



# CONEXÕES FOTOGRAFICAS

A construção de uma nova narrativa visual

ISBN 978-85-60522-82-8



Cristiane Fontinha Miranda

# CONEXÕES FOTOGRAFICAS

A construção de uma nova narrativa visual

1ª Edição

Florianópolis  
CCE/UFSC  
2013

M672c Miranda, Cristiane Fontinha

Conexões fotográficas [Recurso eletrônico on-line] : a construção de uma nova narrativa visual / Cristiane Fontinha Miranda. – 1. ed. – Florianópolis : CCE/UFSC, 2013.

94p. : il.

ISBN: 978-85-60522-82-8

Inclui referências

Modo de acesso: <http://www.ntdi.ufsc.br/publicacoes.html>

1. Fotojornalismo. 2. Desenho gráfico. 3. Multimídia interativa.  
4. Fotografia. 5. Arte. I. Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Comunicação e Expressão. II. Título.

CDU: 007

*Catálogo na publicação por: Onélia Silva Guimarães CRB-14/071*

Projeto gráfico e diagramação  
*Angelita Corrêa*

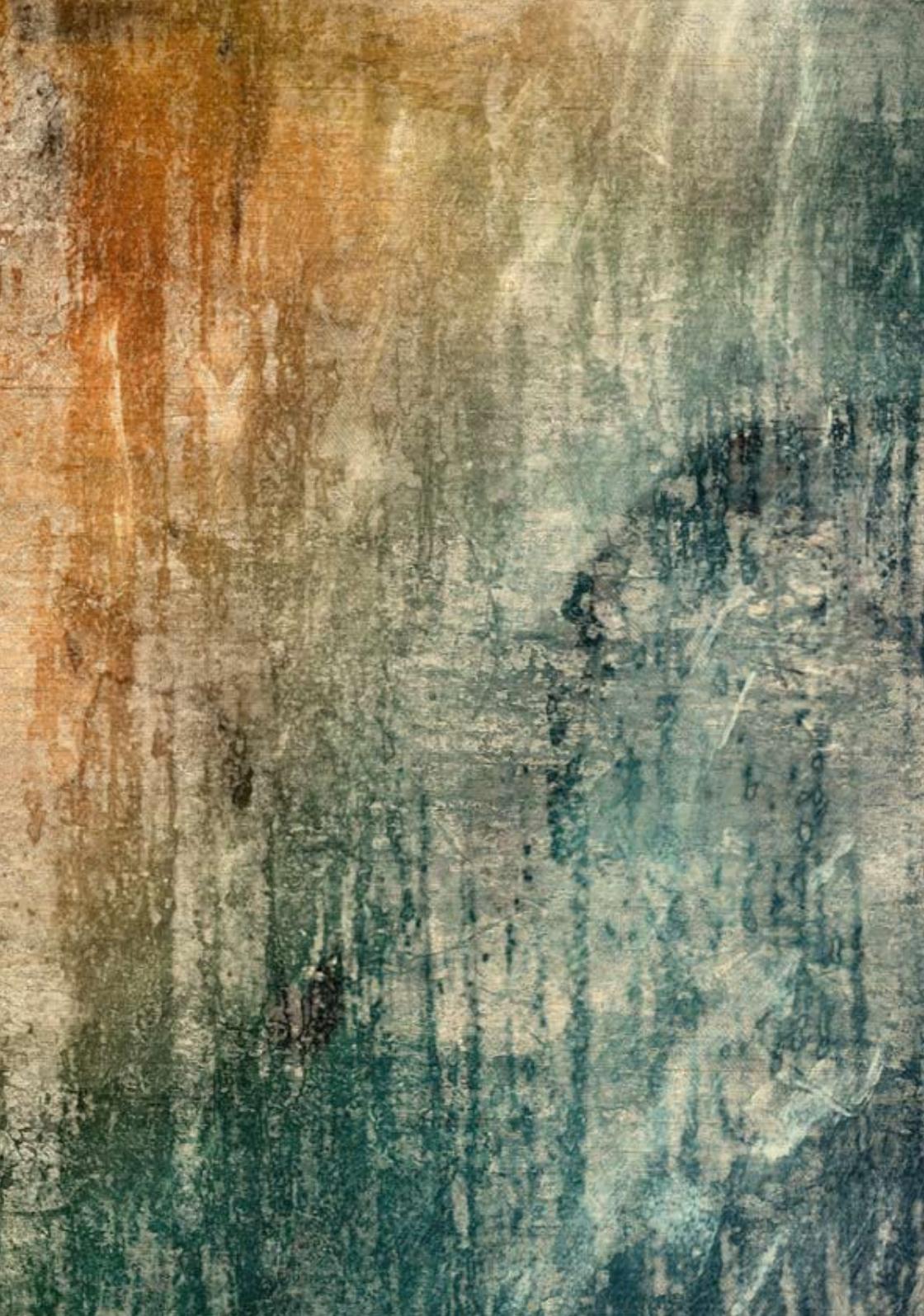
*Este livro é dedicado ao meu marido,  
meus dois filhos, meus pais e irmão.*

# AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que, de alguma forma, me ajudaram e incentivaram na concretização deste livro. Primeiramente à minha família, meus maiores motivadores, à Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria José Baldessar, orientadora da dissertação de mestrado que originou esta obra, bem como aos colegas, professores e servidores do Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica da Universidade Federal de Santa Catarina, que acreditaram na relevância desta pesquisa e não mediram esforços para a viabilização da mesma. E aos amigos que me apoiaram em todos os momentos.

# SUMÁRIO

Apresentação .....	9
1. Introdução .....	13
2. Fotografia e suas conexões .....	25
2.1 O novo nas escolas de jornalismo .....	37
3. Fotografia e Design .....	47
3.1 A fotografia nos moldes de hoje .....	55
4. Fotografia e suas conexões .....	61
4.1 O homem e a tecnologia .....	67
4.2 Modelos de convergência na internet .....	78
5. Considerações finais .....	85
Fontes de Informação .....	89



*Nunca me esqueci da visão que tive da coroa do  
Camarote Real, no Teatro em Lisboa. De longe,  
uma maravilha. Quando olhei por debaixo, repleta  
de sujeira, teias de aranha... E logo aprendi: para  
conhecer as coisas, há que dar-lhes a volta.  
(José Saramago, 2001)*



# Apresentação

A presente obra se propõe a fazer uma leitura sobre o papel da fotografia como nova narrativa visual na Internet, levando-se em conta a crescente participação do design nesse fluído limite espacial. Tanto a estética quanto a linguagem do fotojornalismo passam por uma transformação, com novas possibilidades de leitura e interatividade.

Nesse cenário, a relação entre o leitor e a imagem deixa de se limitar à linearidade do papel. Novas técnicas e tecnologias desafiam os produtores de imagens, editores e designers de meios de comunicação, que se adaptam a essas transformações e constroem uma nova linguagem fotográfica. Os blogs, por exemplo, apresentam alternativas de linguagem, e a fotografia é protagonista como forma de expressão gráfica e informativa.

Com a Internet, práticas multidisciplinares são adotadas no jornalismo online. O design e áreas afins unem esforços na construção de conteúdo interativo. A convergência emergiu, dando um novo foco para o jornalismo, que ficou mais visual. A fusão de linguagens, como a fotografia e vídeo, já pode ser percebida na cobertura noticiosa, resultando em documentários multimídia interativos.

É a informação entregue em novo formato, com o design gráfico contribuindo para deixá-la mais clara e acessível ao usuário. Ao longo desta pesquisa, além da revisão bibliográfica, foram realizadas entrevistas com especialistas, profissionais das áreas do design e fotojornalismo. Observou-se que veículos de comunicação assimilam essas mudanças e incorporam as novas técnicas aos projetos desenvolvidos.

C A P Í T U L O

1

# Introdução

Com o advento da era digital, a estética e a linguagem do fotojornalismo estão passando por transformações. A relação do leitor com a imagem deixa de se limitar ao papel e surgem novas possibilidades de apreensão das informações e interatividade.

O caminho entre a produção fotográfica e o internauta passou a exigir uma nova mediação. Historicamente coadjuvante ao texto, a fotografia sai do papel. A Internet possibilita a construção de uma narrativa visual diferente, em que a fotografia é elevada ao status de protagonista como forma de expressão gráfica e informativa. Nesse processo, a atuação dos profissionais envolvidos na concepção gráfica dos veículos de comunicação ganhou maior relevância na missão de facilitar o fluxo das informações.

*O desenvolvimento tecnológico possibilitou a convergência de linguagens, resultado da parceria entre profissionais de áreas afins – a exemplo do jornalismo e design – para o desenvolvimento de projetos jornalísticos voltados à web.*

*A convergência tecnológica<sup>1</sup> é também o resultado da convergência cultural<sup>2</sup>, enfim, da globalização. Em fase de modelagem, a mídia contemporânea é influenciada por diversas tendências, muitas delas conflitantes e contraditórias: “ao mesmo tempo em que o ciberespaço substitui algumas informações tradicionais e gatekeepers culturais, há também uma concentração de poder inédita dos velhos meios de comunicação” (JENKINS, 2008, p. 276).*

Com a evolução da Internet, surgiram projetos multimídia que concentram profissionais do jornalismo, design e cinema. Um exemplo é o MediaStorm, com um acervo de vídeos premiados que privilegiam a fotografia como suporte narrativo. Mesclando imagens fixas e em movimento, os vídeos são produzidos por fotojornalistas, com o suporte de uma equipe multidisciplinar. Esse será o formato das empresas jornalísticas, formadas por profissionais que conhecem e dominam diferentes linguagens, mas também constituída por especialistas que possam oferecer soluções que atendam a demanda desse novo público ávido por informação.

O pesquisador Richard Gordon<sup>3</sup> acredita que, no futuro, nas organizações mídia convergente, os jornalistas serão os que estarão melhor capacitados a conduzir as inovações e tornarem-se os líderes do amanhã. Não que, necessariamente, o jornalista precisará saber fazer tudo – relatório, escrever, tirar fotos, filmar e editar vídeo, e apresentar as suas histórias na Internet. Mas, haverá sempre a necessidade de especialistas que saibam fazer uma coisa muito bem. (GORDON, 2003, p. 72).

Torna-se, então, relevante analisar as perspectivas da fotografia em ambos os campos de trabalho – jornalismo e design. Jornalista

---

1 Combinação de funções dentro do mesmo aparelho tecnológico (JENKINS, 2008).

2 Mudança na lógica pela qual uma cultura opera, com ênfase no fluxo de conteúdos pelos canais midiáticos (JENKINS, 2008).

3 Professor e diretor do departamento de inovação digital na universidade Medill, em Chicago.

por formação e fotojornalista por opção, nos últimos anos percebo que a imagem não cabe mais em si. Antes contida em apenas um fotograma, a informação ganha mais espaço nas páginas da web<sup>4</sup>, seja por meio de um link ou por um formato inédito, que permita revelar mais do que a imagem publicada na edição impressa do jornal ou da revista. A tecnologia é democrática e libertária, mas é preciso compreendê-la melhor para apreendê-la.

No impresso, a imagem deve conter em um único *frame* toda informação, de forma clara e objetiva. Já o mundo virtual permite ao fotógrafo explorar outras nuances, que revelam detalhes importantes da história. Na Internet, a linguagem visual é aplicada a outro suporte, a tela do computador, e ainda dispositivos móveis como os tablets. No jornalismo online, é o designer quem aplica as ferramentas necessárias para dar destaque à informação visual, tornando-a mais clara e objetiva. Estamos imersos em um bombardeio de imagens, que se confundem umas com as outras, o que dificulta a compreensão. Conhecer a comunicação visual pode ser comparado a aprender uma língua, um código que faça sentido para um universo de pessoas.

Há poucas dúvidas de que o estilo de vida contemporâneo tenha sido crucialmente influenciado pelas transformações que nele foram instauradas pelo advento da fotografia. Em textos impressos, a palavra é o elemento fundamental, enquanto os fatores visuais como o cenário físico, o formato e a ilustração são secundários ou necessários apenas como apoio. Nos modernos meios de comunicação acontece exatamente ao contrário. O visual predomina, o verbal tem a função de acréscimo (DONDIS, 1993, p.12).

Antes do surgimento da fotografia, o texto era o principal elemento na comunicação. Com a popularização do design e a ascensão dos recursos gráficos, a imagem passou a dividir com o texto o protagonismo nesse processo. Hoje, na web, começa-se a perceber que a fotografia não termina em si. Para comunicar é preciso estabelecer

---

4 World Wide Web .

relações, para que a mensagem transmitida seja mais intencional que causal. Cabe ao designer organizar todos os componentes da mensagem transmitida. A mensagem pode ser dividida em duas partes: a informação propriamente dita, transportada pela mensagem, e o suporte visual, que é o conjunto de elementos que torna visível a imagem.

Esses elementos ou partes devem ser coerentes com a informação para que não seja redundante ou cause ruído, já que o design incorpora elementos das áreas visuais. São elas: a textura, forma, estrutura, módulo e movimento (MUNARI, 1997). Destaquemos três dos elementos conceituais:

1. Textura: o que é definido pelos americanos como *texture* pode ser denominado de grão (no sentido de granulosidade) nas várias superfícies das paredes, como serilhado nas chapas metálicas, como urdidura nos tecidos. No italiano utiliza-se a palavra *texture*, assim como se usa a palavra design, por intraduzíveis.
2. Forma: geométricas e orgânicas. As formas básicas são o círculo, o quadrado e o triângulo equilátero. Por definição do Dicionário de Filosofia (JAPIASSÚ e MARCONDES, 2006, p. 81), a forma é aquilo que, na coisa, é inteligível, podendo ser conhecida pela razão (objeto da ciência): a essência, o “definível”. A matéria é considerada como um substrato passivo que deve tomar forma para se tornar tal coisa. Matéria e forma só podem ser dissociadas pelo pensamento.
3. Estrutura: conjunto de elementos que formam um sistema, um todo ordenado de acordo com certos princípios fundamentais. A forma ou modo de ordenação desse sistema, considerado em abstrato (JAPIASSÚ e MARCONDES, 2006). A principal característica de uma estrutura é modular um espaço, dando-lhe uma unidade formal. Observada com uma lente de aumento, uma textura pode ser vista como estrutura. Que, por sua vez reduzida, até o ponto que não se reconheça mais o módulo, poderá ser identificada como textura (MUNARI, 1997).

*Se a comunicação visual atinge nossos sentidos, ela também pode ser considerada um ruído. Cabe ao designer ordenar essas mensagens para que a informação chegue ao receptor de forma coerente. O fotógrafo estabelece o primeiro contato com o real e o designer as organiza graficamente. Considerar a imagem como uma mensagem visual equivale a considerá-la como uma linguagem. Expressiva ou comunicativa, é possível admitir que uma imagem sempre será uma mensagem para o outro, mesmo quando esse outro somos nós mesmos (JOLY, 1996, p. 55).*

Tanto os meios de comunicação como os profissionais do fotojornalismo começam a perceber o potencial da plataforma online e investem em projetos que congregam o conteúdo com o design gráfico. O editor de fotografia da Folha de S. Paulo, Gustavo Roth<sup>5</sup>, explica que, logo que a Internet surgiu, era comum a disputa dos fotojornalistas pela “foto de capa”. Hoje esses profissionais entendem que, além da fotografia para a primeira página, devem trazer fotos para a construção de uma narrativa mais apropriada para a Internet, vários frames que contenham a história sob diferentes pontos de vista.

No modelo tradicional de mídia impressa, essa prática é rara, pois o fotojornalista concentra um grande número de pautas a serem cumpridas em um expediente de trabalho. Já na Internet, são desenvolvidos projetos com características específicas da mídia interativa, utilizando linguagem adaptada à plataforma online – o que demanda uma maior dedicação e tempo por parte do profissional. Podemos comparar o modelo aplicado na web ao gênero *picture stories*, descrito por Sousa (2004, p. 129). As *picture stories* usualmente reúnem cinco tipos de fotografias: (1) planos gerais globalizantes em que participam os principais elementos significativos, (2) planos médios e de conjunto das ações principais, (3) grandes planos e planos de porme-

---

<sup>5</sup> Entrevista concedida para esta pesquisa em 15 de julho de 2011, na sede da Folha de S. Paulo, em São Paulo.

nor de detalhes significativos do meio, dos sujeitos e das ações, (4) retratos dos sujeitos, em close-up (grande plano) ou noutros planos, como o plano americano (corte acima dos joelhos) e (5) fotografia de encerramento.

