imagem e diagramadores.

No centro-oeste FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) diz que geralmente faz reenquadramento e correção de exposição, e às vezes correção de cor. Conta que precisa fazer isso sempre que as fotos são para a EDITORIA DE CULTURA, mas se forem matérias do dia a dia ele só as trata quando tem tempo. A correção de exposição também é citada por FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) que, no entanto, diz que procura já deixar a foto com a iluminação equilibrada na captura.

Na redação do sudeste, FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) explica que não gosta de tratar muito as fotos. Faz o tratamento básico para que sejam usadas no uso no site, já que serão publicadas por um repórter ou redator na forma em que estiverem no sistema. Diz que é nesse primeiro ajuste que cada fotógrafo deixa sua ‘assinatura’, suas preferências, seu jeito pessoal. No caso dele, as imagens são geralmente escuras, o que – diz – deve ser respeitado por quem a tratar para uso no impresso. Acompanhamos esse fotógrafo trabalhar um conjunto de retratos, que passam por ajustes de exposição (realces, sombras, brancos e pretos), contraste, enquadramento e ajuste do horizonte. Para escolher entre fotos semelhantes ou verificar se o foco está perfeito ele dá um *zoom* no olho das pessoas retratadas. Diz que pode reenquadrar e mesmo apresentar um corte diferente do formato original (3x2) se considerar pertinente, mas que o editor também pode pedir para ver o original caso ache necessário, e eles debaterão sobre que corte usar.

FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) lembra que é comum alterar a saturação e a luminosidade das imagens captadas, e que nem sempre esse tratamento é feito para deixá-las mais próximas daquilo que o fotógrafo viu em campo. “Às vezes você tá pensando

em deixar ela mais esteticamente bonita”, diz. Mas ele diferencia esse tratamento das montagens. “Antes você usava filtro. [...] Quem disse que o filme fotográfico revela a exata cor?”, questiona, sugerindo que a fotografia nunca terá a mesma luz ou cor da cena vivenciada diretamente.

Eu acho que o peso [...] é na montagem. [...] Não no tratamento. [...] As paisagens têm dias. [...] Vai saber se naquele dia, aquela luz, determinado momento, não deixou aquela água verde [...] e aquele céu azul [...]. Ou o cara foi lá e meteu um filtro [...]. Você alterou uma percepção de cor. Eu não sei se a cor que você enxerga é a mesma cor que eu enxergo. [...] Eu não coloquei o céu pra baixo do oceano nem o oceano pra cima. [...] Percepção. [...] Você não tá montando. (FOTO-08, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

Mas há divergências entre os profissionais a respeito do grau de influência que o tratamento pode ter na estética da imagem.

Eu sou [...] contra esse excesso de manipulação e mesmo de tratamento. [...] Eu fotografo em RAW. [...] Ele é um arquivo bruto, então exige um certo tratamento pra você trazer isso pra uma coisa mais próxima [...] do real. Mas eu não sou também um radical, daqueles que você não pode dar um constrastezinho. Acho que tudo bem, desde que você não faça grandes coisas, que você não altere [...] a objetividade da cena [...] porque senão [...] aí virou subjetividade total! Eu acho que deixa de ser... jornalismo. Acho que tem um limite aí [...]. Mas no meu ponto de vista, isso de tirar coisa, ou, sei lá, um excesso de manipulação, eu acho ruim. (FOTO-12, comunicação pessoal, 26 de abril de 2018)

Mas nem sempre são os fotógrafos que fazem tais alterações. No veículo do sul, até alguns anos antes de nossa pesquisa, havia um profissional que tratava as imagens para a edição impressa. Quando ele foi demitido os diagramadores assumiram essa função, que geralmente

consiste em aumentar um pouco o contraste, clarear a imagem para que não sature na impressão, e passar de RGB para CMYK.

O veículo do sudeste foi o único onde encontramos profissionais que trabalham exclusivamente com o tratamento das imagens que irão para o impresso. Usam *Photoshop*, com monitor calibrado a cada seis ou oito meses, e assim conseguem corrigir as imagens visualmente. Acompanhamos o trabalho de um desses profissionais e vemos que comumente seu processo consiste em dar um pequeno ganho no contraste, deixar a imagem no tamanho em que será usada na página e aumentar levemente a nitidez. Em algumas fotos ele faz tratamentos específicos (clarear partes da imagem, criar uma vinheta, ajustar canais de cor, etc.). Por fim, aplica um perfil CMYK específico para a gráfica do jornal. Diz que para os profissionais da casa os tratamentos são dados de acordo com a preferência de cada fotógrafo, para respeitar as características de cada autor. Depois desse processo ele renomeia o arquivo, identificando que a foto já foi tratada e o profissional que fez esse tratamento. Algumas vezes um dos tratadores de imagem é chamado pelo editor quando há dúvida se determinada foto tem qualidade suficiente para ser usada no impresso, ou se é possível dar um ajuste adequado para esse uso.

Manipulação

O jornalismo vive da crença nas narrativas apresentadas. Cultural e historicamente aprendemos que podemos tomar os relatos jornalísticos como sendo uma versão bastante próxima daquilo que efetivamente ocorreu. Uma maior liberdade de análise só é dada, no texto, a gêneros como o ensaio ou a crítica. Nas narrativas jornalísticas visuais baseadas

em fotos ou vídeos a desconexão entre relato e realidade é pouco aceita. Fora do jornalismo, mas dentro do que é compreendido como narrativas sobre a realidade, essa liberdade também é dada às imagens dos documentários.

Conforme já discutimos, a captação de imagens *construídas* é vista com ressalvas por vários fotojornalistas, e o recurso à encenação – típico do retrato – só aceito em pautas frias. E isso está relacionado, essencialmente, com a necessidade que o jornalismo tem de credibilidade, bem como com uma compreensão de que o relato visual deve espelhar o fato.

Os jornalistas que acompanhamos ao longo de nossa pesquisa também demonstraram aceitar mais a manipulação durante a produção fotográfica (dirigir o personagem, mudar objetos de lugar, etc.) do que a manipulação na pós-produção (fundir imagens, apagar ou adicionar pessoas e objetos, etc.). FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) explica que para ele a diferença entre dirigir um personagem e manipulá-lo na pós-produção está na anuência da pessoa retratada.

Quando a gente pede pra ela vir andando, ou a gente pede pra ela posar a foto de alguma maneira, a gente tem uma relação ali de que ela tá fazendo aquilo por vontade própria [...]. Ela se dispôs a fazer aquilo ou ela tá fazendo. [...] E não no intuito de manipular a informação [...]. Porque de repente ela não quis [...] posar naquela situação, mas daí a gente vai lá e pega a foto que ela não tá do lado daquele [...] objeto, [...] porque ela não quis ir lá no local. [E] a gente bota ela do lado do objeto. Daí isso pra mim seria errado, seria antiético. Porque ela não quis ir lá naquele local.

Alguns apresentam uma postura mais radical. FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) diz que quando dirige a cena o fotógrafo está ‘armando’, e que ao usar o *Photoshop* está ‘manipulando’.

Ele rejeita os dois procedimentos, pois acredita que em ambos os casos o fotógrafo está enganando o leitor. Para ele isso afeta a credibilidade, pois o profissional que fizer qualquer uma delas ficará mal falado no próprio meio profissional.

Mas há também pontos de vista discordantes, como o exposto por FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018). Quando perguntamos se ele vê diferença entre colocar uma pessoa num determinado lugar dirigindo a foto ou por meio digital ele responde que “não, eu acho que tem o mesmo peso”.

A preocupação de que uma cena possa ser distorcida durante a produção e que isso venha a ser problemático também foi externada por um repórter de texto. Para ele o viés com que a mensagem é construída pode levar a uma compreensão direcionada do evento. Esse jornalista, no entanto, enxerga isso apenas com relação à imagem:

Eu fico receoso com [...] um limiar entre fazer essa mudança sem trair [...] o que foi apurado, e você fazer uma mudança e distorcer. Se bem que eu acho que mesmo sem montagem a imagem ela pode ser uma distorção. [...] Por exemplo, um político, você pode tirar uma imagem dele de baixo pra cima se você quer exaltar o cara. Ou de cima pra baixo, da careca do cara, se quer sacanear o cara. (TEXTO-06, comunicação pessoal, 7 de março de 2018).

Também já abordamos – ao falar das imagens *espontâneas, construídas e plantadas* – que a manipulação no ato de captação só é unanimemente rejeitado nas primeiras, que alguns fotógrafos chamam de ‘cenas’. Nesse sentido, manipular uma ‘cena’ levaria a uma compreensão incorreta da ação em curso, sendo diretamente associada a um desvio ético.

Talvez por isso quando falamos em ‘manipulação’ a maioria dos jornalistas logo pensa em intervenções realizadas depois da captura da imagem. É, portanto, nesse sentido ligado à pós-produção que abordaremos aqui a questão.

Uma das possibilidades apontadas ocorre no processo de edição, quando se cria a ligação entre o texto e a imagem. FOTO-X conta que no enterro de um político precisava fotografar o governador, mas ele ria e brincava com as pessoas o tempo todo, não fornecendo fotos utilizáveis. Atento, o fotógrafo nota que em um momento no qual estava junto ao caixão ele coça o olho, imagem que é captada. Essa foi a foto usada na matéria, apoiada por um título que dizia que o governador estava emocionado com a morte do colega. O que não necessariamente era falso. Mas a imagem usada não correspondia à ‘emoção’ que se buscava associar a ela.

FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) diz que não se preocupa com os usos posteriores, e mesmo com as manipulações que podem vir a ser feitas com o material fotográfico que ele produziu, porque acredita que não conseguirá acompanhar e controlar tudo isso. “Minha parte é fazer a imagem com ética, com o máximo de verdade que é possível colocar numa foto. [...] Depois disso é o trabalho de outra pessoa. Eu não posso ficar cuidando de tudo, senão eu viro um doido”.

Mesmo que os profissionais não consigam acompanhar e rastrear os usos futuros, buscamos delinear, junto àqueles que acompanhamos e entrevistamos, indicativos de onde pode situar-se a tênue linha que separa o que é aceito e o que é rejeitado. “Se tu fotografá aquela cadeira tu não pode tirar os pés da cadeira, porque a cadeira tá inteira. Porque as pessoas estão vendo [...]. A mesma cena que tu fotografou, muita

gente viu. Como que você vai adulterar?”, questiona EDITOR-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Para ele os veículos manipulam muito as imagens num sentido técnico, de melhorar cor, contraste e outros elementos. “Às vezes não tem céu e tu faz um céu. Às vezes a foto tem um teto e tu puxa ele... e tem coisas que tu apaga da foto”, como propagandas, cenas de nudez ou crianças. “Mas tu não faz a ponto de mudar a situação. Acho que essa é a diferença. [...] Tu não interfere na cena, mas tu pode limpar, pode tratar”. Afirmação que está longe de ser unanimidade.

Pois há quem rejeite as limpezas que esse editor aceita. “*Photoshop*, não. Não tem *Photoshop*”, diz FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) quando perguntamos se ele apagaria algo em uma fotografia. Apesar da aparente rigidez inicial, admite que algumas coisas podem ser mudadas: “embaciar rosto, alguma informação que possa prejudicar a pessoa. Então esse tipo de informação eu vou tentar cropar, se possível”. Diz que se baseia nos parâmetros do *World Press Photo*⁴⁰ de dar somente retoques básicos, não mudar cor e nenhuma característica da imagem. Para ele, alterar a imagem não faz parte do trabalho do jornalista. “O que vai conseguir aproximar mais do que você quer falar ou da experiência é a publicidade. Aí você vai editar do jeito que você quiser, do jeito que tá na tua cabeça” diz FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018).

40. O Código de Ética (*Code of ethics*) do World Press Photo (<https://www.worldpressphoto.org/>) pode ser consultado na aba do concurso anual (*Contest*). Sua compreensão completa requer ler também as regras de entrada no concurso (*Entry Rules*) e, no processo de verificação (*Verification process*), o item ‘Porque a manipulação importa’, todas presentes no espaço anual do concurso.

FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) cria um exemplo hipotético para exemplificar o que pensa, no qual usa uma ação (reenquadramento) comumente aceita, relativizando-a.

Eu tenho que fazer foto de uma bola vazia num campo de futebol. Vou atrás disso. Achei um campo de futebol com umas crianças. Em primeiro plano tá a criança, em segundo plano tá a bola, e em terceiro plano a trave. Eu vou lá num *crop* e tirei a criança da foto. Não! A criança tava no campo. Eu montei aquela imagem. [...] Eu falei ‘o campo tava vazio com uma bola perdida lá’. Aí eu acho que isso é complicado. [...] Se fosse, por exemplo, uma pauta onde eu tenho que fazer a criança jogando bola no campo de futebol, e lá atrás eu tenho uma lixeira, à direita, que interfere [...] que suja a imagem de uma maneira negativa, se eu tirar aí eu acho que eu não estou distorcendo a realidade, porque [...] ela não faz o contexto da informação.

Pode-se até questionar se essa lixeira não contextualiza ou identifica aquele campo, mas a questão central que ele destaca é que não se pode manipular elementos que venham a interferir na informação principal que está sendo veiculada. Fazê-lo seria uma atitude antiética, dentro dessa visão. Mas o ponto que pode gerar discórdias aqui é o conceito do que é uma informação ‘relevante’ ou ‘principal’.

Já EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) diz que não é comum a montagem de cenas, e acha muito difícil que isso ocorra no *hard news*, embora seja viável no que chama de ‘jornalismo de entretenimento’. E lembra de um caso que coloca em questão a manipulação digital para a correção de distorções visuais causadas pelas características óticas da objetiva.

Teve uma que o FOTO-05 fez esses tempos. Ele não alterou o sentido do fato. Ele aproximou alguma coisa na foto [...] porque a distância,

na foto, parecia uma distância gigantesca, e não era. Foi uma questão de percepção. Ele falou: ‘não era tão longe assim. Posso mexer?’’. Eu falei ‘ah, não vai alterar o sentido do fato...’’. Mas a gente tem resistência. Porque a gente ainda tem esse pensamento de se eu mexo na foto eu tô alterando o cenário que eu peguei lá.

Mas o local de uso também pode ser determinante da aceitação ou rejeição. FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) diz que é muito diferente uma imagem manipulada estar na matéria – onde ele acha problemático – ou na capa de uma revista. Nesse último caso ele não vê problemas, pois considera que ali seria um espaço de divulgação do conteúdo. E completa: “você não vê isso num jornal”. A ideia de que na capa é possível usar montagens também é corroborada por FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) para quem “a capa é feita pra vender”, ou seja, seria característica dela ter um apelo ‘publicitário’. Algo semelhante é defendido por EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) quando diz que “a gente nunca faria [uma montagem] no jornal [...] diário, numa capa de jornal, dentro [...]. Na revista, com uma produção... Mas [...] o certo é que o crédito seja ‘montagem feita por tal coisa’”. Aqui transparece também a diferença entre revistas e jornais. EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) também acredita que as alterações digitais são mais aceitáveis em uma revista do que num jornal. “No jornal [...] acho que seria obrigatório dizer que essa foto tinha passado por uma manipulação digital [...] porque [...] quem vê a fotografia ainda pensa que ela é espelho do real”. Nesses veículos a manipulação digital pode ser usada apenas nos retratos, avalia. Talvez uma questão relevante aqui seria descobrir

se os leitores realizam a mesma distinção entre jornais e revistas que os profissionais do jornalismo sugerem.

Mas há quem rejeite ou aceite uma manipulação a partir da avaliação da intenção daquele que monta a imagem. “Se for para expressar uma ideia, acredito que não há problemas. [...] Agora se você for fazer uma montagem para enganar, passar uma coisa que não é [...]. Mudar o contexto com uma imagem manipulada [...] já não é uma coisa [...] bacana”, argumenta FOTO-07 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). “Agora o que não dá é pra você não colocar o gravador [aponta para o equipamento que grava a entrevista] onde tinha um gravador”, diz FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018). E dá um exemplo fictício para deixar mais clara sua posição sobre quando se poderia ou não alterar uma imagem.

