



Agência de fotojornalismo: www.ifj.com.br - site desenvolvido para distribuição de fotografias digitais¹

Jefferson Rodrigues MORAES²
Luiz Carlos Teixeira do NASCIMENTO³
Universidade Santa Cecília, SANTOS, SP

RESUMO

Este trabalho traz a proposta de oferecer fotografias jornalísticas via internet. Atualmente, agências de notícias também se utilizam da internet como meio de distribuição. A proposta visa criar uma ferramenta econômica desenvolvida no meio acadêmico que possa oferecer um conteúdo exclusivo e com qualidade. Suprindo as necessidades do jornalismo, quando pequenos veículos regionais não possuem condições financeiras de contratar os serviços de “altos valores” praticados por grandes agências.

PALAVRAS-CHAVE: fotojornalismo; agência; fotografia digital; banco de imagens.

INTRODUÇÃO

Criar uma ferramenta acessível, onde o profissional possa levar a imagem aliada à informação, de forma rápida e objetiva. Uma agência de fotojornalismo funciona como uma redação. A produção jornalística flui intensamente e as coberturas fotográficas são como produções textuais. Precisa passar uma mensagem ou contar uma história. O fotojornalismo vem sofrendo mudanças. A internet e a fotografia digital são as principais protagonistas. Com a velocidade que essas ferramentas oferecem, o fluxo de informação ganha outra dimensão. Por meio de inúmeros profissionais, desenvolver uma ampla cobertura para atender variados veículos de comunicação, é o trabalho que as agências internacionais, com fotojornalistas espalhados pelo mundo inteiro, desenvolvem na profissão.

No caso deste projeto, todas as fotos são produzidas por uma única pessoa, o próprio aluno graduado. Com apenas alguns meses de trabalho, não é possível criar um banco de imagens completo que possa atender a qualquer veículo de comunicação. O site é simplesmente uma amostra do que é possível fazer com pouco investimento e, principalmente, com jornalismo. Realizar um agenciamento é inevitavelmente administrar pessoas e fluxo de imagens. Em outras palavras, apesar do site oferecer fotos de um único

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade: Fotografia jornalística (avulso).

² Aluno graduado, bacharel em Comunicação Social: Jornalismo, e-mail: jefferson.moraes@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo, email: luizcnaascimento@gmail.com



autor, o projeto demonstra na prática como é possível atender uma parte desse mercado, como pequenos veículos, oferecendo fotos de qualidade. O projeto não tem o intuito de comparar ou aprimorar qualquer serviço de agenciamento de imagens, que já exista na internet. A finalidade é descobrir na prática como realizar fotojornalismo com seriedade. E talvez, seja a primeira Agência de Fotojornalismo totalmente criada por um aluno de jornalismo.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Compreender o processo, suas etapas e construções, de uma agência de fotojornalismo e por meio de uma página eletrônica oferecer imagens digitais de alta qualidade para veículos de comunicação.

2.2. Objetivos Específicos

- Identificar a necessidade do mercado;
- Aprender o processo de desenvolvimento de fotojornalismo;
- Criar agilidade no fluxo de trabalho e disponibilização da imagem na internet;
- Desenvolvimento com banco de imagens amplo, onde todas as fotografias sejam catalogadas, legendadas e identificadas com normas e padrões técnicos exigidos;
- Observar como os veículos de comunicação manipulam os arquivos digitais;
- Descobrir as necessidades que cada veículo quanto ao tipo de arquivo utilizado, tamanho, cores e resolução;
- Desenvolvimento de texto com descrição das fotos para o banco de dados;
- Metodologia de trabalho e aprimoramento do fluxo de informações.

3 JUSTIFICATIVA

Pequenos jornais, revistas e portais de notícias na internet não possuem recursos financeiros compatíveis com os valores praticados por grandes agências de notícias. E percebendo essa necessidade, o trabalho tem a finalidade de suprir a necessidade desses veículos que necessitam de imagens, mas não estão dispostos a pagar caro por isso. A proposta não é nenhuma novidade. Mas, muitos dos sites que existem hoje na internet, foram desenvolvidos por grandes empresas e demandam enorme investimento. Esse foi um



dos maiores problema. Como manter um serviço, onde o seu próprio desenvolvimento é caro. Uma dificuldade que passou a ser um desafio.

Durante o planejamento, algumas empresas em desenvolvimento de sites foram consultadas e nenhuma delas mostrou uma solução viável com baixo custo. Todos os orçamentos poderiam ser muito bem executados por qualquer empresa de médio a grande porte. Definitivamente a criação de sites não faz parte de nenhuma grade curricular de um curso de jornalismo. Não estava no planejamento desenvolver um projeto sem a criação de um site. E não poderia ser uma simples página na internet. O site teria que oferecer recursos avançados e, principalmente, disponibilizar o download instantâneo das fotos através do cadastro de usuários. Sem dinheiro, mas com muita vontade. O que fazer?