*Os planos gerais globalizantes devem procurar situar o observador e mostrar-lhe, de preferência numa única imagem, a essência da história. O motivo ou o sujeito fotográfico principal devem surgir no contexto da situação e/ou da acção. Os planos médios e de conjunto das acções principais devem traduzir a dinâmica da história, as pessoas a falar e a interagir umas com as outras, os comportamentos que assumem, etc. Os retratos devem procurar filiar-se na fotografia cândida, surpreendendo as personagens principais nos instantes em que deixam cair as máscaras e revelam, sem dar por isso, traços interessantes ou caracterizantes da sua personalidade. São fotografias que ajudam a simbolizar a situação do retratado, particularmente as mais detalhadas, como o close-up. Os grandes planos e os planos de pormenor podem servir para emocionar, além de contribuírem para dar ritmo e narratividade à história, nomeadamente quando se integra a mesma no layout. A fotografia de encerramento deve sumariar a essência da história que foi contada e fechá-la com chave de ouro. No meio de tantas fotografias-tipo, quando fotografa, o fotojornalista deve esforçar-se para imaginar como é que a sua história vai ser contada e, portanto, como é que ela vai ser paginada (SOUSA, 2004, p. 129 e 130)*

Sousa considera que neste gênero jornalístico a história deve ter início, meio e fim, e cada plano escolhido tem um objetivo específico dentro da construção narrativa. Na Internet, o trabalho do fotogra-

fo tem a interferência direta de outros profissionais, a exemplo do designer, que formata o projeto de acordo com o objetivo, as características e o projeto gráfico. A história ainda pode ser ordenada ou reordenada pelo editor de fotografia e da editoria em questão, com o objetivo de adequar-se ao projeto maior. Na Internet, as coberturas de grandes acontecimentos reúnem trabalhos de vários fotógrafos compondo uma única narrativa.

Para o editor-adjunto da editoria de arte da Folha de S. Paulo, Mário Kanno<sup>6</sup>, os veículos de comunicação ainda estão muito “focados nos moldes da mídia impressa”. Ele<sup>7</sup> considera que as mudanças percebidas ainda são muito recentes para serem assimiladas pela grande imprensa e na formação dos profissionais nas universidades. Faltam investimentos em tecnologia. “Os equipamentos, sistemas, softwares, tecnologia são caros e estão sempre mudando. O dinheiro da imprensa ainda está no papel, da publicidade, os assinantes ainda estão no papel. A gente ainda não achou uma forma de ganhar dinheiro na Internet”, reforça.

Kanno analisa com parcimônia e ressalvas a transição do jornalismo impresso para o online. Ele questiona o que há de novo na Internet, considera ter dificuldade em identificar o que é novo de verdade e não é “um pulinho tecnológico”. Kanno comenta que muito do que se faz na Internet, era feito no papel desde os anos 40. O editor-ajunto cita foto 3D e foto 360 graus como exemplo novidade tecnológica relacionada a fotografia. “Agora o slideshow, não tem novidade. É um álbum. O álbum que minha avó tinha na casa dela. É a mesma coisa”, compara.

O profissional considera que a mudança está expressa na construção da narrativa colaborativa na Internet e sua organização nas mídias sociais. “A novidade é que agora você pode pegar esse álbum da avó e

---

6 Entrevista concedida para esta pesquisa em 15 de julho de 2011, na sede da Folha de S. Paulo, em São Paulo.

7 Informação fornecida por Mário Kanno em entrevista concedida em São Paulo, na sede do jornal Folha de S. Paulo, no dia 15 de julho de 2011.

compartilhar para o mundo todo. Ontem, por exemplo, teve a queda do avião e chegou vídeo, chegou foto de colaborador. Compartilha, tá lá compartilhado”, exemplifica. Kanno explica que os produtos da Folha de S. Paulo são dinâmicos: têm suas especificidades, mas seguem o projeto gráfico do jornal. O desafio da equipe de design é desenvolver “forma mais útil para o usuário, mais amigável, mas interativa”. Ciente da “explosão fotográfica na Internet”, ele considera que a fotografia na Internet muitas vezes funciona apenas como sinalização para o texto. “Talvez com a Internet mais rápida o vídeo ganhe força”, projeta.

Atentos à tecnologia e preocupados com o poder informativo da imagem, desenvolvedores de conteúdo de tradicionais jornais e revistas impressas investem na construção desta nova narrativa na Internet. Na contramão do conteúdo publicado pelas empresas jornalísticas nos meios tradicionais, os blogs têm quebrado paradigmas, ousando utilizar novas linguagens, que são assimiladas e logo incorporadas pelos portais e jornais online. Uma referência importante, que marca esta transição, é o blog The Big Picture<sup>8</sup>, que pertence ao jornal The Boston Globe<sup>9</sup>. Criado em 2008 pelo programador Alan Taylor<sup>10</sup>, o blog foi sucesso imediato. Em apenas 20 dias alcançou 1,5 milhão de pageviews e obteve cerca de 1.500 comentários. Assim como o nome revela, traz extensas coberturas em grande formato, sob o ponto de vista de diferentes fotojornalistas. No início de 2011, o criador do blog, que tem oito milhões de pageviews ao mês, levou o projeto – rebatizado de In Focus<sup>11</sup> – para a revista The Atlantic<sup>12</sup>, sediada em Washington DC.

Fotografar é contar histórias, sejam em preto e branco, cor, filme ou digital. O essencial é transmitir a mensagem da melhor

---

8 Disponível em: <<http://www.boston.com/bigpicture/>>, acesso em 08 de outubro de 2012.

9 Disponível em: <<http://www.boston.com/bostonglobe/>>, acesso em 08 de outubro de 2012.

10 Taylor acumulava dez anos de experiência como programador e web designer quando criou o blog. Nunca trabalhou como fotógrafo.

11 Disponível em: <<http://www.theatlantic.com/infocus/>> acesso em 08 de outubro de 2012.

12 Disponível em;<<http://www.theatlantic.com/>>, acesso em 08 de outubro de 2012.

forma, não importa a mídia ou os recursos históricos ou contemporâneos usados.

*Quando lemos imagens – de qualquer tipo, sejam pintadas, esculpidas, fotografadas, edificadas ou encenadas –, atribuímos a elas o caráter temporal da narrativa. Ampliamos o que é limitado por uma moldura para um antes e um depois e, por meio da arte de narrar histórias (sejam de amor ou de ódio), conferimos à imagem imutável uma vida infinita e inesgotável (MANGUEL, p. 27).*

Para Mário Kanno, o desenvolvimento desta nova linguagem na Internet esbarra em uma série de barreiras. Segundo ele, quase não se vê na mídia projetos como o *The Big Picture* ou narrativas mais complexas usando fotografia. “Quem seria a pessoa adequada para fazer esse serviço? O editor ou o próprio jornalista do veículo, que conhece a história?”, questiona. Para Kanno, o trabalho nas redações está mais focado no factual, “tirar as fotos para essa pauta e ir para a próxima pauta”.<sup>13</sup>

Está claro que a estética e a linguagem do fotojornalismo passam por uma transformação, com novas possibilidades de leitura e interatividade. A relação entre o leitor e a imagem deixa de se limitar à linearidade do papel. Novas técnicas e tecnologias desafiam os produtores de imagens, editores e designers de meios de comunicação, que se adaptam a essas transformações e constroem uma nova linguagem fotográfica. Os blogs, por exemplo, apresentam alternativas de linguagem e a fotografia é protagonista como forma de expressão gráfica e informativa.

*A mediação digital remodela certas actividades cognitivas fundamentais pondo em jogo a linguagem, a sensibilidade*

---

<sup>13</sup> Informação fornecida por Mário Kanno em entrevista concedida em São Paulo, na sede do jornal Folha de S. Paulo, no dia 15 de julho de 2011.

*de, o conhecimento e a imaginação criadora. A escrita, a leitura, a audição, a execução e a composição musical, a visão e a elaboração das imagens, a concepção, a perícia, o ensino e a aprendizagem, reestruturados por dispositivos técnicos inéditos, encaixam em novas configurações sociais. (LEVY, 1987, p. 14)*

É fato que a tecnologia digital trouxe várias contribuições ao jornalismo, em especial ao fotojornalismo. Tantas foram as mudanças que os profissionais, assim como as máquinas, sentiram-se obsoletos. Os que optaram por permanecer no mercado tiveram que se reciclar e adaptaram-se. Pode-se até dizer que alguns exageraram nessa dinâmica. No meio do turbilhão de informações e mudanças, muitos se lançaram à competição interminável pelo equipamento mais atual, com o maior número de pixels.

Hoje, o mercado e os profissionais da comunicação buscam um distanciamento que permita entender qual é o caminho da fotografia. Quais técnicas contribuem para estreitar o caminho entre o produtor da imagem e o receptor. Com a popularização da tecnologia digital, a indústria tem disputado o mercado palmo a palmo com a guerra dos pixels e o lançamento de novos recursos como face detection, smile shutter e panorâmica, que atraem principalmente os fotógrafos amadores.

Mas a indústria parece começar a entender que a produção de imagens parte de quem a produz, o fotógrafo. E que o resultado final do trabalho depende também de outros agentes importantes, como o designer gráfico e o editor, que aplicam a tecnologia em favor da comunicação.

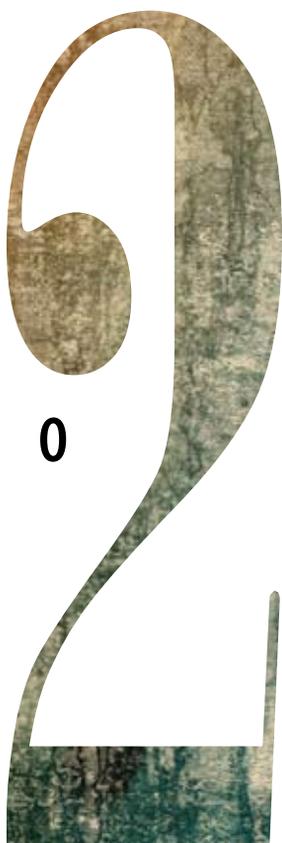
No dia 22 de fevereiro de 2011, a Leica<sup>14</sup> anunciou uma parceria com a agência Magnum<sup>15</sup> para a produção de uma série de cinco reportagens fotográficas multimídia. A proposta é que se consiga um

<sup>14</sup> Marca alemã da primeira câmara formato 35mm.

<sup>15</sup> Agência de fotografia criada em maio de 1947 por Cartier-Bresson, Robert Capa, David “Chim” Szymin e George Rodger.

mergulho nos bastidores da foto. Para isso, os fotógrafos escolhidos utilizarão os equipamentos de última geração da Leica. A experiência e feedback desses fotógrafos influenciarão a tecnologia desenvolvida pela tradicional fabricante. A discussão sobre a evolução técnica e a interface homem e máquina não é nova, mas parecer emergir de tempos em tempos e se torna essencial neste momento.

C A P Í T U L O



# Fotografia e suas conexões

Os meios de comunicação são cautelosos na implementação de mudanças em seus projetos gráficos e editoriais. Embora a Internet já seja considerada uma mídia com características gerais estabelecidas e assimiladas, conforme Canavilhas (2006), Salaverría (2005) e Ward (2006), o papel da fotografia nela ainda não está claramente definido – seus recursos informativos e visuais não estão sendo plenamente aplicados em toda a potencialidade.

A mudança é assimilada aos poucos pelos grandes veículos. Com a popularização dos blogs, inclusive nos meios de comunicação, a fotografia estreita os laços com o leitor. Alguns veículos tornam a experiência jornalística mais pessoal com os depoimentos dos bastidores da notícia, sob o ponto de vista tanto do repórter como do fotojornalista. *Lens*, blog criado pelo *New York Times* em meados de 2009, dedica-se à cobertura jornalística utilizando recursos de multimídia como a fotografia, *slideshow* e vídeo.

Para que os usuários explorassem todos os recursos oferecidos, os administradores do blog criaram um manual de navegação e fazem constantes ajustes nos padrões, orientados pelo retorno de seus

frequentadores. O *template* escuro, antes projetado para destacar as imagens, foi substituído por um mais claro, a pedido dos usuários. As adequações e experiências realizadas nos blogs, ou weblogs<sup>16</sup> parecem ser melhor assimiladas que nos sites dos próprios veículos.

Em 2005, Paulo Munhoz apresentou, em sua dissertação de mestrado para a Universidade Federal da Bahia, uma tipologia que caracteriza a forma como as fotografias jornalísticas são apresentadas na web:

- a) “Weblog jornalísticos”, caracterizados pela quantidade de textos noticiosos, acompanhados por uma ou duas fotos, no máximo.
- b) “Fotologs jornalísticos”, apresentam-se como galerias de fotografias jornalísticas, com pouco texto ou apenas um título contextualizando a foto.
- c) “Fotologs jornalísticos de clipagem”, as fotografias jornalísticas são capturadas na Internet e também apresentam pouco texto.
- d) “Fotologs jornalísticos de discussão”, apresentam uma grande quantidade de fotografias jornalísticas e funcionam como fórum de discussão.

A Internet não conhece limites físicos e geográficos. No impresso, a fotografia sempre esteve entre a matéria e o título. Quanto maior o volume de texto, menor o espaço da fotografia, ameaçada até a hora do fechamento, quando ainda pode ser “derrubada” pela publicidade. Na web, a fotografia consegue se libertar das amarras gráficas do impresso, sendo incorporada ou incorporando outras mídias na construção de uma nova narrativa, a narrativa visual.

De acordo com Murray (2003, p 154), “um modo para compreender o novo ambiente narrativo é através da metáfora do caleidoscópio”. Quando comparados ao livro impresso, os meios de comuni-

---

<sup>16</sup> Ou blog, contração do termo inglês web log, diário da web.

cação do século XX são considerados pela autora mais mosaicos do que lineares. Assim são os jornais, feitos de diversos temas, os filmes e a televisão. Ao longo dos tempos, o homem é levado a contar histórias – o que muda é a forma como ele constroi essas narrativas, de acordo com a mídia em questão.

O computador presenteia-nos com o mosaico espacial das páginas dos jornais, o mosaico temporal dos filmes e o mosaico participativo do controle remoto da televisão. Mas mesmo quando combina a perturbadora multiplicidade desses meios mosaicos, o computador oferece-nos novas maneiras de dominar a fragmentação. Ele nos dá “mecanismos de busca” e modos de “etiquetar” fragmentos, de forma que podemos localizar coisas que se relacionam umas às outras...

Essa estrutura caleidoscópica traz inúmeras possibilidades para a narrativa. Uma das mais atraentes é a capacidade de apresentar ações simultâneas de múltiplas formas (MURRAY, 2003, p 155).

O dito popular “uma imagem vale mais que mil palavras” leva a uma reflexão sobre o conteúdo do texto visual. Num desafio, o jornalista Millôr Fernandes chegou a propor “agora, tente dizer isso sem palavras”. Mas, quanto vale uma imagem? Uma imagem pode sim representar uma ideia, independente do suporte utilizado.

Na cultura oriental, os hieróglifos representam as palavras por meio de imagens. Ricos em informações, dois hieróglifos combinados resultam num valor de outra dimensão, de outro grau. Isoladamente representam um objeto. E estes, associados, por sua vez, formam conceitos. A combinação de dois elementos suscetíveis de serem “pintados” permite a representação de algo que não pode ser graficamente retratado. Por exemplo: o desenho da água e o desenho de um olho significam “chorar”; o desenho de uma orelha perto do desenho de uma porta = “ouvir”. (CAMPOS, p. 151)

Essa rica cultura transcreve coisas do mundo pelos símbolos, que têm neles contidos mais que simples palavras. Cada ideograma resume uma mensagem de onde se subentende o todo: a história de um país, de uma comunidade e de uma pessoa. A fotografia também

exprime um momento, contém informações que transmitem uma mensagem e deve ser decodificada considerando-se o contexto em que foi produzida.

Para os orientais, os desenhos são partículas do “mundo”, que por sua vez associadas conseguem revelar parte do “universo”. Assim se constroem as narrativas na web. Isoladamente, uma foto transmite determinada informação, mas associadas podem dar um novo rumo à história, revelando realidades que poucos fotogramas do jornal impresso não conseguiriam abranger.

E é graças ao desenvolvimento das novas tecnologias da informação que a imagem ganha mais destaque nos meios de comunicação na Internet. As rápidas conexões de Internet consolidam a fotografia como protagonista no webjornalismo, incorporando características hipermidiáticas que a conectam com o texto e outros referentes gráficos e informativos.

O criador do blog *The Big Picture*, Alan Taylor, explica<sup>17</sup> que no início teve dificuldade para “vender” a ideia de construir uma história a partir de imagens, uma narrativa fotográfica em grande formato. Ele considerou essa resistência natural, inclusive porque as conexões de Internet eram mais lentas naquele momento. Outra questão era que “as pessoas não concebiam a ideia de colocar fotos em grande formato em uma tela pequena”.

Ao refletir sobre o sucesso do blog, Taylor acredita que “mais importante que o tamanho da foto é a construção da narrativa”. Ele considera difícil a tarefa de construir um fluxo narrativo que conte a história com fotos de vários autores. Nos primeiros tempos, planejava um tema e saía em busca das fotos, grande parte coletada nas agências de fotografia. Contudo, o trabalho se revelou frustrante, pois não era fácil encontrar imagens que construíssem a narrativa proposta. Hoje, Taylor trabalha de forma diferente: constrói as histórias a partir das fotografias disponíveis.