Você vai fazer um retrato de um cara. Você não tem opção nenhuma. [...] Só que essa parede tem uma porra dum interruptor horrível, desse tamanho [grande]. O que eu faço? Faço a foto do cara com o interruptor que vai ficar horrível, ou faço a foto do cara e depois meto um carimbinho⁴¹ e tiro o interruptor de lá? [...] Vai alterar alguma coisa se tiver o interruptor ou não lá? Se você souber que tinha e foi tirado? [...] O importante não é o retrato do cara? É o retrato. Isso não foi alterado. Agora fazer o retrato do cara e colocar na mão dele um cigarrinho, aí f****. [...] São coisas distintas. [...] Se eu fotografei o cara com o interruptor ali só eu fotografei. Você, que é do concorrente, não fotografou. Então só eu sei se tá ou não. Agora, se todo mundo fotografou o mesmo cara, com o mesmo interruptor ali em volta, eu não vou tirar a porra do interruptor nunca! Por que na minha foto não vai ter o interruptor e na do outro cara vai ter? Aí não!

41. Ele se refere à ferramenta usada para apagar elementos no *Photoshop*.

Ele considera que limitar as manipulações é algo necessário para o jornalismo.

Eu não tô sendo antiético em apagar uma sujeirinha que tava ali, só pra foto ficar esteticamente mais bonita [...]. Agora eu vou tá sendo antiético se eu apagar os dois caras que estavam ali no julgamento mas não faziam parte do negócio⁴². [...] Eu acho que são pesos diferentes. [...] Se você parte da premissa dos antigos, você tá alterando a cena a partir do momento que você levanta a câmera. [...] Agora, colocar ou tirar peças importantes da foto é mau caratismo (FOTO-08, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018).

Para FOTO-10 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) o problema da manipulação, seja digital ou não, existe no que ele chama de ‘cenas’, nas ações registradas.

A cena com auxílio digital ela deixa de ser verdadeira no jornalismo. [...] A manipulação digital você vai [...] criar um contexto. [...] Já vi criarem mais nuvens de bomba, de bombardeio. Não acho certo isso. [...] Eu acho que aí não pode existir manipulação digital nenhuma. Nem física nem digital. Você tá retratando um contexto social. [...] Você não pode interferir, você não pode falar nada, você não pode ter contato. [...]. Porque você tá mudando a verdade. Você tá ali pra fazer um registro da verdade. Que já é influenciado de alguma forma pela câmera.

E argumenta que é a intenção de quem cria a imagem que deve ser avaliada. “Eu acho que vai da intenção [...]. Independente de se a manipulação é digital, se ela é física. Eu acho que você fazer isso com a intenção de provocar um impacto ali, já...”. E mesmo que o leitor nunca

42. Aqui ele faz referência a um exemplo que lhe demos durante a entrevista, de duas pessoas que foram apagadas de uma fotografia porque – argumentou que alterou a foto – não participavam da cena principal.

venha a saber a intenção do fotógrafo, isso constitui problema. “Aí que mora a ética. [...] Eu acredito que é impossível você retratar a verdade absoluta ali, mas você tem que chegar o mais próximo possível”.

Figura 51

Imagen (abaixo) obtida pela junção de elementos de duas fotografias (acima)



Flybring (2009, p. 6 e p. 2, respectivamente).

Tentamos provocar, junto aos entrevistados, uma comparação entre os trabalhos com textos e fotos. Argumentamos que o repórter de texto pode conversar com a fonte durante cinco, dez minutos, uma hora, e tirar dessa conversa duas linhas. Porque ele condensa as informações, relatando aquilo que ouviu com suas próprias palavras. E ninguém diz que ele está mentindo. Ele não precisa citar literalmente a fala do entrevistado,

muito menos integralmente, pois a credibilidade (ou ausência dela) está ligada ao profissional, ao veículo ou ao fato em si. No fotojornalismo a mesma lógica não vale, uma vez que a credibilidade está associada a um suposto realismo fotográfico. Citamos o caso de Brian Walski (Figura 51) que montou duas fotos para produzir uma terceira que expressaria melhor o momento presenciado⁴³. Mas ele foi demitido em função dessa montagem.

Pra mim isso é publicidade. [...] ele tá criando uma imagem, não tá criando uma foto. [...] É uma montagem, e montagem não é válida no jornalismo. [...] Porque você distorce a realidade. Mesmo que você tá sentindo o clima, não era aquilo, tu montou aquilo. (FOTO-02, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

Já FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) faz uma crítica mais dura.

Pra mim isso é mau caratismo. Mostre as três fotos. [...] É querer ganhar prêmio, é querer ser melhor que os outros. [...] Acho antiético [...]. É aquela coisa da objetividade: impossível fazer numa cena só. [...] Quantas e quantas vezes eu senti alguma coisa e não consegui retratar na foto.

TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) se diz contrário à manipulação de imagens e textos no jornalismo, e enxerga paralelos entre as linguagens.

43. “Quando eu coloquei as fotos juntas, eu sabia o que estava fazendo. Parecia bom. Parecia melhor do que o que eu tinha, e eu disse ‘uau’” disse Walski a David Walker em entrevista de 2003 ([Flybring, 2009, p.10](#)). Em artigo também de 2003, Peter Gelzinis cita email que Walski teria enviado a amigos argumentando que queria mostrar o rosto do soldado invés de suas costas. ([Flybring, 2009, p. 11](#))

Acho que pode tirar a mensagem real. [...] De você colocar um carro que seja, ou um símbolo, uma bandeira. Tipo, tô num protesto de MST. 'Puxa, mas essa foto ficou fantástica, e eu não consegui pegar pelo ângulo a bandeira. Vou colocar aqui'. [...] Acho que nesse caso não teria uma maldade, mas quem colocaria limites? Se eu posso por uma bandeira, eu posso por uma pessoa. Se eu posso por uma pessoa, eu posso... [...] É eu acho que tem muita gente que extrapola alguns limites. [...] Mas o texto ele também pode ser muito perigoso. [...] Assim como uma fotografia, se o texto ele é montado, eu acho que está no mesmo patamar de uma foto montada, porque é falso. [...] Por exemplo, eu conversando com uma pessoa [...]. Eu acrecentei, com aspas, o que ela não me falou. [...] Eu acho que é o mesmo tipo de preocupação que tem que se ter [...] de acrescentar palavras, e acrescentar imagens. Ou mudar.

Já TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) demonstra acreditar que a possibilidade de falseamento é maior na edição de informação visual do que na textual.

Parece, em princípio, que existe um risco aí. [...] O texto [...] você não trai a ideia da pessoa, mas você enxuga. [...] Agora na foto [...] me parece, que existe um risco aí, de falsear alguma coisa. [...] No texto existe também esse risco. [...] Mas eu tenho a impressão que no texto ainda você pode ter uma fidelidade maior ao que foi apurado. [...] A montagem me soa ainda – não sei se é um preconceito ainda sobre isso – mas a montagem eu tenho um certo receio dela. [...] Eu lembro uma situação [...] de crianças pegando comidas no lixão. Mas não tinha essa imagem. Um professor, na época que eu tava estudando, contou essa história. [...] O cara que tava fazendo as filmagens pra TV jogou umas balas lá e as crianças começaram a pegar as balas. Na imagem viam-se crianças no lixo catando alguma coisa. E a matéria falava sobre crianças que catam comida no lixo pra sobreviver. Só que as crianças tavam pegando balas que o cara jogou. Ele não fez uma montagem da imagem, mas ele distorceu a realidade [...]. A imagem é autêntica. A realidade que foi mexida.

Aqui ele deixa expresso que a mensagem não é criada apenas por um dos elementos, seja textual ou imagética, mas sim pelo conjunto sincrético de todos os ‘textos’ disponíveis. Mas não presta atenção que foi o elemento textual que levou o receptor a ter uma compreensão da mensagem desconectada em relação ao que ocorreu na realidade, e não ‘a realidade que foi mexida’. O que sugere que os próprios jornalistas enxergam muito pouco os riscos da edição de textos, acreditando em sua fidedignidade, e talvez por não estarem acostumados com a linguagem visual, creem que ela é mais passível de engano. Desviam, assim, o foco da intenção de quem edita para a linguagem da mensagem ou, às vezes, para a tecnologia que permitiu a edição.

A visão de um repórter fotográfico sobre isso, no entanto, pode ser diferente. Questionado se um repórter de texto teria vantagem por conseguir condensar com suas próprias palavras algo que lhe foi dito, sem que isso configure necessariamente ‘manipulação’ do conteúdo caso seja mantido o sentido original, FOTO-08 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) diz: “Óbvio que tem. Ele tem ali não sei quantos mil toques [...]. A gente tem uma imagem”. O que também aponta para as limitações jornalísticas do uso de uma única imagem.

Para FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018) “fotografia é você fazer o que realmente é ali, no fotojornalismo. [...] Acho que a partir daí [...] você tá produzindo um material gráfico digital”. Para ele quem monta imagens não joga corretamente com os colegas de profissão.

Não é justo com os outros profissionais [...]. A gente tenta correr atrás, tentar chegar na hora do fato mesmo. [...] Os motoristas quando é esse tipo de situação eles pisam mesmo. [...] Porque eles

sabem dessa importância que a gente dá pra chegar no momento e tentar fazer o real. Justamente pra ter essa credibilidade.

FOTO-05 (comunicação pessoal, 28 de fevereiro de 2018) se diz totalmente contrário às manipulações digitais. “Mas eu não vou ser hipócrita, e eu vou falar pra você que eu já fiz. [...] Eu já apaguei coisas, assim, tipo apagar uma letra, um nome”. Diz também que tem amigos que fazem alterações mais drásticas. “Quando eu vejo uma foto de pôr do sol que eu sei que baixaram muito a exposição, que aquele sol não era pra estar assim, eu já acho ruim. Eu acho que tem que ser o mais natural possível”, argumenta.

“Eu acho que você manipular, colocar, tirar [...] ou abrir um olho é totalmente antiético. Você vai estar colocando uma informação que não é. [...] Tem muita gente que pisca. Aí você tira dez fotos para aproveitar uma”, sugere FOTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), colocando-se contrário mesmo às montagens que restabeleçam o que é visualmente factível.

Também os repórteres de texto se mostraram contrários à montagem de cenas através de ferramentas digitais nas imagens que captam. TEXTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) disse que prefere fazer muitas fotos, com variações, do que manipular, porque acha que é mais trabalhoso. TEXTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) acha que o uso de uma sequência de imagens pode evitar a necessidade de manipulação de uma única. Apenas TEXTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) enxerga alguma possibilidade de uso, mas no campo da experimentação, pois acha que pode dar brecha para dissimulações.

A credibilidade é apontada por vários dos jornalistas como o principal fator que os leva a não manipular, apesar da compreensão bastante diversa do termo em si.

O que tá no impresso é documento. Então tem muito cuidado na área de fotografia de não adulterar a imagem. [...] E pro público o que o jornal publica é verdadeiro. É claro que a gente edita imagens de acordo com critérios de edição. Tu pode esconder um desafeto político, por exemplo, mas tu não vai adulterar a imagem. (EDITOR-01, comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018)

Para EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) a resistência à manipulação está ligada ao medo de perder a credibilidade junto ao leitor ou mesmo junto aos colegas. “É forte pros profissionais. As pessoas estavam lá e elas viram. [...] É uma questão [...] ética [...] mesmo. Como que eu vou alterar um fato?”. E diz que o medo de ser acusado de ter ‘usado *Photoshop* em excesso’ leva os jornalistas a ficar mais cuidadosos. Mas também o medo de ser descoberto conta, como explicita FOTO-04 (comunicação pessoal, 6 de março de 2018). “Uma hora aparece [...]. Porque aquilo lá já vai tomar uma proporção. [...] Aí depois aparece alguém contestando. [...] Mesmo que não consiga provar, mas que conteste, aí ela já perde a credibilidade”. Para ele “o lance é [...] tentar mostrar o real mesmo. Por questão de ter credibilidade pra você não ter contestação”.

Os profissionais entrevistados foram unâimes em dizer que se o leitor for avisado que determinada imagem é uma montagem não haverá problemas em utilizá-la. Talvez seja isso que ocorre quando um texto é publicado com a cartola de ‘crítica’, ‘análise’ ou ‘ensaio’. O leitor é avisado que aquilo que vê ou lê não busca a exatidão do *hard news*, e

por isso lhe concede uma licença para nos apresentar uma visão mais geral e menos factual. Ele só não pode mentir (a menos que isso faça parte da retórica). Talvez esse caminho possa vir a ser construído com a aceitação e compreensão da complexidade da imagem. Uma imagem ensaística, analítica, reflexiva, crítica, que deixe claro – por algum meio, não necessariamente só o texto de aviso – que ela não busca ser descritiva nem representacional.

Mas o contexto contemporâneo de manipulação política e comercial pode minar tais usos. Questionamos EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) se as montagens e manipulações digitais que cotidianamente vemos, e que a cada dia ficam mais conhecidas, não poderiam estar desvinculando fotografia e realidade e, talvez, levando o jornalismo a poder usar montagens fotográficas para expressar ideias.

Acho que não. [...] Num período muito forte de *fake news*, você tem que ser cada vez mais literal naquilo que você tá mostrando. Você tem que dizer qual é a fonte daquela informação e da forma que ela foi feita [...]. Então esse tipo de montagem que você não tem a diferença entre o que é a parte da montagem e o que é real não vai ser muito bem-aceito. [...] Cria ruídos que não são desejáveis. [...] Acho que as pessoas em geral elas vão repelir cada vez mais. Qualquer coisa que dá a entender que é uma outra coisa e foi feita a partir de uma montagem e não foi especificada como montagem é um problema.

O que reforça nossa percepção de que a credibilidade do leitor é fundamental nas escolhas jornalísticas. Mas adiciona um elemento contextual – a dificuldade contemporânea em lidar com a incerteza e com a busca da melhor versão possível da realidade nos ambientes de redes

digitais – que certamente irá influir nas tomadas de decisão a respeito do uso de imagens jornalísticas.

Da Objetividade à Transparência

Considerada como a mais antiga ‘teoria’ sobre o Jornalismo, a compreensão de que “as notícias são como são porque a realidade assim as determina” (Traquina, 2004, p. 146) é a mais frágil e simplificadora das concepções a respeito da atividade. Nela é central o entendimento de que o jornalista e a instituição jornalística são agentes que não defendem interesses específicos, e buscam a verdade para bem informar a população. No discurso visual, ela se manifesta na ideia de que ao entregar grande nitidez e verossimilhança com o mundo físico, a fotografia permite construir um discurso visual neutro e imparcial.

A noção de objetividade possui um correspondente muito forte na compreensão da fotografia, que de certa forma permanece vivo no entendimento de que o fotojornalismo é um provedor de ‘provas’ visuais dos fatos ocorridos, e não de que as imagens entregam vieses, interpretações, releituras, representações, discursos ou narrativas acerca da realidade. Tagg (2005) busca demonstrar que o regime de verdade das sociedades ocidentais é remodelado a partir de usos policiais, jurídicos e institucionais da fotografia na segunda metade do século XIX. Nesse sentido, tomar a fotografia como prova de algo é uma construção social engendrada por seus usos e funções. Mas Sallet (2006) também sugere que o entendimento de que a imagem fotojornalística pode servir como testemunho deve muito à *fotografia direta (straight photography)*, movimento fotográfico que abre caminho para a imagem de cunho modernista que viria a se desenvolver nas décadas seguintes,

e influencia fortemente o fotojornalismo ao longo do século XX. “A *Straight Photography* apostava que o processo de significação da imagem fotográfica se apoiasse nela mesma, isto é, na autonomia do *medium* enquanto sistema de representação visual do mundo”, diz Sallet (2006, p. 18). Mas quando a imprensa usa essa compreensão para efeitos de comprovação da realidade observada pelo repórter, esquece que a fotografia direta foi uma opção política e artística de alguns fotógrafos em contraposição ao pictorialismo. Privilegiando cenas do dia a dia, defendendo a nitidez e o uso unicamente da câmera para produzir as imagens, eles rechaçavam a necessidade de intervenções para que a fotografia pudesse ser aceita como objeto artístico. Isso apontava no sentido da autonomia artística da fotografia, que seria obtida a partir do momento em que ela fosse tomada de forma direta, e não que tal método a tornasse mais objetiva ou documental.

