

Percursos narrativos da fotografia no web-documentário hipermediático¹

Eduardo Freire²

Universidade Federal da Bahia (UFBA)/Universidade de Fortaleza (UNIFOR)

Marcelo Barbalho³

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Resumo

Trabalhos que mesclam fotografia, vídeo e áudio têm ocupado cada vez mais espaço nas edições *on-line* de jornais tradicionais como *Le Monde*, *The New York Times* e *El País*. Essa simbiose fotografia-vídeo, que abre uma nova possibilidade à fotografia como veículo de informação, é tributária das novas câmaras digitais que fazem imagens fixas e também produzem imagens em movimento. Este artigo porém quer mostrar que a produção multimídia também é um campo aberto ao design. Acredita-se que o design contribui de forma decisiva para oferecer ao leitor um *visual interativo* inédito na fotografia de imprensa. A fim de demonstrar as possibilidades abertas pela intercessão design, fotografia e vídeo, serão tomados como objeto de análise trabalhos veiculados no *site* do diário francês *Le Monde*, um dos principais centros de desenvolvimento do fotojornalismo multimídia na Europa.

Palavras-chave: comunicação digital; narrativa digital; fotojornalismo; hiperídia; hipertexto.

Introdução

O campo da comunicação vem atravessando período de profunda transformação em que as fronteiras que separam uma linguagem da outra tornam-se cada vez mais difusas. Diante de um cenário marcado pela hibridização parece natural o surgimento de produtos que misturam diferentes linguagens como texto, fotografia, vídeo e som, bem como diferentes estruturas narrativas, hipermediáticas e hipertextuais. A hiperídia seria esta articulação de diferentes matérias significantes (textos verbais e não-verbais, estáticos ou dinâmicos) acionada por meio de links que formam um hipertexto. Segundo Nojosa:

O hipertexto é um conjunto de nós de significações interligados por conexões entre palavras, páginas, fotografias, imagens, gráficos, sequências sonoras etc. Dessa forma, as narrativas digitais superam as limitações da tradição da oralidade e da escrita, pois não buscam sentido em isolar ou fragmentar o sentido do texto ou do discurso, mas, ao contrário, em ampliar a rede de significações (2007, p.74).

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM).

² Aluno de doutorado do PPGCCC/UFBA e professor da Universidade de Fortaleza (UNIFOR). E-mail: eduardonfreire@yahoo.com.br

³ Aluno de doutorado do PPG da ECO/UFRJ e bolsista do CNPq. E-mail: marcelobarbalho@uol.com.br

Pretendemos discutir a narrativa digital tendo como pano de fundo um elemento particular do jornalismo *digital*: a fotografia. A fotografia de imprensa tem sofrido mudanças provocadas notadamente pelas novas condições de difusão e produção de imagens dadas pela internet e pelas câmeras que fazem imagens fixas e também produzem imagens dinâmicas. Essa intercessão fotografia-vídeo tem aberto novas possibilidades de transmissão da mensagem fotográfica no jornalismo digital. Um exemplo é o web-documentário, cuja base está na fotografia moderna, mais precisamente nos foto-ensaios das revistas ilustradas que privilegiam narrativas imagéticas.

É possível notar uma aproximação fundamental entre web-documentário e foto-ensaio: a ideia de contar uma história a partir de um conjunto de imagens. A diferença é que as fotografias, acompanhadas anteriormente apenas de pequenos textos e legendas e inseridas em um projeto gráfico compatível com a proposta do fotorreportagem nas revistas ilustradas, aparecem no jornalismo *on-line* intercaladas a imagens de vídeo e áudio. Produzido por autores que exploram as possibilidades abertas pelas câmeras híbridas que permitem fotografar e filmar e usam a internet como principal canal de difusão, o web-documentário portanto alterna imagens fixas e em movimento e caracteriza-se pelo uso de múltiplas linguagens: fotografia, vídeo, *game*, texto, som etc.

A fotorreportagem, praticamente extinta da imprensa desde o fim de revistas como *Life*, *Vu* e *O Cruzeiro* na segunda metade do século passado, parece renascer sob a forma do web-documentário. Produzido por profissionais que exploram as possibilidades abertas pelas câmeras híbridas e pela internet esse produto caracteriza-se pelo uso de múltiplas linguagens: fotografia, vídeo, texto, som etc. Além disso, apresenta temas em profundidade, que exigem do autor um trabalho de reportagem que pode durar dias, semanas e até meses. Em vez da página impressa, hospeda-se em *sites* de jornais tradicionais como *Le Monde*, *The New York Times* e *El País* e de agências de fotógrafos como a Magnum. Tanto os jornais quanto as agências apontam para uma ampliação do alcance jornalístico, sem deixar de lado suas finalidades informativas. Essa estratégia é referendada pelo World Press Photo, um dos mais prestigiados prêmios mundiais de fotojornalismo, que em 2011 criou o World Press Photo Multimedia Contest. Um dos responsáveis pelo World Press Photo Multimedia Contest, Michiel Munneke afirma porém que ainda não há padrões definidos para a produção multimídia, embora encontre-se em pleno desenvolvimento.