---

17 Em entrevista concedida para esta pesquisa por telefone em 26 de maio de 2011.

A repercussão do projeto iniciado no *The Big Picture* reforça o conceito de que, em paralelo ao desenvolvimento tecnológico, deve ocorrer o investimento no profissional, que precisa se adaptar às novas demandas. Antes sintetizada em um único *frame*, a informação tinha que ser clara e objetiva para ganhar as capas de jornais e revistas. Características que Barthes chama de fotografia unária<sup>18</sup>, imprescindíveis no fotojornalismo. Enquanto no impresso a reportagem visual se limitaria a uma edição com poucas fotos – pelo espaço físico do papel –, a Internet permite abordagens mais abrangentes. Além do uso do grande formato, outra característica do blog criado por Taylor é a interpretação do tema por vários fotógrafos, muitas vezes geograficamente dispersos, retratando a realidade de diversas culturas.

Salvo exceções, que serão consideradas referenciais neste projeto, a fotografia na Internet ainda tem como base os paradigmas dos veículos impressos (jornais e revistas), criados no começo do século XIX. Com a consolidação da *web*, a produção fotográfica percorre novos caminhos e se reinventa. Quais caminhos são esses? O que a Internet oferece de novo para a fotografia e o qual o papel da fotografia nesse meio? Que dificuldades enfrentam os veículos de comunicação na aplicação dessas potencialidades?

Estudos preliminares apontam a velocidade na transmissão dos dados na Internet como fator limitante para que os recursos fotográficos fossem amplamente explorados. O Brasil ainda fica atrás de muitos países em número de acessos e média de velocidade. Contudo essa diferença vem sendo superada. Em 2010, como revelou o balanço divulgado pelo Sinditelebrasil, a base de acessos de Internet rápida chegou a 34,2 milhões no país, consequência da inclusão de 14,2 milhões de novas conexões.

Mas, pelos padrões americanos, a banda larga no Brasil praticamente não existiria. Nos Estados Unidos, os requisitos mínimos para

---

<sup>18</sup> A fotografia unária é aquela que induz a uma leitura destituída clara e objetiva, sem interferência ou ruído. Sua composição fotográfica leva a uma leitura quase transparente. Basta-se por si própria.

que as conexões sejam consideradas banda larga pelos provedores de acesso são de pelo menos 4 Mbps para download e 1 Mbps para upload. Até a data deste levantamento, 63,5% das conexões no Brasil consideradas banda larga tinham menos de 2 Mbps.

Em junho de 2012, o número de usuários ativos brasileiros de conexões domiciliares de mais de 2 Mb chegou a 16,8 milhões, segundo o estudo NetSpeed Report. Do total de internautas residenciais, 13% estão na faixa de mais de 8 Mb.

Tabela 1 – Estatística IBOPE

**Brasil: internautas de mais de 2 Mb usam mais a internet**

conexão	pessoas com acesso (000)	usuários ativos (000)	distribuição ativos	páginas por pessoa	tempo por pessoa aplicativos incluídos	tempo por página	sessões por pessoa	tempo por sessão
até 128Kb	2.117	1.329	3%	1.049	32:26:55	00:01:29	25	01:17:27
128Kb - 512Kb	7.440	4.768	11%	1.606	36:50:45	00:01:07	30	01:13:02
512Kb - 2Mb	27.614	18.198	44%	1.806	37:55:57	00:01:04	31	01:12:19
2Mb - 8Mb	18.364	11.586	28%	1.969	42:05:07	00:01:03	35	01:13:00
acima de 8Mb	8.455	5.210	13%	1.869	40:34:17	00:01:02	34	01:11:47
não identificado	898	392	1%	636	13:56:42	00:01:02	14	01:01:21
total	64.888	41.483	100%	1.802	38:53:48	00:01:04	32	01:12:37

Número de pessoas com acesso, de usuários ativos e média de uso de páginas e de tempo, por conexão- Brasil - domicílios -junho de 2012. Fonte: NetSpeed Report - IBOPE Nielsen Online

Fonte: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/artigospapers/paginas/banda-larga-cresce-no-brasil.aspx>>

Tabela 2 – Estatística IBOPE

**Brasil: internautas de mais de 8 Mb quadruplicaram em dois anos**

faixas	jun/09	jun/10	jun/11	jun/12
até 128Kb	19%	12%	6%	3%
128Kb - 512Kb	31%	29%	21%	11%
512Kb - 2Mb	41%	43%	48%	44%
2Mb - 8Mb	5%	11%	18%	28%
acima de 8Mb	3%	3%	5%	13%
não identificado	1%	2%	2%	1%
total	100%	100%	100%	100%

Evolução da distribuição dos usuários ativos em domicílios, segundo a conexão - Brasil - junho de 2009 a junho de 2012

Fonte: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/artigospapers/paginas/banda-larga-cresce-no-brasil.aspx>>

Atentos às possibilidades oferecidas pelas versões online dos meios de comunicação, os fotógrafos passaram a produzir seus conteúdos para outras plataformas, que garantem maior visibilidade ao material produzido. O editor de fotografia da Folha de S. Paulo, Gustavo Roth, explica que, ao longo do dia, as páginas da versão impressa do jornal passam por várias mudanças, em função dos acontecimentos ou da planilha publicitária<sup>19</sup>.

É muito frequente no jornalismo impresso que as fotos sejam substituídas ou “caiam” ao longo do fechamento da edição. Na plataforma online, a construção da narrativa acontece de forma diferente. A produção editorial é produzida e editada levando em conta o material produzido pelo fotojornalista, com o apoio da equipe de webmasters, que se encarrega de dar características de hipermídia ao projeto. Em função desse dinamismo, Roth explica que é obriga-

<sup>19</sup> Informação fornecida por Gustavo Roth em entrevista concedida em São Paulo, na sede do jornal Folha de S. Paulo, no dia 15 de julho de 2011.

do a ver todos os dias mais de 8 mil fotos que passam pelo sistema, sejam dos fotógrafos da casa ou das agências de notícias. No web-jornalismo, imagens dos fotojornalistas são incorporadas a projetos multimidiáticos que fundem texto, fotografia e vídeo, voltados à plataforma online. Num dos projetos desenvolvidos pela Folha de S. Paulo, a narração em vídeo e o texto de Laura Capriglione se unem às imagens produzidas por Marlene Bergamo e Fernando Donasci, que contam a história<sup>20</sup> da investigação de abuso sexual de Policiais Militares da Rota em São José dos Campos.

Santaella (2004, p. 48) considera que a “hipermídia mescla textos, imagens fixas, animadas, vídeos, sons, ruídos em um todo complexo”. Para a pesquisadora:

*Um segundo traço da linguagem hipermídia está na sua capacidade de armazenar informação e, por meio da interação do receptor, transmutar-se em incontestáveis versões virtuais que vão brotando na medida mesma em que o receptor se coloca em posição de co-autor (SANTAELLA, 2004, p. 48).*

Várias técnicas surgiram graças às facilidades oferecidas pela tecnologia digital. Um desses recursos é o cinemagraph, criado pelo artista gráfico visual norte-americano Kevin Burg<sup>21</sup>. Ele define a técnica como “uma imagem que contém em si um momento de vida que permite um vislumbre de tempo que possa ser preservado indefinidamente”. Em 2009, na cobertura no New York Fashion Week, Burg firmou parceria com a fotógrafa Jamie Beck<sup>22</sup> e conseguiu aplicar o processo, que funde imagem estática e em movimen-

20 Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/1044896-pec-ria-comeca-a-investigar-acusacao-de-abuso-sexual-de-pms-veja-video.shtml>>

21 Webdesigner norte-americano que, em parceria com a fotógrafa novaiorquina Jamie Beck, desenvolveu a técnica, que une imagens estáticas e em movimento.

22 Fotógrafa norte-americana que, em parceria com o webdesigner Kevin Burg, desenvolveu a técnica cinemagraph, que une imagens estáticas e em movimento.

to. Inicialmente, o cinemagraph foi apresentado às redes sociais e blogs como tumblr.com<sup>23</sup>.

Alan Taylor, criador do blog The Big Picture, classifica como “fantásticos” o processo tecnológico e as inovações decorridas dele, como a fotografia em 3D<sup>24</sup> e 360 graus<sup>25</sup>. Esses avanços talvez acrescentem pouco ao fotojornalismo diário, mas são técnicas que podem ser apropriadas em coberturas especiais, nas quais o fotógrafo tem mais tempo para preparar o cenário. Em meio a um turbilhão de informações, profissionais do Design e do Jornalismo apreendem as novas técnicas enquanto interpretam a relevância desses recursos. Em dezembro de 2009, o fotógrafo Clício Barroso observa em seu blog<sup>26</sup>:

Tornada possível e popularizada com a tecnologia da Internet, a fotografia digital de 360° tem um apelo irresistível; ao mesmo tempo em que estende a abrangência do olho humano, cujo ângulo de visão aproximado (desprezada a “visão periférica”) é de 50°, traz a continuidade do cinema modificada, a certeza da imagem sequencial devidamente costurada, mas atemporal. Sim, são várias imagens; sim, são tomadas em sequência; não, não se percebe a passagem do tempo. Não há antes nem depois, apenas o agora já ido, de uma forma expandida. Chamem de “realidade estendida intra-esférica” se quiserem.

O que encanta é o movimento da imagem e o controle que o observador (neste caso pode-se chamar de operador) tem sobre o que se deseja observado. A imersão, termo discutível, fica por conta da experiência sempre privada, e por isso secreta, de digitalmente girar

23 É uma plataforma de blogging que permite a publicação de textos, imagens, vídeos, links, citações e áudio. Os textos no tumblr.com são em geral mais curtos, mas a plataforma não deve ser classificada como microblog, pois está em uma categoria intermediária entre os microblogs e os blogs tradicionais.

24 São imagens de duas dimensões elaboradas de forma que proporcionem a ilusão de terem três dimensões.

25 A imagem é registrada em um giro completo de 360 graus ao redor de um eixo vertical central.

26 Disponível em: <<http://www.clicio.com.br/blog/2009/360-graus-de-reinvencao-na-fotografia/>>, acesso em 23 de setembro de 2011.

em torno de si mesmo para ser envolvido pelo ambiente fotografado. Imagino que me sentiria bem embaraçado se, ao chegar a um ponto turístico qualquer do planeta começasse a girar sobre meu eixo como um pião descontrolado!

A Internet nos proporciona uma visão mais global da notícia e a fotografia se destaca como linguagem universal. Em 2011, na cobertura da celebração do Dia dos Namorados, Taylor utilizou 28 fotos para oferecer ao público uma cobertura ampla e diversa. Além das tradicionais imagens de casais em clima de romance, ele optou por mostrar cenas como a de hindus destruindo os símbolos da data, por considerá-los uma invasão cultural, além da comemoração entre casais homossexuais e idosos. Enquanto no impresso a reportagem visual se limitaria a uma edição com poucas fotos, restrita pela limitação do espaço físico do papel, a Internet permite que a fotografia seja apresentada em grande formato e o tema interpretado por vários fotógrafos ao redor do mundo, que retratam a realidade de várias culturas.

Uma fotografia conecta-se a outra. Essa ligação se faz pela intertextualidade entre as imagens, que na Internet conseguem uma unidade sem necessariamente estarem associadas ao texto. Os fotógrafos começam a repensar a forma de fazer o fotojornalismo, considerando as possibilidades hipermediáticas da rede. Analisando a produção fotográfica de agências e grandes jornais veiculada nas novas mídias móveis e tablets, Taylor observa uma mudança no ato fotográfico. Segundo ele, os profissionais estão tendo que pensar e fazer várias coisas ao mesmo tempo. Na apresentação, além de pensar do formato horizontal, têm que trazer fotos verticais, para dar opção ao cliente que está comprando a foto. Taylor compreende que o fotógrafo sempre esteja em busca de uma foto icônica, “mas como editor algumas vezes procuro por uma foto representativa, que se destaque. Algumas fotos, por exemplo, se apresentam melhor com thumbnails, miniaturas que representam a foto do site (Informação verbal)”<sup>27</sup>.

---

<sup>27</sup> Informação fornecida por Alan Taylor em entrevista concedida para esta pesquisa, por telefone, em 26 de maio de 2012.

A Internet ainda permite uma outra forma de navegar em blocos de informações, por meio de fotografias apresentadas em grande formato, aos moldes do blog The Big Picture ou do recém criado *In Focus*, contidas nas imagens produzidas pelos fotojornalistas de diversos países sobre um mesmo tema. Cada foto, neste caso, traz informações com referenciais diversos. A hipertextualidade está contida nos blocos de informações representados em cada fotograma. O hipertexto pode ser definido por um conjunto de nós de significações interligados por conexões de palavras, páginas, fotografias, imagens, gráficos e sequências sonoras, superando as limitações da oralidade e da escrita (NOJOSA, 2007, p. 74). Numa página da *web*, o internauta consegue ver o Carnaval pelos olhos de um fotógrafo brasileiro ou de um colombiano. Na cobertura do Carnaval/2011, o blog *In Focus* trouxe 52 fotos das comemorações pelo mundo.

*Em vez de um fluxo linear de texto como é próprio da linguagem verbal impressa, no livro particularmente, o hipertexto quebra essa linearidade em unidades ou módulos de informação, consistindo de pares ou fragmentos de textos. Nós e nexos associativos são os tijolos básicos de sua construção. Os nós são as unidades básicas de informação em um hipertexto. Nós de informação, também chamados de molduras, consistem em geral daquilo que cabe em uma tela. Cada vez menos os hiperdocumentos estão constituídos apenas de texto verbal, mas estão integrados em tecnologias que são capazes de produzir e disponibilizar som, fala, ruído, gráficos, desenhos, fotos, nós.* (SANTAELLA, p.49)

Taylor reconhece os desafios pelos quais estão passando os profissionais do fotojornalismo com as novas tecnologias de comunicação. Além de assimilar as mudanças impostas pela Internet, é preciso estar atento a características próprias da mídia em questão. Antes de

sair da redação, o repórter fotográfico deverá conhecer a proposta de planejamento gráfico para pautar sua produção. Na plataforma online, a parceria com o design gráfico se faz imprescindível em projetos que aliem texto, infografia, fotografia e vídeo. Como testemunha ocular do acontecimento, o trabalho do fotojornalista “na rua” deve orientar a produção final do projeto, mas trabalhar em comunhão com a equipe responsável pelo planejamento editoria e gráfico. A Internet, mídia em que a fotografia desempenha um novo papel, demanda uma nova postura profissional, de cooperação.

Apesar da evolução tecnológica, Taylor acredita que o fotógrafo continuará sendo sempre testemunha do acontecimento, responsável pela construção da narrativa, cabendo ao designer a formatação dessa narrativa. A câmera fotográfica é o instrumento de mediação entre o fotógrafo e o mundo. As funcionalidades e interfaces criadas devem facilitar esse processo mediador, mas jamais substituir a visão do homem. Como testemunhou o fotojornalista francês Henri Cartier-Bresson<sup>28</sup>, “fotografar é colocar, na mesma linha de mira, a cabeça, o olho e o coração”.

Assouline reproduz a reflexão de Cartier-Bresson sobre o que é a fotografia:

*A fotografia é uma operação imediata dos sentidos e da mente, é o mundo traduzido em termos visuais, ao mesmo tempo uma busca e uma interrogação incessantes. É, num mesmo instante, o reconhecimento de um fato numa fração de segundo e a organização rigorosa das formas percebidas visualmente que expressam e significam esse fato. O principal é estar no mesmo nível do real que delimitamos no visor. A máquina fotográfica é de alguma maneira um caderno de esboços traçados no tempo e no espaço, é também o ins-*

---

28 Um dos mais renomados mestres da fotografia no século XX. Um dos fundadores da agência de fotojornalismo Magnum, o fotojornalista nasceu na França em 1908 e morreu em 2004, aos 95 anos.

*trumento admirável que capta a vida como esta se oferece*  
(ASSOULINE, 2009, p. 268 e 269).

Com a Internet, o fazer fotojornalístico se reformula constantemente. O momento é constituído de vários fazeres. Como então se configura na web a noção da fotografia como “linguagem do instante”, como define Sousa, fazendo referência ao “instante decisivo”<sup>29</sup>, conceito elaborado por Cartier-Bresson? O pesquisador se contrapõe à prática da fotografia única com o argumento do fotojornalista brasileiro Sebastião Salgado, exposto no prefácio do fotolivro Trabalho: “mais do que momentos decisivos, há vidas decisivas. A vida (tal como os acontecimentos) seria incondensável num instante; seria irreduzível a um instante”. Na web, o instante definitivo pode ser descrito como o ápice da construção narrativa.