Tal compreensão aderiu muito bem ao discurso da objetividade, neutralidade e imparcialidade jornalísticas por ter nascido dos mesmos ideais que forjaram o modelo de imprensa moderna (Gonçalves, 2009). Contudo o conceito se mostra problemático, posto que é entendido comumente, de forma reducionista, como sendo o contrário da subjetividade (Traquina, 2004).

Segundo Sponholz (2009), dentro do contexto jornalístico podemos falar em dois tipos de realidade: a física ou social, também chamada de realidade primária, que é tudo aquilo que acontece no mundo; e a midiática ou secundária, que é tudo o que vem a ser produzido pelo campo jornalístico. A realidade midiática é, portanto, uma representação simbólica da realidade física ou social, produzida pela mediação de um ou mais seres humanos.

E se alguns assuntos noticiáveis fazem parte da realidade física (a erupção de um vulcão) outros pertencem à realidade social (uma eleição ou o desemprego) e por isso dependem dos seres humanos para existir.

Somente parte da realidade a ser mediada pelo jornalismo tem um *status* ontológico objetivo, como por exemplo, catástrofes naturais. Mas a realidade que lhe serve como objeto como um todo é epistemologicamente objetiva, pois mesmo os objetos sociais – que não tem um *status* ontológico objetivo – existem indiferente da opinião ou julgamento de cada um. (Sponholz, 2009, p. 88)

Dizer que a realidade que serve de base ao jornalismo é epistemologicamente objetiva significa que ela pode ser verificada intersubjetivamente, e que portanto um fato da realidade social que for objeto de duas diferentes matérias jornalísticas não pode receber versões completamente diferentes, uma vez que ambas foram feitas a partir do mesmo acontecimento.

Mas a percepção do mundo externo é sempre seletiva, pois o ser humano não possui capacidade de abarcar o todo. Se quiser contar seu contato com o mundo para si ou para outros ele precisa fazer uma seleção e organizar a estória a partir de um ponto de vista. O jornalista vive o mesmo processo quando transforma o que observou em signos: o que as suas imagens, textos e sons contêm não é mais a realidade, mas uma construção desta. O que não significa que o relato não possa ter relação com o fato observado. Para Sponholz (2008) isso apenas demonstra a impossibilidade de isolar os aspectos subjetivos do processo de conhecimento da realidade, e destaca a falsidade da contraposição entre objetividade e subjetividade.

Sponholz (2009) também explica que o processo de conhecimento envolve três etapas. A primeira é a escolha de uma parte da realidade para ser observada. A segunda é a escolha de um ponto de vista para apreciar essa porção de realidade. A última é a representação da realidade observada, tarefa para a qual o observador se vale de símbolos. Na fotografia todo esse processo passa desapercebido. O enquadramento no visor e a posição do fotógrafo, ao serem naturalizados, parecem não ser escolhas. E a imagem captada, por sua semelhança plástica com objetos e pessoas do mundo físico, passa a impressão de ser um *analogon* perfeito, uma mensagem sem código (Barthes, 2000), quando o que ocorre é que os estímulos recebidos são interpretados através dos conhecimentos que possuímos, em uma espécie de comparação entre o que se vê e o que já se vivenciou. Apesar desse processo de conhecimento ser subjetivo é possível que a realidade e a reconstrução simbólica dela sejam correlatas, argumenta Sponholz (2009). O resultado, no entanto, não é um espelhamento, cópia ou construção da realidade, mas uma “representação através de construção” (Sponholz, 2009, p. 93).

Isso mostra que assim como há uma seleção das notícias a serem publicadas (White, 2016), há também um trabalho de *gatekeeper* na produção do material imagético, uma triagem inicial feita em dois níveis pelo próprio fotojornalista – em campo e quando chega à redação. Assim a separação entre o que será ou não publicado, que cabe ao editor de fotografia ou ao editor da matéria/caderno, já será feita a partir das escolhas do fotógrafo. Essas seleções geralmente se baseiam em critérios de noticiabilidade, definidos por Traquina como “o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia” (Traquina, 2005, p. 63). Mas no caso do

fotojornalista levarão em conta também valores estéticos e emocionais, bem como dependerão de fatores técnicos e contextuais.

Teixeira (2016) argumenta que perseguir uma suposta objetividade jornalística é buscar que haja sobreposição entre relato e referente. Para o autor o jornalismo ainda insiste nessa chave de compreensão porque é o único campo de produção de conhecimento que não passou pela virada linguística⁴⁴, ou seja, que não repensou suas abordagens – pelo menos de modo hegemônico – a partir do momento em que a filosofia concebeu uma nova relação entre linguagem e realidade. “Esforçam-se

44. A virada linguística foi uma mudança na forma de encarar a forma de produção do conhecimento. “A filosofia do sujeito ou da consciência, presa ao platonismo, realça a subjetividade privada em seu momento de representação mental ou reflexo especular da realidade. Pela tradicional teoria do conhecimento, essa relação mente/mundo era central, a linguagem e a comunicação eram secundárias” (Araújo, 2004, p. 106). Com a virada linguística passa-se a compreender que não é necessário haver representações exatas para que haja conhecimento, pois não se comprehende mais que haja uma mente que conhece o mundo pela razão, mas que há uma proposição que diz o mundo. “A virada lingüística [...] foi um passo definitivo para sepultar a herança platônica, cartesiana e kantiana, de que há um intelecto com uma capacidade de inteligibilidade [...], um sujeito com uma mente cognitiva com capacidade de produzir por si só o pensamento [...], e um ser dotado de uma razão cujos princípios puros, a priori, armam uma rede para toda e qualquer apreensão racional do mundo [...]. A virada lingüística veio para mostrar que há sentido no pensamento expresso em proposições [...]. O pensamento (Sinn) exprime uma proposição. Já as representações são de um sujeito a quem são dados objetos. Estados de coisa são apreendidos em pensamento, isto é, para se poder pensar e extrair fatos no mundo dos objetos representados, eles têm que vir expressos em proposições assertóricas, dotadas de valor de verdade. O pensamento liga-se a estados de coisa, e, para tal, serve-se da estrutura proposicional, portanto, de uma estrutura lingüística, gramaticalmente aceitável, pública, com significado comprehensível por todos que usam as mesmas expressões; seu conteúdo assertórico leva à pergunta pela verdade ou falsidade, portanto, ao posicionamento quanto à validade do juízo assertórico.” (Araújo, 2004, p. 107). Tal compreensão vai contra a noção anterior – causal – de que a linguagem seria capaz de representar univocamente algo, ou seja, que um nome corresponesse ao um objeto. A partir de então comprehende-se que o pensamento é exposto em proposições (que, para os fins de nosso trabalho, podem ser textuais, imagéticas ou sonoras), as quais são expressas através de uma estrutura, que pode estar sujeita a verificações de verdade/falsidade.

o quanto podem para neutralizar as marcas enunciativas [...] e seguem trabalhando como se a distinção entre fato e valor fosse verdade autoevidente" (Teixeira, 2016, p. 9). Esse é um dos motivos, acredita o autor, para que o jornalismo não se assuma enquanto narrativa, ou quando o faça ainda conserve a busca de uma correspondência entre o narrado e o ocorrido.

Não negamos o valor intrínseco da busca por clareza, exatidão e precisão, mas enxergamos que todos são limitados pela linguagem. Por isso argumentamos a favor de que o jornalismo assuma perante o público sua subjetividade e limitações, abrindo-se a críticas direcionadas ao enfoque, e não somente à precisão (que são corrigidas com os tradicionais 'erramos'). O que – acreditamos – caminha no mesmo sentido da argumentação de Sponholz (2009) de que é a intersubjetividade que nos trará maiores certezas – ou dúvidas – a respeito de nossa percepção da realidade.

É nesse sentido que expor suas escolhas e processo produtivo, estar aberto a críticas acerca dos vieses construídos nos relatos, assim como aprender com o retorno do público sobre a relação emocional provocada por determinada sintaxe ou semântica visual, pode ajudar o jornalismo a construir narrativas que mesmo se valendo de doses de subjetividade busquem também aproximação aos fatos ocorridos.

Se é irreal esperar que os jornalistas tenham tempo e mesmo interesse em detalhar ao público, nos mínimos detalhes, o processo de produção de cada matéria, já é possível ver alguns exemplos onde essa busca por transparência vem sendo feita. Weinberger (2009) argumenta que a transparência é a nova objetividade, uma vez que "o que costumávamos acreditar, porque pensávamos que o autor era objetivo, agora

acreditamos porque podemos ver através de seus escritos as fontes e valores que o trouxeram para essa posição”. Ele comprehende que está havendo uma troca porque a credibilidade que antes tínhamos no veículo agora estamos transferindo para as fontes. Apesar disso diz que o mecanismo que nos leva a acreditar funciona de maneira diferente, e que por isso, apesar de precisar ser aperfeiçoados, pode ser muito interessante. Porque se a noção de objetividade era baseada nas credenciais de autoridade de veículos ou jornalistas mais reconhecidos, mesmo que hoje continuemos crendo nas credenciais de especialistas e autoridades, queremos também saber mais detalhes ou informações acerca de onde eles tiram suas afirmações.

Isso muda não apenas como passamos a confiar no que lemos, mas em toda a ecologia da crença. Assim como a objetividade espelha a natureza essencial dos impressos – uma pessoa publica, o relatório é feito e o resto de nós lê – a transparência espelha a natureza da web: o conteúdo é linkado, público, discutido e sempre sujeito a disputas e revisões. (Weinberger, 2009)

Tudo isso leva o jornalismo a precisar se aproximar da audiência. Anderson et al. (2013) sugerem que os veículos jornalísticos precisam aprender a trabalhar em conjunto com os usuários no processo de busca e compartilhamento – muitas vezes comentado – de notícias. Bruns (2011), que chama esse processo de *curadoria* ou *gatewatching*, sugere que essas redes favorecem a construção colaborativa de uma compreensão coletiva dos eventos.

O diálogo entre jornalistas e público pode provocar uma abertura do processo comunicativo, posto que os leitores a cada dia buscam – dentro ou fora do jornalismo – mais elementos que adicionem credibilidade à

informação. Sant'anna (2008) lembra que credibilidade é a característica que permitirá a sobrevivência dos jornais – o que, aqui, compreendemos como a sobrevivência do jornalismo – pois sem ela não haverá consumidores para as notícias.

Mas ser transparente, no limite, é uma impossibilidade, tanto quanto ser objetivo. O que não implica que o *desejo por transparência* não seja relevante. Pois se o jornalismo legitimou sua linguagem a partir de um esforço em apagar as marcas de enunciação (Resende, 2011), reinseri-las no discurso – mesmo que parcialmente – pode fornecer aos receptores informações relevantes sobre o enunciador. Nos referimos aqui a todas as marcas da presença do jornalista, de seus pontos de observação, de suas escolhas de abordagem, fontes ou edição, daquilo que ele não conseguiu ou mesmo escolheu deixar de fora, das facilidades e dificuldades que encontrou, entre outros caminhos e descaminhos que levaram à produção daquele discurso específico. O que no limite também é ingênuo supor que vá ocorrer por completo, até pelos interesses em jogo. Mas que, visto sob esse prisma, pode ser mais palpável de reconhecer, defender ou lutar para que exista na prática cotidiana. Enxergamos que a presença de tais marcas pode se aproximar mais do que aqui chamamos de *desejo de transparência* do que discursos editoriais acerca do posicionamento ideológico do veículo, tão suscetíveis que são aos ventos do poder político e econômico que de tempos em tempos se sucedem.

Há o risco, no entanto, de que tal movimento se transforme em um *reality show* dos bastidores da produção jornalística, que buscam mais inflar a audiência do que apresentar as influências do percurso na produção da narrativa. Mesmo nessas condições quase publicitárias, nos

parece ser uma opção mais efetiva do que buscar uma objetividade ou transparência inatingíveis.

Tal *desejo de transparência* pode ser potencializado pelo caráter transmídiático que a circulação em rede pode agregar àquilo que o próprio veículo revela. E reforçado por abordagens mídia-educativas baseadas no tripé uso-crítica-produção (Pereira, 2008). Ou seja, o que o jornalista faz ou deixa de fazer, os caminhos que escolhe, as fontes que ouve, as construções visuais que apresenta, terão um significado mais abrangente caso os receptores entrelacem seus conhecimentos cotidianos a respeito do uso das mídias, com conhecimentos práticos de como elas são ou podem ser produzidas e com conhecimentos e discussões ligados a seus usos políticos, interesses econômicos, funções sociais, efeitos psicológicos, etc, bem como se forem receptores ativos que buscam pela informação nas mais diferentes mídias disponíveis hoje.

Essa discussão não fazia parte do planejamento original de nossa pesquisa. Mas o aparecimento de algumas questões ao longo do processo de observação de campo nos levou a incluir perguntas ligadas à visão dos profissionais a respeito desse tema. Tal abordagem não permite, no entanto, o aprofundamento da questão. Assim, nosso objetivo ao relatá-lo é dar visibilidade à compreensão que vimos presente dentro das redações pesquisadas, o que apresentamos a seguir.

No sentido de ir direto ao assunto, sem rodeios, FOTO-09 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) acha que o jornalismo tem de ser objetivo. “Acho que tem que ser objetivo até pra se atingir o público de fato, sem ter muitas delongas. Porque é um jornal diário. Não tem como atingir o público como se fosse um livro, uma matéria de revista. Tem que ter a objetividade do fotojornalismo diário”. Mas ele considera

que objetividade não existe se o sentido for o de que o fotógrafo não interfere na mensagem que produz.

Isso é um pouco de hipocrisia. Falar que você ali é só uma máquina fotografando aquilo. Não. É sua cara, você tá pensando, você tá fazendo aquilo porque você acredita em alguma coisa. [...] Todo mundo tem as suas paixões. E o lance é você saber desassociar isso do seu trabalho. [...] Óbvio que é muito difícil. [...] Óbvio que é uma leitura minha. [...] Não é uma leitura do jornal. [...] Por isso que você tem que se informar, por isso que você tem que ler, por isso que você tem que saber quem que é. (FOTO-09, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) diz que a objetividade completa, ideal, não existe.

O fotojornalismo é calcado numa ideia super dramática, enviesada, sobre qualquer tipo de evento. Você tradicionalmente vê a escolha de fotos feita a partir daquilo que é espetacular, daquilo que é exótico, daquilo [...] que não representa o que é o comum daquele evento.

Citando a revista *Colors* (<https://shop-colorsmagazine.com/>) ele exemplifica o que considera ser uma fotografia mais objetiva.

Por exemplo, eles vão falar sobre protesto, eles não vão lá e fotografam... um protesto de sem-terra. Eles vão lá e fotografam *stills* dos objetos usados pelos sem-terra durante o protesto. Então o facão, a madeira, um capacete... Eles tentam, assim, desconstruir o que foi o protesto. Deixar de um jeito mais objetivo e mais direto.

EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) chama essa estética de ‘forense’. “São coisas que se aproximam muito mais de uma objetividade do que uma foto que tem uma pessoa chorando do lado de

um caixão”, diz. Para ele o fotojornalismo ainda busca muito emocionar, o que ele considera um problema. Nesse sentido a ideia de isolar os objetos, fazendo fotos produzidas, e não captando o espontâneo, seria uma maneira de tentar descrever a pessoa retratada.

Em vez de você dar um significado pra aquela pessoa. Quando você trata a pessoa mais como substantivo do que como verbo, você tá chegando mais próximo de uma objetividade. [...] Mas sinto que é uma batalha quase perdida. [...] A tradição do fotojornalismo é uma outra coisa. É a coisa Bressoniana, é a coisa da ação, é a coisa pra enternecer, pra atrair o leitor... tem uma coisa um pouco vendedora. (EDITOR-05, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

Ele cita o trabalho do Coletivo Trema – formado por quatro fotojornalistas que atuaram em veículos do sudeste – como exemplo brasileiro de tal estética. Eles contaram desta forma a reintegração de posse da comunidade do Pinheirinho, em São José dos Campos ([Tito, 2015](#)).

Esses caras fotografaram essas pessoas que participaram desse protesto pra repelir a reintegração de posse. Primeiro a pessoa com a roupa dela normal e depois ela vestida num fundo branco. [...] É um jornalismo, pra mim, muito mais descritivo. Você tá isolando a pessoa do meio em que ela vive ali pra descrever quem que é aquele personagem. [...] A pessoa não tá interpretando um papel, ela não tá fazendo uma posição de dar uma cacetada. Ela tá simplesmente parada em frente à câmera, como se fosse um objeto de estudo.

A coexistência entre objetividade e subjetividade, ou – talvez possa ser compreendido dessa forma – entre a expressividade e a documentação, na produção fotográfica, é apontada por um fotojornalista, sugerindo uma visão desatrelada da compreensão da imagem como espelho do real, mas que nem por isso é tomada como ficção.

Eu não acredito nessa objetividade do jornalismo. Eu acho que o fato de ter alguém ali por trás fazendo já é subjetivo. A escolha da pauta [...], o modo como você vai abordar, etc., já tem uma subjetividade. [...] E a fotografia mais ainda. [...] Eu acho que a gente consegue contar [...] porque tem uma coisa mista entre a subjetividade e a objetividade. [...] Inclusive essa subjetividade é boa porque também gera um outro tipo de reflexão. [...] Você tem tanta informação hoje, tanta coisa chegando, que se você for uma coisa simplesmente objetividade pura... a fotografia perde até o sentido. (FOTO-12, comunicação pessoal, 26 de abril de 2018)

E podem haver momentos, ou tipos de trabalho, onde o fotógrafo tenha mais espaço para incorporar seus pensamentos ou ideias, seu modo de ver o mundo ou sua compreensão a respeito do assunto em foco.

Um retrato carrega muita influência disso [da bagagem cultural do fotógrafo]. Ou uma cobertura jornalística. Cotidiano já não, você tem que ser isento. Tem o meu estilo de imagem, mas o meu estilo de imagem não altera a realidade. [...] Acho que a isenção total não existe. [...] Eu posso estar do lado de quem tá batendo e não de quem tá apanhando. [...] A imagem, ela vai favorecer alguma coisa sempre. O seu posicionamento já acaba com uma verdade absoluta. [...] Isenção é você não chegar lá com uma ideologia política. [...] É chegar aberto pra ver aquilo que você consegue descobrir ali. [...] Eu ter a minha opinião não quer dizer que eu preciso levar ela pra pauta. [...] A minha bagagem vai construir o estilo da minha imagem, mas não o conteúdo da minha imagem. (FOTO-10, comunicação pessoal, 3 de abril de 2018)

Apesar de relativizar a ‘verdade’ fotográfica FOTO-10 afirma: “Você vai documentar a guerra, aquilo ali é a verdade. Você tá abrindo uma janela dentro da casa do leitor, da verdade, uma cena dali”, repetindo a tradicional compreensão de que a fotografia é uma ‘janela’ que permite ver o mundo. O que destaca a força que essa noção ainda tem, mesmo

junto a quem reflete criticamente sobre a objetividade da imagem jornalística.

A Ética como Caminho

Se há uma miríade de possibilidades através das quais o público pode acessar informações que sejam relevantes para suas vidas, se grande parte dessas fontes são gratuitas e podem ser acessadas com um toque da ponta dos dedos, e se há um certo temor de que os veículos jornalísticos sejam influenciados pela publicidade e por grupos políticos, por que então as pessoas continuam a consumir e acreditar em informações produzidas pela imprensa? Ou, sendo mais específico em relação ao nosso foco: por que acreditar na veracidade das imagens fotográficas e videográficas que veiculamos?

Català, ao discutir a insistência do jornalismo em buscar sustentação em uma suposta capacidade testemunhal das imagens técnicas, propõe considerar o fotojornalismo como um conceito dialético, que assimila as diversas contradições da sociedade para tornar possível discuti-las. Mesmo concordando – assim como apontam outros pesquisadores – que negar a objetividade das imagens pode levar a uma acusação de relativismo, ele aponta que a negação da capacidade testemunhal é uma postura mais transparente que se valer do conceito de verdade, uma vez que este último ao buscar eliminar todas as dúvidas pode ser – e efetivamente é – usado ideologicamente. “Seguir buscando uma *narração* da verdade, sabendo que é uma tarefa impossível, pode ser a forma mais adequada de encarar a necessária postura relativista contemporânea da forma mais positiva possível” (Català, 2011, p. 7). Para ele o fotojornalismo não deve renunciar nem à busca da verdade,

nem à crítica social, mas deve refletir melhor a respeito do que são a verdade e a crítica hoje, em um mundo onde as tecnologias permitem produzir representações nas quais o que é verdadeiro não tenha os mesmos valores e operatividade de anos atrás. Apontando na direção do que indica o estudo de Lehmuskallio et al. (2019), Català considera ser impossível, dentro do panorama tecnológico atual, saber quando uma imagem é fidedigna ao evento de realidade que busca registrar, e que portanto a noção de verdade deveria estar desatrelada de tal busca, posto que a resposta estará alicerçada sempre sobre uma crença. Da mesma forma, saber que a honestidade dos jornalistas pode não estar imune às tentações disponibilizadas pelas tecnologias não resolve nossos problemas. Por isso é preciso buscar a aproximação com a verdade através de outro caminho.

É interessante lembrar que as redações hoje estão tendo dificuldades semelhantes às dos consumidores para validar as informações visuais que recebem. Até que ponto o viés ideológico e as crenças de quem fotografou influíram nas imagens captadas? Os pontos de vista apresentados são representativos do que ocorreu? Perguntas que um editor precisa fazer quando recebe uma imagem externa à equipe (ou às vezes até mesmo quando as recebe de um profissional do veículo). A simplicidade de alteração delas provoca ainda reflexões sobre os limites éticos, tanto no que diz respeito à autoria (o autor é o fotógrafo que produziu a imagem, é o profissional que a editou para que se

chegasse à versão que foi veiculada, ou são ambos⁴⁵? Ou, além disso, o autor é quem se designa como tal⁴⁶?) quanto sobre a expressividade que pode ser obtida através de trucagens que não deixam marcas para o receptor. A fotografia digital tem sido mencionada como facilitadora de tais desvios, e por vezes os aplicativos de tratamento e montagem apontados como ferramentas responsáveis por tais casos. Mas há ao menos dois apagamentos nessa retórica: a manipulação (retirada de partes, montagem a partir de duas ou mais imagens, inversões, etc.) já existia no meio analógico; e os programas necessitam de pessoas que lhes operem e planejem o resultado final. O que implica que é a busca da verossimilhança para validar discursos textuais que tenta confinar a fotografia no extremo documental, negando-lhe a porção expressiva.

Por isso vale a pena questionar: se aprendemos a ler audiovisuais onde a montagem com imagens-tempo quebra a sequencialidade da imagem-movimento captada; se nas entrevistas em áudio ou texto é possível retirar trechos das falas dos entrevistados, aproximando dois pontos e criando com isso associações que não foram feitas originalmente; e se

-
45. Em 2004 o fotógrafo Ricardo Cunha, ganhador na categoria Publicidade do Prêmio Conrado Wessel teve a autoria contestada pelo editor de imagens Leonardo Candian, que alegava ter sido o responsável pela concepção e resultado final da imagem. A polêmica, que foi parar na justiça, levou os organizadores do concurso a mudar o regulamento, dando mais ênfase ao trabalho do fotógrafo, e posteriormente acabar com a categoria de fotografia publicitária, onde a manipulação não é apenas aceita como efetivamente muito usada (Branco, 2019)
 46. Em 2017 veio à tona o caso do brasileiro Eduardo Martins, que se dizia fotógrafo da ONU, sobre o qual surgiram suspeitas tanto em relação à autoria das fotos postadas quanto à própria identidade. Algumas das fotos que ele veiculou foram identificadas como tendo sido feitas pelo fotojornalista norte-americano Daniel Britt. Após as denúncias, Martins não foi mais encontrado (Sanches et al., 2017). As *selfies* que postava nas redes sociais eram na verdade imagens do surfista britânico Max Hepworth-Povey (BBC, 2017). Esse está longe de ser o único caso onde pessoas se passam por autores de fotos que não foram feitas por elas.

tudo isso é aceito no jornalismo; porque a fotografia ainda se mantém presa ao regime da *straight photography*? Ao que parece, no texto e no áudio nossa confiança está depositada nos veículos ou profissionais, enquanto nas imagens acreditamos naquilo que vemos, ou seja, nas próprias imagens.

Ou, dito de outro modo: quais são os limites da reconstrução jornalística quando os emissores e os receptores ainda estão acostumados a uma característica falsa – a objetividade fotográfica – ainda muito presente e forte em nossa sociedade? Cabe ao jornalismo forçar tais limites, buscando atuar de modo educativo? Ou precisamos nos conformar a eles para evitar leituras enviesadas, mesmo que com isso continuemos a nos valer de valores já conceitualmente superados?

Català aponta para as relações híbridas entre jornalismo e literatura como um caminho interessante para se pensar as imagens jornalísticas. Para ele falta ao (foto)jornalismo a sensibilidade literária, no sentido de que é preciso “levar em conta que narrar é algo mais sutil e profundo que produzir testemunhos objetivos” (2011, p. 10). Pois se não esperamos que um relato escrito seja uma cópia fiel do que ocorreu ou foi dito, por que devemos esperar isso de um relato visual? A resposta, pelo menos no que diz respeito ao fotojornalismo, parece estar no fato de que os relatos visuais têm tido como base a ‘certeza’ de que fotografias nos mostram a verdade, porque elas se parecem com o que vemos no mundo físico. Entretanto

Não apenas a verdade é fruto de um trabalho intenso, mas a própria realidade deve ser trabalhada para que apareça. [...] já no século XVIII Lessing destacava a necessidade que tem as artes plásticas de enganar para alcançar algo parecido com a verdade ‘não somente no que

diz respeito às proporções, mas também em relação à escolha do momento da cena a representar' (Català, 2011, p. 11)

A seleção do momento representado ganhou ares míticos com Cartier-Bresson, para quem a fotografia seria “o reconhecimento simultâneo, numa fração de segundo, por um lado, da significação de um fato, e por outro, de uma organização rigorosa das formas percebidas visualmente que exprimem este fato” (2004, p. 29). Isso implica a ideia de um testemunho espontâneo, para o qual o fotógrafo deveria estar sempre desrido – como se isso fosse possível – de quaisquer ideias preconcebidas a respeito do mundo e daquilo que ele acompanha. Essa suposta naturalidade esconderia sua representação. A crença na não interferência do fotógrafo como fator primordial para garantir a verdade fotográfica é tão grande que – compara Català – uma fotografia fotojornalística encenada não é nem de perto tão desvalorizada quanto uma foto montada. Ele compara as imagens de um evento feito para a imprensa – o presidente estadunidense George W. Bush anunciando, no porta-aviões Abraham Lincoln, que havia ganho a guerra do Iraque – com imagens montadas digitalmente – a foto produzida por Brian Walski a partir da junção de dois instantâneos em um campo de refugiados. E conclui não ter notícia de nenhum jornalista que tenha sido demitido, como Walski foi, por ter captado uma *foto-oportunidade*, “apesar de que a falsificação nestes casos são muito mais profundas e danosas que as efetuadas por Walski” (2011, p. 17). Defesa semelhante ocorreu quando o repórter fotográfico Patrick Schneider perdeu três prêmios por haver alterado imagens além do permitido pelo código de ética da NCPPA (*North Carolina Press Photographers Association*). Na ocasião

o fotógrafo e fotojornalista mexicano Pedro Meyer pronunciou-se, de forma contundente e polêmica, defendendo que ninguém deveria dizer que ferramentas os fotógrafos podem ou não usar, mas que deveria ser considerada a veracidade da estória contada⁴⁷ (Meyer, 2003). Para Meyer, naquela situação as alterações digitais não transformavam a estória e por isso deveriam ser aceitas.

Isso sugere que a noção tradicional de repórter fotográfico está atrelada à imagem do fotógrafo *caçador*, ou seja, aquele que procura as imagens até encontrar a que melhor representa a realidade. Sugere também que aceita-se sem problemas a noção do fotojornalista *coletor*, que capta tudo que passar pela sua frente, e do fotógrafo *pescador*, que ‘joga a isca’ à espera de que algo interessante aconteça. Mas que temos dificuldades em aceitar – ou, na verdade, fingimos que não existe – o *construtor*, que produz as imagens a partir de um planejamento ou ideia preconcebida. Todos os quatro estilos, no entanto, estão presentes no trabalho da imprensa, em maior ou menor grau, por mais que a imagem pública valorize apenas o primeiro, conforme já discutimos em capítulo anterior.

Catalá (2011) propõe superar nosso apego à ótica através da ética. Ao ter consciência de que a imagem é um discurso que pode ser manipulado por diversos fatores – e não apenas pelo tecnológico – podemos buscar outros elementos além da simples visualização para produzir conhecimento através delas (Figura 52). Ele propõe que as ferramentas retóricas de uma boa fotografia podem ser encontradas na inversão da desaprovação à manipulação técnica, sem renunciar ao valor testemunhal,

47. *In defense of photographer Patrick Schneider*

de crítica ou denúncia que tais imagens podem trazer, nem deixar de condenar as manipulações mal-intencionadas. O que direcionaria os códigos de ética a avaliar a intencionalidade e os efeitos de significado das intervenções, e não simplesmente reprovar um modo de manipulação (na pós-produção) e aceitar outro (na pré-produção e na captação).

São temas que geralmente vem sendo abordados pelo viés crítico, recebendo pouca atenção pela perspectiva das motivações profissionais ou das possibilidades narrativas, que são os pontos de observação de nosso interesse nesse trabalho, no que diz respeito especificamente às potencialidades documentais e expressivas das imagens técnicas, bem como das possibilidades de edição e montagem de tais imagens.

Figura 52

Manipulação como ato discursivo

WILTON JUNIOR/AE



Notas. ‘Touché’, de Wilton Júnior, foi produzida a partir do conhecimento prévio do fotógrafo, que aguardou o momento desejado para efetuar o disparo, e depois reenquadrou e girou a imagem para obter o efeito desejado. É um discurso visual que foi usado junto à matéria “Desconfiado de Dilma, PMDB faz plano para 2014”. (Domingos, 2011, p. A7).

Credibilidade

Se as teorias da fotografia já relativizaram, há tempos, um suposto realismo fotográfico, essa era uma noção ainda muito forte entre os consumidores de jornalismo e mesmo entre os jornalistas durante a era da imagem técnica químico-analógica. A digitalização, e a consequente facilitação da manipulação após a captura colocaram em xeque – mesmo que de maneira enviesada – a crença no realismo fotográfico, em função do conhecimento que o público passa a ter no manuseio de tais aplicativos, bem como devido aos muitos casos conhecidos de alterações. E se as manipulações digitais são apenas uma das formas de afastar ou mesmo desvincular completamente a representação que a imagem apresenta daquilo que efetivamente sucedeu-se, isso, no entanto, parece ter contribuído para – junto a outros fatores – abalar uma das bases do jornalismo, que é a crença na veracidade do relato.

