



## **Relato de pesquisa: Possibilidades da imagem fotográfica na internet em dois jornais online brasileiros<sup>1</sup>**

Amanda MELO<sup>2</sup>

Cristiane FONTINHA<sup>3</sup>

Maria José BALDESSAR<sup>4</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina

### **RESUMO**

Com o crescimento da internet e sua interatividade, a fotografia estática dos jornais impressos e revistas passou para um espaço que possui mais possibilidades. Na internet, os leitores seguem seu próprio caminho de leitura, de forma não-linear, e assim, o papel da fotografia no jornalismo precisa ser repensado. Os fotógrafos e meios de comunicação estão se adaptando a essas mudanças tecnológicas. O presente projeto pretende estudar esse novo papel da imagem na era digital através da análise das versões online dos jornais O Estado de S. Paulo<sup>5</sup> e O Globo<sup>6</sup>. O principal objetivo dessa pesquisa é fazer uma leitura do contexto em que a fotografia está inserida nas novas tecnologias e apontar seu direcionamento nos meios de comunicação, levando-se em conta a crescente participação do design.

### **ABSTRACT**

With the growth of Internet and its interaction, photography has more possibilities than its static presentation on papers. On Internet, the readers follow its own flow, non-linear, so photography has to be thought over. Photographers and the news industry are adapting to these technological changes. The present paper intend to study the new whole of the image in the digital era, analyzing the online version of O Estado de S. Paulo<sup>5</sup> and O Globo<sup>6</sup>. The main objective is to analyse how photography is situated in these changes and show its direction in the press, considering the increasing participation of the design.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo online; fotografia; design; internet; fotojornalismo.

**KEYWORDS:** online journalism; photography; design; internet; photojournalism

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante da 5ª fase do Curso de Jornalismo da UFSC, email: [amandacdmelo@gmail.com](mailto:amandacdmelo@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-graduação em Design e Expressão Gráfica da UFSC, email: [crisfontinha@gmail.com](mailto:crisfontinha@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFSC, email: [mbaldessar@hotmail.com](mailto:mbaldessar@hotmail.com)

<sup>5</sup> <http://www.estadao.com.br/>

<sup>6</sup> <http://oglobo.globo.com/>



Somente foi possível registrar uma imagem, uma fotografia, depois que Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833) criou um processo mecânico para isso por volta de 1820. Ao mesmo tempo, no Brasil, o fotógrafo francês Hercule Romuald Florence (1804-1879) também se dedicou a estudar esse assunto. Antes disso, só era possível “registrar” uma imagem na memória.

As fotografias começaram a ganhar espaço, primeiro com a função de registrar as famílias e depois na imprensa, onde surgiu o fotojornalismo. O início do uso das fotografias no jornalismo foi discreto e apenas com o intuito de ilustrar o texto. Com o tempo, elas ganharam espaço e principalmente credibilidade no meio impresso.

Com a era digital, a estética e a linguagem do fotojornalismo estão passando por transformações. A leitura dos usuários deixou de ser linear e apresenta novas possibilidades de leitura e interatividade. Apesar da internet já ser definida como uma nova mídia com suas principais características estabelecidas, o papel da fotografia não está bem definido, pois seus recursos informativos e visuais ainda podem ser melhores aplicados nos principais jornais online do mundo.

No entanto, já se percebem mudanças. Os blogs, por exemplo, estão experimentando novas linguagens e, como estão sendo bem assimiladas, aos poucos elas estão sendo levadas para os portais online. Em 2008, o programador Alan Taylor criou o blog *The Big Picture*, pertencente ao jornal *The Boston Globe*, hoje uma referência para a fotografia. O blog trata de grandes coberturas sob a visão de fotojornalistas e nos primeiros 20 dias, chegou a alcançar 1,5 milhão de visualizações. Este ano, o blog chegou a marca de oito milhões de visualizações/ mês e Taylor levou seu projeto para a revista *The Atlantic*, sediada em Washington DC, onde pretende experimentar novas formas.