## 2.1 O NOVO NAS ESCOLAS DE JORNALISMO

As novas tecnologias revolucionam não só o fazer fotográfico, mas o aprender a fazer fotojornalismo. Exigem mais habilidades não apenas dos jornalistas nas redações, mas dos professores e estudantes na base da formação nas escolas de jornalismo. Práticas multidisciplinares são incorporadas ao jornalismo online. Antes mesmo do início da produção da reportagem, a concepção da página já é pensada para assegurar que o conteúdo gerado seja dinâmico. Projetos paralelos são trabalhados entre áreas afins.

A Internet exige uma prontidão perceptiva que desafia os produtores de conteúdos. No limiar de tantas mudanças anunciadas e outras a surgir, educadores e profissionais despertam para a necessidade de cooperação entre as diversas áreas de comunicação e tecnologia.

---

<sup>29</sup> Instante definitivo contido num momento único, numa fração de tempo.

Neste contexto, Pinho (2003) observa que a web apresenta características próprias, distintas das que balizaram a atuação e formação dos profissionais da comunicação.

A Internet é uma ferramenta de comunicação bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio, cinema, jornal e revista. Cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas mídias – não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custo de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo – deve ser mais bem conhecido e corretamente considerado para o uso adequado da Internet como instrumento de informação (PINHO, 2003, p.49).

Preocupado em estudar os potenciais oferecidos por esta mídia, o Núcleo de Televisão Digital Interativa, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), criou o projeto de pesquisa e extensão *Cotidiano*<sup>30</sup>, site com atualização diária de informações sobre a comunidade universitária e vida cotidiana. Com base nos preceitos multidisciplinares, a equipe do *Cotidiano* integra as áreas do Jornalismo e do Design, com alunos das duas graduações desenvolvendo conteúdo para o site.

A proposta de criação do *Cotidiano* tinha como base a experimentação de novas linguagens e a percepção dos pesquisadores sobre as possibilidades oferecidas pela Internet para o desenvolvimento de uma linguagem jornalística específica, que desse conta de suas potencialidades e agregasse valor à informação noticiosa.

Com equipe própria, composta por estudantes bolsistas e voluntários, o *Cotidiano* tem supervisão de dois professores. A linha editorial é ampla e busca um público segmentado, embora 65% dos quase 1.500 acessos diários sejam ligados à comunidade acadêmica da Universidade Federal de Santa Catarina.

Todo o material produzido pelo *Cotidiano* é inédito e está dividido em editorias:

---

30 Disponível em: <[www.cotitiano.ufsc.br](http://www.cotitiano.ufsc.br)>, acesso em 02 de novembro de 2011.

Notícia texto + foto ou ilustração + Infográfico

Notícia áudio + foto ou ilustração

Notícia vídeo + vídeo e capa

Especiais Hipermissão

Resenhas + Ilustração



Figura 5 – Fotorreportagem sobre trabalho de calouros do curso de Design na UFSC.

Fonte: <[http://cotidiano.ufsc.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2160:calouros-de-design-dao-cor-aos-bancos-da-ufsc&catid=46:fotojornalismo&Itemid=67](http://cotidiano.ufsc.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2160:calouros-de-design-dao-cor-aos-bancos-da-ufsc&catid=46:fotojornalismo&Itemid=67)>

O *Cotidiano*, que entrou no ar em outubro de 2007, está classificado como projeto de extensão institucional do Departamento de Jornalismo e conta com a parceria das Pró-Reitorias de Assuntos Estudantis (PRAE) e da de Ensino de Graduação (PREG), que financiam as bolsas acadêmicas. O site tem atualização diária em pelo menos 75% de seu conteúdo, realizada pelos alunos bolsistas, e utiliza as ferramentas do Google Analytics para contagem de acessos e outras aferições, tais como via de acesso, permanência, páginas de maior leitura etc.

O redesenho do site do curso de Jornalismo da UFSC aconteceu em um momento que o ensino das disciplinas de Webdesign e Jornalismo Online se reestruturavam.

O professor Clóvis Geyer, responsável pela criação da plataforma do site *Cotidiano*, conta que, até então, o ensino baseado na construção de páginas em html por meio de softwares específicos, a exemplo do Adobe Dreamweaver, e de sites jornalísticos em flash se tornaram obsoletos, estáticos demais perante os novos desafios que a WEB 2.0 oferecia – ou seja, a participação do usuário de forma mais ativa e em mão dupla, interagindo com comentários, votação e pesquisas.

Para suprir essas demandas, a equipe do *Cotidiano* passou a utilizar o Content Management Systems (CMS), Sistema de Gestão de Conteúdos, composto por programas de código aberto e gratuito, criados por milhares de desenvolvedores do mundo inteiro. Com isso, a plataforma existente pôde ser abastecida com uma gama enorme de módulos, extensões e componentes, permitindo o desenvolvimento de sites interativos.

“Dos sistemas existentes no período, optamos pelo Joomla, mais amigável para desenvolver um produto jornalístico. Escolhida a plataforma em ambiente de servidor Apache (PHP), com um bom serviço disponível na UFSC, começamos a desenvolver o *Cotidiano*”, explica Clóvis.

O site permite a inserção de vídeos, especiais em flash, módulos específicos para o desenvolvimento de slides-shows, possibilidade de hiperlinks, assim com a participação dos usuários em comentários e pesquisas. Também é possível imprimir, gerar PDFs, ou enviar e compartilhar a matéria para outros.

Com a incorporação desses recursos, os professores responsáveis pelo projeto cobram que os alunos pensem suas pautas e matérias com uma visão integrada entre texto, fotos, hiperlinks, vídeos e infografias. Com seu sistema de gerenciamento de páginas através de módulos, o *Cotidiano* consegue escapar do desenho padrão de páginas. Pode ter, por exemplo, a página de reportagens fotográficas com imagens abertas e com grande impacto visual, seguindo a linha do *The Big Picture*.

Clóvis antecipa que o próximo passo do *Cotidiano* será retomar o conceito da manchete, elemento clássico do jornalismo que ficou

bloqueado por algumas dificuldades de formatação desses CMS. Com o maior domínio da ferramenta, tornou-se possível destacar a notícia em função de sua importância – recuperando-se, assim, o peso editorial da manchete.

Orientados a pensar a pauta como um produto final, que contemple tanto a informação quanto o formato, os alunos saem à rua munidos não só de caneta e bloco de anotações, mas de câmera fotográfica e de vídeo. Na ponta desse processo estão profissionais da Tecnologia da Informação e do Design, em busca de soluções que contemplem as necessidades do usuário – um leitor ávido por informação atual, rápida e globalizada, como preconiza Santaella (2009):

*Quando o usuário pilota o computador, esteja ele transitando por um CD-Rom ou nas redes, ele está sempre dentro de um espaço informacional, um ambiente de signos híbridos no qual imagens, gráficos, desenhos, figuras, palavras, textos, sons e mesmo vídeos misturam-se na constituição de uma metamídia complexa. Essa complexidade não é devida apenas à complexidade dos signos que aciona, mas também devida às exigências que ela demanda do usuário. É preciso movimentar-se no ambiente, é preciso encontrar caminho nessa floresta de signos e rotas. Em suma: navegar é preciso. O usuário-operador tem de interagir com o que vê, mediante as escolhas do que vê. Ele não pode simplesmente olhar para o que se apresenta na tela, sem agir. É essa interação que está implícita no verbo navegar (SANTAELLA, 2004, p.144).*

Hoje, nas escolas de comunicação, o texto não mais protagoniza a relação com o leitor. A interdisciplinaridade é a solução para a construção de pautas que contemplem as demandas da rede. Fotos e vídeo constroem narrativas ricas de informações intertextuais. Nesse contexto, são vitais para o jornalismo online as parcerias com outras áreas,

como por exemplo o Design. No site *Cotidiano*, cada pauta é analisada individualmente e os recursos são pensados a partir de seu potencial.

O estudante da 5ª fase de jornalismo da UFSC Thiago Moreno, que está há um ano no projeto, explica que, nas pautas “mais visuais”, a fotografia e o vídeo ganham destaque. A equipe está sempre atenta para não gerar páginas “estáticas” e proporcionar ao leitor uma experiência de navegação próxima do que “os teóricos acreditam ser o ideal no jornalismo online”.

Com este propósito, os estudantes têm sido estimulados a investir na cobertura fotográfica no “estilo The Big Picture”, vinculada aos textos da reportagem. O aprendizado revelou ao grupo do *Cotidiano* que os links que direcionam o leitor para coberturas fotográficas, gráficos ou vídeos tornam as páginas mais dinâmicas, enquanto a utilização da barra de rolagem remete à cobertura no jornalismo impresso – print plus, modelo-base estabelecido pelo jornalista norte-americano Jonathan Dube, que definiu oito classificações:

1. **Print Plus:** o texto disponibilizado segue os moldes das publicações impressas, podendo ser acrescido de fotos ou vídeos.
2. **Interativos clicáveis:** têm como base imagens e gráficos dos jornais e televisão. Agregam elementos interativos e pequenos textos que permitem ao internauta que faça escolhas para obter a informação.
3. **Slideshow:** sequência de imagens, em formato de ensaio fotográfico, para narrar um acontecimento ou fato.
4. **Estórias de áudio:** áudio de entrevistas é disponibilizado, contribuindo para a matéria.
5. **Slideshow narrado:** une imagens e informações de áudio. As imagens são passadas automaticamente, acompanhadas por áudio.
6. **Animações:** recurso utilizado para narrar um fato quando as imagens são escassas.
7. **Webcasting interativo:** Vídeo associado a algumas possibilidades da web, tais como links e chat. Experiência diferente da proporcionada pelo vídeo assistido na televisão, por exemplo.

**8. Multimídia Interativa:** Forma que integra texto, gráficos clicáveis, áudio, fotos e vídeo, criando um conjunto compreensível e interativo.<sup>31</sup>

O trabalho dos alunos da UFSC rendeu ao site *Cotidiano* o primeiro lugar da região Sul no 3º Prêmio ESMPU de Jornalismo Universitário pela reportagem “Trabalho escravo não é trabalho”<sup>32</sup>. Embora três bolsistas tenham participado efetivamente da cobertura – entre pauta, reportagem e edição –, todos os demais integrantes colaboraram com sugestões, debate de pauta e edição para produzir a matéria, que foi publicada no dia 17 de dezembro de 2011. A reportagem tinha como foco a atuação do Ministério Público Federal.

O concurso, organizado pela Escola Superior do Ministério Público<sup>33</sup>, avaliou produtos publicados em mídias-laboratórios de todo o país que divulgassem a atuação do Ministério Público (MP) ou algum de seus ramos. Os materiais foram julgados pela atualidade do tema, relevância, profundidade da abordagem, qualidade técnica e precisão. A participação da equipe, mesmo que não seja diretamente, na produção da reportagem é essencial para a fluência informacional:

*Navegar, andar entre sites ou entre áreas diferentes de um mesmo site são ações oferecidas por quem projetou o espaço para que pudéssemos ler, jogar, comprar, enfim, interagir. Perceber os efeitos de sentido que cada elemento envolvido numa produção é capaz de gerar pode tornar mais conscientes os processos de criação, excluía das es-*

31 Adaptado do texto original

32 Disponível em: <[http://www.cotidiano.ufsc.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1098:trabalho-escravo-nao-e-trabalho&catid=42:reportagem&Itemid=62](http://www.cotidiano.ufsc.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1098:trabalho-escravo-nao-e-trabalho&catid=42:reportagem&Itemid=62)>, acesso em 04 de setembro de 2011.

33 Disponível em: <<http://www3.esmpu.gov.br/>>, acesso em 06 de junho de 2012.

*colhas comunicativas, quando deveria estar integrada a qualquer projeto desde os primeiros passos.*

*Os recursos tecnológicos muitas vezes são resolvidos por equipes diferentes das que cuidam dos aspectos comunicativos, suas escolhas, em geral são feitas apenas da praticidade de utilização dos programas de autoria ou da adaptação às especificidades técnicas dos equipamentos, do público-alvo, como o acesso à banda larga ou a computadores mais potentes, mas sem levar em conta os aspectos de sentido que essas escolhas trazem à produção como um todo (BRESSANE, 2007, p.161).*

Mesmo se tratando de um projeto universitário, a equipe do *Cotidiano* busca sempre equiparar o trabalho executado com os dos profissionais do mercado, muitas vezes antecipando soluções. Em maio de 2011, o grupo recuperou um acervo fotográfico com imagens históricas de Florianópolis e criou uma fotorreportagem<sup>34</sup> as comparando com fotos atuais.

O trabalho realizado tenta se aproximar ao máximo das fotos tiradas no passado, apesar das diferenças entre equipamentos. A meta era mostrar a evolução da cidade, passando por pontos que são referência em Florianópolis. Para isso foi utilizado um recurso simples de flash: passando o mouse na foto antiga, ela revela como o local está atualmente.

A solução de interface apresentada, assim como muitas outras encontradas pelo grupo, tem como objetivo facilitar a navegação, tornando a informação mais acessível e gratificante a experiência de navegação pelo internauta, como orienta Paul:

---

<sup>34</sup> Disponível em: <<http://www.cotidiano.ufsc.br/swfs/fotos.swf>>, acesso em 15 de maior de 2012.

*A narrativa digital criou uma mudança de paradigma da narrativa tradicional, que era controlada pelo responsável pelo desenvolvimento de conteúdo, para uma narrativa que conta com a contribuição do usuário. A chave para entender essa mudança e utilizar com sucesso o ambiente digital como novo espaço de narrativa é conhecer a própria audiência. É necessário um conhecimento mais aprofundado sobre que tipo de narrativa melhor servirá a audiência, usando todo leque de técnicas da narrativa digital, e quando as narrativas “analógicas” podem ser utilizadas (PAUL, 2007, p.137).*

A cada tecnologia surge mais um desafio para os comunicadores: adaptar a linguagem àquela nova mídia. Muda a forma, o formato e a construção do conhecimento, portanto a formação do futuro profissional. Tirar proveito de suas potencialidades se faz necessário, isso sem perder o foco no objeto principal, o usuário.

C A P Í T U L O



# Fotografia e Design

A inquietude e a urgência sempre guiaram o homem na busca de um propósito para tudo, a garantia do valor funcional, que orienta a escola do pragmatismo. Esse propósito mobilizou muitos inventores e até hoje influencia a produção mercadológica e a postura do design. A fotografia nasceu do anseio por uma representação mecânica em meio ao entusiasmo pelas novas tecnologias surgidas na Europa do século XIX

*As práticas do design gráfico começaram no Brasil no mesmo período em que as primeiras câmeras fotográficas foram trazidas da Europa. O surgimento dos periódicos ilustrados deram novo impulso ao mercado em formação. Naquele meio, surgiram os primeiros profissionais cujo perfil de atuação os aproximava da figura do designer, ao desenvolverem o projeto de suas publicações, elaborando os atributos, buscando diferenciais e visando atender a finalidades específicas, antenados no mercado e levando em conta as possibi-*

*lidades e limitações técnicas e industriais, sem deixar de buscar alternativas sempre que possível (ANDRADE, 2004, p. 52).*

Os desafios atrelados ao desenvolvimento tecnológico mobilizaram os produtores pelo incessante aperfeiçoamento da máquina. A busca pela funcionalidade remete ao desenvolvimento do processo fotográfico. Joseph-Nicéphore Niépce, em 1826, registrou a primeira imagem fotográfica em um longo processo de exposição do material fotossensível à luz. Niépce chegou a apresentar seus estudos à Royal Society<sup>35</sup>, instituição que não reconheceu o invento por considerá-lo incompleto. Em 1835, dois anos após a morte de Niépce, Daguerre descobriu que uma imagem latente poderia ser revelada com vapor de mercúrio, reduzindo assim o tempo de exposição para 20 ou 30 minutos (ANDRADE, 2004, p. 3). Com isso, o invento tornou-se viável para funções profissionais e, em seguida, popularizou-se em poucos anos.

A partir da popularização do invento, os desafios atrelados ao desenvolvimento tecnológico mobilizaram os produtores. Esses visavam o incessante aperfeiçoamento do processo fotográfico, aprimorando técnicas, linguagens e projetando máquinas capazes de fotografar ou de reproduzir em série a imagem fotográfica. Exatamente por caracterizar uma prática e indicar seu potencial pragmático-funcionalista, houve investimentos no avanço tecnológico da fotografia e de seus processos de reprodução. Isso promoveu o aprimoramento continuado do equipamento fotográfico e dos apetrechos usados para, tecnicamente, garantir o sucesso do ato fotográfico.

As atividades de Design participaram desse processo, projetando aparelhos e acessórios ou colaborando no registro gráfico de reportagens sobre a atividade fotográfica. As artimanhas fotográficas em busca da imagem perfeita foram relatadas pelos periódicos da

---

<sup>35</sup> Sociedade Real de Londres para o Progresso do Conhecimento da Natureza, instituição destinada à promoção do conhecimento científico, fundada em 28 de novembro de 1660.