Voltamos a salientar porém que nossa proposta é privilegiar a análise a partir da perspectiva da interatividade na construção de uma narrativa e do design empregado, não da

fotografia. Aqui, ela é apenas um meio para fazer emergir a importância do design como parte integrante da estrutura interativa do web-documentário, que tem como característica marcante a possibilidade aberta ao leitor de escolher a forma de fluir na obra: ele entra nela por onde quer, decide de que maneira vê-la e quanto tempo ficar diante dela. Mais do que isso – e sem dúvida um grande diferencial quando comparamos a fotorreportagem das ilustradas ao web-documentário –, o espectador tem a chance de a cada passo, ou quase, decidir seguir determinado fio narrativo em detrimento de outro. O público assume uma posição ativa diante da informação.

Contribuir na elaboração de um *visual interativo* capaz de prender a atenção do leitor ao rivalizar com a velocidade dos tempos que correm via internet é uma das tarefas do design no web-documentário. Não é uma tarefa fácil diante dos novos hábitos de leitura proporcionados pelo ambiente digital, que permite a realização de multitarefas particularmente aos mais jovens que nasceram na era da internet e mantêm uma relação com as mídias, as tecnologias e a informação bem diferente dos mais velhos.

Ao abordar a experiência da leitura na tela do computador, Thierry Groensteen (2011, p. 70), estudioso do universo das histórias em quadrinhos, procura identificar aspectos que diferem a leitura na tela do computador da leitura no papel. Ele aponta inicialmente o desaparecimento de uma “relação forte e geralmente carregada de afeto”: a manipulação do livro (no nosso caso, jornal ou revista) na sua materialidade, “que mobiliza os braços e às vezes até mesmo toda a parte superior do corpo, é substituída pela simples pressão intermitente do dedo indicador sobre o mouse”.

Plus décisive me semble être la disparition de la notion de clôture de l'œuvre. La lecture d'un livre papier est une activité qui absorbe tout entier, et qui ne s'accommode d'aucune autre activité parallèle ou satellite, sinon, éventuellement, l'écoute d'un *fond* musical. Il en va différemment sur Internet, où l'on est toujours à quelques clics de n'importe quel autre contenu, donc naturellement tenté par la digression, le *surf*, le *zapping* ; par ailleurs, les jeunes générations (*digital natives*) ont développé un usage de l'ordinateur non pas mono mais plurifonctionnel : ils consultent un site tout en écoutant de la musique et en restant connectés avec leurs amis par le biais d'une messagerie, d'un forum, d'un *tchat* ; bref, ils sont entraînés à une dispersion de l'attention, et, quand ils s'adonnent à la lecture sur écran, ils gardent volontiers un œil sur d'autres fenêtres ouvertes simultanément⁴. (GROENSTEEN, 2011, p. 71).

⁴ Mais decisivo me parece ser o desaparecimento da noção de fechamento da obra. A leitura de um livro impresso é uma atividade que absorve toda atenção e que não permite nenhuma outra atividade paralela, senão, eventualmente, um *fundo* musical. É diferente na Internet, onde estamos sempre a alguns cliques de qualquer outro conteúdo, por isso naturalmente tentados à digressão, *surfe*, *zapping*. Além disso, os mais jovens (*nativos digitais*) desenvolveram um uso do computador não mono mas plurifuncional: visitam um site enquanto escutam música e permanecem conectados com seus amigos

Uma das características que diferenciam as mídias digitais das demais mídias é a facilidade e a amplitude de possibilidades de interação exemplificadas em parte por Groensteen. Dado o fato de que *cada geração lê o mundo a sua maneira*, abre-se uma gama igualmente ampla de narrativas, inúmeros percursos de leitura que proporcionam diferentes experiências ao fruidor. Para entender melhor como se dá o processo de construção de sentidos é premente conhecer os elementos constitutivos das narrativas digitais.

Elementos das narrativas digitais

Nora Paul (2007, p. 122) afirma que não existe uma definição inteiramente aceita para “interatividade”, destarte todas as tentativas por ela elencadas. Diante da imprecisão do termo, a autora opta por uma “taxonomia para as narrativas digitais”. Seriam cinco os atributos específicos das narrativas digitais: *mídia*, *ação*, *relacionamento*, *contexto* e *comunicação*. Paul ressalta que “a maior parte desses elementos é herdada de outras mídias, mas uma combinação exclusiva de elementos no ambiente digital permite novas possibilidades narrativas.” Isso será explicitado na análise que será feita mais adiante de dois web-documentários do jornal francês *Le Monde*. Antes porém vamos apresentar os cinco elementos constitutivos das narrativas digitais.

Mídia refere-se aqui ao “tipo de expressão usada na criação do roteiro e suportes da narrativa”, explica Paul (2007, pp. 123, 124), ressaltando que “o ambiente digital permite ao narrador usar qualquer um ou todos esses tipos de mídias na apresentação de seus textos”. Este elemento comporta quatro diferentes aspectos, segundo a autora: *configuração*, *tipo*, *ritmo* e *edição*.

A *configuração da mídia* diz respeito à combinação de mídias utilizadas pelo produtor (textos, fotografias, gráficos, áudio, vídeo, animação), que podem aparecer isoladamente ou combinadas entre si. Seriam três as configurações possíveis: *mídia individual* (narração por meio de uma única mídia); *mídia múltipla* (que inclui dois ou mais tipos de mídias no pacote da narrativa, mas que são apresentados em momentos diferentes, separados); e *narrativas em multimídia* (com dois ou mais tipos de mídias ao mesmo tempo, interligados e nitidamente articulados).

através de e-mail, fórum, *chat* de bate-papo; enfim, são treinados para uma dispersão da atenção e, quando se envolvem com a leitura na tela, mantem voluntariamente um olho sobre as outras janelas abertas simultaneamente (tradução nossa).