A fotografia na internet ainda está alicerçada nos impressos e com a consolidação desse novo meio, passa por mudanças e se reinventa. Tendo isso como premissa, a pesquisa – objeto desse relato - pretende responder as seguintes perguntas: O que a internet oferece de novo para a fotografia e o qual o seu papel nesse meio? Quais as dificuldades enfrentadas pelos meios de comunicação na aplicação dessas potencialidades?



Sousa (2002) diz que falar de fotojornalismo não é fácil: “Será que todas as fotografias que são publicadas nos jornais e nas revistas são fotojornalismo? Será que um grande trabalho fotodocumental publicado em livro é fotojornalismo?”. Para ele, as imagens que se relacionam ao fotojornalismo levam-no a considerar que as fotografias jornalísticas são aquelas que possuem um valor jornalístico<sup>7</sup> e que transmitem algo em conjunto com o texto, sem repetir nenhuma informação. Para o autor, fotojornalismo é:

“(…) uma atividade sem fronteiras claramente delimitadas. O termo pode abranger quer as fotografias de notícias, quer as fotografias dos grandes projetos documentais, passando pelas ilustrações fotográficas e pelos *features* (as fotografias intemporais de situações peculiares com que o fotógrafo depara), entre outras. De qualquer modo, como nos restantes tipos de jornalismo, **a finalidade primeira do fotojornalismo**, entendido de uma forma lata, **é informar**” (SOUSA, 2002, p. 7-8, grifo do autor)

Assim, fotojornalismo, ou mesmo fotodocumentalismo, é o ato de contar uma história utilizando imagens, o que exige um estudo da situação, por mais superficial que esse estudo seja. Sousa (Idem) aponta que os fotojornalistas devem possuir sensibilidade, capacidade de avaliar as situações e de pensar na melhor forma de fotografar, instinto, rapidez de reflexos e curiosidade para realizarem um bom trabalho.

Apesar de, na essência, serem bem parecidas, alguns autores diferenciam fotojornalismo de fotodocumentário. Sousa (2002) afirma que, geralmente, um fotojornalista fotografa assuntos de importância momentânea, da atualidade e os temas tratados em fotodocumentários são atemporais, abordando os assuntos que estejam relacionados com a vida à superfície da Terra e tenham significado para o Homem. Fotojornalista seria então aquele que faz serviços inesperados, com pautas que só toma conhecimento quando chega ao local de trabalho. Já o fotodocumentarista trabalha com projetos fotográficos. Um exemplo é o brasileiro Sebastião Salgado que, quando sai para trabalhar, já estudou profundamente o tema que vai fotografar, conhece minimamente o assunto e pode desenvolver projetos fotográficos durante longos períodos de tempo.

Uma imagem fotojornalística precisa unir a força noticiosa à força visual. “Só assim consegue, no contexto da imprensa, juntar uma impressão de realidade a uma impressão de verdade”, de acordo com Vilches (apud Sousa, 2002). E isso não é fácil. É

---

<sup>7</sup> Sousa define “valor jornalístico” como algo tem valor como notícia, ou seja, o que tem “valor-notícia” à luz dos critérios de avaliação empíricos consciente ou não conscientemente pelos jornalistas.



necessário ter intuição e oportunidade para determinar se um instante possui potencial fotojornalístico.

A pesquisa pretende identificar e descrever como é feito o tratamento das imagens fotográfica nas versões online dos jornais O Estado de S. Paulo e O Globo e o uso das potencialidades do jornalismo na internet em busca de uma nova estética visual, assumindo assim um caráter exploratório e descritivo. Em primeiro lugar, estamos fazendo uma revisão bibliográfica sobre o tema, depois estabeleceremos um período de coleta de materiais (clipagem) para a criação de um banco de dados, Sendo feita uma análise preliminar do material obtido, passa-se a fase de entrevistas pessoais com editores de fotografia e arte desses veículos, bem como com os responsáveis pela área de tecnologia de informação (TI) para verificar o porquê dos usos feitos e, se a não experimentação está calcada em alguma dificuldade de interface.