época (ANDRADE, 2004). Alguns aparelhos foram especialmente projetados para garantir a pose do corpo durante o longo tempo de exposição, sendo que sua estrutura assemelhava-se aos aparelhos medievais de tortura.

Em 1888, a empresa fundada por George Eastman, *Eastman Kodak Company*, lançou sua primeira câmera compacta, que podia ser facilmente transportada para qualquer lugar (SONTAG, 2008). Assim, devido ao seu design mais compacto, ergonômico e funcional, a máquina *Kodak* retirou a exclusividade dos fotógrafos profissionais, tornando a fotografia acessível a todos que pudessem fazer a aquisição do material necessário.

*Na época, o mote publicitário dos produtos da empresa Kodak era: “Você aperta o botão, nós fazemos o resto”. Isso era parcialmente garantido pela funcionalidade do design, porque se havia criado uma interface móvel e adaptável à maioria das pessoas. “O comprador tinha a garantia de que a foto sairia sem nenhum erro”. Assim, “no conto de fadas da fotografia, a caixa mágica assegura a veracidade e bane o erro, compensa a inexperiência e recompensa a inocência” (SONTAG, 2008 p. 68).*

Depois da popularização da fotografia, o interesse da indústria foi ampliado, fazendo-a investir na criação e no desenvolvimento de diferentes tipos de *flashes* e de filmes. Além disso, houve constantes inovações no design, para tornar criar interfaces fotográficas mais adaptadas à diversidade de usos e de usuários. Isso tornou tudo mais rápido, fácil e preciso.

A popularidade da câmera fotográfica foi amplificada com a tecnologia digital, especialmente depois de ser conjugada aos telefones celulares, que é o aparelho pessoal mais popular da atualidade.

Uma pesquisa da base de dados *Wireless Intelligence* (2010)<sup>36</sup> indicou que, no ano de 2010, o número de aparelhos celulares vendidos no mundo ultrapassou a casa dos cinco bilhões de unidades. Considera-se que há indivíduos com mais de um aparelho celular e que parte desses não dispõe de câmera fotográfica. Mesmo assim, há bilhões de pessoas com acesso constante aos recursos fotográficos. Isso é possibilitado por meio do uso de câmeras digitais independentes ou por sistemas fotográficos acoplados a outros aparelhos.

*A máquina, que antes reproduzia cenários e cenas, passou a ser incorporada pelo usuário, seja esse um fotógrafo amador ou profissional, que aprendeu a considerar o ato fotográfico como descritivo-narrativo. Portanto, fotografar é como escrever ou contar histórias porque, desde o início, a linguagem fotográfica foi associada como derivação da ilustração ou das estampas de livros, decorrentes da litografia que também foi consolidada como técnica de impressão (ANDRADE, 2004).*

Além da mediação objetiva e racional, entretanto, persistiu a interação sensível-subjetiva com o aparelho fotográfico, que assumiu a condição de “fetiche” na relação entre o ser humano e a máquina. Com relação à sua máquina fotográfica Leica, Bresson declarou: “tornou-se o prolongamento do meu olho e não me larga mais”. Sobre isso Rouille (2009, p. 129) comenta que “a máquina é mais do que um simples prolongamento de seu corpo, em razão da ligação que os une” (“ela não me larga mais”); é mais que um novo órgão, mais sensível e mais receptivo.

O avanço tecnológico foi rápido, com negativos mais sensíveis e ópticas luminosas; rapidamente houve o desenvolvimento das pequenas máquinas fotográficas. Por exemplo, máquina da

---

36 Disponível em <<https://www.wirelessintelligence.com/Index.aspx?>>, acesso em 15 de agosto de 2011.

marca “Ermanox, equipamento com objetiva Ernostar de excepcional luminosidade, nem bem começou a ser comercializada quando foi sucedida, em 1925, pela célebre Leica” (ROUILLE, 2009, p. 126).

O aperfeiçoamento da interface lúdica e ergonômica, que propõe a interação amigável entre a máquina e o ser humano, é obra de Design, que possibilita ao fotógrafo maior integração com seu equipamento. Mas, a funcionalidade alcançada por designers e pela indústria não anula o conhecimento agregado pelo fotógrafo, porque o mero apertador de um botão não define a realidade ou a narrativa, porque ambas são estruturadas pelo olhar, registradas pelo aparelho fotográfico e configuradas pela imaginação.

O desenvolvimento de novas tecnologias serviu para estreitar o laço entre o produtor de imagem e seu equipamento. Com a popularização da tecnologia digital, a indústria tem disputado o mercado palmo a palmo com a guerra dos pixels e o lançamento de novos recursos como *face detection*, *smile shutter* e panorâmica, que atraem principalmente os fotógrafos amadores.

*A fotografia se conecta fisicamente ao seu referente – e esta é uma condição inerente ao sistema de representação fotográfica –, porém, através de um filtro cultural, estético e técnico, articulado no imaginário de seu criador. A representação fotográfica é uma recriação do mundo físico ou imaginado, tangível ou intangível; o assunto registrado é o produto de um elaborado processo de criação por parte de seu autor (KOSSOY, p. 42-3).*

Deve-se estar atento, porém, ao poder de sedução que a tecnologia exerce sobre o homem: quanto mais rápida e aperfeiçoada se torna a máquina, menos aprendizado ela gera. Não se pode, portanto, desassociar o desenvolvimento do equipamento e da tecnologia a construção de uma nova narrativa. A máquina fotográfica tornou-

se um prolongamento do homem, estreita o laço entre quem conta/emissor e quem ouve/receptor a história.

Novos modelos e formatos revelam-se na cobertura de grandes acontecimentos, como foi o terremoto de 8,9 graus na escala Richter que atingiu o Japão em 11 de março de 2011. Poucas horas depois, as principais agências do mundo tinham suas fotos reproduzidas nas mais importantes publicações espalhadas pelo mundo.

No Brasil, o Estadão<sup>37</sup> contou o drama japonês no blog Olhar Sobre o Mundo<sup>38</sup>, em um modelo inspirado no The Big Picture, com fotos em grande formato, legenda, crédito de foto e um texto de abertura com link para a matéria principal. O G1<sup>39</sup>, portal de notícias da Globo, criou um *slideshow* com 80 fotografias, procedentes das mais importantes agências de notícias, formato semelhante ao escolhido pelo jornal The New York Times. Já a Folha<sup>40</sup> optou por criar uma galeria de fotos em *slideshow* no formato álbum, sem crédito aos fotógrafos – apenas às agências.

Ao contrário da cobertura factual diária, as fotos sobre a tragédia natural ganharam destaque em grande formato, sejam em *slideshow* ou sequenciais. As redações no Brasil parecem começar a buscar narrativas alternativas ao texto na cobertura jornalística online.

Diante das frequentes transformações, manter-se atualizado e acompanhar as mudanças tornou-se uma árdua tarefa para os veículos de comunicação. Com a Internet surgem novos formatos, como o sugerido por Alan Taylor, criador do The Big Picture, e novas linguagens, que nascem a partir de outras mais familiares, a exemplo do trabalho desenvolvido pela produtora norte-americana

37 Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/>>, acesso em 11 de março de 2011.

38 Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/olhar-sobre-o-mundo/terremoto-no-japao/>>, acesso em 11 de março de 2011.

39 Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/fotos/2011/03/terremoto-no-japao.html>>, acesso em 11 de março de 2011.

40 Disponível em: <<http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/2364-terremoto-atinge-o-japao>>, acesso em 11 de março de 2011.

Mediastorm, que funde imagens estáticas com vídeo. Inovações são constantes, rapidamente assimiladas, reproduzidas e adaptadas pelas publicações online.

O jornal Diário Catarinense publicou, em 3 de novembro de 2011, um vídeo<sup>41</sup>, com pouco mais de oito minutos, produzido pelo fotojornalista Alvarélio Kurossu, em parceria com a repórter Roberta Kremer, sobre as condições dos cerca de 43 quilômetros de ciclovias e ciclofaixas de Florianópolis. Formato similar ao utilizado pela tvfolha, com imagens em movimento feitas pelo fotógrafo intercaladas pela narração da repórter. Kurossu pedalou com uma Gopro instalada na bicicleta.



Figura 6 – Especial produzido pelo Diário Catarinense.

Fonte: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2012/11/o-desafio-de-pedalar-em-florianopolis-3939763.html>>, acesso em 15 de nov. 2012.

Na cobertura das eleições americanas, o jornal The Washington Post “propôs”, no dia seguinte à votação, uma “jornada visual”<sup>42</sup>

41 Disponível em: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2012/11/o-desafio-de-pedalar-em-florianopolis-3939763.html>>, acesso em 03 de novembro de 2012.

42 Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/supergrid/run/>>, acesso em 12 de novembro de 2012.

aos seus leitores. Apresentou o processo eleitoral, de junho de 2011 a novembro de 2012, em um mosaico de fotos, vídeo e texto. Os principais fatos são narrados em imagens que podem seguir uma ordem cronológica ou aleatória, por opção do leitor. Os vídeos são curtos e pontuais, com oito minutos de duração em média.



Figura 7 – Especial Multimídia produzido pelo jornal The Washington Post.  
Fonte: <<http://www.washingtonpost.com/supergrid/run/>>, acesso em 07 de nov. 2012.

Ao analisar produtos desenvolvidos nos dois principais jornais de São Paulo para esta pesquisa, observa-se que os veículos online ainda seguem os moldes do impresso no desenvolvimento de produtos voltados à Internet. As equipes também se estruturam no mesmo formato. O conteúdo ainda é predominantemente de responsabilidade do jornalismo e a formatação gráfica da equipe de arte, composta pelos profissionais do design gráfico. Contudo, à medida em que a web ganha força, esses modelos começam a ser revistos. Por mais multidisciplinar que seja a formação do jornalista, este começa a perceber que precisa de profissionais com habilidades específicas na formatação de produtos voltados à web, que se torna cada vez mais visual.

Para acompanhar a velocidade imposta pela Internet e garantir que a informação seja transmitida, é necessário rever o fazer fotográfico, dar uma nova forma para a informação. Forma essa que é aquilo que, na coisa, é inteligível. Podendo ser conhecido pela razão (objeto da ciência): a essência, o “definível” (JAPIASSÚ e MARCONDES, 2006, p. 81). A fotografia, como forma de expressão gráfica e informativa, é protagonista na Internet, que hoje congrega outras linguagens como o vídeo. A experiência com esse novo meio é única e não pode ser comparada ao impresso ou a televisão. Adaptada à nova mídia, a fotografia se transforma e também a seus atores, sejam os usuários ou os produtores de novos projetos.

### 3.1 A FOTOGRAFIA NOS MOLDES DE HOJE

Devemos considerar que, antes de chegar ao modelo atual, o fotojornalismo passou por mudanças. Pode-se considerar que o berço do fotojornalismo moderno foi a Alemanha, pós a Primeira Guerra Mundial (1914-1919). As artes, letras e ciências foram favorecidas pelo governo social-democrata da República de Weimar. Neste período surgem revistas ilustradas semanais nas principais cidades alemãs de médio e grande porte. Uma inovação dessas revistas foi publicar reportagens apenas com fotografias, em uma sequência de imagens, que contava a história do começo ao fim, com pouco texto. Entre as principais estão a Berliner Illustrierte Zeitung, de Berlin, a Münchener Illustrierte Presse, de Munique, a Frankfurter Illustrierter, de Frankfurt e a Kölnischer Illustrierte Zeitung, de Colônia (GIACOMELLI, 2012, p. 53).

Esse movimento influenciou o surgimento de publicações similares em outros países, como a França, Reino Unido e Estados Unidos. Foi entre os anos 20 e 30, nos Estados Unidos, que o fotojornalismo ganhou força como elemento essencial da imprensa moderna. Ao longo desse período houve importantes conquistas técnicas,

como o aprimoramento do domínio da cor e sensibilidade do filme. Outro avanço foi a introdução da telefoto, em 1935, pela Associated Press. Antes da Primeira Grande Guerra, a fotografia tinha o caráter apenas ilustrativo na imprensa.

Com a industrialização crescente, e a ânsia por lucros imediatos, os jornais apostaram no fotojornalismo objetivo, ganhando destaque fotojornalistas que cultivavam abordagens próximas do real, como Weegee (1899-1968), ou Arthur Fellig, que se destacou entre os anos 30 e 40. A exemplo de Brassai<sup>43</sup>, o fotógrafo de Paris, Weegee foi o outro repórter de cidade por excelência, ou, mais precisamente, o fotorrepórter da noite da cidade de Nova York. Vivendo praticamente dentro de seu carro-laboratório, fotografava catástrofes e crimes (SOUSA, 2000).

Neste mesmo período, também nos Estados Unidos, surgiu um projeto de fotografia documental: o Farm Security Administration (FSA), que se opõe à ideia do fotojornalismo testemunhal e objetivo. O FSA tinha o objetivo de retratar a vida na América rural.

*No Farm Security Administration notam-se alguns dos primeiros indícios do que viria a ser o documentarismo fotográfico algumas décadas depois, nomeadamente o afastamento da foto-registro animada pela verossimilitude que alguns fotógrafos, Como Evans e Lange, por vezes apresentam. De fato, independentemente do seu estatuto de fotógrafos-funcionários, os fotodocumentaristas do FSA conseguiream fazer do projeto uma escola de foto-livre que influenciará grandes revistas (SOUSA, p. 115)*

---

<sup>43</sup> Gyula Halász é o nome de batismo do fotógrafo romeno radicado na França. Estudou arte em Budapeste e Berlim (1920-1923) e mais tarde frequentou círculos que incluíam artistas plásticos como Kandinsky, Kokoschka e Moholy-Nagy

Sousa estabelece uma relação entre fatores de desenvolvimento pessoais, sociais e culturais do fotojornalismo e a mutação que o jornalismo diário dos EUA teve e exportou:

- a) Poder de atração e popularidade das fotografias, suportado pelos rasgos de uma cultura visual que se desenvolvia com o cinema;
- b) Práticas documentais, como as dos tempos da depressão e as dos fotógrafos do compromisso social;
- c) Entendimento das imagens como fator de legibilidade e acessibilidade aos textos;
- d) Práticas de fotojornalismo de autor, dirigidas, em muitos casos, aos jornais diários;
- e) Mutações no design dos jornais norte-americanos, entre 1920 e 1940, em interrelação com a proliferação de fotografias;
- f) Modificações na edição fotográfica, privilegiando-se frequentemente a foto de ação única;
- g) Percepções inovadoras do jornalismo, devido à introdução da telefoto, em 1935;
- h) Aumento (lento) do interesse dos fotógrafos pelo fotojornalismo;
- i) Elevação definitiva do fotojornalismo à condição de subcampo da imprensa;
- j) Introdução de tecnologias inovadoras, como câmeras menores, teleobjetivas, filme rápido e flashbulb;

A tecnologia digital coloca o fotojornalismo em uma encruzilhada, entre o modelo praticado no jornal impresso, que ainda carrega consigo traços do jornalismo objetivo norte-americano, e a pluralidade do jornalismo digital, que retoma o olhar aberto do fotodocumentarismo. Analisar os impactos das inovações tecnológicas no fazer fotográfico é também voltar o olhar para o passado. O fotojornalismo hoje tem a liberdade delegada pelos meios digitais, resultado da evolução técnica, cultural e social.

*Durante as últimas duas décadas o fotojornalismo sofreu duros golpes em sua estética, ficou óbvio, mais voltado para uma estética publicitária e tentando encontrar o seu lugar no mundo digital. Nos últimos dez anos, porém, este cenário tem se transformado devagar, mas com bastante coerência, especialmente na Europa e nos Estados Unidos. Os fotojornalistas têm se reunido em coletivos ou agências (Tendece Floue, VII, Noor, Terra Project, só para citar alguns exemplos) e têm se dedicado a criar suas próprias histórias, com mais tempo e profundidade. O dia-a-dia pode até ficar por conta de uma foto feita por um leitor (caso de enchentes, etc) ou pelo profissional da redação, mas os trabalhos mais profundos, reflexivos, ficam por conta destes profissionais. Uma fotografia que se aproxima cada vez mais da fotografia documental (ou documentária), grandes histórias contadas por todos os fotógrafos do coletivo ou pequenas histórias contadas individualmente. Acredito que o fotojornalismo está voltando com essas características. (Informação textual)<sup>44</sup>*

A Guerra do Vietnã (1959-1975) foi a primeira e última cobertura, fotografada e televisada (ROUILLÉ, 2009, p. 138), feita livremente sem a interferência política. É neste período que as revistas ilustradas, como a Paris-Match, na França, ou a Life, nos Estados Unidos, detêm quase a exclusividade da difusão da informação visual. Correndo risco de vida, fotojornalistas aventuram-se destemidos junto com os soldados e fotografam cada conflito à exaustão.

---

<sup>44</sup> Informação fornecida por Simonetta Persichetti em entrevista concedida para esta pesquisa, por e-mail, em 08 de outubro de 2012.