O *tipo de mídia* especifica a mídia utilizada. Já o *fluxo da mídia* diz respeito à exibição do conteúdo: *gravado* para o conteúdo assíncrono e considerado “antigo”, e *ao vivo* para o síncrono, em “tempo real”. A *edição da mídia* refere-se ao grau de alteração de tempo/espaço pelo qual passa o conteúdo (na íntegra ou reorganizado pela produção).

Ação, de acordo com Paul (2007, p. 124), refere-se a dois aspectos distintos da narrativa digital: “o movimento do próprio conteúdo e a ação requerida pelo usuário para acessar o conteúdo”. Isso abre para uma vastidão de possibilidades nas narrativas digitais. Clicar em algo para acionar uma determinada mídia, passar uma página, migrar para outro ambiente. Neste artigo estamos nos detendo apenas ao ambiente web, mas em dispositivos como os *tablets*, esta amplitude de ações é ainda maior.

Quanto aos tipos de ações, Paul (2007, p.125) diferencia os conteúdos entre *dinâmicos* ou *estáticos* (se movem ou não?); *ativos* (precisa fazer algo para que se movam?) ou *passivos* (dispensa ação do usuário) e destaca que “existem inúmeras combinações possíveis entre movimento de conteúdo e ação do usuário: dinâmica/passiva, dinâmica/ativa, estática/ativa”. Mas o conteúdo pode passar de uma condição a outra. Uma imagem pode aparecer dinamicamente na tela, tornar-se estática e exigir uma ação do usuário para que este acesse outros níveis de informação.

Quanto ao *relacionamento* entre o usuário e o próprio conteúdo, o que define esta relação é a versatilidade. “É possível interagir com o conteúdo sem ficar limitado a ler/assistir/ouvir a história?”. Segundo Paul (2007, p.125), esta é a questão que elucida a relação usuário/contéudo. O *contéudo aberto* é aquele que permite a interação do usuário, já o *contéudo fechado*, não. Paul (2007, p.125) destaca ainda que “os elementos de relacionamento são aqueles que são conscientemente designados na produção da história pela pessoa que desenvolveu o conteúdo para dar ao usuário um certo tipo de experiência com o conteúdo.”

O *contéudo aberto* pode ser de cinco tipos: *não-linear* (quando se pode escolher a ordem como a história é contada) ou *linear* (quando não se pode); *customizável* (quando é possível identificar os parâmetros informativos que se relacionam com o interlocutor ou seus interesses no conjunto de informações) ou *padrão* (quando isso não é possível); *calculável* (quando é possível registrar uma resposta à uma questão ou levantamento) ou *não-calculável* (se não há registro); *manipulável* (permite que partes do conteúdo sejam movimentadas) ou *fixo* (no caso contrário); *expansível* (quando é permitido alguma contribuição ao material ou guardar o que foi manipulado) ou *limitado* (quando não é).

No que diz respeito ao *contexto*, ou seja “aquilo que circunda e dá sentido a alguma coisa”, as narrativas digitais apresentam uma capacidade ampliada de proporcionar conteúdo adicional, remetendo a outros materiais, por meio de ligações (*links*) para outros textos ou tópicos relacionados e disponibilizados na mesma publicação ou em outras externas a esta.

O elemento contextual pode ser *hipermidiático* (quando há materiais relevantes à narrativa interligados a estes por *links*), ou *autoexplicativo* (narrativas sem *links*). Os *links* podem ser *embutidos* (inseridos na narrativa) ou *paralelos* (em espaço distinto); *link interno* (que leva a outros materiais criados e mantidos por quem apresenta a narrativa) ou *link externo* (que leva a ambientes diversos da narrativa). Uma mesma narrativa pode comportar *links* dos dois tipos; *links suplementares* (são aqueles que trazem material inteiramente diferente do que já está exposto) ou *links duplicativos* (mas em registros diferentes, exemplo de um texto escrito e sua mesma versão em áudio); *link contextual* (que tem por objetivo fornecer material exclusivo para a narrativa), *link relacionado* (que se destina a fornecer material similar ao tópico narrativo) ou *link recomendado* (gerado pelo *site* a partir do rastreamento das ações anteriores do usuário e ofertado a este).

Por fim, o elemento *comunicação*, referente à capacidade de se conectar com os outros por meio da mídia digital. Para Paul (2007, p.126), “é este aspecto de múltiplo alcance que torna único o ambiente digital, diferindo das mídias anteriores, porque se move de uma mídia de massa para um espaço de comunicação do tipo um-a-um, ou um-para-vários ou vários-para-um”. Outro aspecto importante é que a comunicação na web permite a comunicação síncrona ou assíncrona, o que a torna parte permanente do conteúdo.

Na comunicação, de acordo com Paul (2007, p.127), os seguintes aspectos devem ser observados: *configuração*, ou seja o tipo de relação a ser estabelecida (um-a-um, um-para-vários, vários-para-um, muito-para-muitos); *tipo* (modo de comunicação estabelecido: e-mail, SMS, *chat* etc.); *direcionamento* (ao vivo ou gravada); *moderação* (se é examinada ou não pela produção para liberação da publicação); *objetivo* (os *links* podem ser do tipo troca de informação, registro ou comércio).

A partir deste elementos é possível analisar os diversos tipos de narrativas digitais de um *website*, de um infográfico ou de um web-documentário e inferir sobre as estratégias propostas pelo produtor do conteúdo. Paul utilizou tais elementos para estudar, por exemplo, o grau de envolvimento e de controle percebido pelos usuários de diferentes *sites* jornalísticos com relação a narrativas lineares e não-lineares. Esses aspectos servirão de

base para a análise dos web-documentários *Voyage au bout du charbon* e *Les prix du riz* e para mostrar como o design participa como articulador destes elementos.

