ícone
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Universidade Federal de Pernambuco
ISSN 1516-6082

v. 14 n.2
dez - 2012

Os lugares do fotojornalismo

Juliana Andrade Leitão[1]

Resumo
Este artigo se propõe a refletir sobre as tensões existentes nesse novo lugar ocupado pelo fotojornalismo. Para esse debate trazemos exemplos de preocupações clássicas de Bresson, Freund e Capa sobre diagramação e crédito das imagens e as comparamos com as fotografias colocadas este ano no facebook por fotojornalistas contemporâneos, assim como um blog que causou a demissão de fotógrafo mineiro. A base teórica traz Bourdieu, Barthes,Pepe Baeza, Merchán, Aumont, Ramírez, Coello e Machado. O estudo evidenciou modificações na visibilidade das imagens, supressão de alguns mediadores, tensões que dizem respeito à exposição de políticas editorais e novos espaços de trocas simbólicas.

Palavras-Chave: fotojornalismo; mídia; web.

Abstract
This article aims to reflect about the tensions in this new place occupied by photojournalism. To this debate concerns we brought examples of classic Bresson, Capa and Freund about diagramming and credit of the images and compare them with photos posted on Facebook this year for contemporary photojournalists, as well as a blog thatcaused the resignation of a photographer. The theory brings Bourdieu, Barthes, Pepe Baeza, Merchán, Aumont, Ramirez, Coello and Machado. The study showed alterations in the visibility of the images, suppression of some mediators, tensions concerning the exposure of editorial policies and new spaces of symbolic exchanges.

Keywords: photojournalism; media; web.

1 Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco – POSMEX/ UFRPE. (2009-2011) Doutoranda do Programa de Pós- Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco – PPGCOM/UFPE (2012-). julleitao@gmail.com.

Introdução – Contextualizando o fotojornalismo

Este artigo se propõe a refletir sobre um novo lugar ocupado pelo fotojornalismo e analisar algumas modificações comportamentais que são trazidas pelas novas possibilidades de captação e distribuição de informações. Difusão que funciona fora dos jornais, em outro contexto, sem o aval de um corpo de pessoas, sem o controle de uma hierarquia na emissão da informação e subjugada a modelos predeterminados. Nestas novas possibilidades de emissão de informação constata-se fotojornalistas colocando seu material para observação do público nas redes sociais, apropriando-se do fato de que a internet supõe um novo fator de estímulo na busca de modelos visuais (BAEZA, 2007, P.92).

As mudanças sociais ocorridas durante o século XXI afetaram diretamente a imprensa e consequentemente o fotojornalismo, assim edição, diagramação, crédito, legislação, autoria, agencias, são temas que se sobressaem neste debate. Quando pensamos em fotojornalismo devemos observar vários aspectos que envolvem a prática e que conversam com ela. Roland Barthes ao falar da mensagem fotográfica disse que: "a estrutura da fotografia não é uma estrutura isolada; comunica, pelo menos, com uma outra estrutura, que é o texto (título, legenda ou artigo) que acompanha toda a fotografia de imprensa". (BARTHES, 2009, p.12). Barthes não falou em diagramação, quem pensou e debateu sobre isso foi Henri Cartier Bresson, foi ele quem se preocupou com o uso que seriam feitas de suas fotografias sem o seu controle:

> A grande arte do diagramador é saber extrair do seu leque de fotografias a imagem que merece a página inteira, ou a página dupla, saber inserir o pequeno documento que servirá como locução conjuntiva na história. Ocorre frequentemente de ele ter de cortar a foto para conservar somente a parte que lhe parece mais importante, pois para ele é a unidade da página que prima, e amiúde a composição concebida pelo fotógrafo se vê assim destruída... no fim das contas, porém, é ao diagramador que devemos ficar gratos por uma boa apresentação, em que os documentos estão enquadrados por margens com espaços justos, e onde cada página, tendo a sua arquitetura e o seu ritmo, exprime bem a história que se concebeu. (CARTIER-BRESSON, 2004, p. 28-29).

Robert Capa fala de uma outra questão, o reconhecimento do crédito, ele conta que seu nome foi esquecido: "A enfermeira me trouxe uma pilha de jornais americanos, e descobri que minhas fotos da invasão da Sicília tinham sido usadas por todos os jornais dos Estados Unidos. Não mencionavam meu nome". (CAPA, 2010, P.117). Gisele Freund (1995, p.170-174), por sua vez, discute os problemas da lei no que diz respeito às imagens, ao uso das fotografias pelas agências sem o

controle do fotógrafo, traz o exemplo da polêmica foto de Robert Doisneau que foi feita para falar de um estilo de vida francesa e terminou em matérias sobre alcoolismo e prostituição .