Para tal, foram escolhidas duas abordagens: uma quantitativa, que procura captar a situação em toda a sua extensão, e uma qualitativa, que busca estabelecer relações de causa e efeito. Segundo Bardin (1977), o que serve de informação na análise qualitativa é a frequência com que surgem certas características de conteúdo e na qualitativa, é a frequência com que uma característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem. Nosso objetivo é observar qual o papel da fotografia nesse novo cenário de transição.

O trabalho será realizado utilizando simultaneamente as duas abordagens já citadas, para que, segundo Godoy, Hayati, Karami, Slee e Patton (apud Terence e Filho, 2006), se possa minimizar a subjetividade e aproximar o pesquisador do objeto de estudo, respondendo às principais críticas das abordagens qualitativa e quantitativa respectivamente, proporcionando maior confiabilidade aos dados.

Os jornais online foram escolhidos devido à importância de ambos no jornalismo brasileiro, por estarem em condições de igualdade na cobertura geográfica e de produção, além de terem um correspondente impresso, o que facilita a comparação. O banco de dados será feito com o material analisado em editoriais semelhantes, Internacional e Brasil e nas chamadas “galerias de fotos”. Serão feitas três análises observando 15 imagens de cada pesquisado por dia na primeira semana dos meses de novembro, janeiro e abril. O espaço entre uma análise e outra é determinante para verificar se nesse período, algum dos pesquisados fez alguma alteração nos formatos de interação com o leitor. E, para verificar quais os desafios enfrentados neste novo



momento da fotografia, pretende-se entrevistar os editores de fotografia, editores de arte e analistas de Tecnologia da Informação (TI).

Diante das atuais mudanças no jornalismo, o principal objetivo dessa pesquisa é fazer uma leitura do contexto em que a fotografia está inserida nas novas tecnologias e apontar seu direcionamento nos meios de comunicação, levando-se em conta a crescente participação do design.

Além disso, pretende-se conhecer o cenário das editorias escolhidas e as potencialidades da fotografia na internet como expressão gráfica e informativa; produzir um diagnóstico do cenário em que se encontra o jornalismo e o design diante das novas possibilidades de utilização das imagens nos meios de comunicação; analisar os atuais recursos tecnológicos disponíveis para ampliar o conteúdo informativo contido nas imagens; e levantar dificuldades enfrentadas pelos veículos na aplicação de novas propostas, sejam elas de interface, financeiras, tecnológicas ou legais.

#### Considerações finais

Para tirar proveito das novas tecnologias, é preciso compreendê-la. Nos impressos, a fotografia tem o espaço de apenas um *frame*<sup>8</sup> toda a informação, da forma mais clara e objetiva possível. Já no mundo virtual, é possível explorar outras possibilidades. Joly (1996) diz que devemos considerar a imagem como uma linguagem própria:

“Considerar a imagem como uma mensagem visual composta de diversos tipos de signos equivale a considerá-la como uma linguagem e, portanto, como uma ferramenta de expressão e de comunicação. Seja ela expressiva ou comunicativa, é possível admitir que uma imagem sempre constitui uma mensagem para o outro, mesmo quando esse outro somos nós mesmos.” (Joly, 1996, p. 55)

Na internet, onde as potencialidades ainda são pouco empregadas, o recurso mais utilizado é a fotografia. Nesse meio, a imagem, utilizada como recurso de narrativa jornalística, pode ter uma maior interatividade, personalização e memória: “a imagem colhida no local do acontecimento (...) a verdade da imagem recolhida no local empresta à notícia uma veracidade e objetividade maior do que a simples descrição do acontecimento” (CANAVILHAS, 1999, p.05).

---

<sup>8</sup> *Frame* vem do inglês e significa quadro ou moldura. É cada um dos quadros ou imagens fixas de um produto.