‘Le Monde’: reino do fotojornalismo multimídia

Para revelar minimamente a extrema complexidade desencadeada pela intercessão fotografia, vídeo, narrativa e design no web-documentário, este artigo toma como campo de provas o *Le Monde* por acreditar que o jornal francês assume hoje importante papel de referência ao tornar-se um dos principais centros de desenvolvimento do fotojornalismo contemporâneo na Europa. O *Le Monde.fr* disponibiliza sofisticados produtos multimídia onde é possível identificar uma abordagem fortemente híbrida e interativa da informação visual.

“*Le Monde* veut contribuer à une écriture résolument multimédia et à une imbrication de plus en plus poussée des langages, convaincu que cela correspond aux nouvelles habitudes de lecture, notamment sur les tablettes”⁵, afirma artigo publicado no dia 19 de março de 2012 por ocasião do lançamento da nova *homepage* do diário, onde existe uma área denominada *vidéo*, exclusiva para a postagem de vídeos, portfólios, infográficos animados, web-documentários etc. Escolhemos para análise os web-documentários *Voyage au bout du charbon*, de Samuel Bollendorff e Abel Segretin, e *Le prix du riz*, de Nicolas Six, que apresentam marcas claras da presença do design na produção multimídia.

A narrativa hipermidiática de ‘Voyage au bout du charbon’

A força primordial de *Voyage au bout du charbon*⁶ (2008) reside em sua narrativa *hipermidiática* (Paul, 2007) ou *bifurcada* (Groensteen, 2011). A narrativa hipermidiática ou bifurcada é uma das tendências mais marcantes da recente produção multimídia e exige do leitor uma participação ativa: ele deve sempre escolher o *próximo passo* diante de uma pluralidade de percursos possíveis de fruição da obra. Não basta sentar diante do computador, apertar *play* e assistir a um desfile de imagens e sons, mais ou menos como na TV comercial que permite uma *atenção distraída*.

⁵ *Le Monde* quer contribuir para uma mensagem decididamente multimídia e para uma imbricação cada vez mais crescente das linguagens por estar convencido que isso corresponde a novos hábitos de leitura, notadamente nos *tablets* (tradução nossa).

⁶ *Voyage au bout du charbon* pode ser acessado no seguinte endereço: http://www.lemonde.fr/asi-pacifique/visuel/2008/11/17/voyage-au-bout-du-charbon_1118477_3216.html

Voyage au bout du charbon reserva ao internauta um papel que vai além daquele de um simples espectador. Configura-se como um produto multimidiático valendo-se de textos verbais escritos e narrados, fotografias, vídeos e mapas. O web-documentário procura levar o leitor/fruidor a uma experiência de imersão. Busca posicioná-lo no centro de um *visual interativo* para simular no fruidor a experiência vivida pelo fotógrafo Samuel Bollendorff. Como num jogo, o leitor precisa a cada etapa optar por um caminho em detrimento de outro numa viagem rumo ao drama de trabalhadores que diariamente arriscam suas vidas em minas de carvão para satisfazer a sede de crescimento econômico da China, terceira maior potência econômica mundial. Com isso, cria uma narrativa *hipermidiática/assíncronica*, de conteúdo *aberto/não-linear*, acessado por meio de links *paralelos/suplementares*, que complementam as informações apresentadas ao longo da narrativa. Quanto ao elemento *comunicação*, as alternativas de contato entre usuário e produtor são via e-mail ou pelo *site* que é disponibilizado no ícone “?”, que informa os créditos da produção.



Figura 1: Tela de abertura do web-documentário

Fonte: <http://www.virusphoto.com/90010-dossier-le-web-reportage.html>

Taïs Bressane (2007, p. 152) destaca que, no ambiente hipermidiático, “o usuário espera percorrer caminhos e executar ações: ‘entrar’, ‘sair’, ‘comprar’ etc. e não apenas ler ou ver imagens em textos impressos”. Tal expectativa cria um outro papel para o usuário, pois

o ambiente digital oferece informações que são topologicamente distribuídas em arquiteturas que podem, inclusive, simular ambientes físicos em que há a ilusão de circulação espacial. Mesmo a leitura de hipertextos com arquitetura linear e pouca navegação demanda ações de circulação. É necessário que o usuário descubra os caminhos e as ferramentas para acessar os conteúdos, que podem estar visíveis ou não. (Bressane, 2007, p.153).

Logo no início do web-documentário um texto dos autores Abel Segretin e Bollendorff surge na tela, letra a letra simulando a experiência da digitação e do texto na tela do computador dos autores. No texto, eles contextualizam a reportagem e se dirigem diretamente ao leitor: “Você é um jornalista independente que vai fazer uma grande reportagem sobre as condições de trabalho na China a partir das minas de carvão mais perigosas do mundo”. Logo em seguida surge na tela uma fotografia de uma estação de trem em Pequim e, envolto no som ambiente da plataforma e de uma música de fundo, que continua em *looping*, o usuário se defronta com a primeira decisão a tomar: “Eu entro no trem com destino a Shanxi” (província conhecida como *oceano de carvão*, distante 300 quilômetros da capital e com produção de 1 bilhão de toneladas de carvão por ano, a maior da China) ou “Exibir mapa de navegação”. O espectador precisa então entrar em ação para que a *viagem* comece.