Apesar dessas transformações, as funções dadas a textos, sons e imagens parecem não ter se alterado. Percebemos isso quando vemos que a Folha de S. Paulo, um dos maiores veículos jornalísticos brasileiros, afirma, em seu Manual de Redação, que “o maior patrimônio do jornalismo é a credibilidade” (Folha de S. Paulo, 2018a, p. 43), mas não traz sequer um capítulo focado na captação e uso da imagens. Será que os mesmos valores e regras que levam a que se tenha credibilidade em narrativas textuais valem para as imagéticas? Ou os jornais simplesmente continuam a entender que fora a manipulação digital as imagens continuam a ser testemunhos do real?

Por isso também questionamos, junto aos jornalistas que entrevistamos, por que eles consideram que as pessoas acreditam nas imagens que são publicadas pela imprensa. A partir das respostas dadas percebemos

que os fotojornalistas ainda creem fortemente na capacidade da imagem fotográfica ou de vídeo em representar o mundo e carregar testemunho. “A imagem [...] ainda tem uma grande credibilidade. Porque é aquela ali. [...] Se, a partir do momento que as pessoas tiverem dúvidas se aquilo ali é aquilo ali, aí o fotojornalismo perdeu a credibilidade” diz FOTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018). Consideremos que isso é compreensível pelo fato de que além de produtores das imagens eles são também testemunhas oculares, e teriam grande dificuldade em não enxergar o fato nas imagens que produziram. Mas essa não é uma relação automática ou universal.

EDITOR-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) acredita que a credibilidade se assenta “nessa base histórica de que os jornais publicam o que é verdade”. Por outro lado ele enxerga que ela também está relacionada a quem a publica, crendo num valor maior para o que é veiculado pela imprensa. “A foto do jornal é a foto mais confiável do que a que tá circulando por aí” diz. Nesse sentido, antes de acreditar em um conteúdo específico, os leitores teriam confiança em uma fonte de informação, que pode ser um jornal, site ou emissora de TV. “Eu acho que a pessoa acredita no jornal se ela acompanhar o jornal. [...] Tudo depende um pouco da capacidade da pessoa, né. O discernir”, complementa. Outros vão um pouco além e ligam a credibilidade (ou falta desta) ao grupo que detém o veículo jornalístico. “A gente sabe que quando uma coisa sai na afiliada da TV Globo ela ganha poder de verdade. [...] Existe uma credibilidade. Mas existe também um movimento de colocar em cheque essa credibilidade. [...] Antes a credibilidade era maior”, diz EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018), que relaciona o aumento da dúvida ao poder que a internet tem dado

às pessoas de questionar as informações veiculadas, por terem acesso a outras versões.

Eu acho que no fundo elas ainda acreditam no jornalismo [...]. Então se você não tá amparado, dentro de alguma coisa confiável, que as pessoas, bem ou mal, confiam [...] a imagem começa a ser questionada [...]. Eu acho que o que dá uma certa credibilidade [...] porque tá dentro dessa embalagem que as pessoas sabem que tem um mínimo de procedimento, de técnica [...]. Acho que tá muito vinculado a isso. (FOTO-12, comunicação pessoal, 26 de abril de 2018)

EDITOR-06 (comunicação pessoal, 3 de abril de 2018) também considera que as pessoas acreditam que as fotografias publicadas são verdadeiras porque dão crédito ao veículo. Para ele a credibilidade está basicamente focada no veículo, porque a maioria dos leitores não conhecem os fotógrafos.

Uma foto que você faz pela AGÊNCIA-FOTOGRÁFICA-A de um caso que parece coisa irreal, se ela for publicada no JORNAL ela tem a chancela de que aquilo foi checado. Quando você sabe quais são as regras de publicação de um veículo grande [...] aquilo tem um verniz de verdade. [...] É bem diferente uma imagem que você recebe pelo WhatsApp e quando é um jornalista do JORNAL te dizendo aquilo. (EDITOR-05, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

A reflexão apresentada por EDITOR-05 (comunicação pessoal, 2 de abril de 2018) contraria a noção de que as pessoas acreditam mais nas fontes próximas, ou seja, de que uma imagem recebida de um amigo ou conhecido via WhatsApp teria mais confiabilidade que a de um jornalista que ela não conhece pessoalmente (Mendes, 2019). Uma estória contada

por FOTO-11 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) também ilustra essa crença nos grandes veículos de comunicação.

Esses dias eu tava falando com o [motorista de] Uber, e ele tava falando ‘eu li uma notícia que o shopping não sei o que é do Lula’. Falei ‘onde você leu isso? Você viu isso no JORNAL? Você viu isso no JORNAL-B, JORNAL-C, JORNAL-D? Se você não viu, cara, você viu isso no blog do Juquinha? [...]’. A gente sabe que os grandes jornais, às vezes, dão um destaque maior pra um assunto e um destaque menor pra outro assunto. Mas os dois assuntos são verdadeiros.

Alguns profissionais, como TEXTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018), acham que a credibilidade também pode estar relacionada a um jornalista específico quando o leitor já conhece seu trabalho. “Tem muito a questão ‘ah, mas é do fotógrafo tal. Eu conheço a trajetória dele, ele não faria isso. Provavelmente essa foto aconteceu, esse fato aconteceu’”. Já EDITOR-04 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) não enxerga essa relação com os fotojornalistas, e considera que os profissionais que agregam credibilidade ao que é veiculado são principalmente aqueles mais reconhecidos pelo público, citando exemplos principalmente da TV.

Para FOTO-08 apesar de ainda ser forte, a credibilidade no jornalismo vem se transformando.

A gente foi educado a saber [...] que o que passa na TV, o que vem escrito no jornal, nas revistas, é a notícia daquilo que tá acontecendo. [...] É uma convenção. [...] [Mas isso] pode mudar. Tá mudando. As redes sociais são prova disso. As pessoas acreditam mais nas redes sociais, muitas vezes, do que no veículo. Sendo que no veículo tem profissionais que foram treinados pra aquilo, que estudaram pra aquilo, sendo que internet é terra de ninguém, qualquer um

coloca qualquer coisa. [...] As pessoas querem acreditar naquilo que elas querem acreditar. [...] Não quer saber de onde é a fonte. Quer saber se tá avalizando o pensamento dele. [...] O mundo do próprio umbigo. Essa disseminação das notícias acaba gerando uma confiança e uma desconfiança [...]. E aí a gente cai nessa institucionalização da mídia, que a mídia fala a verdade. Só que também não, cara. Pode ter uma página de *Facebook* ali do Silvio que fale a verdade. [...] O fato é que tá muito mais fácil de se dizer as coisas, só que cabe a nós interpretar. Eu não sou responsável pelo que você interpreta, eu sou responsável pelo que eu digo. E assim são os receptores ao contrário. Ele é responsável pelo que ele entende, não pelo que o cara tá falando. (FOTO-08, comunicação pessoal, 2 de abril de 2018)

Isso implica, para ele, que os grandes veículos têm relevância e responsabilidade na manutenção da credibilidade do público em relação ao jornalismo. “Supõe-se que [...] uma grande instituição como essa diz a verdade, somente a verdade, nada mais que a verdade? Não! [...] Tudo é editado”.

FOTO-02 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) considera que as pessoas acreditam nas imagens publicadas pela imprensa por “uma questão de confiança [...] que foi construída com o que o jornalismo fez [...] nas últimas décadas”. Para ele, no entanto, “a montagem [fotográfica] pode tirar essa confiança”. TEXTO-01 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) considera que não usar imagens montadas no jornal também tem relação com manter a credibilidade.

Para FOTO-03 (comunicação pessoal, 16 de fevereiro de 2018) as pessoas podem diferenciar imagens falsas de verdadeiras “indo a veículos confiáveis”, e deveriam sempre confirmar as informações em veículos jornalísticos. O que destaca sua crença na acuidade dos relatos

jornalísticos. Ele diz que mesmo que visse ou soubesse da publicação de uma imagem falsa em um veículo jornalístico não perderia a confiança, e aponta crer que isso só ocorreria com imagens recebidas de terceiros. “Eu acho que foi sacanagem do cara que mandou a foto”. Mas considera que o jornal deveria ter verificado a origem da imagem.

A crença em uma notícia também pode se dar em função daquilo que a pessoa acredita, avalia FOTO-07 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018). “Tem essas questões [...] políticas, partidárias, que às vezes a pessoa já tem uma ideologia [...]. Está do lado do partido dela, está do lado da ideologia dela, então é verdade”. TEXTO-05 (comunicação pessoal, 6 e 7 de março de 2018) considera a questão ideológica relevante, mas enxerga no grau de instrução outro fator que também influí na credibilidade.

Tem muita gente que não gosta do JORNAL, e tem muita gente que idolatra o JORNAL. Eu acho que ainda tem muita relação com a ideologia das pessoas. [...] E eu acho que tem um termômetro muito importante também que é o grau de instrução [...]. Tem gente que recebe tudo ali e não questiona. [...] [...] Um outro tipo de público vai ler, e talvez a credibilidade aumenta a partir do questionamento desse conteúdo e do debate.

Já para TEXTO-X as pessoas ficam em dúvida em relação à veracidade de algo “quando foge do nosso regionalismo”. Para ele é mais fácil você ter alguma informação direta sobre assuntos que acontecem próximos a você, e com isso avaliar melhor uma informação regional. Ele dá como exemplo o caso de uma reportagem que fez sobre uma ‘árvore da maconha’, que existia no entorno de uma universidade privada. Nessa árvore havia uma caixinha.

A pessoa [...] não termina a maconha [...] joga a ponta ali [...] quem não tiver maconha, abre o potinho e tem um saldo. E tem até um fósforo lá. [...] Era uma lenda na UNIVERSIDADE. [...] Eu fiquei andando das sete da manhã e eu fui achar o diabo da árvore duas e meia da tarde. [...] Eu filmei e fiz [a matéria]. Quando a gente jogou aqui, que era regional, [...] todo mundo acreditou porque era uma lenda que já tinha e eu fui lá e mostrei. [...] Aí páginas de maconha começaram a replicar. E quando essas páginas [...] replicaram começou a desconfiança, porque a galera é de fora. [...] Quem está aqui sabe que eu não forjei porque ela já era uma lenda daqui.

Mas a credibilidade também pode estar relacionada ao formato, no sentido de que historicamente aprendemos que determinados modos de exposição estão associados a narrativas realistas, e outros a ficcionais. MONTADOR-X apresenta essa reflexão a partir de uma experiência que realizou.

Eu fiz um especial sobre a revolução russa [...] e encontrei muitas imagens de arquivo de Stalin, Lenin... E eu decidi fazer um curta-metragem que contava a história de como quando Stalin assumiu o poder ele proibiu o jogo de xadrez na União Soviética. E é um documentário contando [...] desde quando ele proibiu até quando Khrushchov torna legal novamente o jogo [...]. O vídeo sou eu contando que eu encontrei um documentário antigo em VHS [...] e traduzi. [...] Esse vídeo é todo falso. Nunca foi proibido xadrez na União Soviética. [...] Mas a minha busca foi isso. Foi fazer um experimento. [...] A maioria das pessoas que eu mostrei, elas compraram totalmente essa narrativa. [...] Até um ex-editor que era [...] simpatizante do comunismo e tinha lido uma biografia do Stalin, ele comprou. [...] Porque todas as imagens que eu coloquei, são reais. Só a narração e a legenda é que são falsas. [...] A estética é de um documentário. [...] No fundo você tem [...] alguém falando em russo, que na verdade eu peguei um audiolivro de russo qualquer. [...] E aí por cima você tem uma *voice over* em português contando essa narrativa do xadrez proibido. [...] Mas eu tenho muitas dicas ao longo do vídeo de que aquilo é falso. [...] Ele tem toda a estética

do documentário, mas ele, na verdade, é uma grande mentira. [...] A estética é capaz de mudar sua leitura.

Ao longo de nossa pesquisa poucos jornalistas demonstraram relativizar a crença na veracidade dos relatos jornalísticos, ou seja, em enxergá-los a partir das noções da virada linguística. TEXTO-06 (comunicação pessoal, 7 de março de 2018) trouxe tal noção, e embora se refira a relatos textuais, a forma como o fez permite expandir seu raciocínio também aos relatos visuais.

Eu não vejo nesses dois extremos. Ou a gente diz verdade, ou a gente diz mentira. A gente conta histórias [...] a partir de [...] versões [...]. [...] Ali tem várias vozes, não só do repórter [...], da empresa [...], da fonte [...]. Eu acho que boa parte dos leitores, quando eles veem aquilo ali, eles entendem como uma... uma correspondência exata da realidade. Mas não tem como [...] você ser objetivo no seu texto. Você tenta ser objetivo no seu método.

Talvez seja exatamente nessa compreensão de parte considerável dos receptores que resida o maior receio do jornalismo em incorporar a virada linguística ou mesmo a virada pictórica/icônica/visual⁴⁸. EDITOR-07 (comunicação pessoal, 6 de abril de 2018) deixa transparecer isso quando explica que a credibilidade nos relatos visuais publicados pelos jornais pode estar ligada à crença no realismo fotográfico.

Quando a fotografia apareceu ela deu espaço para que os artistas visuais [...] pudessem deixar a realidade de lado. Já aí ficou claro

48. Diversos pensadores passaram a defender, no final do século XX, que vivenciamos uma virada pictórica, icônica ou visual (Santiago Júnior, 2019), em uma espécie de redescoberta pós-linguística e pós-semiótica da imagem visual como sendo uma interação complexa entre visualidade, aparelhos, instituições, discurso, corpos e figuralidade.

que o caráter da foto era esse compromisso com a realidade. [...] Então eu acho que é uma imagem que vem sendo construída aí e que vai precisar de muito tempo para que, culturalmente, a gente veja a foto de uma outra forma. Principalmente no jornal.

Nesse sentido, o medo em perder parte da credibilidade conquistada ao longo de anos pode dificultar um uso mais expressivo e opinativo de fotografias e vídeos, ao menos nos veículos mais tradicionais.

referências



AFP, & Reuters. (2019, julho 7). Califórnia apela a Trump após 2º terremoto. *Folha de S. Paulo*, A15.

Allen, M., & Pierce, O. (2013, maio 17). Hazardous Hospitals. *ProPublica*.
<https://bit.ly/2NHBpQU>

Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, 2(5), 30-89.

Andrade, F. G. (2018, março 07). Se pudesse reviver a história tentaria me aproximar de Lula. *Folha de S. Paulo*, A08.

Andrade, J. M. F. (2004). *História da fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900*. Elsevier.

Aquino, A. (2021). Fotojornalista: o profissional marginalizado na legislação jornalística brasileira. *Áncora – Revista Latino-americana de Jornalismo*, 8(1), 32-49. <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/58110>

Araújo, I. L. (2004). Lacerda. A natureza do conhecimento após a virada linguístico-pragmática. *Revista de Filosofia*, 16(18), 103-137. <https://periodicos.pucpr.br/index.php/aurora/article/view/1483>

Azevedo, S. M. (2010). *Brasil em imagens – Um estudo da revista Ilustração Brasileira (1876-1878)*. Editora UNESP.