*A ajuda material direta que o Exército americano forneceu a inúmeros repórteres – Larry Burrows, Donald MacCullin, David Douglas Duncan, Philip Jones Griffiths – coloca-os em uma verdadeira situação mimética em face dos militares. Muitas vezes vestidos com os mesmos trajes de combate dos GI, os repórteres atacam com eles, sobem nos helicópteros, e transmitem seus filmes a partir do front por intermédio dos malotes do Exército (ROUILLE, p.140).*

Após a exposição à mídia da Guerra do Vietnã, militares e governantes mudaram de estratégia, não oferecendo acesso livre ao campo de batalha. A nova estratégia tinha por objetivo controlar a circulação da informação. Restrições à imprensa foram impostas na cobertura dos conflitos seguintes, a exemplo da Guerra das Malvinas (1982), que marca o início de uma política restritiva da imagem. “Enquanto militares americanos haviam favorecido amplamente a ação e a presença dos fotorrepórteres no Vietnã, somente dois são autorizados a seguir as tropas britânicas” (ROUILLE, 2009, p. 141).

*Esse período é considerado por estudiosos como segunda revolução no fotojornalismo, que desencadeou o início de uma forte segmentação dos mercados da comunicação social e o aumento da atenção dada ao design gráfico na imprensa (SOUSA, 2000).*

C A P Í T U L O

4

# Fotografia e suas conexões

Vivemos um período de transição, em que as novas tecnologias de informação transformam a relação que temos com a linguagem. Há pouco mais de dez anos as funções no jornalismo eram claras, fosse no impresso ou na televisão: existia o repórter, o fotógrafo, o cinegrafista, o designer gráfico (responsável pela arte) e o editor. Com o desenvolvimento tecnológico, o fotógrafo hoje assume outras funções. No comando da “banda de um homem só”<sup>45</sup>, executa várias funções ao mesmo tempo, ainda que comandando um só equipamento, a câmera fotográfica.

Mesmo com o desenvolvimento tecnológico, contudo, o fotógrafo precisa do suporte de vários parceiros, essenciais na formatação do produto final: o editor de arte – encarregado do design gráfico do produto –, o editor de fotografia, além da inseparável parceria com o repórter, que ainda é o responsável pelo conteúdo, junto com o fotógrafo. A tecnologia é democrática e libertária, mas é preciso melhor compreendê-la para apreendê-la. Fotografar na era da conectividade é exercitar a co-

---

<sup>45</sup> Como define Adam B. Ellick, correspondente de Internacional do New York Times que utiliza a plataforma multimídia na produção de texto e vídeo.

municação em sua semântica. Comunicar é trocar informação, dividir conhecimento. Hoje o fotógrafo não trabalha mais sozinho, não é mais o único responsável pela mediação com o leitor. Trabalha em parceria com outros profissionais que buscam o mesmo objetivo: informar.

*Diferentemente dos meios de massa, os meios de função pós-massiva permitem a personalização, a publicação e a disseminação de informação de forma não controlada por empresas ou por concessões de Estado. As ferramentas com funções pós-massivas insistem em processos de conversação, de interações, de comunicação, em seu sentido mais nobre, tendo aí uma importante dimensão política (...)*

*Hoje convivem, em permanente tensão, mídias desempenhando papéis massivos e pós-massivos, reconfigurando a indústria cultural e as cidades contemporâneas. Consequentemente, blogs surgem com funções pós-massivas e tencionam publicações massivas, como as empresas jornalísticas (BEIGUELMAN, et all, p. 48).*

O fotojornalismo, que seguia rumo a uma crise, começa a trilhar novos caminhos. Diante de fatos marcantes como o fechamento das agências fotográficas Sygma, Sipa e Gamma, produtores de imagens temiam a morte do fotojornalismo. Este seria o fim da época em que os fotógrafos eram os únicos que dominavam a “magia” que acontecia na caixa preta e toda a filosofia em torno desse processo.

Em janeiro de 2012, a pioneira Kodak, fabricante de equipamentos e materiais para fotografia fundada há 131 anos, entrou com pedido de proteção contra falência em uma corte de Nova York. As dificuldades financeiras enfrentadas pela tradicional corporação, dona de uma das marcas mais conhecidas da velha economia, evidencia o quanto o mercado da fotografia foi modificado pelo advento da tecnologia digital.

As previsões mais catastróficas não se cumpriram. Com as novas tecnologias, o fotojornalismo se reinventa. Associada a novas mídias, a fotografia surge com novo formato, imprimindo uma nova narrativa na web, principalmente no jornalismo online. Desde o início de 2011 a Folha de S. Paulo desenvolve o tvfolha, produto voltado para Internet que reúne a fotografia e o vídeo. De 21 de fevereiro, data de estreia do projeto, até meados de maio foram publicados cerca de 700 vídeos. No desenvolvimento da produção, o projeto conta com 10 profissionais, entre repórteres, fotojornalistas, editores e produtores.



Figura 9 – Tela inicial do tvfolha, Jornal Folha de S. Paulo.

Fonte: <<http://www1.folha.uol.com.br/tv/>>, acesso em 08 de out. 2012.

Para João Wainer<sup>46</sup>, responsável pela implantação do projeto tvfolha, a associação do vídeo à fotografia representa um resgate do

46 Começou na fotografia em 1992, aos 16 anos, como estagiário do Jornal da Tarde. Foi assistente do fotógrafo Bob Wolfenson em 1994/95 e em 1996 ingressou na equipe de fotógrafos do jornal Folha de S.Paulo, da qual faz parte até hoje. Venceu a Bolsa FNAC para jovens fotógrafos em 2005 e expôs na França o trabalho “Marginalia”. Foi diretor de fotografia da série de 12 documentários “Chico Buarque”, exibido em 43 países. Publicou os livros “Aqui Dentro: Páginas de uma Memória – Carandiru” em 2003 e “Últimas Praias: Entre Ubatuba e Paraty”, em 2007. Contribui regularmente para diversas revistas.

fotodocumentarismo: “A gente está procurando uma maneira de fazer o jornal impresso no vídeo online, mas a gente acredita que isso acontece não simplesmente imitando a linguagem da tv, do telejornalismo”. Wainer<sup>47</sup> acredita que o fotojornalismo, “que vinha em uma crise, vai sair da crise por conta da tecnologia”. Para ele, o desenvolvimento dessa nova linguagem só é possível por conta da tecnologia, em especial a partir do lançamento da Canon 5D Mark II, considerada um marco que mudou a indústria de produção ao incorporar o recurso de vídeo de alta qualidade às câmeras profissionais.

Wainer considera que essa novidade tecnológica contribui decisivamente para a evolução na linguagem do fotojornalismo. “Darwin. É o girininho ganhando um bracinho, uma perninha. Os fotógrafos todos perceberam isso e estão muito empolgados com as possibilidades que surgem daí”. Todos os vídeos produzidos para a tvfolha são feitos por fotógrafos, que muitas vezes também editam o próprio material. Ele conta que na equipe todos estão preparados para fotografar, filmar, editar e escrever. Na finalização do vídeo ainda contam com e equipe de arte, que auxilia na formatação do produto, elaboração de infográficos e finalização do vídeo.

Simonetta Persichetti avalia que toda nova tecnologia transforma nossa maneira de ver e compreender o mundo. Ela acredita no retorno de agências fotográficas compostas só por fotógrafos, responsáveis por suas próprias pautas. Persichetti classifica como “genial” a possibilidade proporcionada pelos recursos tecnológicos de combinar, em uma reportagem fotográfica clássica, a imagem estática com imagens em movimento e com som. “Acredito que os jornais e revistas impressos poderão se dedicar a trabalhos mais longos, documentais e a Web ficará com os experimentais”, conclui.

Com a Internet, a união da imagem still<sup>48</sup> com a imagem em movimento dá maior dimensão e reforça a autenticidade do conteúdo jornalístico. Kolodzy ilustra o cenário ao citar uma cobertura do

47 Em entrevista concedida para esta pesquisa por telefone em 9 de maio de 2012.

48 Imagem estática.

programa 60 Minutes: “Relatos de soldados americanos acusados de abuso na prisão de Abu Ghraib, no Iraque, vieram à tona em março de 2004, mas a história não gerou indignação pública até o programa 60 Minutes, da CBS, colocar no ar fotografias”<sup>49</sup>.

As inovações tecnológicas reorganizam os padrões estabelecidos. A linguagem se sobrepõe à técnica. Diante deste cenário, o fotojornalista começa a estabelecer uma nova relação com o equipamento fotográfico. Hoje a “máquina” antecipa-se ao fotógrafo, que assume um novo papel neste processo, liberto do aparelho, como pregou Flusser em Filosofia da Caixa Preta:

*(...) O deciframento de fotografias é possível, porque, embora inseparáveis, as intenções do fotógrafo e do aparelho podem ser distinguidas. Esquemáticamente, a intenção do fotógrafo é esta: 1. codificar, em forma de imagens, os conceitos que tem na memória; 2. servir-se do aparelho para tanto; 3. fazer com que tais imagens sirvam de modelos para outros homens; 4. fixar tais imagens para sempre. Resumindo: A intenção é a de eternizar seus conceitos em forma de imagens acessíveis a outros, a fim de se eternizar nos outros (FLUSSER, 1985, p. 24).*

Antes da Internet, a fotografia era considerada o produto final resultante da “ação do homem, o fotógrafo, que em determinado espaço e tempo optou por um assunto especial e que, para seu devido registro, empregou os recursos oferecidos pela tecnologia”, como descreve Kossoy (2009, p. 37). O pesquisador descreve assim os elementos constitutivos da fotografia<sup>50</sup>:

*Assunto: tema escolhido, o referente fragmento do mundo exterior (natural, social etc.)*

<sup>49</sup> Tradução desta autora.

<sup>50</sup> A imagem, registro visual fixo de um fragmento do mundo exterior, conjunto dos elementos icônicos que compõem o conteúdo e seu respectivo suporte (KOSSOY, p. 39).

*Fotógrafo: autor do registro, agente e personagem do processo. Tecnologia: materiais fotossensíveis, equipamentos e técnicas empregados para obtenção do registro, diretamente pela ação da luz (KOSSOY, 2009, p.38).*

Com as novas tecnologias a estrutura das redações se modifica. Os profissionais redefinem seus papéis. Na era da convergência, os profissionais que trabalham nas redações, independente da área de formação, começaram a ter uma atuação multidisciplinar. Com foco no produto final, a equipe de arte, de edição, produção, reportagem e fotografia passaram a buscar soluções conjuntas para contar o fato jornalístico equilibrando a hierarquia dos cargos. A convergência oferece uma oportunidade de expandir, mudar a forma de contar as histórias e levar informação para as pessoas (KOLODZY, 2006).

Logo que as câmeras fotográficas com recurso de vídeo chegaram à redação do Estado de S. Paulo, os fotojornalistas se mostraram receosos. O editor adjunto de fotografia Armando Fávoro<sup>51</sup> considera que o processo foi similar ao ocorrido na transição do equipamento analógico para o digital. Ele acredita que, no futuro, o fotógrafo “não será apenas só um fotógrafo, mas um profissional multimídia”. Fávoro diz que já hoje os fotógrafos do Estado de S. Paulo saem pautados para fotografar e fazer filmes em sua cobertura, que são usados tanto no portal como no iPad. O editor comenta que a linguagem desses vídeos é fotográfica. “Aí que é o bacana. Diferente do cinema e do cinegrafista que trabalha em uma televisão. É o olhar do fotógrafo. O importante é a informação”, conclui.<sup>52</sup>

Para Fávoro, a fotografia viveu um período de ascensão e foi valorizada pelo surgimento da Internet: “Principalmente nos primeiros anos da rede. A médio e longo prazo a imagem em movimento ganhará força”, prevê, referindo-se a outras linguagens visuais. Mesmo

51 Na função de editor adjunto de fotografia do Estado de S. Paulo há dez anos.

52 Informação fornecida por Armando Fávoro em entrevista concedida em São Paulo, na sede do jornal O Estado de S. Paulo, no dia 16 de julho de 2011.

consciente do potencial da Internet, o editor afirma que é o impresso que sustenta a fotografia. Ele explica que “o laptop e a conexão 3G<sup>53</sup> fazem parte do equipamento do fotógrafo”. Durante a pauta os profissionais se preocupam em transmitir fotos para o portal do Estado de S. Paulo. “Nossa primeira preocupação é deixar o portal atualizado com uma boa imagem. Hoje a gente já tem essa preocupação, há algum tempo a gente não tinha”, descreve.

O processo de adaptação às novas tecnologias e as linguagens decorrentes desse processo não são recentes.

*Los medios y el arte modernos han hecho avanzar cada una de estas técnicas, emplazando al espectador a nuevas demandas físicas y cognitivas. A partir de los años veinte, nuevas técnicas narrativas, como el montaje cinematográfico, forzaron al público a llenar con rapidez los vacíos mentales entre imágenes inconexas. La fotografía del cine guiaba al espectador de manera activa em su salto de una parte a otra del encuadre. El nuevo estilo de representación semiabstracta que, junto com la fotografía, se convirtió em el <<estilo internacional>> de la moderna cultura visual, requería de espectador que reconstruyera los objetos representados a partir de lo básico: un contorno, unas pocas manchas de color y sombras proyectadas por objetos que no se representaban directamente (MANOVICH, 2006, p. 104).*

## 4.1 O HOMEM E A TECNOLOGIA

Historicamente, o desenvolvimento da tecnologia traça novos rumos para o fotojornalismo. Com a Internet essa trama se tornou mais complexa, envolve vários atores e diferentes mídias, permeadas pela

---

<sup>53</sup> O padrão 3G é a terceira dos padrões de tecnologias de telefonia móvel, que substituiu o 2G, permitindo que as operadoras ofereçam uma gama maior de serviços.

linguagem fotográfica nas suas diversas facetas. Devemos voltar nossa atenção à construção das narrativas que surgem com a Internet.

As novidades tecnológicas apresentadas são assimiladas e servem apenas de ferramenta para os produtores de conteúdo. A informação pode estar exposta em linguagem fotográfica, em vídeo ou fundida em ambos. No meio digital a história pode ser contada de várias formas, utilizando recursos gráficos e visuais diversos. A pesquisadora Janet H. Murray refere-se aos vários tipos de narrativa sob a denominação genérica de “ciberdrama”, como uma reinvenção do próprio ato de contar histórias para o novo meio digital.

*À medida que o mundo virtual ganhar uma expressividade crescente, nós nos acostumaremos lentamente a viver um ambiente imaginário que, por enquanto, achamos assustadoramente real. Mas, em algum momento, perceberemos que estamos olhando “através” do meio, em vez de “para” ele (MURRAY, 2003c, p. 252).*

Em constante evolução, a Internet dificulta a classificação desses novos gêneros. Essa miscigenação é experimentada por vários veículos. O diretor do tvfolha João Wainer compara esse momento de transição à invenção do avião: “Em vários lugares estão trabalhando na construção dessa linguagem. O Midiastorm é um deles, o New York Times é outro, o The Guardian e o El País têm um trabalho interessante, mas cada um com sua característica, sua personalidade.”

No tvfolha, o fotógrafo é responsável pelo vídeo. Fotógrafo e repórter saem juntos para a cobertura, mas o modelo de reportagem em nada se parece com o utilizado nos telejornais. O repórter coleta as informações, mas não segue o molde consolidado nas TVs de fazer um off e passagem. Boa parte das informações são fornecidas pelos personagens e imagens captadas pelo fotógrafo. Se houver necessidade, o repórter é entrevistado para acrescentar dados à história. “Esse repórter não vai olhar para a câmera. O fotógrafo vai colocar a

câmera no tripé e vai sentar ao lado da câmera. O repórter vai olhar no olho dele. Vai ser uma conversa entre o fotógrafo e o repórter”, explica Wainer. Imagens estáticas também são utilizadas nas histórias.

Os fotógrafos são orientados a optarem pela fotografia quando, durante a cobertura, estiverem em dúvida entre fotografar e filmar. O acúmulo de funções exige do profissional maior concentração ao conteúdo e domínio técnico. Antes de sair da redação, a equipe traça um roteiro, um checklist dos principais pontos da pauta a serem abordadas, possíveis fontes e imagens. O diretor do tvfolha considera que no jornalismo impresso existe um espaço maior para o “fotojornalismo de pauta”, onde a cobertura é de assuntos factuais. Para ele, com a construção de uma nova linguagem, voltada à Internet, o fotojornalismo documental ganha um maior espaço.