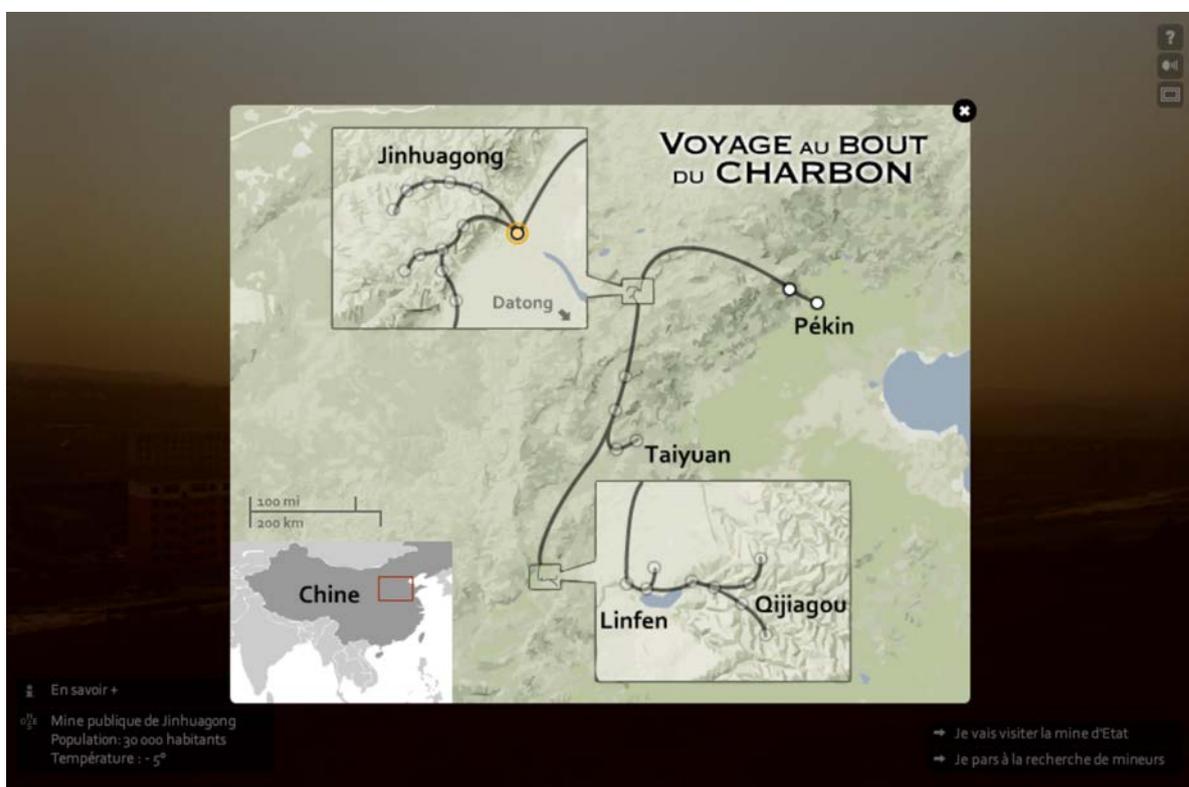


Figura 2: Exemplo de mapa com possibilidades de percursos a seguir
 Fonte: <http://www.virusphoto.com/90010-dossier-le-web-reportage.html>

As opções de escolha estão distribuídas em links paralelos, na forma de pequenos ícones no canto superior direito e barras de textos nas laterais inferiores. Na esquerda informações contextuais suplementares da história que será contada (dados e um mapa) e na direita instruções sobre os ícones utilizados no site e sugestão do próximo.

Ao decidir partir para Shanxi um vídeo, com uma música (uma canção de despedida) tocada no estilo chinês e sobreposta ao som ambiente, mostra comissários preparando a saída do trem ao mesmo tempo que exibe os créditos de *Voyage au bout du charbon*. Em seguida, numa tela negra, um texto informa que após um dia de viagem de trem e caminhão você chega ao seu destino. Surge na tela a imagem da mina estatal de Jinhuaogong. Da mesma forma que na primeira tela, no canto inferior esquerdo, duas opções à espera de um *clac* do leitor. A primeira abre uma janela com dados sobre Jinhuaogong (considerada uma mina modelo, sem registro de acidente com morte há 15 anos, e localizada na cidade de mesmo nome onde vivem 40 mil pessoas que contam com alojamento, hospital, escola, lojas). A segunda faz aparecer na tela um mapa da região. No canto inferior direito, mais duas possibilidades de navegação: “Eu vou visitar a mina do estado” e “Eu vou partir à procura dos mineradores”. A disposição dos elementos de navegação similar à da tela inicial propicia a consistência do design, pela repetição da estrutura e das representações. Esta repetição tem um caráter pedagógico para o usuário que inicia o processo de compreensão da lógica interna da narrativa proposta, o que vai facilitar suas escolhas futuras.

Ao escolher entrar na mina você é levado pelas autoridades a uma visita guiada com objetivo de lhe convencer a respeito das boas condições de segurança dos trabalhadores. Imagens videográficas tremidas, feitas de dentro de um trenzinho que atravessa túneis escuros, mostram o mergulho do internauta/fotógrafo ao encontro de mineiros. Uma fotografia dos trabalhadores, surpresos com a presença de visitantes, ocupa a tela. No lado inferior direito, duas sugestões de clique: “Para saber +” (informa que as minas públicas chinesas produzem mais da metade do carvão consumido no país e que, embora as condições de segurança sejam melhores que nas minas privadas, há risco de acidentes) e um quadro com dados sobre profundidade (300 metros) e temperatura no interior da mina (15 graus). Ao clicar neste quadro aparece um mapa da região onde é possível localizar Jinhuaogong.