Back, C. A. (2012). *Fotojornalismo e multimídia: relações entre novas potencialidades narrativas* [Apresentação de trabalho]. INTERCOM – XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul,

- Chapéco, SC, Brasil. <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-0120-1.pdf>
- Baeza, P. (2007). *Por una función crítica de la fotografía de prensa* (3^a ed.). Gustavo Gili.
- Baggio, L. (2015). *O uso do infográfico na narrativa noticiosa: apropriações na editora de poder da folha de S. Paulo* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina]. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/169418>
- Balaban, M. (2009). *Poeta do lápis: Sátira e política na trajetória de Angelo Agostini no Brasil Imperial (1864-1888)*. Editora Unicamp.
- Barbosa, M. (Org.). (2018). *Os manuscritos do Brasil: uma rede de textos no longo século XIX*. Eduff.
- Barthes, R. (2000). A mensagem fotográfica. In L. C. Lima (Org.), *Teoria da Cultura de Massa* (pp. 325-338). Paz e Terra.
- Bastos, Â. (2018, junho 30 e julho 1). Conquistamos a autonomia. *Jornal Diário Catarinense*, Caderno Nós, p. 2. (foto de Felipe Carneiro)
- Bastos, Â. (2019, março 9 e 10). Caso Marielle. *Diário Catarinense*, (11.824), p. 8
- BBC. (2017, setembro 4). *O surfista inglês que estampava perfil de falso fotógrafo ‘galã’ de guerra*. <https://g1.globo.com/mundo/noticia/o-surfista-ingles-que-estampava-perfil-de-falso-fotografo-gala-de-guerra.ghtml>

Benetti, M. (2008). O jornalismo como gênero discursivo. *Revista Galáxia*, (15), 13-28. <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/download/1492/964>

Bercito, D., & Almeida, L. de. (2017, setembro 4). *Barreira construída para trazer segurança aparta vidas e memórias*. Folha de São Paulo. <https://bit.ly/2LftyHo>

Bilac, O. (2013). Crônica. In R. Mendes (Org.), *Antologia Brasil, 1890-1930: Pensamento crítico em fotografia* (pp. 280-283). <http://www.fotoplus.com/antologia/img/antologia-brasil-1890-1930-internet.pdf>

Bob Wolfenson [@bobwolfenson]. (2019, maio 2). *#tbt recebi a encomenda das mãos do fotógrafo @ricorreafoto, do jornalista @sergioxavierfilho, agora [Photograph]*. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Bw-85FqgjIU/>

Boni, P. C. (2013). Entrevista: Flávio Damm. *Discursos Fotográficos*, 9(14), 243-270. <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/download/14831/12423>

Bostock, M., Carter, S., Hinton, E., & La Ferla, R. (2014, fevereiro, 14). *Front Row to Fashion Week*. The New York Times. <https://nyti.ms/2NCZVmn>

Branch, J. (2018, fevereiro 5). *Augmented Reality: Four of the Best Olympians, as You've Never Seen Them*. The New York Times. <https://nyti.ms/2Lcjpv6>

Branco, S. (2019, maio 3). O que você precisa saber sobre a lei de direito autoral. *Fotografe*. <https://www.fotografemelhor.com.br/materias/o-que-voce-precisa-saber-sobre-a-lei-de-direito-autoral/>

- Bremond, C. (1976). *A lógica dos possíveis narrativos*. In R. Barthes (Org.), *Análise estrutural da narrativa* (4^a ed., pp. 110-135). Vozes.
- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, Gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 7(11), 119-140. <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/download/342/315>
- Buitoni, D. H. S. (2010). *O registro imagético do mundo: jornalismo, embrião narrativo e imagem complexa* [Apresentação de trabalho]. Encontro da Compós, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. http://compos.com.puc-rio.br/media/gt8_dulcilia_buitoni.pdf
- Canzian, F., & Almeida, L. de. (2019, julho 23). Desigualdade global. *Folha de S. Paulo*, A8-A9. <https://acervo.folha.com.br/leitor/do?numero=48822&anchor=6124656&origem=busca&originURL=&pd=f018a39de3ce181052437358dab74b0d>
- Cartier-Bresson, H. (2004). *O imaginário segundo a natureza*. Editorial Gustavo Gili.
- Casadei, E. B. (2015). Podem as imagens estáticas contar histórias? Sintoma e temporalidade nas teorias da narrativa no fotojornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 1(1), 28-43. <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/703>
- Catalá, J. (2005). *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Catalá, J. (2011). Los estragos de lo real en el fotoperiodismo: por una superación ética de la óptica. In A. C. Ripollés, & J. Marzal (Eds.), *Periodismo em televisión. Nuevos horizontes*,

- nuevas tendencias*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. https://www.academia.edu/9928847/Los_estragos_de_lo_real_en_fotoperiodismo_por_una_supera_ci%C3%B3n_%C3%A9tica_de_la_%C3%B3ptica
- Cizek, K. (2013). *A Short History of the Highrise*. The New York Times. <http://www.nytimes.com/projects/2013/high-rise/index.html>
- Correio do Sul. (1925, março 11). *Correio do Sul*, X(637), 1-4. http://memoria.bn.br/pdf/765600/per765600_1925_00637.pdf
- Constituição da República Federativa do Brasil*. (1988, outubro 5). http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm
- Costa, H. (2012). A invenção da revista ilustrada. In H. Costa & S. Burgi (Orgs.), *As origens do fotojornalismo no Brasil –um olhar sobre O Cruzeiro (1940/1960)*. Instituto Moreira Salles.
- Diário Catarinense, (6.821). (2004, dezembro de 17).
- Domingos, J. (2011, agosto 21). Desconfiado de Dilma PMDB faz plano para 2014. *O Estado de São Paulo*, A7. <https://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20110821-43041-nac-7-pol-a7-not>
- Dubois, P. (2005). A fotografia panorâmica ou quando a imagem fixa faz sua encenação. In E. Samain (Org.), *O fotográfico*. Editora Hucitec/Editora Senac São Paulo.
- Dutra, A. A. C. (2004). *A fotorreportagem entendida como história em quadrinhos: análise de uma reportagem da revista O Cruzeiro* [Apresentação de trabalho]. II Encontro Nacional da Rede

- Alfredo de Carvalho, Florianópolis, SC, Brasil. https://www.academia.edu/19934762/A_fotorreportagem_entendida_como_historia_em_quadrinhos_an%C3%A1lise_de_uma_reportagem_da_revista_O_Cruzeiro
- Eisenstein, S. (1977). O princípio cinematográfico e o ideograma. In H. de Campos (Org.), *Ideograma: lógica, poesia, linguagem* (H. de L. Dantas, trad., pp. 163-185). Cultrix.
- El País. (2019, junho 3). *O maior massacre da China moderna completa 30 anos*. <https://bit.ly/2Zxyalq>
- Fatorelli, A. (2013). *Fotografia contemporânea: entre o cinema, o vídeo e as novas mídias*. Senac Nacional.
- Fávaro, A. (2013). *Processo de produção jornalístico: a edição no fotojornalismo pós convergência das mídias* [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo]. Tede. <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/4561>
- Fernandes, A. (2018, fevereiro 22). “Saio pela porta da frente”, afirma ex-chefe da Sudeco após demissão. Campo Grande News. <https://origin-novo.campograndenews.com.br/politica/-saio-pela-porta-da-frente-afirma-ex-chefe-da-sudeco-apos-demissao>
- Ferrazza, D. S. (2015). *Os saberes e as práticas de trabalho: um estudo do processo de aprendizagem dos profissionais cinegrafistas em uma emissora de televisão em Porto Alegre* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume. <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/127236>

Ferreira, H. C. F. (2014). *A Grande Guerra (1914-18) representada pelas fotografias – representação e narração visual dos acontecimentos pelo jornalismo* [Apresentação de trabalho]. XXXVII Congresso de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, PR, Brasil. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0990-1.pdf>

Ferrucci, P. (2019). Pseudo-events and photo opportunities. In T. P. Vos & F. Hanusch (Eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. John Wiley & Sons. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118841570.iejs0268>

Flusser, V. (2011). *Filosofia da caixa preta*. Annablume.

Flybring, J. (2009). The 2003 Brian Walski Scandal. *Johan Flybring's essays* <https://johanflybringessays.files.wordpress.com/2011/10/2009-11-the-2003-brian-walski-scandal.pdf>

Folha de S. Paulo [@folhadespaulo]. (2015, novembro 7). *Sons e fotos do último treino do Corinthians, fotos @marcelojustofoto e @adrianovizoni #fotografia #folha #Corinthians #fotofolha #fotojornalismo #photo* [Vídeo]. Instagram. <https://bit.ly/30D309x>

Folha de S. Paulo. (2018a). *Manual de Redação* (21^a ed.). Publifolha.

Folha de S. Paulo (2018b). *Deputados e senadores eleitos*. <https://bit.ly/2z9XLBT>

Folha de S. Paulo. (2018c, abril 23). *O Tamanho da Língua*. <https://bit.ly/2ZEvuCE>

- Folha de S. Paulo. (2018d, agosto 12). *Chacina de família em Florianópolis foi por vingança, afirma Polícia Civil*. <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/08/chacina-de-familia-em-florianopolis-foi-por-vinganca-afirma-policia-civil.shtml>
- Folha de S. Paulo. (2018e, março 30). Não há fato novo, dizem advogados dos presos. p. A6. <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48233&anchor=6083110&origem=busca&originURL=&pd=cbaf65be84953e8d8b688b092e8d8149>
- Folha de S. Paulo. (2018f, março 27). p. B3. <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48230&anchor=6082679&origem=busca&originURL=&pd=63ad0e33714d53084d1adc031b0e7e19>
- Folha de S. Paulo. (2019, julho 8). *Capa*. <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48805&anchor=6123679&origem=busca&originURL=&pd=d27a21678298907d2ef0e0b0aad33632>
- Fonseca, V. P. S. (2005). *O jornalismo no conglomerado de mídia: reestruturação produtiva sob o capitalismo global* [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume. www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/5023/000463613.pdf
- Fontcuberta, J. (2014). Por um manifesto pós-fotográfico. *Revista Studium*, (36), 118-130. www.studium.iar.unicamp.br/36/7/index.html
- Francescon, E. (2022, julho 08). *Matéria sobre a suspensão do refinanciamento do FIES*. Apresentadora: Maureen Mattiello. Jornal Bom Dia MS. TV Morena.

Freeman, M. (2014). *A narrativa fotográfica –A arte de criar ensaios e reportagens visuais*. Bookman.

Freire, E. N. (2008). *O papel do design de notícias no discurso jornalístico do século XXI* [Apresentação de trabalho]. 5o Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Braga, Portugal. <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/view/54/55>

Freund, G. (1976). *La fotografía como documento social*. Editorial Gustavo Gil.

Frontline. (s.d.). *The Last Generation. Frontline*. <https://bit.ly/2JlAssZ>

G1 Rio, & TV Globo. (2019, abril 12). *Veja expansão de imóveis na região da Muzema, onde prédios desabaram*. <https://glo.bo/2UW214E>

Garcia, G., & Estrella, I. (2017, junho 5). *Veja sala do julgamento da chapa Dilma-Temer em 360 graus*. G1. <https://bit.ly/2rH82Ba>

Garrido, A. P. (2010, outubro 31). O baixinho e o gigante lado a lado no São Bernardo. *O Estado de S. Paulo*, p. E6.

Gerbase, C. (2001). Digitalidade e narrativa audiovisual: uma relação complexa. *Revista Famecos*, 8(14), 90-101. <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3104>

Giacomelli, I. L. (2012). *A transição tecnológica do fotojornalismo – da câmara escura ao digital*. Insular.

- Gonçalves, S. (2009). Por uma fotografia “menor” no fotojornalismo diário contemporâneo. *E-Compós*, 12(12), 1-17. <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/393>
- Gosciola, V. (2014). Narrativa transmídia: conceituação e origens. In C. Campalans, D. Renó, & V. Gosciola (Eds.), *Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas* (pp. 7-14). Editorial UOC.
- Guandalini, G. (2006, agosto 16). Por que o Brasil não cresce como a China e a Índia? *Revista Veja*, (1969), 86-92.
- Guran, M. (2002). *Linguagem fotográfica e informação*. Editora Gama Filho.
- Gynnild, A. (2019). Visual journalism. In T. P. Vos & F. Hanusch (Eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. John Wiley & Sons. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781118841570.iejs0274>
- Hockney, D. (2001). *O conhecimento secreto: redescobrindo as técnicas perdidas dos grandes mestres*. Cosac Naify.
- Holzer, A. (2018). Picture Stories: the Rise of the Photoessay in the Weimar Republic. *International Journal for History, Culture and Modernity*, 6(1), 1-39. <https://doi.org/10.18352/hcm.520>
- Jackson, M. (1885). The pictorial press: Its origin and progress. *Project Gutenberg*. www.gutenberg.org/ebooks/36417
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (S. L. de Alexandria, trad., 2^a ed.). Aleph.

Jornal A Noite, V(1094), 1-6. (1915, 9 de janeiro). http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=348970_01&pagfis=5639

Jornal da Record. (2019, agosto 23). *Queimadas se tornam entrave para acordo UE-Mercosul* [Vídeo]. YouTube. <https://bit.ly/2mcuu6C>

Journalism 360 [@Journalism_360] (s.d.). *Tweets* [perfil do Twitter]. Twitter. Recuperado em 2018, fevereiro 3 https://twitter.com/journalism_360

Koulkdjian Neto, H. (s.d.). História de padre Vicente Melillo. *Hagop Garagem*. http://www.hagopgaragem.com.br/familia_pe_vicente_melillo.html

Kramer, S., & Mainland, A. (Diretores). (2009). *One in 8 million* [Flash photography]. The New York Times. <https://archive.nytimes.com/screenshots/www.nytimes.com/packages/html/nyregion/1-in-8-million/index.jpg> (página já arquivada em função da descontinuidade da tecnologia Adobe Flash)

Latour, B. (2013). *Jamais fomos modernos: Ensaio de antropologia simétrica* (3^a ed.). Editora 34.

Lehmuskallio, A., Häkkinen, J., Seppänen, J. (2019). Photorealistic computer-generated images are difficult to distinguish from digital photographs: a case study with professional photographers and photo-editors. *Visual Communication*, 18(4), 427-451. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1470357218759809>

Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm

- Leite, M. E., & Riedl, J. P. A. (2015). Por meio de Jean Manzon: a reestruturação do fotojornalismo na revista O Cruzeiro. *Revista Temática, 11*(3), 179-191. <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/23364>
- Lenzi, A. (2015). *Mais Batman, menos Super-Homem: uma metáfora dos quadrinhos para o estudo do jornalista multitarefa* [Apresentação de trabalho] Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Joinville, SC, Brasil. <http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-0104-1.pdf>
- Lessa, V. D. (1995). *Dois estudos de comunicação visual*. Editora UFRJ.
- Linden, S. V. der (2018). *Para ler o livro ilustrado* (D. de Bruchard, trad.). SESI-SP.
- Lobel, F. (2028, março 27). Há 50 anos, última viagem de bonde em SP teve choro e valsa. *Folha de S. Paulo*, B3. <http://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48230&anchor=6082679&origem=busca&originURL=&pd=63ad0e33714d53084d1adc031b0e7e19>
- Longhi, R. (2011). Slideshow como formato noticioso no webjornalismo. *Revista Famecos, 18*(3), 782-800. <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/10384>
- Lopes, S. I. S. (2018). *Quem escreve e quem fotografa nos meios de comunicação: os desafios multitasking para a 'geração multimédia'* [Dissertação de mestrado, Universidade do Minho]. RepositórioUM. <http://repository.sduum.uminho.pt/handle/1822/58813>
- Louzada, S. (2005). *Reformas dos Jornais Cariocas no Século XX: A Formação do Repórter-Fotográfico e o Papel do Fotojornalismo*

[Apresentação de trabalho]. 3º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, Novo Hamburgo, RS, Brasil. <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/3o-encontro-2005-1/REFORMAS%20DOS%20JORNAIS%20CARIOCAS%20NO%20SECULO%20XX.doc>

Luz, R. (2007). A construção da narrativa. In I. Bentes (Org.), *Ecos do cinema: de Lumière ao digital*. Editora UFRJ.