Essas discussões poderiam estar sendo feitas hoje, esse textos poderiam estar sendo escritos por fotojornalistas que continuam não controlando o uso de suas fotografias, nem tendo o crédito sempre garantido ou tendo as imagens que gostariam publicadas.

Dentro da hierarquia dos jornais impressos, existe o papel do editor, que vai decidir quais imagens serão mostradas. Essa função de edição pode ser definida como um conjunto de estratégias que envolvem planejamento, controle de produção, seleção e dimensão dada às imagens e aos fatos registrados (BAEZA, 2007, P.91)

Cada jornal possui uma estrutura de publicação, os editores fotográficos negociam suas escolhas com os outros editores de redação e somente depois disso são feitas as escolhas, principalmente se pensarmos em uma capa de jornal. Concordamos com o que diz Pepe Baeza:

> es evidente que los editores gráficos también dan luz verde o detienen el curso de los mensajes visuales, pero al mismo tiempo, y en función de las estructuras de redacción clásicas que domestican de forma habitual las imágenes de la prensa convirtiéndolas en subsidiarias de los textos, hay que considerar a os editores gráficos como porteros que tienen porteros (BAEZA, 2007, P. 96)

Mesmo considerando que essa estrutura clássica continua a ser legítima dentro da fotografia de imprensa e ainda podemos concordar com o que disse Bresson: "A fotografia não mudou desde sua origem, exceto nos seus aspectos técnicos, o que para mim não constitui um preocupação maior" (CARTIER-BRESSON, 2004, p. 11), no entanto, devemos levar em consideração que algumas mudanças técnicas e avanços tecnológicos permitiram que o lugar que o fotojornalismo ocupa fora dos jornais ampliou-se.

A discussão sobre a diagramação pode ser levada para as redes sociais, já que o fotógrafo não possui a possibilidade de escolher o tamanho que a imagem será mostrada nem os limites dela, no entanto ele pode decidir que recorte dar, se ela será vista colorida ou em preto e branco e principalmente que explicações serão feitas sobre ela.

Tensões e possibilidades de um fotojornalismo online

Antes de mostrar exemplos dessa mudança do lugar que ocupa o fotojornalismo queremos constar que concordamos com o autor que afirma que o fotojornalismo vive fora dos jornais: "Fotoperiodismo no están solo fotos de prensa

o fotografías realizadas para su publicación en un medio impreso" (COELLO, 2006, P.255) e que esse não é um fenômeno novo, o fotojornalismo era feito para agências, revistas, jornais, livros e em alguns casos para ser usado de forma publicitária para comprovar realidades, como faz algumas organizações como os Médicos Sem Fronteiras. A discussão muda na medida em que o meio digital e a internet surgem, mudança que ocorre, não quando o modelo se repete por jornais e revistas que possuem sites com a mesma estruturação hierárquica e reproduzem o modelo da publicação impressa em seus sites, mas quando o deslocamento do polo emissor de informação e controle sobre os usos das imagens se modifica, quando o próprio repórter fotográfico decide sobre o usos das suas imagens e não depende da capa do jornal para dar visibilidade ao seu material. A discussão que trazemos é mais no sentido de deslocamento simbólico.

Bourdieu fala em campo como "espaço social estruturado e conflitual no qual os agentes sociais ocupam uma posição definida pelo volume e pela estrutura da capital eficiente no campo, agindo segundo suas posições nesse campo"; cada campo possui seus agentes, suas regras e seus hábitos, como é o caso do campo jornalístico. Considerando que: "a cada campo corresponde um ponto de vista fundamental sobre o mundo que cria seu objeto próprio e que encontra em si mesmo o princípio de compreensão e de explicação conveniente a este objeto" (CULT, 2012, P.34). Assim o autor traz uma explicação do campo e algumas normativas da arte, que as vezes explica algumas decisões editoriais no que diz respeito à fotografia quando explica-se a escolha de uma ou outra foto por causa de questões que não se explicam dentro das teorias do jornalismo e dos critérios de noticiabilidade. Bourdieu diz:

> Os índices de autonomia do campo tais como a emergência do conjunto das instituições específicas que condicionam o funcionamento da economia dos bens culturais: locais de exposição (galerias, museus, etc.) instâncias de consagração (academias, salões, etc.), instâncias de reprodução dos produtores e dos consumidores (escolas de Belas-Artes etc.), agentes especializados (comerciantes, críticos, historiadores da arte, colecionadores, etc.), dotados das atitudes objectivamente exigidas pelo campo e de categorias de percepção e da apreciação específicas, irredutíveis às que têm curso normal na existência corrente e que são capazes de impor uma medida específica do valor do artista e dos seus produtos. (BOURDIEU, 2011, P.289)

Bourdieu expande a ideia de jornalismo com o seu conceito de campo, que vai além do modelo industrial que para funcionar necessita de uma estrutura hierárquica.