Na parte de baixo do centro da tela duas perguntas dirigidas ao mineiro Hao Laowu. “Bom dia, há acidentes frequentes nesta mina?” e “Bom dia, você não tem medo de descer com todos esses acidentes?”. Ao clicar na primeira você é advertido pelo guia que, com certa rispidez, diz que é proibido falar com os trabalhadores e que não acontecem acidentes na mina. Neste momento a tela é ocupada pela fotografia de Laowu, com duas novas opções: “Você decide fazer uma pergunta menos perturbadora” e “Você acompanha seu guia e volta à superfície para encontrar o diretor [da mina]”.



Figura 3: Possibilidades de "conversas" com mineiros
Fonte: <http://www.virusphoto.com/90010-dossier-le-web-reportage.html>

Ao escolher a primeira surgem três perguntas: “Como é seu dia de trabalho?”; “Faz muito tempo que você trabalha aqui?” e “Quanto você ganha por mês?”. Ao interrogar Laowu sobre seu dia de trabalho você ouve sua resposta, com legendas em francês: “Como de costume, trabalho oito horas por dia, sem comer. A gente cava, cava, cava. Um dia vamos chegar em outro país”. Você faz as outras perguntas, ouve as respostas e duas opções surgem: “Eu agradeço meu guia e parto em direção à *favela*” e novamente “Eu sigo meu guia e volto à superfície para encontrar o diretor [da mina]”.

Alguns cliques depois você entra num ambiente – um templo na *favela* – onde é possível assistir a dois vídeos (num só aparecem homens, noutro só mulheres) de moradores que cantam e dançam coreografias típicas chinesas. Quando os vídeos acabam a tela escurece e um texto informa que “você passou muito tempo no templo e sua presença levantou suspeitas”. Você é levado para a sala do diretor, cuja fotografia ocupa a tela. O

diretor (que não tem a identidade revelada) informa que você será levado à estação de trem para voltar a Pequim. Duas opções aparecem na tela: “Eu volto para a estrada” e “Eu consulto meu mapa”. Ao escolher voltar para a estrada, a viagem continua em direção às minas privadas, onde o perigo é maior.

A abordagem descritiva acima de um trecho de *Voyage au bout du charbon* ilustra como funciona a narrativa hipermediática desta obra, cuja estrutura de múltiplas bifurcações, rica em recursos visuais, textuais, sonoros e interativos, pode simular no leitor as diversas situações pelas quais passam os produtores da narrativa. O leitor acessa vídeos e textos informativos sobre, por exemplo, estradas e favelas que cresceram em torno de minas de carvão e a destruição do meio ambiente, além de fotografias de personagens, usinas, cidades etc. As perguntas dirigidas aos entrevistados aparecem na tela escritas em francês, mas podem ser ouvidas em chinês se o leitor clicar nos textos. O som aliás se estende do princípio ao fim do web-documentário e a trilha sonora, misturada ao som ambiente, lhe dá um certo clima sombrio.

Em narrativas hipermediáticas o autor propõe não apenas uma, mas várias histórias, que o usuário disporá de diversos percursos e ao final chegará a um ou a vários “textos lidos” (Lemke apud Bressane, 2007, p.153), com diferentes construções de sentidos. “Mesmo que o planejamento da navegação leve em conta os interesses do usuário e que as sequências de percursos potenciais sejam antecipadas pelo autor/designer, o sentido final que o leitor constrói não pode ser totalmente previsto” (Bressane, 2007, p.153).

Este tipo de narrativa também pode conduzir a uma dúvida: o usuário precisa percorrer todos os caminhos para dar conta da história? Paul (2007, p.132) destaca que, numa de suas pesquisas com usuários em ambientes hipermediáticos, “menos de 15% mostraram preocupação por ter perdido algo importante nas narrativas que deixaram de ver” e que o mais relevante era “poder escolher as narrativas e a ordem de vê-las.”

Le prix du riz : uma livre associação de ideias

*Les prix du riz: question de vie ou de mort*⁷ (2011) é um web-documentário sobre a alta de 100% em dois anos no preço do arroz em Bangladesh, país asiático onde a metade da população gasta 90% de seus rendimentos com alimentação. O arroz é a principal fonte de calorias, um item de primeira necessidade. Como se adaptar quando os preços dobram de

⁷ *Les prix du riz : question de vie ou de mort* pode ser acessado no seguinte endereço: http://www.lemonde.fr/asiatique/visuel/2011/03/18/le-prix-du-riz-question-de-vie-ou-de-mort_1495101_3216.html

valor? Esta é a pergunta que o fotógrafo Nicolas Six faz para cinco moradores de Bangladesh – uma faxineira; uma mendiga mãe de três filhos; um estudante; um velotaxista e uma costureira. Um economista também fala sobre o problema.

O interesse aqui, claro, não é discutir a crise econômica e social de um país do terceiro mundo. Mas sim a narrativa desenvolvida por Six. O autor deixa de privilegiar uma narrativa fluída e linear ao adotar uma montagem fragmentada em *episódios* que se comunicam por associações visuais e, sobretudo, intuitivas do leitor. O resultado é que o internauta ganha mobilidade para traçar seu próprio caminho pela obra sem ficar subordinado a um trajeto diacrônico, que mostra acontecimentos reais em sequência normal – estratégia típica de um fotógrafo de *hard news*. Six constrói uma reportagem em que cinco pequenas histórias se entrelaçam, como uma colcha de retalhos, a partir da livre combinação de ideias do espectador.