A distinção entre fotojornalismo e fotodocumentarismo (também chamado de fotodocumentalismo) é oferecida por Sousa:

*De uma forma ampla, o fotodocumentalismo pode reduzir-se ao fotojornalismo, uma vez que ambas as actividades usam, frequentemente, o mesmo suporte de difusão (a imprensa) e têm a mesma intenção básica (documentar a realidade, informar, usando fotografias). Porém, e em sentido restrito, por vezes distingue-se o fotojornalismo do fotodocumentalismo pela tipologia de trabalho.*

*Um fotodocumentalista trabalha em termos de projecto fotográfico. Mas essa vantagem raramente é oferecida ao foto-repórter, que, quando chega diariamente ao seu local de trabalho, raramente sabe o que vai fotografar e em que condições o vai fazer (SOUSA, 2004, p. 8).*

Um exemplo dessa nova estrutura, em que a fotografia está associada ao vídeo, é o fotodocumentário produzido pelo fotógrafo Ilvy Njiokiktjien e a jornalista Elles van Gelderen sobre a história

de jovens sulafricanos Afrikaners<sup>54</sup> numa colônia de férias de autodefesa para combater os “inimigos” negros. A produção venceu o World Press Photo Multimedia em 2012.

O fazer fotográfico é desafiado a reinventar-se, convocando profissionais de áreas afins. Não basta associar a fotografia ao vídeo, como era feito no cinema e na televisão. A nova linguagem deve ser adaptada ao novo meio. Imagens estáticas unem-se a imagens em movimento para contar histórias pontuais com personagens expressivos. Assim trabalham os produtores da MediaStorm<sup>55</sup>, produtora multimídia norte-americana que constroi narrativas visuais. A MediaStorm converge os esforços dos profissionais da fotografia, televisão, design, jornalismo e tecnologia da informação.

*De hecho, la introducción de la imprenta afectó sólo a una fase de la comunicación cultural, como era la distribución mediática. De la misma manera, la introducción de la fotografía sólo afectó a un tipo de comunicación cultural: las imágenes fijas. En cambio, la revolución de los medios informáticos afecta a todas las fases de la comunicación, y abarca la captación, la manipulación, el almacenamiento y la distribución, así como afecta también a los medios de todo tipo, ya sean textos, imágenes fijas y en movimiento, sonido o construcciones espaciales (MANOVICH, 2006, p. 64).*

A fusão de diferentes linguagens na construção de uma narrativa voltada à web é cada vez mais frequente nos meios de comunicação. Os profissionais de áreas distintas começam a unir esforços em novos projetos, que ainda não têm uma denominação estabelecida. Mas é possível verificar que a linguagem fotográfica permeia o vídeo e este

<sup>54</sup> Disponível em: <<http://www.ellesvangelder.nl/multimedia>>, acesso em 10 de agosto de 2011.

<sup>55</sup> Disponível em: <<http://mediastorm.com/>>, acesso em 18 de julho de 2011.

incorpora características da fotografia. As pautas são mais pontuais e pensadas para a nova plataforma. A interferência do repórter tende a ser mínima, ressaltando o olhar do fotógrafo/operador da câmera. Nas coberturas geralmente são utilizadas câmeras fotográficas digitais que já disponibilizam recursos de vídeo em alta resolução.

Na produtora MediaStorm, entre as câmeras fotográficas profissionais digitais, priorizam dois modelos de câmera da marca Canon<sup>56</sup>: a 5D Mark II e recentemente a 5D Mark III. Imagens, estáticas ou em movimento, são feitas por câmeras fotográficas digitais. Antes das câmeras fotográficas profissionais disponibilizarem recurso de vídeo, a equipe utilizava câmeras de vídeo. No site listam em detalhes todo equipamento:

Quadro 4: Equipamento MediaStorm

Câmeras fotográficas digitais: Canon 5D Mark II e the 5D Mark III
<p style="text-align: center;"><b>Lentes</b></p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Canon EF 24-70mm f/2.8 lens</a>  <a href="#">Canon EF 24-105mm f/4 lens</a>  <a href="#">Canon EF 70-200mm f/2.8 lens</a>  <a href="#">Canon EF 50mm f/1.2 lens</a>  <a href="#">Canon EF 24mm f/1.4 lens</a></p>
<p style="text-align: center;"><b>Gravadores digitais</b></p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Marantz PMD661</a>  <a href="#">Zoom H4n</a></p>
<p style="text-align: center;"><b>Câmeras de vídeo</b></p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Sony PMW-EX1</a>  <a href="#">Sony PMW-EX3</a>  <a href="#">Sony HVR-Z7U</a>  <a href="#">Panasonic HVX200</a></p>

<sup>56</sup> Disponível em: <<http://mediastorm.com/train/resources/gear>>, acesso em 13 de junho de 2012.

### Acessórios Multimídia

**Tripé:**

[Sachtler FSB-8](#)

**Headphone:**

[Sony MDR-7506 Professional Monitor](#)

**Filtro:**

[Singh-Ray Vari-ND Variable Neutral Density Filter](#)

**Cartão de memória:**

[SanDisk Extreme Pro 32GB](#)

Fonte: Elaborada com informações fornecidas pelo entrevistado.

Brian Storm<sup>57</sup> conta<sup>58</sup> que a principal preocupação da produtora é contar histórias, seja para a web ou outra plataforma. O tempo de produção dos documentários varia, dependendo do projeto. Mesmo os com produção mais longa, que podem levar até um ano, têm o tempo de duração entre 12 e 20 minutos. Storm afirma que a utilização de fotos estáticas é fundamental na estrutura dos roteiros – são a “espinha do projeto”. Antes de fundar a MediaStorm, em 2005, Storm foi por dois anos vice-presidente de News, Multimedia & Assignment Services da Corbis<sup>59</sup>.

Em setembro, o Conselho de Relações Exteriores dos Estados Unidos e a MediaStorm receberam um Emmy pelo documentário *Crisis Guide: Iran*<sup>60</sup>. A produção foi premiada na categoria “**Novas abordagens para jornalismo e documentários: cobertura de eventos atuais**” (New Approaches to News and Documentary Programming: Current News Coverage). Outro documentário da MediaS-

57 Fundador e produtor executivo da MediaStorm.

58 Em entrevista concedida para esta pesquisa por e-mail em 12 de junho de 2012.

59 É uma companhia americana, sediada em Seattle, Washington, que atua no ramo de direitos de imagem e fotografia. A companhia foi comprada por Bill Gates em 1989. Atualmente conta com os direitos de uma coleção com mais de 100 milhões de imagens.

60 Disponível em: <[http://www.cfr.org/interactives/CG\\_Iran/index.html?cid=oth-redirect-crisis\\_guide\\_iran](http://www.cfr.org/interactives/CG_Iran/index.html?cid=oth-redirect-crisis_guide_iran)>, acesso em 12 de julho de 2012.

torm, *A Darkness Visible: Afghanistan*<sup>61</sup> ficou entre os finalistas no Emmy na categoria “Novas abordagens para jornalismo e documentários: documentários”.

O documentário premiado apresenta plataforma de multimídia sobre o Irã e suas relações com o mundo:

*As ambições do Irã como potência regional e ligações a grupos terroristas suspeitos colocam duros desafios para os seus vizinhos e com o mundo, ampliados pela turbulência no Oriente Médio e tensão dentro do regime iraniano. Esta história interativa apresenta o Irã, sua evolução como uma república islâmica e o controverso programa nuclear. Ela também oferece a visão de especialistas sobre as principais opções políticas para lidar com o Irã. (Texto de abertura do documentário).<sup>62</sup>*

O vídeo de abertura, com pouco mais de oito minutos, mescla fotografias e depoimentos de especialistas. As fotos apoiam as declarações e reforçam o conteúdo jornalístico do documentário. O conteúdo visual não sobrepõe a informação verbal. Assim como, no impresso, texto e fotografia se complementam, imagem e declarações são interligadas. A relação entre o texto escrito e o visual é discutida há séculos. Ao mesmo tempo em que podem se complementar, também o texto e a fotografia podem estar isolados e distantes. Isso acontece quando um é considerado em detrimento do outro. Na Internet, a fotografia interage agora com outras mídias, como o vídeo. Nesse novo formato, a fotografia assume o papel de representação do real em contraponto com a “fala” dos analistas.

61 Disponível em: <<http://mediastorm.com/publication/a-darkness-visible-afghanistan>>, >, acesso em 12 de julho de 2012.

62 Tradução desta autora.



Figura 10 – Tela inicial do Crisis Guide: Iran.

Fonte: <[http://www.cfr.org/interactives/CG\\_Iran/index.html?cid=oth-redirect-crisis\\_guide\\_iran](http://www.cfr.org/interactives/CG_Iran/index.html?cid=oth-redirect-crisis_guide_iran)>, acesso em 07 de out. 2012.

No documentário “Crisis Guide: Iran”, a fotografia assume seu papel informativo, sem sobrepor a informação transmitida pelo especialista. É a representação do real em confronto com a análise do fato noticioso. Mais que um “espelho do real”, a fotografia deve conter elementos que remetam a uma realidade. Como traço do real, permite que seja decodificada pelo observador. A fotografia deve ser clara e não óbvia, pois a obviedade pode resultar em redundância. E, desta forma, a imagem poderá ser compreendida e estará apta a interagir com diferentes linguagens, como a escrita e o vídeo.

Ao longo dos tempos, a fotografia assumiu diversos papéis. Inicialmente foi tomada como espelho da realidade, em seguida como instrumento de transposição dessa realidade, para só então ser compreendida como uma referência, índice do real.

*...poderia dizer que até aqui as teorias da fotografia colocaram sucessivamente seu objeto naquilo que Ch. S.*

*Peirce<sup>63</sup> chamaria em primeiro lugar a ordem do ícone (representação por semelhança) e em seguida a ordem do símbolo (representação por convenção geral). Ora, o tema desta última parte do trabalho é justamente teorias que consideram a foto como procedente da ordem do índice (representação por contiguidade física do signo com seu referente). E tal concepção distingue-se claramente das duas precedentes principalmente pelo fato de ela implicar que a imagem indiciária é dotada de um valor todo singular ou particular, pois determinado unicamente por seu referente e só por este: traço de um real (DUBOIS, p. 45).*

Ao olhar uma imagem, seja na fotografia ou no desenho, nosso olhar e nossa mente buscam identificar referências. Espelhos da realidade, esteja esta refletida em traços indiciais de uma realidade ou convertida em ícones. Importante destacar que a imagem como elemento de comunicação ultrapassa esse conceito e abre espaço para análise, por ser um instrumento de transposição.

Assim sendo, se a imagem é a representação de algo, pode ser concebida como signo. E como representação deve ser compreendida pelo observador, por isso devem se relacionar com a cultura à qual está exposta. A comunicação está na convergência entre a semelhança, o traço e a convenção, ou seja, ícone, índice e símbolo.

Depois do surgimento da fotografia, o mundo se estreita e os continentes se aproximam. A imagem revela a realidade de outras culturas, antes apenas descritas verbalmente, ilustrada ou por meio de texto. Mais tarde, com o desenvolvimento da indústria gráfica, que multiplica a imagem fotográfica pela impressão, aumenta o acesso a realidade antes distante (KOSSOY, 2009). Essa familiari-

---

63 Charles Sanders Peirce – considerado o fundador da Semiótica, procurou durante toda a vida uma metodologia de pesquisa que fosse capaz de servir a todas as ciências. Para tanto, montou um complexo arcabouço filosófico no qual a Semiótica foi entendida e desenvolvida como uma lógica.

dade com o mundo do outro integra a aldeia global, hoje imersa em uma avalanche de imagens, produzidas digitalmente e reproduzidas na Internet.

Antes do surgimento da fotografia, viajantes estrangeiros apoiavam-se nas imagens para descrever o que encontravam em terras distantes. Os desenhos, que sempre acompanhavam os textos, chegaram a elucidar questões conflitantes nos textos dos exploradores da época:

*Estudos comparativos entre os textos verbais e os textos imagéticos de viajantes do século XIX, referentes a um dos pontos de maior atração para os estrangeiros – a floresta virgem –, revelaram contradições entre os textos verbais. Até em questões aparentemente objetivas como o silêncio e o rumor e sonoridades da floresta existem contradições entre os textos e até num único texto. A ambiguidade com que o viajante enfrentava o desconhecido fica então patente, no êxtase diante da beleza e do desmesurado, e no temor diante dos perigos e do desconhecido. Essa ambiguidade se reflete na seleção dos pontos reproduzidos e nas sucessivas deformações que as imagens sofreram (MOREIRA LEITE, p. 43).*

A fotografia pode figurar em diversos papéis, dependendo da forma como é tratada. Uma delas é a reiteração do texto escrito, quando a imagem cumpre o papel de manchete, apontando uma determinada questão. Mas a fotografia pode contribuir com informações, o que possibilita o aprofundamento do assunto estudado. Com a Internet e a convergência com outras mídias, como o vídeo, esse papel é potencializado.

*A fotografia ou o desenho permitem uma penetração de significados por meio da memória espacial e da associação de imagens. O exercício da análise das fotografias estimula a per-*

*cepção visual e habitua a enxergar na foto uma radiografia com sugestões de significados invisíveis que ultrapassam o enquadramento das duas dimensões (MOREIRA LEITE, p. 43).*

No jornalismo, por exemplo, onde texto e imagem sempre estão associados, essa discussão também está presente. Desde o começo da carreira, como fotojornalista, Pedro Martinelli<sup>64</sup> sempre “brigou” por mais espaço para a fotografia dentro das redações. Contudo, jamais deixou de reconhecer o importante papel do texto, aliado à fotografia, na tarefa de contar uma história. Para ele, o texto é um elemento fundamental na compreensão de uma imagem.

E Martinelli não mede esforços para que a história seja bem compreendida, seja fotografando ou com suas impressões em texto. “A fotografia é pouco para mim”, diz o fotojornalista, que se considera um trabalhador braçal. Nos seus trabalhos, expressa na foto o olhar e o discurso em texto. Como contador de histórias, em fotos ou em texto, Martinelli não trabalha com clichês, esforça-se em revelar o que vê tal qual a realidade, sem expor quem fotografa. O fotógrafo<sup>65</sup> parecia preferir o turbilhão de mudanças por qual passaria o fotojornalismo com as transformações tecnológicas ocorridas nos últimos anos.

Entre o que a imagem revela e o que o texto acrescenta deve haver espaço para a mediação. A reflexão sobre o que diz o texto e a imagem. No que elas se complementam e o que traduzem. Como um quebra-cabeça, cada informação – em forma de texto, desenho ou em fotografia – compõe uma nova imagem gerada a partir de pequenas partículas.

---

64 Pedro José Martinelli iniciou a carreira na sucursal de Santo André do Diário do Grande ABC em 1968. Em 1970, foi para O Globo. De 1975 a 1976 trabalhou no Palácio do Governo. Foi editor de fotografia da Veja entre 1976 e 1983 e diretor de serviços fotográficos da Abril até 1994. Publicou os livros Casas Paulistanas, Paraná a volta dos Índios Gigantes, Amazônia o povo das águas, Mulheres da Amazônia e Gente x Mato. Dedicou-se à documentação fotográfica da Amazônia desde 1970, tendo registrado o primeiro encontro dos índios Paraná com o homem branco.

65 Em entrevista concedida a esta autora em 2003 para a monografia Causos no cordão – As aventuras de Mamédio na Cidade Grande, para a Faculdade Senac de Comunicação e Artes.

## 4.2 MODELOS DE CONVERGÊNCIA NA INTERNET

A convergência é um processo que pode ser desencadeado de cima para baixo, da corporação para o consumidor, ou de baixo para cima, do consumidor para a corporação. Como forma de expressão gráfica e informativa, a fotografia se revela uma linguagem “maleável” que se funde a diferentes linguagens como o texto, no impresso, e – com o recente desenvolvimento das tecnologias na Internet – ao vídeo. Aos poucos, as empresas midiáticas adaptam seus conteúdos aos novos formatos, adequando-se a demanda dos exigentes consumidores.

*Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos (JENKINS, 2008, p.45).*

Entre os veículos é possível identificar muitas similaridades entre os projetos voltados à Internet, mas também grandes diferenças. Na formatação dos produtos são considerados os projetos gráficos, linha editorial, aporte financeiro e habilidades da equipe. O tvfolha, que teve início em 2011, com canal próprio no YouTube. Em 11 de março de 2012, a TV Cultura cedeu ao jornal Folha de S. Paulo o direito de transmitir aos domingos, em horário nobre, as reportagens produzidas pelo tvfolha. Cada programa tem duração de 30 minutos.