Um estudo de caso sobre o trabalho de Alcione Ferreira e Beto Figueiroa

Para debater esses temas, a seguir dois exemplos. O primeiro trata de um trabalho da fotógrafa Alcione Ferreira, do Diario de Pernambuco. Ela foi designada para fazer a cobertura do Carnaval de Nazaré da Mata em fevereiro de 2012. Como repórter, ela captou o seu olhar sobre a festa que todo ano entra na pauta de cobertura do Carnaval desse jornal. A imagem que a fotógrafa mais gostou, não foi publicada, então ela colocou na sua página do Facebook. A frustração foi retirada da equação, em certa medida, ela pôde mostrar sua foto em outro espaço, deslocando o que há bem pouco tempo constituía o grande portfólio dos repórteres fotográficos: a capa do jornal, não é mais o único. Outros espaços permitem ao fotojornalista garantir seu crédito e conversar com os leitores do trabalho apresentado. A grande mudança é: a imagem é mostrada. Alguns fotojornalistas dizem até que o retorno que recebem por publicações em redes sociais é infinitamente maior do que as dos jornais.

Figura 1.

Ardila diz que o editor tenta satisfazer o fotógrafo e principalmente ao público:

> El editor tiene la doble y difícil tarea de intentar satisfacer al fotógrafo (que sufre mucho: seis horas por las montañas para hacer una foto que a lo peor no vale) y al medio. Pero, fundamentalmente, a quien ha de satisfacer es al receptor, al público en general, y si fuera posible a cada lector como unidad. (ARDILA, 2006, P.240)

No entanto se uma imagem não é publicada no jornal e agrada tanto o público nas redes sociais, houve uma avaliação equivocada por parte da edição? Que critérios de seleção seriam esses? Duvido que exista uma resposta objetiva a essa questão, arrisco-me a pensar que os editores responderiam que cada caso é um caso. O próprio Ardila (2006, p. 241) diz que cada editor pode ver a notícia de uma maneira. Não estou aqui questionando o papel do editor, do crítico cultural ou

outro mediador que irá olhar o material do fotógrafo, talvez o próprio fotógrafo possui tal relação com o momento de produção da imagem que o distanciamento necessário que requer a edição não seja possível e atrapalharia o caráter industrial do fazer jornalístico. No entanto discutimos aqui que esse olhar sobre o tema do fotógrafo pode ser compartilhado pelo público e não pelo editor, como é o caso da imagem de Alcione Ferreira.

Merchán e Alonso quando falam do fotojornalismo no século XXI dizem que: "Es importante reseñar cómo la fotografía cobra cada vez mayor presencia en *internet* y sus lecturas ocupan un papel especial a la hora de poder apreciar las imágenes seleccionadas de forma individual" (MERCHÁN; ALONSO, 2006 P.93).

Talvez possamos falar de um início de liberação do polo de emissão, a fotografia que antes era produzida para ser publicada somente se fosse aprovada por uma rede de editores alinhados à linha editorial do jornal pode ser mostrada a partir de outros mecanismos.

Trazemos então outro exemplo: uma imagem de Beto Figueiroa que foi publicada no Facebook que teve a seguinte repercussão: 245 pessoas curtiram, 75 pessoas comentaram e 426 pessoas compartilharam.

Figura 2

Mesmo Beto Figueiroa sendo um fotógrafo que não mais trabalha em redação e fez a cobertura do Carnaval para órgãos governamentais a partir da agência na qual trabalha hoje, vivenciou a estrutura de redação que controla os usos das imagens e que possui pessoas que assumem a função do crítico que vai escolher o material mais adequado à linha editorial daquele jornal e ao público ao qual o jornal como empresa se dirige.

No caso dos compartilhamentos da imagem de Beto, temos um usuário interativo, que avalia as imagens, a troca de informações entre produtor da imagem e consumidor ou leitor dessa imagem acontece sem a mediação do editor, do diagramador, da estrutura de interesses dos jornais, das explicações das legendas e textos que agem sobre a imagem e sobre as quais o fotógrafo não tem controle e que não necessariamente coincidem com o propósito do autor da imagem.