Magni, L. F. (2016). *Narrativas visuais em fotolivros* [Apresentação de trabalho]. INTERCOM - XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP, Brasil. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1499-1.pdf>

Mainsonnave, F., & Almeida, L. de. (2018, setembro 13). Obsoleta, Zona Franca de Manaus consome R\$ 24 bi em renúncia fiscal folha *Folha de S. Paulo*, A22. <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48448&anchor=6099047&origem=busca&originURL=&pd=4361ec1c72bf5fedc33acc43fdc456c2>

Manguel, A. (2001). *Lendo imagens: uma história de amor e ódio*. Companhia das Letras.

Mazzilli, B. (2018). *Contribuições da montagem cinematográfica para a construção de narrativas visuais em fotolivros: um olhar sobre Aprox. 50.300.000*, de Felipe Abreu [Apresentação de trabalho]. INTERCOM - 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Joinville, SC, Brasil. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1512-1.pdf>

Médici, D., & Martins, F. (2017, março 25). *Temporada 2017 da F-1*. Folha de S. Paulo. <http://arte.folha.uol.com.br/esporte/2017/03/25/f1/>

- Mendes, T. (2019). A batalha da credibilidade. *Observatório da Imprensa*, 1037. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/dilemas-contemporaneos/a-batalha-da-credibilidade/>
- Meyer, P. (2003). In defense of photographer Patrick Schneider and the fictions of a “Code of Ethics”. *Zone Zero*. <http://v1.zonezero.com/editorial/octubre03/october.html>
- Mick, J., & Lima, S. (2013). *Perfil do jornalista brasileiro – características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*. Insular.
- Midiamax. (2019, agosto 26). *Com público estimado em 25 mil, desfile reúne de veteranos a novatos em Campo Grande*. UOL. <https://bit.ly/2NzCZ7I>
- Mielniczuk, L. (2003). *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual* [Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia]. <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6057>
- Morais, R. (2016, abril 9). ‘Pensaram que eu era analfabeto’, diz faxineira do STF que passou no órgão. G1. <https://glo.bo/23k1Wqa>
- Munkacsy, M. (2007). Berliner Illustrirte Zeitung, 1929. *Museum Purchase*. <https://www.icp.org/browse/archive/objects/berliner-illustrirte-zeitung-2>
- Nedelcu, M. (2013). Expanded image spaces. From panoramic image to virtual reality, through cinema. *Close Up: Film and media studies*, 1(1), 44-53. http://unatc.ro/eng/cercetare/documente/2013_closeup.pdf

Neumann, L. (2018, junho 2 e 3). Movidos pela solidariedade. *Diário Catarinense*, Caderno Nós, p. 2.

Newton, J. H. (2001). *The burden of visual truth: the role of photojournalism in mediating reality*. LEA.

Nóbrega, G. C. da, & Silva Júnior, J. A. (2011). *Fotografia em movimento: análises das formas narrativas do fotojornalismo em modelos multimídia* [Apresentação de trabalho]. XIX Congresso de Iniciação Científica da UFPE, Recife, PE, Brasil.

Noth, W. (2006). La muerte de la fotografía. *deSignis*, (10), 105-116. <https://www.designisfels.net/publicacion/i10-medios-audiovisuales-entre-arte-y-tecnologia/>

Jornal Notícias do Dia, (3.380). (2017, janeiro 14 e 15).

O Globo. (2014, junho 11). Caderno Esportes, p. 6.

O Globo. (s.d.). Uma geração invisível. <https://glo.bo/2La4RMF>

Oliveira, E. M. de, & Vicentini, A. (2009). *Fotojornalismo: uma viagem entre o analógico e o digital*. Cengage Learning.

Oliveira, V. B. de. (2016). *Jornalismo e imagens-flagrantes amadoras: novas configurações de poder, de vigilância e disciplina* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina]. Tede. <http://www.bu.ufsc.br/teses/PJOR0090-D.pdf>

- Oliveira, V. (2018, março 7). *Neblina fecha aeroporto de Campo Grande para pouso e decolagens*. Campo Grande News. <https://bit.ly/2VEMG6T>
- Pagnan, R., & Schiavon, F. (2018, maio 13). Ao lado de crianças, mãe policial reage a roubo em porta de escola e mata ladrão. *Folha de S. Paulo*, p. B7. <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48289&anchor=6087273&origem=busca&originURL=&pd=60f523b32f565b4d7f812da60377a145>
- Peltier, E., Glanz, J., Gröndahl, M., Cai, W., Nossiter, A., & Alderman, L. (2019, julho 18). *Notre-Dame came far closer to collapsing than people knew. This is how it was saved*. The New York Times. <https://nyti.ms/2xQ2YOV>
- Pereira, S. da C. (2008). *Midia-educação no contexto escolar: mapeamento crítico dos trabalhos realizados nas escolas de ensino fundamental em Florianópolis* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina]. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/91584>
- Pereira, S. da C. (2018). *Editor de fotografias: uma função em transformação?* [Apresentação de trabalho]. 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo, SP, Brasil. <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2018/paper/viewFile/1636/660>
- Pereira, S. da C. (2020). *Do fotojornalismo ao jornalismo visual: uma reflexão sobre o uso de imagens técnicas no jornalismo contemporâneo* [Tese de Doutorado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis]. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/215861>

Pereira, S. da C., & Sousa., R. P. L. de. (2017). A construção de sentido em fotografias esféricas. *Culturas Midiáticas*, 10(1). <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/35066>

Pereira, S. da C., & Santos, M. de F. dos. (2018). A abordagem dedicada às imagens técnicas no ensino. In E. Meditsch, M. de la B. Ayres, J. G. Betti, & M. Barcelos (Orgs), *O ensino de Jornalismo sob as Novas Diretrizes – Miradas sobre projetos em implantação* (pp. 183-207). Insular.

Persichetti, S. (2006). A encruzilhada do fotojornalismo. *Discursos Fotográficos*, 2(2), 179-190. www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1484

Peucer, T. (2004). Os relatos jornalísticos. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 1(2). <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/download/2070/1812>

Pimenta, A. C. de A. (2018). 'Sozinhas: histórias de mulheres que sofrem violência no campo' – Reflexões sobre uma Narrativa Transmídia [Apresentação de trabalho]. INTERCOM - 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018, Joinville, SC. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1081-1.pdf>

Philips, R. (2013, dezembro 28 e 29). Splash. *A Notícia*, 2-3.

Proner, F. [@ franciscoproner]. (2019, maio 15). *O professor de jiu-jitsu, Jean Rodrigo da Silva Aldrovande foi morto na tarde da* [Vídeo]. Instagram. <https://bit.ly/2HrYxiy>

Pupo, A. (2018, julho 11). *Presidente do STJ nega 143 habeas corpus padronizados a favor de lula*. Estadão. <https://politica.estadao.com.br/noticias/politica/pupo-presidente-do-stj-nega-143-habeas-corpus-padronizados-a-favor-de-lula-180411011111>

com.br/blogs/fausto-macedo/presidente-do-stj-nega-143-habeas-corpus-padronizados-a-favor-de-lula/

Redação ND. (2019, julho 15). *Mulher morre e homem fica gravemente ferido em acidente na BR-282, na Grande Florianópolis*. <https://ndmais.com.br/noticias/mulher-morre-e-homem-fica-gravemente-ferido-em-acidente-na-br-282-na-grande-florianopolis/>

Resende, F. A. (2011). *As desordens e aos sentidos: a narrativa como problema de pesquisa* [Apresentação de trabalho]. 20º Encontro da COMPÓS, Porto Alegre, RS, Brasil. http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1674.pdf

Revista da semana, I(1), 1-8. (1900, maio 20). http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=025909_01&pasta=ano%20190&pesq=&pagfis=1

Revista Placar, (1102). (1995, abril).

Revista Realidade, V(50). (1970, maio). <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=213659&pagfis=8855>

Revista Time, 192(1). (2018, julho 2).

RIAD | AFP. (2019, abril 23). *Arábia Saudita executa 37 condenados por terrorismo, um deles crucificado*. Folha de S. Paulo. <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2019/04/arabia-saudita-executa-37-condenados-por-terrorismo-um-deles-crucificado.shtml>

Ribeiro, L. (2019, agosto 24). *Rally dos Sertões: provas começam e definirão largada na Capital*. Campo Grande News. <https://bit.ly/2ZwHTsh>

Rizzini, C. (1977). *O jornalismo antes da tipografia*. Companhia Editora Nacional.

Rodríguez, Á. (2006). *A dimensão sonora da linguagem audiovisual* (R. Dantas, trad.). Editora Senac São Paulo.

Rouillé, A. (1982). *L'empire de la photographie: 1839-1870*. Le Sycomone.

Ruhfus, J. (s.d.). *Pirate Fishing*. Al Jazeera. <https://bit.ly/2hxyeO1>

Salaverría, R., & Negredo, S. (2008). *Periodismo Integrado: Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Editorial Sol90.

Sallet, B. (2006). *Histórias e “estórias” fotográficas: afirmação e rompimento das rotinas produtivas no fotojornalismo de Zero Hora* [Dissertação de mestrado, Universidade do Vale do Rio dos Sinos]. RDBU. www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/2598.

Sanches, M., Ribeiro, N., & Barrucho, L. (2017, setembro 1). *Como ruiu a história do falso fotógrafo da ONU que enganou jornalistas, mulheres e 120 mil seguidores no Instagram*. BBC. <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-41131215>

Sant'anna, L. (2008). *O destino do jornal: a Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo na sociedade da informação*. Record.

- Santiago Júnior, F. das C. F. (2019). A virada e a imagem: história teórica do pictorial/iconic/visual turn e suas implicações para as humanidades. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, 27, 1-51. www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/148769
- Santos, J. L. da C. (2002). *Experiências pioneiras de Machado de Assis sobre o jornal* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Santa Catarina]. Tede. <http://www.tede.ufsc.br/teses/PLIT0108.pdf>
- Santos, J. L. da C. (2009). Laura da Cunha. Do livro ao jornal: o texto fragmenta-se na notícia. *Conexão – Comunicação e Cultura*, 8(16). <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/download/127/118>
- Schmitt, F. B. (1998). Newsmaking e fotografia: um exemplo das rotinas de produção noticiosa aplicadas ao fazer fotográfico. *Revista Famecos*, (9), 98-110. <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/download/3015/2293>
- Schneider, G. (2015). Por uma abordagem narrativa do fotojornalismo contemporâneo. In C. E. Franciscato, J. L. Guerra, & L. C. M. França (Orgs.), *Jornalismo e tecnologias digitais: produção, qualidade e participação* (pp. 49-66). Editora UFS.
- Serapião, F., & Marques, J. (2022, junho 22). Bolsonaro estava com ministro da Justiça em dia de conversa citada por Milton Ribeiro. *Folha de S. Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/06/bolsonaro-estava-com-ministro-da-justica-em-dia-de-conversa-citada-por-milton-ribeiro.shtml>
- Silva, E. de M. (2011). *As imagens do telejornal Imagens do Dia: a influência do cinejornalismo e do rádio na primeira fase do telejornalismo brasileiro* [Apresentação de trabalho]. 8º Encontro

Nacional de História da Mídia, Guarapuava, PR, Brasil. <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/80-encontro-2011-1/artigos>

Silva, W. S. e. (2016a). Redes de imagem e o (tele)fotojornalismo. *Leituras do Jornalismo*, 2(6), 64-75. <https://www3.faac.unesp.br/leiturasdojornalismo/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/111>

Silva, W. S. e. (2016b). *Foto 0/Foto 1* [Tese de doutorado, Universidade de São Paulo]. <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-01122010-094326/pt-br.php>

Silva Júnior, J. A. (2000). *Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Bahia]. <http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/todo-texto.pdf>

Silva Júnior, J. A. (2012). Cinco hipóteses sobre o fotojornalismo em cenários de convergência. *Discursos Fotográficos*, 8(12), 31-52. www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/download/11925/10489

Silva Júnior, J. A. (2014). Da foto à fotografia: os jornais precisam de fotógrafos? *Contemporânea*, 12(1), 55-72. <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/9795>

Silveira, M. C. (2010). *A batalha de papel: a charge como arma na guerra contra o Paraguai*. Editora da UFSC.

- Soares, R. de L. (2010). Pequeno inventário de narrativas midiáticas: verdade e ficção em discursos audiovisuais. *Significação*, 37(34), 55-72. <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/68122>
- Sousa, J. P. (2004a). *Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Letras Contemporâneas.
- Sousa, J. P. (2004b). *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Letras Contemporâneas; Argos Editora Universitária.
- Souza, L. M. (2007). *As transformações no mundo do trabalho: um estudo sobre a precarização e qualificação profissional dos operadores de telemarketing na cidade de Uberlândia, MG* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia]. <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/14050>
- Souza, F. (2008, dezembro). Cadeia Ink: tatuagens do cárcere. Revista Superinteressante, (259), 46-47. <https://super.abril.com.br/comportamento/cadeia-ink-tatuagens-do-carcere/>
- Souza, K. C. N. de. (2010). *Linguagem do Jornal Nacional: como se constrói um telejornal?* [Apresentação de trabalho]. INTERCOM - XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Novo Hamburgo, RS, Brasil. <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-1048-1.pdf>
- Spautz, D. (2019, julho 15). *Largo da Igreja Matriz de Itajaí começa a ser repaginado*. NSC Total. <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/dagmara-spautz/largo-da-igreja-matriz-de-itajai-comeca-a-ser-repaginado>

Sponholz, L. (2008). Objetividade em Jornalismo: uma perspectiva da teoria do conhecimento. *Revista Famesco*, 10(21), 110-120. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2003.21.3219>

Sponholz, L. (2009). *Jornalismo, conhecimento e objetividade –Além do espelho e das construções*. Insular.

Strelow, A. (2011). O estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil: 2000 a 2010. *Revista Intexto*, (25), 67-90. <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/download/22405/14482>

Tagg, J. (2005). *El peso de la representación: ensayos sobre fotografías e historias*. Editorial Gustavo Gili.

Teixeira, A. C. E. M. (2016). Cláudio Engelke Menezes. Modos narrativos de fazer mundos: jornalismo, ficção e verdade. *Revista Famecos*, 23(3), 1-20. <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/23047>

Tito, F. (2015, março 31). *Ensaio sobre ‘tropa’ de moradores de Pinheirinho leva prêmio de fotografia*. G1. <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2015/03/ensaio-sobre-tropa-de-moradores-de-pinheirinho-leva-premio-de-fotografia.html>

Traquina, N. (2004). *Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são* (Vol I). Insular.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística –uma comunidade interpretativa transnacional* (Vol II). Insular.