Diferente da narrativa anteriormente discutida (*Voyage au bout du charbon*), aqui o convite proposto não é de se fazer uma viagem, mas visualizar diferentes histórias regidas pelo mesmo pano de fundo. A estrutura básica é a do *slide-show*, da mostra fotográfica enriquecida com registros sonoros que ajudam na contextualização e no clima, semelhante ao que se vê hoje em exposições multimídia em museus pelo mundo a fora.

A página inicial de *Les prix du riz* mostra sobre um fundo cinzento um prato branco que aos poucos vai sendo preenchido com porções de alimentos, entre eles arroz. Ao redor do prato orbitam as figuras dos cinco entrevistados. No canto direito da página, é possível notar o economista Anu Muhamad, mostrado em tons de cinza numa imagem esmaecida que torna-se mais nítida quando o cursor é arrastado até ela. O leitor tem a opção de ouvir os depoimentos na ordem que bem entender. Basta clicar sobre qualquer uma dessas figuras ou na caixa de texto que surge ao primeiro clique sobre a imagem

Do ponto de vista dos elementos constitutivos da narrativa podemos afirmar que este é um produto de *mídia múltipla*, fluxo assincrônico, editado segundo os critérios de Nora Paul (2007, p.123) mas não necessariamente multimídia. Cada mídia é apresentada de forma estanque. Ao clicar numa imagem o usuário é conduzido a um *slide-show*, com uma narração de fundo. Em alguns destes *slides* existem ícones dinâmicos que convidam o usuário a clicar para descobrir o que “escondem”. Ao clicar num destes ícones, surge um quadro estático, com informações complementares ao que é narrado. A história fica em suspense e é retomada do mesmo ponto quando a janela é fechada.

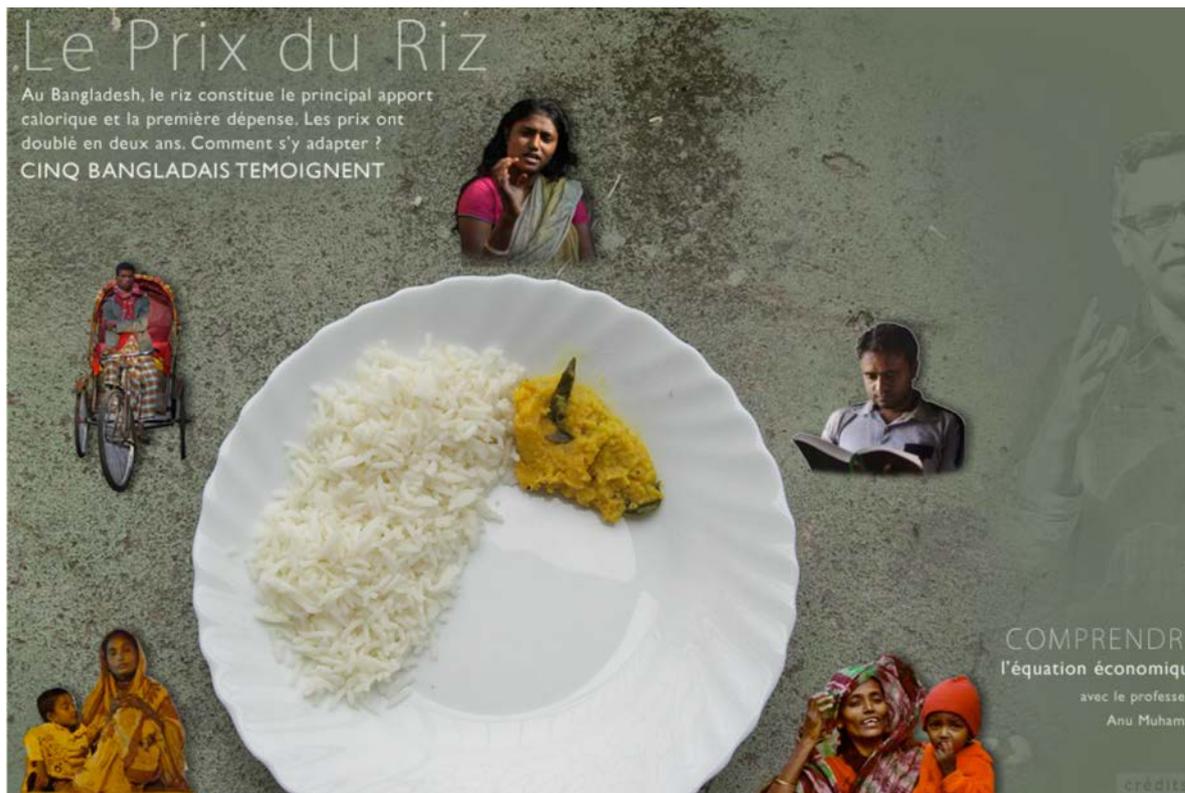


Figura 4: *Le prix du riz*, Six, 2011

Fonte: <http://webdocu.fr/web-documentaire/2011/04/18/le-prix-du-riz/>

No que diz respeito ao elemento *ação*, a narrativa inicia-se com elementos estáticos/ativos (ou seja, fotografias que precisam ser clicadas para dar acesso ao próximo passo), que levam a conteúdos dinâmicos/ativos (*slide-show* com ícones de interação). É uma obra de conteúdo *aberto/não-linear* e não *customizável*. O produto se vale de *links*, o que o caracteriza como *hipermidiático*, no que tange ao contexto, e estes *links* são do tipo *paralelos/internos/suplementares*. Não há possibilidade no material de se estabelecer uma comunicação entre o usuário e a produção.