Torna-se bastante pertinente o que diz Ramirez:

> Una vez superadas las viejas teorías conductistas o de la 'aguja hipodérmica' que vaticinaban unos efectos inmediatos a la acción periodística, el *receptor* pasivo de anteriores épocas se ha convertido en *usuario* interactivo que es capaz de valorar las informaciones y deducir sus propias conclusiones. (RAMIREZ, 2006, P.336).

Não estamos afirmando que o crítico cultural é um elemento indispensável a partir das novas possibilidades de distribuição de imagens nas redes, mas que existem deslocamentos e uma possibilidade de crítica dada ao leitor comum da imagem, que pode comentar o que pensa sobre fotografia a partir de suas referências, seu repertório, sem necessariamente ter uma formação acadêmica ou técnica para tal.

Decisões editoriais escancaradas na rede

Um terceiro caso que trata dessa relação entre redes sociais, informação online que foi bastante comentada em 2010 é a demissão do fotógrafo mineiro Emmanuel Pinheiro por causa de comentários feitos em um blog pessoal sobre edição do jornal o Estado de Minas, para o qual trabalhava. O Portal imprensa publicou que "Pinheiro atribui seu desligamento junto ao jornal por conta de texto publicado na última quinta-feira (5), em que lamenta a opção do veículo por outra imagem na capa do dia", O Portal ainda traz uma fala do fotógrafo dizendo que: "O blog é meu, independente. Só fiz críticas a edições de capa, ilustrações. São impressões pessoais. Meu sentimento é de cerceamento da liberdade de pensamento" (MOULATLET; ROSA, 2010). O jornal por sua vez deu declarações respondendo que:

"Não foi por causa desse único post, mas pelo conjunto da obra. Não é uma questão dele criticar o Estado de Minas, críticas são inerentes ao jornalismo. Mas ele não fazia somente análises; criticava, debochava, divulgava informações que diziam respeito apenas ao jornal" (MOULATLET; ROSA, 2010).

O Sindicato de jornalistas deu razão ao fotógrafo: "Entendemos que a atitude adotada pela direção do jornal caracteriza desrespeito à liberdade de

expressão, já que o jornalista teve ferido seu direito à livre manifestação de expressão e opinião em espaço próprio - direito também defendido com bastante ênfase pelas entidades representativas do setor patronal de imprensa no país". (MOULATLET; ROSA, 2010)

O Observatório da imprensa publicou uma carta escrita por Emmanuel Pinheiro, dentro da qual destacamos os seguintes trechos:

> Me admira o retrocesso e a arrogância de um jornal que demite um funcionário desta forma pelo fato de pensar. O que se devia esperar de um jornal era a liberdade de expressão, e não o cerceamento de pensamento. Deixei tudo lá, mas saí com minha consciência tranquila.[...] Se censuram um blog hoje, o que farão amanhã? [...]A única coisa que me lembro dos anos de ditadura foi quando morava em Brasília, nos idos de 1979, e tinha que colocar o nome do general Figueiredo em todas as minhas provas no colégio.(PINHEIRO, 2012)

O fotógrafo sente-se censurado e compara a decisão tomada pela empresa de comunicação a uma época de ditadura e não ao momento atual de liberdade garantida pela democracia. O medo do desconhecido pode ser o motivo da decisão do Estado de Minas e talvez o início de uma reflexão das empresas sobre como controlar os comentários de seus funcionários na rede, que traz promessas dar voz aos que não possuem fora dela.

Algumas considerações finais

Considerando que a fotografia de imprensa é uma mensagem. (BARTHES, 2009, p.11), que toda mensagem pode ser interpretada, que o espectador é "parceiro ativo da imagem, emocional e cognitivamente. O espectador também constrói a imagem" (AUMONT, 1994, P. 81) e principalmente que "o espectador é também um sujeito com afetos, pulsões e emoções, que intervêm consideravelmente na sua relação com a imagem" (AUMONT, 1994,P. 114); Um novo vínculo se estabeleceu, um modelo de interação sem um intermediário que antes existia.

Não podemos desconsiderar o fato de que o mediador continua existindo, que é o modelo e contrato de uso das redes sociais, a partir de um formato pré-estabelecido que delimita o tamanho da imagem onde ela aparece no mural e nos álbuns. No entanto, não deixa de se constituir um novo espaço de trocas simbólicas, não sabemos o futuro desse novo contrato produtor e leitor de imagem que hoje disputam o mesmo espaço com os mesmo direitos de crítica e de emissão de informações imagéticas. Mesmo sabendo que existe muita utopia no discurso sobre as possibilidades democráticas no que se refere à liberdade de expressão,

horizontalidade do discurso, liberação do polo emissor, não deixamos de ter uma certa esperança no que se refere aos usos que os sujeitos estão fazendo das novas possibilidade tecnológicas. Constatamos no surgimentos de novas práticas mudanças nos contextos, no modo de pensar sobre a comunicação, neste caso específico sobre o fotojornalismo.