A fotografia na internet e nos impressos pode assumir o papel de texto autônomo. Independente do suporte, a imagem deve prescindir um texto escrito que deve contextualizá-la. De acordo com Ferreira (2003), a fotografia deve ser legível e compreensível. Vilches (1985) destaca que no caso da imagem informativa, ela desperta curiosidade e incerteza:

“Toda a representação da imagem informativa se constrói em torno de um discurso retórico com as suas próprias regras de funcionamento (mostrar a causa a partir do efeito, mostrar a parte pelo todo, produzir redundância em detrimento da quantidade de informação semântica).”  
(VILCHES apud FERREIRA, 2003)

Mesmo com a diferença de suportes das imagens, o leitor não perde o papel legitimador da imagem. De acordo com Ferreira (Idem), no impresso, o leitor tem em mãos a imagem e na internet, perde parte da emoção transmitida, mas a legitimidade continua.

Assim, fica clara a importância de um trabalho que analise como a fotografia está sendo utilizada na internet e quais são os seus caminhos diante das transformações tecnológicas. De acordo com Kossoy (2002), “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”. O importante é passar a informação da melhor forma possível, independente do meio ou recurso utilizado.

## REFERÊNCIAS

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

BECKER, Howard S. **Segredos e truques da pesquisa**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2011. 298p.

BEIGUELMAN, Gisele; BAMBOZZI, Lucas; BASTUS, Marcus; MINELLI Rodrigo (orgs.). **Apropriações do (In)Comum. Espaço público e privado em tempos de mobilidade**. Instituto Sérgio Motta: São Paulo/SP, 2009. E-book disponível em: <[http://www.ism.org.br/ebooks/artemov\\_port.pdf](http://www.ism.org.br/ebooks/artemov_port.pdf)> Acesso em: 11 janeiro 2011

CANAVILHAS, João. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança**. In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Universidade da Beira Interior: 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>> Acesso em: 11 janeiro 2011



COSTA, Sérgio Francisco. **Método Científico: os caminhos da investigação.** São Paulo: Harbra, 2001. 103p.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico.** Papirus: Campinas/SP, 1994.

FERREIRA, Jorge Carlos Felz. **A Imagem na Web: Fotojornalismo e Internet.** In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. FAESA - Faculdades Integradas São Pedro – FAESA: 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/felz-jorge-imagem-web-fotojornalismo-internet.pdf>> Acesso em: 13 julho 2011

FERNANDES JUNIOR, Rubens. **Processos de Criação na Fotografia apontamentos para o entendimento dos vetores e das variáveis da produção fotográfica.** FACOM - n° 16 - 2° semestre de 2006

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem.** Papirus: Campinas/SP, 1996.

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

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

MIELNICZUK, Luciana. **A Pirâmide Invertida na época do Webjornalismo: tema para debate.** In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Salvador, 2002.

\_\_\_\_\_. **Características e implicações do jornalismo na Web.** Universidade Federal da Bahia: 1999. Disponível em: <[http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk\\_caracteristicasimplicacoes.pdf](http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf)> Acesso em 17 fevereiro 2011

NOCI, Javier Díaz, PALÁCIOS, Marcos (org). **Metodologia para o estudo dos cibermeios: estado da arte & perspectivas.** Salvador: EdFba, 2008.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate.** Universidade Federal da Bahia, 2002. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf)> Acesso em: 21 de outubro de 2010

REGES, Thiara Luiza da Rocha. **Características e gerações do Webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais.** In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Faculdade São Francisco de Barreiras – FASB: 2011. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf>> Acesso em: 21 janeiro 2011

SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción periodística en internet.** Pamplona: Eunsa, 2005. 184p.



SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo:** Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Universidade Fernando Pessoa: 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>> Acesso em: 14 julho 2011

SOUZA, Marcelo Freire Pereira de. **Narrativa hipertextual multimídia:** um modelo de análise. Santa Maria: FACOS, 2010. 105p.

STORCH, Laura Strelow. **A leitura ativa no Jornalismo Online:** o fenômeno da interação hipertextual na organização da participação jornalística. In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul: 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/storch-laura-leitura-ativa-jornalismo-online.pdf>> Acesso em: 13 março 2011

WARD, Mike. **Jornalismo online.** São Paulo: Roca, 2006. 210p.

ZAMITH, Fernando. **Ciberjornalismo:** As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses. Edições Afrontamento: Porto, 2008.