## A TV Cultura não tem participação no conteúdo editorial, de responsabilidade exclusiva do jornal.

<b>TV Folha</b>
Título: Populações ribeirinhas do rio Negro estão contaminadas, aponta estudo Vídeo exibido em 30 de setembro de 2012.
Duração: 3 minutos
<p>Texto: As populações ribeirinhas do rio Negro, no norte do Amazonas, estão expostas à contaminação por mercúrio num nível superior ao tolerável à saúde humana, aponta um novo estudo do Inpa (Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia).</p> <p>A contaminação ocorre por meio da ingestão prolongada de peixes piscívoros, como tucunaré e piranha, informa a reportagem de Kátia Brasil. Os sintomas são problemas neurológicos e perda da coordenação motora, entre outros.</p> <p>A pesquisa foi feita em 2011 com mechas de cabelo de 50 pessoas, de 14 comunidades diferentes, e apontou uma concentração de mercúrio no organismo de 3,14 ppm a 58,35 ppm durante o ano.</p> <p>A Organização Mundial da Saúde considera tolerável uma taxa de 50 ppm para a população em geral e 10 ppm para mulheres grávidas. Segundo a bióloga Graziela Balassa, 32, autora do estudo, a situação das mulheres em idade reprodutiva é a mais preocupante: 85% delas apresentaram concentrações de mercúrio superiores a 10 ppm.</p>

Quadro 5: Vídeo tvfolha

Fonte: Elaborado pela autora.

Nesta pesquisa analisamos dois produtos, da tvfolha e do MediaStorm. O detalhamento de cada projeto tem por objetivo compreender a estrutura e o alcance dos citados projetos.

<b>Mediastorm</b>
Título: Crisis Guide: Iran

Duração: 8:31 (vídeo principal), 3:15 (regime iraniano) com outros três vídeos de suporte (3:46, 2:32, 4:42), 2:57 (Irã e região), 2:35 (programa nuclear do Iran), seguimento de análise (4:13, 5:19, 3:06, 4:16, 2:59).

Quadro 6: Documentário Mediatorm

Fonte: Elaborado pela autora.

Os dois formatos “bebem da fonte do documentarismo<sup>66</sup>”. As pautas são bem delimitadas com grande foco no personagem. Os vídeos não ultrapassam os dez minutos e fundem imagem em movimento com imagens estáticas. Na produção de ambos vídeos são utilizadas câmeras fotográficas e as imagens são feitas por fotógrafos.

Contudo, no trabalho elaborado pela tvfolha, a linguagem fotográfica está presente na direção de fotografia das imagens em movimento. O vídeo que conta a história da exposição das populações ribeirinhas ao mercúrio mescla imagens em movimento com narração do repórter que realizou a reportagem em parceria com o fotógrafo. A fala dos personagens é interrompida pelo repórter, que acrescenta informações, também exibidas por meio de infográficos<sup>67</sup>.

---

66 Tem origem no gênero cinematográfico, que se caracteriza pelo compromisso com a exploração da realidade.

67 Gráficos que reúnem informação.



Figura 11 – Vídeo tvfolha: Populações ribeirinhas do rio Negro estão contaminadas, aponta estudo

Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=PJn5O5Cthsc&feature=youtu.be>>, acesso em 31 de out 2012.



Figura 12 - Especial Multimídia Crisis Guide: Iran, produzido pelo Mediastorm.

Fonte: <[http://www.cfr.org/interactives/CG\\_Iran/index.html?cid=oth-redirect-crisis-guide\\_iran#/iran-and-the-region/](http://www.cfr.org/interactives/CG_Iran/index.html?cid=oth-redirect-crisis-guide_iran#/iran-and-the-region/)>, acesso em 31 de out. 2012.

No especial multimídia produzido pelo Mediastorm em parceria com o Conselho de Relações Exteriores dos Estados Unidos, a

linguagem fotográfica se faz mais presente por meio de fotografias estáticas, que reforçam o conteúdo jornalístico e a fala dos especialistas que analisam as questões propostas. O conteúdo é fragmentado em vários vídeos, com diversas abordagens: desde um panorama geral a questões específicas como o programa nuclear. Além dos vídeos, uma timeline orienta quanto ao referencial histórico. Outro elemento gráfico utilizado na multimídia é a infografia. Por meio dos infográficos são apresentados dados demográficos, econômicos, sociais, populacionais e militares.

Para Primo (2007), a interatividade mediada por computador quando este é apenas um meio de comunicação. Por outro lado, revê a fórmula emissor, mensagem, meio, receptor, destacando a importância do papel do designer no processo comunicacional. Primo explica que:

*A tão conhecida fórmula 'emissor → mensagem → meio → receptor' acaba sendo atualizada no seguinte modelo: 'webdesigner → site → Internet → usuário'. Os termos são outros, foram 'modernizados', mas trata-se da mesma e caduca epistemologia. A diferença é que se destaca que não apenas se recebe o que o pólo emissor transmite, mas também se pode buscar a informação que se quer. O novo modelo, então, seria: 'webdesigner → site → Internet ← usuário'. Essa seria a fórmula da chamada 'interatividade' (PRIMO, 2007, p. 11).*

Tanto na tvfolha como na multimídia produzida pela Medias-torm, está clara a valorização do conteúdo, mas também da formação gráfica, adequada à web. No documentário produzido pelo tvfolha a navegação é linear, sem a participação do leitor. Já no documentário Crisis Guide: Iran, todo projeto foi concebido pensando na usabilidade. A abordagem do design é dominante; são utilizados elementos que permitem a interatividade na navegação, podendo o

usuário eleger o conteúdo que o interessa e a forma como irá acessar as informações. Cores e formas são escolhidas para aumentar a dramaticidade e reforçar a relevância do tema abordado.

C A P Í T U L O

5

# Considerações finais

A princípio, as inovações tecnológicas são quase sempre sedutoras, mas também assustadoras. Contudo, diante das novas tecnologias da comunicação, não nos cabe assumir postura ludista<sup>68</sup>. São necessários anos, ou mesmo décadas, para assimilar as mudanças trazidas por um novo meio. Com a Internet não é diferente. Nesse processo, os veículos de comunicação e profissionais adaptam-se e lançam esforços na construção de uma nova linguagem. Historicamente associada ao texto na mídia impressa, a fotografia se apresenta como protagonista, como elemento gráfico e informativo na Internet, constituindo uma nova narrativa visual.

Esse fluído limite espacial que nos oferece a Internet permite que a fotografia transite entre o formato de mídias mais lineares, como jornais e revistas impressas, bem como outras menos lineares, a exemplo da televisão e do cinema. Constantes reformulações e adequações das linguagens fazem com que os veículos cada vez mais contem com equipes multidisciplinares, formadas não apenas

---

<sup>68</sup> Ludismo foi um movimento ou técnica de sindicalismo contrário à mecanização do trabalho que precedeu a revolução industrial.

por jornalistas, mas profissionais de áreas afins, como o Design, na elaboração de produtos gráficos voltados para a Internet.

Os veículos de comunicação assimilam essas transformações e incorporam essas técnicas em novos projetos. O blog The Big Picture é um exemplo: tornou-se referência quando apresentou coberturas fotográficas em grande formato, sob o ponto de vista de diferentes fotojornalistas. Hoje no In Focus, blog criado na revista The Atlantic, Taylor ousa apresentar a linguagem fotográfica em outros formatos, como o vídeo. Em 30 de novembro de 2011 mostrou o trabalho dos cineastas Lukas and Salome Augustin – que viveram em Cabul entre 2006 e 2008 –, um retrato do Afeganistão em vídeo<sup>69</sup>. “Normalmente publico imagens estáticas, mas esses cineastas têm um olhar de fotógrafo”, justifica o criador do blog.

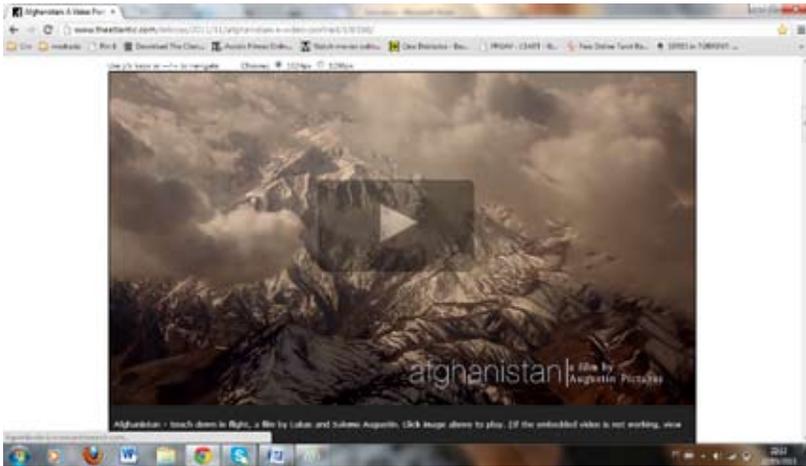


Figura 13 – Tela de abertura do documentário afghanistan.

Fonte: <<http://www.theatlantic.com/infocus/2011/11/afghanistan-a-video-portrait/100198/>>, acesso em 07 de out. 2012.

A Internet convoca vários atores na produção de projetos, que incorporam linguagens já conhecidas em uma só plataforma. Nes-

<sup>69</sup> Disponível em:<<http://www.theatlantic.com/infocus/2011/11/afghanistan-a-video-portrait/100198/>>, acesso em 30 de novembro de 2011.

se processo, torna-se necessária uma reflexão sobre a forma como vem sendo produzida a informação, como é trabalhado seu conteúdo gráfico e de que forma ela é editada. Enfim, mais especificamente, como a fotografia vem sendo pensada e trabalhada nos veículos de comunicação.

As novas técnicas fotográficas permitem essa navegação livre por parte desse coautor, que pode dar um giro em torno da imagem fotografada em 360 graus, atirar-se na direção de um objeto com a intenção de perceber um detalhe ou uma expressão. Detalhes estes, registrados pelo fotógrafo, mas percebidos e capturados pelo observador, que viaja em busca de um outro fragmento de informação contida naquele registro.

Mesmo sendo uma plataforma democrática, que agrega recursos técnicos atraentes e onde as mídias fundem-se, a Internet tem uma característica que pode fugir do domínio de quem controla a informação: o risco do usuário desviar sua atenção para recursos tecnológicos que agregam pouco conteúdo. Os agentes envolvidos na produção dos projetos gráficos e jornalísticos voltados para a web devem trabalhar em sintonia, pois a linha que delimita esse espaço é tênue. Devem estar atentos para os recursos agregam informação na construção dos projetos. Apesar do desenvolvimento tecnológico acontecer a passos largos, os veículos de comunicação ainda têm cautela e só aplicam técnicas e recursos já experimentados em mídias menos tradicionais, como os blogs.

Os números de acessos confirmam o sucesso de alguns projetos, como o blog *The Big Picture*, hoje rebatizado de *In Focus* e transferido para a revista *The Atlantic*. Seu criador, o designer Alan Taylor, mencionou que uma das suas recentes publicações, com as imagens vencedoras do concurso fotográfico de 2011 da revista *National Geographic*, recebeu milhares de acessos<sup>70</sup>. Além de dedicar pelo menos 40 horas semanais à pesquisa, edição e formatação das histórias, Taylor procura

---

<sup>70</sup> Em chat realizado em 23 de janeiro de 2012 na plataforma online da revista *The Atlantic*.

se manter informado sobre as novidades tecnológicas, sempre preocupado em adaptar o projeto às transformações em curso.

As informações sobre o trabalho desenvolvido pelo criador do blog The Big Picture serviu como referência na condução das entrevistas com os profissionais dos jornais a Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e especialistas. Ao final da investigação observou-se que ambos veículos desenvolvem projetos voltados para a web, onde a integração entre profissionais do design e jornalismo são determinantes na formatação do conteúdo gráfico e informativo.

Contudo, em ambos jornais o investimento nesses projetos é esporádico, pois o maior investimento ainda está no jornal impresso, onde são aplicadas as verbas publicitárias. Apesar de ainda estarem presos aos moldes do impresso, os profissionais não estão alheios ao potencial hipermidiático da rede, que oferece maior interação com os leitores. Nesta transição o desenvolvimento tecnológico se mostra essencial na construção desta nova narrativa, oferecendo tanto aos profissionais do design, como do jornalismo, ferramentas importantes para que a informação seja transmitida de forma clara e objetiva.

# Fontes de Informação

ABBAGNANO, Nicola, **História da Filosofia**. 3a ed, Lisboa: Presença, 1982, v. VI.

ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. **História da fotorreportagem no Brasil**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

ASSOULINE, Pierre. **Cartier-Bresson. O olhar do século**. Porto Alegre: L&PM, 2009.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1995.

BARTH, Miles, **Weegee's World**. New York: Bulfinch, 2000.

BARTHES, Roland. **A Câmera Clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BARTHES, Roland. **O prazer do texto**. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 1993.

BEIGUELMAN, Gisele; BAMBOZZI, Lucas; BASTUS, Marcus; MINELLI, Rodrigo (orgs.). **Apropriações do (In)Comum. Espaço público e privado em tempos de mobilidade**. São Paulo: Instituto Sérgio Motta, 2009. E-book disponível online no endereço <[http://hrenatoh.net/curso/textos/artemov\\_port.pdf](http://hrenatoh.net/curso/textos/artemov_port.pdf)>. Acesso em: 10 fev. 2012.

BONSIEPE, G. **Design: do material ao digital**. Florianópolis: Fiesc/IEL, 1997.

BRESSANE, Taís. Navegação e Construção de Sentidos. In: **Hipertexto Hipermídia: as Novas Ferramentas da Comunicação Digital**. Ferrari, Pollyana (org) São Paulo: Contexto, 2007.

CALVINO, Italo. **Palomar**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

CAMPOS, Haroldo de. **Ideograma: lógica, poesia, linguagem**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2000.

CANAVILHAS, João Messias. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança**. Covilhã: [bocc-Labcom-UBI], 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>>.

DIAS, Cláudia Augusto. Grupo focal: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas. **Informação e Sociedade**. Paraíba, v. 10, n. 2, p.141-158, 2000.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

DUBE, Jonathan. **Online storytelling forms**. Disponível em <http://www.cyberjournalist.net/news/000117.php>. Acesso em 8 de janeiro de 2010.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. Campinas: Papyrus, 1994.

FERNANDES JUNIOR, Rubens. **Processos de Criação na Fotografia apontamentos para o entendimento dos vetores e das variáveis da produção fotográfica**. Facom, São Paulo, nº 16, 2º semestre de 2006.

FIALHO, F. A. P. ; SANTOS, Neri dos; BRAVIANO, G.. **Métodos e Técnicas em Ergonomia**. 1. ed. Florianópolis: NOVA LETRA, 2005.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Hucitec, 1985.

GIACOMELLI, Ivan Luiz. **A transição tecnológica do fotojornalismo – da câmara escura ao digital**. Florianópolis: Editora Insular, 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GORDON, Rich. Organizado por Kevin Kawamoto. **Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism**. Nova York: Rowman & Littlefield, 2003.

JAPIASSU e MARCONDES. **Dicionário de Filosofia**. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papi-  
rus, 1996.

KOŁODZY, Janet. **Convergence Journalism – Writing and Reporting across the News Media**. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, INC, 2006.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & História**. Cotia: Ateliê Editorial, 2009.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia: Ateliê Editorial, 2002.

LEVY, Pierre. **A Máquina Universo – Criação, cognição e cultura informática**. Lisboa: Instituto Piaget, 1987.

MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación**. Buenos Aires: Paidós, 2006.

MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens**. São Paulo: Editora Schwarcz, 2006.

MOREIRA LEITE, Miriam L.; Feldman-Bianco, Bela (orgs.). **Desafios da imagem – fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais**. Campinas: Papi-  
rus, 1998.

MUNHOZ, Paulo César Vialle, **Fotojornalismo, Internet e participação: os usos da fotografia em weblogs e veículos de pauta aberta**. 2005, 107f. Dissertação, Programa de Pósgraduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck**. São Paulo: Editora Unesp, 2003.

NOJOSA, Urbano Nobre. Da rigidez do texto à fluidez do hipertexto. In: **Hipertexto Hipermídia: as Novas Ferramentas da Comunicação Digital**. Ferrari, Pollyana (org). São Paulo: Contexto, 2007.

PAUL, Nora. Elementos das Narrativas Digitais. In: **Hipertexto Hipermídia: as Novas Ferramentas da Comunicação Digital**. Ferrari, Pollyana (org.). São Paulo: Contexto, 2007.

PERASSI, PAVANATI, NEVES JR. Representação, realidade e conhecimento na mídia digital-eletrônica. In: **Texto Digital**. Vol. 6, n. 2. Florianópolis, SC: UERJ/UFSC, 2010.

PERASSI, R. **Roteiro didático da arte na produção do conhecimento**. Campo Grande: EDUFMS, 2005.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RENEKER, Maxine H. **A qualitative study of information seeking among members of na academic community: methodological issues and problems**. Library Quarterly, v. 63, n. 4, p. 487-507, Oct. 1993.

ROUILLÉ, André. **A Fotografia entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: Senac, 2009.

SALAVERRIA, Ramón. **Redacción periodística en Internet**. Pamplona: Eunsa, 2005.

SOUSA, Jorge Pedro. **Jornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

WARD, Mike. **Jornalismo online**. São Paulo: Roca, 2006.

# CONEXÕES FOTOGRAFICAS

A construção de uma nova narrativa visual

Cristiane Fontinha Miranda