Simplesmente o que todo jornalista faz. Pesquisar, checar e pesquisar. A solução estava nos livros de informática e na internet. Ser autodidata e aprender a desenvolver um site. Aí está o resultado! Um projeto realizado com planejamento, pesquisa, trabalho e principalmente: fotojornalismo.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O núcleo de todo o projeto foi a escolha da principal ferramenta de armazenamento, organização e distribuição das informações, a internet. Sem esta ferramenta não há como criar um fluxo de informação e desenvolver uma lógica funcional para o trabalho. As transformações são evidentes e o fotojornalismo ainda está em constante mudança. Cabe aos futuros jornalistas, e aos atuais profissionais, identificarem essa evolução e se adequarem da melhor forma possível para o benefício da informação.

Antes da internet, as agências de fotojornalismo tinham, cada qual, a sua própria organização e forma de distribuição de imagens. Desde que David Seymour, George Rodger, Henri Cartier-Bresson e Robert Capa se uniram para criar a Agência Magnum⁴ muita coisa mudou no fotojornalismo com a convergência digital e o avanço da tecnologia.

A internet nasceu basicamente com o HTML, ao passar do tempo essa linguagem sofreu alterações e passou a se integrar com outras mais avançadas. O HTML por si não tem condições de gerenciar um banco de dados, para isso é necessário uma linguagem de alto nível como o SQL, com muitos outros comandos e funções. Em contra-partida, tudo

⁴ A Agência Magnum foi uma das primeiras agências de fotojornalismo criada no mundo, atualmente, está acessível na internet pelo endereço, <http://www.magnumphotos.com>



isso requer um conhecimento mais avançado. Por isso a escolha do banco de dados está também relacionada com a linguagem de programação utilizada.

Existem dois grandes sistemas operacionais que servem de base para a instalação de um banco de dados. De um lado o Windows Server da Microsoft, um sistema muito difundido na internet. E de outro lado, o Linux que é a versão gratuita na internet. A máquina a ser utilizada, como foi dito anteriormente, será um Apple com OSX, que trabalha com base no Unix e por si o Linux é uma mutação desse sistema, a opção ficou por conta da escolha do banco de dados MySQL e da linguagem PHP.

Os dois, tanto o banco de dados como a linguagem, são fornecidos gratuitamente na internet e neste caso veio junto com o sistema operacional. Mais uma boa alternativa para eliminar custos. Todo o equipamento, que se resume a um computador, monitor, teclado e a acesso à internet, poderia estar localizado sobre qualquer mesa. Mas, deve-se atentar para alguns cuidados, como quedas constantes de energia e acesso por pessoas não autorizadas ou, até mesmo, por curiosos.

A segurança é um ponto fundamental de toda essa estrutura. Um trabalho de meses pode ser jogado fora por acesso mal intencionado ou até mesmo por *hackers* – indivíduos que elaboram e modificam programas – que conseguem enganar sistemas de segurança. Neste caso, a consulta de um especialista é inevitável. Como também, adquirir programas como anti-vírus que podem inibir a ação desse tipo de internauta.

Realizar backups periódicos de tudo que está no computador é outra necessidade, que na verdade irá gerar uma grande demanda. O mesmo espaço utilizado para as fotos terá outro igual para o dispositivo de backups.

Por fim, a captura das imagens foram realizadas com duas câmeras digitais Canon EOS, modelos 300D e 40D. Atualmente, o site mantém 2.495 imagens disponíveis para *download*.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O trabalho oferece pacotes de licenças que variam entre 5 a 2000 créditos que podem ser trocados por imagens, chegando a custar entre 50 centavos e R\$ 15,00 reais cada fotografia. Uma boa parte das imagens é oferecida gratuitamente. Todas as imagens estão disponíveis em alta definição para serem utilizadas em revistas ou jornais. Mesmo assim, outras versões em arquivo com resolução compatível com a internet são oferecidas por



preços mais atraentes com o objetivo de atingir outro público, como portais e pequenos sites jornalísticos.

Outro diferencial da agência é a facilidade e a desburocratização para se adquirir a foto. Através do sistema de pagamento online, que é terceirizado, o usuário pode realizar o pagamento via cartão de crédito, boleto bancário ou até mesmo pelo celular. Os créditos são incluídos em sua conta virtual que dão a possibilidade de realizar o *download* do arquivo escolhido. Todo o processo não dura mais que cinco minutos. Durante a pesquisa, algumas agências foram consultadas e a maioria cria uma enorme dificuldade. Querem saber aonde a imagem vai ser publicada, só fornecem para pessoas jurídicas e sem falar nos valores que podem ultrapassar R\$ 1,5 mil por mês. Claro que toda informação tem um custo, mas nem todo veículo — como um jornal de bairro — tem condição de manter um serviço com um valor tão alto.

Através de palavras-chave é possível realizar uma pesquisa e encontrar imagens quase que instantaneamente. O site dispõe de fotos de diversas cidades da Baixada Santista em São Paulo, como também de outros estados: Rio de Janeiro, Minas Gerais, Mato Grosso, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Todas as fotos acompanham dados técnicos, como o nome da máquina que foi utilizada na captura, data e uma legenda explicativa.