Com exceção do economista que se pronuncia em inglês, os testemunhos são dados em bengali, a língua oficial de Bangladesh, traduzidos para o francês e narrados em *voz-off*. O espectador tem acesso não apenas às falas das pessoas mas também ao som ambiente – buzinas no trânsito, trechos de conversas paralelas, ruídos de um mercado popular – onde elas vivem ou trabalham. Essa *banda sonora* cria um vínculo entre imagem e som e dá um certo *colorido* aos *episódios*, que são curtos – duram em média um minuto – e contém cerca de cinco fotografias de cada personagem.

Groensteen afirma que uma das possibilidades mais ricas é certamente a que faz aparecer, com um clique, um novo elemento no campo visual: um personagem, um objeto

ou um motivo gráfico qualquer. “L’interactivité du numérique permet de faire surgir à point nommé un élément précédemment masqué, donc de jouer sur l’effet de découverte ou de surprise. Dans la mesure où cette apparition modifie le champ visuel, celui-ci se donne à lire sous la forme d’états successifs, sur le mode avant/après⁸”. (GROENSTEEN, 2011, p. 79).

Six trata as fotografias como planos dotados de duração através da técnica conhecida no cinema como *mesa de animação*. Lentamente, o fotógrafo movimenta a câmera, como num *travelling* cinematográfico, para percorrer a superfície da imagem fixa. Ele também usa o *zoom* para *mergulhar* na cena. Com isso, o leitor parte da visão de um enquadramento mais amplo, a tomada original da fotografia, para um detalhe específico. Dessa forma descobre novas fotografias no interior de uma mesma fotografia. E fica nítido que a fotografia é o elemento principal da narrativa, todos os outros elementos parecem acessórios da mostra que vai se desenrolando à medida que o fruidor clica nesta ou naquela imagem. O design mesmo é simplório, com estratégias previsíveis, mas ao mesmo tempo não poderia ser muito diferente, diante da própria temática apresentada.

Conclusão

O que apresentamos aqui foram apenas duas possibilidades de estratégias de mostras fotográficas no ambiente web. A primeira busca a imersão do fruidor numa narrativa similar à dos videogames do tipo RPG (*rolling playing game*), na qual o fruidor assume um papel proposto pelo jogo e vai escolhendo os percursos que deseja trilhar à medida que as alternativas vão sendo oferecidas. O segundo caso está mais próximo das mostras mais convencionais de fotografias, como as que vemos nos museus, na forma de *slide-show*, complementada por ambientação sonora e *links* com informações complementares. Existem diversas outras formas, o que demonstra que este é um caminho aberto para novas formas de expressão no campo da fotografia e do design na web.

À medida que o web-documentário apresenta-se como um campo em desenvolvimento, aberto a incorporar outras possibilidades de expressão no seio da imprensa *on-line*, uma questão importante é se esse fotojornalismo híbrido, atravessado

⁸ A interatividade digital permite surgir de forma oportuna um elemento previamente escondido, jogando assim com o efeito da descoberta ou da surpresa. À medida em que esta aparição modifica o campo visual, ela pode ser lida sob a forma de estados sucessivos, no modo antes /depois (tradução nossa).

pelo vídeo, pelo design, pelo visual interativo típico dos videogames e pelas práticas informáticas e de navegação na internet, poderá ainda ser considerado fotojornalismo. Estaríamos assistindo ao nascimento de um novo gênero na imprensa ou mesmo de uma mídia autônoma? Na opinião de François Soulages (2007, p. 96), “a maneira de mostrar a notícia se transformou e se modificará cada vez mais, tanto pela evolução do *hardware* quanto pelo surgimento de novos *softwares* cada vez mais particulares”. Na contemporaneidade parece difícil falar de uma mídia em si e para si como se tratasse de um domínio autônomo, isolado, autossuficiente.

Referências bibliográficas

BRESSANE, Taís. Navegação e construção de sentidos. In: FERRARI, Pollyana (org), *Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital*. São Paulo: Editora Contexto, 2007. p. 149-164.

GROENSTEEN, Thierry. **Bande dessinée et narration**. Paris: Presses Universitaires de France, 2011.

Le Monde.fr. ‘Live’, vidéo, webdocumentaire ... ‘Le Monde’ renouvelle son site Internet. Disponível em: <http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/03/19/live-video-webdocumentaire-le-monde-renouvelle-son-site-internet_1671918_3234.html>. Acesso em: 19 maio 2012.

MUNNEKE, Michiel. *Michiel Munneke discusses the upcoming multimedia contest Word Press Photo*. Disponível em: <<http://www.worldpressphoto.org/videolibrary/other-productions>>. Acesso em: 19 maio 2012.

NOJOSA, Urbano Nobre. Da Rigidez do texto à fluidez do hipertexto. In: FERRARI, Pollyana (org), *Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital*. São Paulo: Editora Contexto, 2007. p. 69-78.

PAUL, Nora. Elementos das narrativas digitais. In: FERRARI, Pollyana (org), *Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital*. São Paulo: Editora Contexto, 2007. p. 121-139.