Constatamos também uma possibilidade de desvelamento das decisões editorias, correndo o risco de parecer ingênuo este comentário, é importante afirmar que nunca antes se teve tanto acesso a bastidores do fazer jornalístico. Os fotojornalistas possuem alguns blogs nas quais aparecem fotos suas em ação, na busca pela melhor foto, na qual aparece a falta de estrutura das empresas de comunicação. Nos exemplos citados, no caso de Alcione Ferreira, que mesmo não fazendo crítica alguma, possivelmente por saber que poderia sofrer algum tipo punição, deixa no ar a dúvida de como uma foto tão bem aceita e elogiada na rede não foi publicada na edição do jornal. Emmanuel Pinheiro, por sua vez, comenta e critica as escolhas feitas pelo editor e perde seu cargo no jornal, o blog. Não podemos mensurar o quanto as redes sociais estão modificando o fazer fotojornalístico, mas podemos afirmar que mudanças estão ocorrendo e as empresas não estão sabendo lidar com o fato de estarem sendo expostas ao seu leitor. Redes sociais e blogs não são mais fenômenos novos, o século XXI que já tem 12 anos de existência, já nasceu com essas ferramentas de comunicação digital, mas os impactos e as reconfigurações ainda estão em processo de adaptações por parte dos jornais, dos repórteres e dos leitores. Os jornais não possuem em seus contratos de admissão uma cláusula que impeça um repórter de possuir um blog ou de falar sobre suas rotinas de trabalho, mas um fotógrafo foi demitido por justa causa por isso. Os editores não gostam de se sentirem expostos e ter que responder ou justificar suas escolhas, principalmente se falam em nome do interesse de um leitor que nem sempre sabem o que pensam. Talvez esse artigo conclua que existem mais dúvidas do que respostas e que uma tecnologia sozinha não faz mudanças sociais, mas os usos que são feitos dela acarretam modificações que são contemporâneas, nunca antes enfrentadas pelas empresas de comunicação, por fotógrafos, editores e leitores.

Referências bibliográficas

ARDILA, Diego Caballo (org). Fotoperiodismo y Edición. Editorial Universitas, S.A. 2ed. Madrid. 2006 444p.

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. 2ªed. Campinas – SP: Papirus, 1994 – Coleção Ofício de Arte e Forma. 317p.

BAEZA, Pepe. **Por una función crítica de la fotografía de prensa**. Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona. 1ªed. 2007. 187p.

BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Lisboa: Biblioteca Nacional de Portugal, Edições 70, LDA, 2009. 312p.

BOURDIEU ,Pierre **O Poder simbólico**. 15ªed.-Rio de Janeiro; 2011. 322p.

CAPA, Robert. **Ligeiramente fora de foco**. Cosac Naify. São Paulo, 2010. 296p.

CARTIER-BRESSON, Henri. **O imaginário segundo a natureza**. Editorial Gustavo Gili. S.A. Barcelona, 2004. 99p.

COELLO, José M.P. Siete Leyes del Fotoperiodismo. In: ARDILA, Diego Caballo (org). **Fotoperiodismo y Edición**. Editorial Universitas,S.A. 2ed. Madrid. 2006

FREUND, Gisèle. **Fotografia e Sociedade**. Comunicação e Linguagens 2ª edição. 1995. 214p.

MACHADO, Arlindo. **A Ilusão especular**. Editora brasiliense. S.A. São Paulo, 1984. 162p.

MERCHÁN, Eduardo Rodríguez; ALONSO Rafael Gómez. **Perspectivas del fotoperiodismo en el nuevo siglo XXI**. In: ARDILA, Diego Caballo(org). Fotoperiodismo y Edición. Editorial Universitas, S.A. 2ed. Madrid. 2006. p.92-95

MOULATLET, Ana Luiza; ROSA, Thiago. **Comentários em blog levam à demissão de fotógrafo do Estado de Minas.** Disponível em: http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/02/11/imprensa33726.shtml, 2010. Acesso em 20 de junho de 2012.

PINHEIRO, Emmanuel. **Relato de uma demissão.** ISSN 1519-7670 - Ano 16 - nº 699. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/relato-de-uma-demissao. Acesso em 20 de junho de 2012.

RAMÍREZ, Francisco Esteve. La especialización Icônica en periodismo. In: ARDILA, Diego Caballo (org). **Fotoperiodismo y Edición**. Editorial Universitas,S.A. 2ed. Madrid. 2006