6 CONSIDERAÇÕES

A agência foi totalmente criada por um aluno de jornalismo – que é o autor deste projeto – desde a programação, banco de dados até a produção das fotos. Durante todo o desenvolvimento do trabalho, não foi encontrado nos registros acadêmicos, mediante pesquisas na internet, nenhum projeto que se assemelhe a este. Talvez, seja o primeiro trabalho universitário, de uma agência de fotojornalismo, criado inteiramente por um aluno de jornalismo. Toda a teoria foi indispensável para a criação deste trabalho. As aulas assistidas ao longo de oito semestres, no curso de Jornalismo, serviram como plataforma e se retrataram a cada etapa do desenvolvimento.

O aprimoramento da prática de fotografar, foi realizada durante às aulas de fotografia, como também, a utilização de técnicas avançadas de armazenamento de imagem e organização, que se assemelham as mesmas condições utilizadas em grandes redações. A Agência de Fotojornalismo trouxe uma oportunidade única de entrar em contato com um dos melhores profissionais deste País, que compartilharam de sua experiência.



A conclusão deste trabalho ultrapassou os muros da universidade, ofereceu a possibilidade de iniciar uma profissão em um mercado altamente competitivo. Deu a chance a um aluno de expor o seu material, receber críticas e de se aperfeiçoar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**. Editora Nova Fronteira
- BROWER, Robert. **Fotografia: arte e técnica**.
- BUSSELLE, Michel. **Tudo Sobre Fotografia**.
- CANCLINI, Nestor G. **Fotografia e Ideologia: lugares comuns**.
- LIMA, Ivan. **A Fotografia e Sua linguagem**. Editora Espaço e Tempo Ltda.
- KOSSOY, Boris. **Fotografia e História**. Ática, 1989.
- ETIENNE, Samain. **O fotográfico**. Editora Hucitec, 1998
- E. H. GOMBRICH. **A História da Arte**. LTC Editora.
- SUSAN, Sontag. **Sobre fotografia**. Cia das Letras.
- MANGUEL, Alberto. **Lendo Imagem**. Cia das Letras,
- TRIGO, Thales. **Equipamento Fotográfico**. Editora SENAC.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**. Editora Letras Contemporâneas
- RAMALHO, José. **Fotografia Digital**. Editora Campus.
- ABRIL CULTURAL. **O Prazer de Fotografar**. Editora Abril Cultural
- BERGER, John. **Modos de Ver**. Artemídia. Editora ROCCO.
- SOUGEZ, M.L. **História da fotografia**. Dinalivro.
- ESCALA. **Fotografia Digital**. Editora Escala, 2009.
- AUMONT, Jaques. **A Imagem**. São Paulo: Papirus, 1995.
- BAEZA, Pepe. **Por Uma Función crítica de la fotografia**. Barcelona, 2003
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. DIFEL, 1982
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BARTHES, Roland. **A Retórica da Imagem, In: O Óbvio e o Obtuso: ensaios críticos**. Traduzido por Lea Novaes. Rio e Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Martins Fontes, 1981.
- BOVINCINO, Regis. **Folhetim, Nº 559**. Folha de S.Paulo, 1987.
- COSTA, Carlos J. **Desenvolvimento para Web**. Editora Lusucrédo Ltda. 2007.
- SAMPAIO, Cleuton. **Web 2.0 e Mashups**. Editora Brasport, 2007.
- YNEMINE, Silvana Tauhata. **Dreamweaver CS4**. Visual Books, 2008.
- GRANNELL, Craig. **O Guia Essencial de Web Design**. Ciência Moderna, 2008.



SANTOS, José Rodrigues dos. **Crônicas de Guerra Da Crimeia a Dachau**. Portugal: Gradiva, 2001.

Linha de código. Disponível em:

<<http://www.linhadecodigo.com.br/>>, acesso em setembro de 2009.

PHP Hypertext Preprocessor. Disponível em:

<<http://www.php.net/>>, acesso em maio de 2009.

MySQL : The world's most popular open source database. Disponível em:

<<http://www.mysql.com/>>, acesso em maio de 2009.

iMasters. Por uma internet mais criativa e dinâmica. Disponível em:

<<http://imasters.uol.com.br/>>, acesso em junho de 2009.

APIJOR. Associação Brasileira de Propriedade Intelectual dos Jornalistas

Profissionais. Disponível em:

<<http://www.autor.org.br/>>, acesso em outubro de 2009.

IDG Now! - Notícias de tecnologia, internet, segurança, mercado, telecom e carreira. Disponível em:

<<http://idgnow.uol.com.br/>>, acesso em junho de 2009.

FIP Global - Federación Internacional de Periodistas. Disponível em:

<<http://www.ifj.org/es/>>, acesso em maio de 2009.

Locaweb: Hospedagem de sites. Disponível em:

<<http://www.locaweb.com.br/>>, acesso em maio de 2009.

Creative Commons. Disponível em:

<<http://www.creativecommons.org/>>, acesso em julho de 2009.

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto br. Disponível em:

<<http://www.registro.br/>>, acesso em abril de 2009.