- Val, M. (2011). *Hipstamatic e a morte do fotojornalismo*. Gizmodo Brasil. <https://gizmodo.uol.com.br/hipstamatic-e-a-morte-do-fotojornalismo>
- Vida Fluminense. (1868, março 7). Assassinato do general D. Venâncio Flores, nas ruas de Montevidéu. *Vida Fluminense*, I(10), pp. 112-116. <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=709662&pagfis=111>
- Vilches, L. (1987). *Teoría de la imagen periodística*. Paidós.
- Weinberger, D. (2009). Transparency: the new objectivity. *KMWorld*. <https://www.kmworld.com/Articles/Column/David-Weinberger/Transparency-the-new-objectivity-55785.aspx>
- White, D. M. (2016). O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”* (pp. 201-211). Insular.
- Zhang, M. (2015, julho 13). The Art of Circumventing Rigid Requirements. *Bado's blog*. <http://bado-badosblog.blogspot.com/2015/07/the-art-of-circumventing-rigid.html>



SOBRE O AUTOR

SILVIO DA COSTA PEREIRA

Professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). É doutor em Jornalismo e mestre em Educação, ambos pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Possui graduação em Engenharia Mecânica e Jornalismo, ambos pela UFSC. Coordena o Laboratório de Fotojornalismo da Faculdade de Artes, Letras e Comunicação (FAALC) da UFMS, onde realiza produções e estudos focados em visualidades jornalísticas, com ênfase nas diversas possibilidades fotográficas e videográficas..

silvio.pereira@ufms.br

AUTORA DO PREFÁCIO

RAQUEL RITTER LONGHI

Professora no Curso de Jornalismo e Programa de Pós-Graduação em Jornalismo/ Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Coordenadora da Rede de Pesquisa Aplicada Jornalismo e Tecnologias Digitais/JorTec. Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (1985), com mestrado em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1998) e doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2004). Pós-Doutorado junto ao Centro de Investigação Media e Jornalismo da Universidade Nova de Lisboa, Portugal (2013-2014) e junto ao Depto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad da Universidad Autónoma de Barcelona, Espanha (2019). Pesquisa narrativas ciberjornalísticas, jornalismo plataformizado, imagens e tecnologias no jornalismo, jornalismo imersivo, dentre outros temas.

raqlonghi@gmail.com

Índice Remissivo

A

- áudio 18, 76, 80, 93, 105, 115, 124, 199,
208, 224, 235, 236, 241, 243, 245, 248,
249, 251, 252, 253, 254, 265, 266, 268,
269, 271, 272, 335, 337, 338, 343, 346,
367, 369, 373, 374, 383, 398, 439, 440
áudios 390, 394

6

- câmera 360 265, 277, 280, 382
câmeras 360 382
celular 269
Celular 9, 269, 273, 275
celulares 73, 114, 132, 208, 209, 213, 244, 245, 269, 271, 334
comunicação 24, 25, 27, 39, 67, 71, 73, 77, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 95, 96, 97, 98, 100, 101, 102, 103, 110, 111, 112, 113, 114, 117, 118, 119, 120, 123, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 132, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 161, 162, 163, 164, 165, 168, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 177, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 228, 229, 230, 232, 233, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 289, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321,

322, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 332,
335, 336, 337, 339, 340, 341, 342, 343,
344, 345, 346, 347, 351, 365, 376, 405,
406, 407, 408, 410, 411, 412, 413, 414,
415, 416, 417, 419, 420, 421, 422, 423,
424, 429, 433, 434, 435, 436, 445, 446,
447, 448, 449, 451, 465

- Comunicação 454, 460, 462, 465, 466, 470, 473, 475, 480

cultura visual 2, 4, 5, 14, 15, 20, 24, 27, 28, 56, 60, 69, 235, 457

D

design 10, 14, 23, 25, 61, 63, 64, 292, 299, 462

Design 5, 87, 90

direito autoral 122, 456

Direito Autoral 8, 120

direito de imagem 122, 124

Direito de Imagem 8, 120

direitos autorais 147, 288, 464

drone 231, 241, 263, 280, 281, 378

Drone 9, 280

drones 89, 142, 264

DSLR 9, 131, 132, 133, 198, 211, 212, 220, 239, 243, 245, 247, 253, 264, 265, 267, 268, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276

E

- editor 34, 51, 52, 53, 55, 67, 77, 79, 90, 91, 92, 104, 111, 114, 116, 117, 118, 125, 134, 147, 148, 149, 152, 155, 183, 185, 187, 188, 191, 195, 208, 235, 257, 260, 263, 271, 281, 282, 284, 285, 288, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 327, 328, 333,

- 334, 337, 338, 339, 340, 341, 343, 353, 376, 378, 405, 407, 409, 413, 428, 438, 439, 450
- Editor 10, 296, 469
- editores 19, 29, 30, 39, 53, 78, 79, 90, 94, 100, 104, 120, 133, 134, 147, 183, 185, 186, 187, 188, 189, 231, 242, 260, 269, 282, 286, 287, 288, 293, 294, 296, 297, 298, 299, 301, 303, 304, 305, 307, 308, 309, 310, 311, 313, 315, 319, 320, 321, 338, 346, 351, 406
- Editores 7, 90
- editores de fotografia 78, 79, 90, 94, 147, 301, 304, 305, 310, 311, 321, 351
- F**
- fotografia 14, 15, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 29, 42, 43, 45, 46, 49, 50, 51, 54, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 68, 75, 77, 78, 79, 83, 85, 87, 88, 89, 90, 94, 97, 105, 108, 109, 116, 117, 120, 130, 138, 140, 145, 147, 151, 154, 157, 158, 160, 174, 180, 187, 188, 189, 200, 205, 216, 217, 219, 235, 236, 237, 238, 240, 241, 260, 272, 273, 277, 285, 288, 294, 295, 297, 298, 300, 301, 302, 304, 305, 310, 311, 312, 314, 316, 317, 319, 321, 325, 330, 331, 334, 349, 351, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 361, 362, 363, 365, 369, 370, 374, 379, 380, 381, 382, 383, 386, 387, 389, 397, 399, 406, 408, 413, 415, 417, 420, 421, 423, 424, 425, 426, 428, 434, 436, 439, 440, 441, 442, 444, 444, 451, 454, 456, 458, 460, 463, 468, 473, 474, 475, 476
- Fotografia 7, 34, 42, 51, 74, 87, 90, 160, 164, 178, 379, 380, 382, 388, 389, 459, 468
- Fotografias 8, 9, 10, 62, 149, 159, 163, 177, 195, 296, 379, 383, 393, 394, 398
- Fotografias Construídas 8, 163
- fotografias espontâneas 51, 199
- Fotografias Espontâneas 8, 159
- fotografias plantadas 158, 177
- fotógrafo 13, 21, 47, 53, 54, 91, 92, 94, 95, 98, 101, 113, 116, 122, 127, 128, 130, 131, 132, 135, 136, 138, 147, 154, 155, 158, 159, 160, 162, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 193, 194, 195, 198, 199, 201, 203, 207, 209, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 218, 223, 224, 228, 229, 231, 232, 233, 234, 235, 238, 239, 240, 241, 247, 249, 252, 254, 261, 265, 266, 267, 269, 270, 276, 281, 282, 283, 284, 288, 289, 296, 303, 304, 308, 309, 310, 313, 316, 317, 318, 323, 325, 326, 331, 335, 337, 346, 351, 356, 359, 371, 405, 406, 407, 409, 410, 411, 412, 418, 428, 434, 436, 438, 439, 441, 442, 443, 447, 455, 456, 472
- Fotógrafo 8, 9, 124, 281
- fotógrafos 19, 43, 46, 47, 49, 53, 54, 59, 67, 89, 94, 95, 96, 105, 108, 119, 126, 127, 131, 133, 162, 163, 182, 187, 189, 195, 205, 208, 209, 210, 214, 215, 216, 217, 226, 238, 242, 250, 252, 264, 266, 267, 275, 278, 281, 283, 286, 289, 293, 294, 296, 297, 298, 303, 307, 308, 312, 313, 322, 324, 329, 336, 365, 405, 406, 408, 411, 426, 442, 446, 474
- Fotógrafos 7, 9, 87, 106, 145, 226, 251
- fotojornalismo 2, 4, 5, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 29, 31, 33, 53, 56, 57, 59, 61, 67, 68, 70, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 81, 85, 86, 89, 101, 105, 109, 140, 141, 144, 162, 170, 171, 172, 197, 204, 214, 228, 269, 294, 300, 359, 361, 362, 365, 419, 421, 425, 426, 433, 434, 435, 437, 440, 445, 457, 458, 459, 460, 462, 463, 465, 468, 469, 470, 472, 473, 474, 475, 477
- Fotojornalismo 7, 14, 19, 49, 160, 316, 454, 465, 468, 475, 480

I

iconografia 7, 14, 22, 23, 24, 25, 83
imagem 15, 18, 23, 24, 26, 27, 28, 35, 37, 38, 41, 48, 49, 50, 54, 56, 57, 59, 60, 65, 68, 69, 74, 76, 77, 79, 80, 81, 85, 86, 90, 91, 92, 95, 100, 113, 115, 122, 123, 124, 126, 127, 129, 132, 133, 137, 138, 139, 140, 142, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 154, 155, 156, 157, 162, 163, 164, 168, 169, 170, 171, 174, 175, 178, 179, 180, 183, 184, 187, 188, 191, 196, 197, 198, 200, 202, 205, 206, 207, 208, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 224, 225, 226, 232, 233, 234, 236, 239, 240, 245, 246, 248, 252, 254, 256, 262, 263, 266, 270, 273, 276, 277, 278, 279, 280, 283, 284, 285, 286, 287, 289, 290, 294, 295, 296, 299, 300, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 309, 310, 312, 314, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 331, 335, 339, 340, 341, 343, 348, 349, 350, 351, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 368, 369, 370, 371, 374, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 387, 388, 396, 404, 405, 406, 408, 409, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 419, 420, 421, 423, 424, 425, 426, 428, 435, 436, 437, 438, 439, 442, 443, 444, 445, 446, 449, 451, 452, 457, 458, 473, 474, 477

Imagen 7, 8, 9, 10, 36, 74, 120, 203, 204, 335, 347, 348, 349, 351, 352, 383, 418

imagens 7, 11, 13, 14, 15, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 35, 37, 38, 39, 42, 44, 45, 47, 49, 51, 52, 54, 55, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 80, 81, 84, 88, 89, 90, 91, 92, 94, 99, 100, 103, 105, 108, 109, 110, 115, 118, 121, 127, 128, 131, 132, 133, 135, 136, 138, 139, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 161, 162, 167, 168,

169, 170, 171, 173, 176, 179, 180, 181, 184, 185, 186, 187, 191, 192, 193, 195, 197, 199, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 220, 222, 223, 225, 226, 227, 231, 234, 235, 242, 244, 246, 247, 250, 251, 261, 263, 264, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 278, 280, 281, 282, 283, 284, 287, 288, 289, 290, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 299, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 341, 343, 346, 347, 348, 349, 351, 352, 353, 354, 355, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 389, 390, 391, 396, 397, 398, 400, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 413, 419, 420, 421, 422, 423, 425, 426, 427, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 448, 449, 450, 454, 457, 466, 468, 469, 470, 473, 480

Imagens 7, 8, 9, 10, 11, 22, 34, 37, 83, 142, 145, 146, 152, 157, 191, 210, 316, 346, 353, 379, 380, 383, 473

J

jornalismo 7, 14, 15, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 37, 42, 47, 52, 53, 56, 58, 59, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 81, 84, 85, 86, 90, 91, 98, 103, 110, 122, 129, 130, 143, 145, 157, 160, 170, 172, 173, 175, 180, 182, 184, 189, 208, 232, 243, 244, 252, 255, 257, 262, 272, 274, 278, 281, 285, 293, 295, 296, 306, 340, 349, 353, 354, 364, 366, 367, 369, 376, 378, 383, 384, 385, 408, 409, 410, 414, 416, 417, 419, 424, 427, 429, 430, 431, 432, 433, 435, 436, 437, 440, 444, 446, 447, 448, 451, 456, 457, 460, 461, 469, 470, 472, 474, 476, 480

Jornalismo 7, 8, 16, 34, 42, 78, 83, 85, 87, 88, 89, 90, 91, 142, 252, 425, 454, 467, 468, 469, 470, 473, 474, 476, 477, 480

jornalista 18, 53, 84, 85, 91, 93, 104, 107, 108, 121, 122, 124, 131, 139, 140, 159, 161, 175, 182, 184, 207, 208, 218, 230, 232, 247, 250, 258, 263, 267, 278, 296, 299, 306, 318, 327, 334, 342, 366, 411, 413, 425, 427, 432, 433, 441, 446, 447, 456, 465, 467

jornalistas 29, 40, 46, 63, 64, 67, 85, 86, 88, 94, 99, 104, 105, 106, 107, 108, 110, 111, 112, 113, 114, 117, 124, 143, 144, 158, 178, 183, 225, 226, 235, 244, 249, 251, 252, 260, 263, 273, 278, 286, 289, 292, 294, 301, 306, 320, 333, 343, 346, 348, 349, 362, 363, 410, 412, 421, 423, 430, 431, 438, 444, 451, 472

Jornalistas 7, 83, 380

M

Montadores de Vídeo 8, 91

Montagem de Vídeo 10, 334

montagem de vídeos 31, 91, 271

N

narrativa fotojornalística 362

narrativas fotojornalísticas 15

Narrativas Fotojornalísticas 10, 360

P

pauta 67, 85, 92, 97, 98, 101, 103, 111, 114, 124, 126, 127, 128, 130, 131, 135, 136, 140, 141, 147, 157, 159, 161, 162, 169, 170, 171, 176, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 190, 191, 192, 193, 194, 196, 199, 205, 206, 212, 216, 219, 221, 222, 223, 225, 228, 229, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 243, 244, 246, 249, 253, 254, 263, 265, 266, 273, 274, 278, 282, 284, 287, 297, 298, 307, 308, 312, 314, 326, 347, 351, 414, 436

Pauta 9, 180

pré-edição 29

Pré-Edição 9, 281

R

repórter 21, 53, 54, 55, 58, 77, 80, 84, 85, 91, 92, 93, 101, 104, 106, 107, 108, 110, 113, 114, 119, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 136, 139, 140, 141, 150, 152, 155, 156, 159, 161, 162, 163, 165, 166, 167, 168, 171, 172, 174, 175, 180, 182, 183, 184, 185, 187, 191, 192, 193, 194, 196, 197, 198, 199, 201, 202, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 233, 234, 235, 238, 240, 241, 242, 243, 245, 246, 247, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 266, 267, 268, 269, 271, 273, 276, 278, 284, 285, 288, 295, 300, 301, 303, 305, 309, 310, 312, 314, 318, 319, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 333, 334, 335, 336, 339, 340, 341, 343, 351, 379, 384, 391, 406, 407, 411, 418, 421, 426, 441, 442, 451

Repórter 8, 9, 10, 85, 124, 207, 249, 321, 465

repórteres 15, 18, 29, 30, 54, 55, 59, 64, 73,

79, 81, 86, 87, 89, 90, 93, 99, 100, 105, 109, 114, 115, 118, 124, 125, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 136, 137, 147, 148, 152, 155, 159, 160, 166, 167, 172, 181, 182, 183, 184, 187, 194, 197, 198, 201, 207, 208, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 216, 222, 224, 225, 226, 228, 229, 233, 240, 243, 244, 247, 248, 249, 250, 251, 254, 257, 261, 269, 270, 271, 273, 275, 277, 278, 280, 281, 282, 283, 284, 286, 290, 293, 299, 306, 312, 313, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 332, 334, 339, 342, 343, 347, 378, 422

Repórteres 7, 9, 73, 89, 139, 207

Roteiro de Vídeo 10, 341

T

transmissões ao vivo 91, 244, 259, 260, 261, 262, 271

Transmissões ao Vivo 9, 259

V

vídeo 18, 22, 24, 27, 30, 58, 67, 70, 76, 77, 79, 86, 88, 89, 91, 93, 95, 106, 108, 110, 111, 113, 114, 115, 116, 119, 120, 121, 122, 131, 133, 134, 139, 141, 142, 146, 148, 149, 152, 153, 154, 160, 166, 167, 174, 182, 183, 189, 208, 216, 217, 219, 222, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 254, 255, 256, 258, 260, 261, 263, 268, 269, 271, 273, 274, 278, 284, 292, 303, 315, 317, 320, 328, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 343, 344, 345, 346, 374, 375, 376, 378, 383, 384, 385, 387, 388, 390, 393, 398, 445, 450, 459

Vídeo 8, 9, 10, 91, 251, 334, 341, 379, 383, 393, 460, 464, 470

Vídeos 9, 235, 249, 384

W

webtvs 73

WebTVs 9, 255, 271, 334, 390, 391

