

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS**

**CYBELI ALMEIDA MORAES**

**EDIÇÃO DE FOTOGRAFIA NO JORNAL ZERO HORA: ENTRE A PRODUÇÃO, A  
RECEPÇÃO E O PRODUTO**

**São Leopoldo**

**2007**

CYBELI ALMEIDA MORAES

EDIÇÃO DE FOTOGRAFIA NO JORNAL ZERO HORA: ENTRE A PRODUÇÃO, A  
RECEPÇÃO E O PRODUTO

Trabalho de Dissertação  
Do curso de Pós-graduação – Mestrado  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos -Unisinos  
Ciências da Comunicação

Orientador: Dr. Fabricio Silveira

São Leopoldo

2007

## RESUMO

O presente trabalho pretende discutir a edição de fotografia do jornal diário Zero Hora, abordando a produção, a recepção e o produto fotojornalístico como as três instâncias que nos permitem compreender este processo. A partir de um estudo quanti-qualitativo sobre a fotografia na mídia impressa - e também dos aportes em torno dos processos de sentido, das teorias do jornalismo e dos estudos audiovisuais -, a presente pesquisa pretende identificar os “elementos definidores” da natureza e das lógicas do uso da fotografia em Zero Hora, estruturando-se em torno da “crítica” da imagem realizada no box *Foto comentada*. A partir deste micro-espço de tensionamento entre foto, edição fotográfica, leitor e jornal, pretende-se perceber para quais direções, no âmbito do sistema fotojornalístico, estas discussões apontam. Entre os movimentos metodológicos realizados, estão as incursões nos campos da recepção e da produção (por meio de entrevistas, observação participante e observação do box *Foto comentada*), e também a análise de 172 fotografias publicadas em Zero Hora durante o ano de 2005. Como principais aportes teóricos, podemos citar os autores Jorge Pedro Sousa, Susan Sontag, Donis A. Dondis, Néelson Traquina, Mauro Wolf, Roland Barthes, Vilém Flusser, Pepe Baeza, Henri Bergson, Suzana Kilpp e José Luiz Braga, entre outros.

Palavras-chave:

edição - jornalismo - fotografia - fotojornalismo - edição de fotografia

## ABSTRACT

The present essay intends to discuss the photography edition of the Zero Hora daily newspaper, approaching the production, the reception and the photojournalistic product as the three instances that allow us to understand this process. Starting from a quanti-qualitative study on the photography in the media printed - and also of the contributions around the sense processes, the journalism theories and the audiovisual studies -, the present research intends to identify the “definer elements” of the nature and logics of the use of the photography in Zero Hora, being structured around the “critic” of the image accomplished in the box *Foto comentada*. Starting from this tensive space among photography, photographic edition, reader and newspaper, intends to notice for which directions, in the extent of the photojournalistic system, these discussions appear. Among the accomplished methodological movements, are the incursions in the reception and production fields (through interviews, participant observation and observation of the box *Foto comentada*), and also the analysis of 172 photographs published in Zero Hora during the year of 2005. As main theoretical contributions, we can mention authors Jorge Pedro Sousa, Susan Sontag, Donis A. Dondis, Néelson Traquina, Mauro Wolf, Roland Barthes, Vilém Flusser, Pepe Baeza, Henri Bergson, Suzana Kilpp and José Luiz Braga, among others.

Key words:

edition - journalism - photography - photojournalism - photograph edition

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, Carmem e Reni, pelo apoio incondicional em todos os momentos.  
A minha irmã Allana, pelas horas de transcrição, contagens, digitação e serviços afins.  
Aos meus amigos que suportaram o período de reclusão sem reclamar.  
Ao professor Fabrício, pela orientação, confiança e liberdade em mais uma empreitada.  
E aos profissionais e leitores de Zero Hora, pelo atendimento e disponibilidade.

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	9
2 CONSIDERAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS .....	17
2.1 Bases teórico-empíricas .....	19
2.1.1 No campo da imagem/fotografia: aura, <i>noema</i> e recepção .....	20
2.1.2 No campo do jornalismo: a noticiabilidade .....	34
2.2 O trajeto quanti-qualitativo.....	48
2.3 O trânsito entre diferentes campos de estudo .....	62
3 AS PÁGINAS DO FOTOJORNALISMO DE ZERO HORA: EM BUSCA DE CRITÉRIOS VISUAIS DE FOTONOTICIABILIDADE .....	73
3.1 As características da fotografia de Zero Hora: aspectos quantitativos .....	74
3.2 O acontecimento na fotografia de Zero Hora .....	98
3.3 Fotos de capa <i>versus</i> fotos internas: diferenças semelhantes ou semelhanças diferentes? .....	120
3.4 Espaços de protagonismo da imagem em Zero Hora: o <i>Informe Especial</i> e as seções de leitores .....	147
4 PAPÉIS EM TORNO DO FOTOJORNALISMO DE ZERO HORA: AS HIERARQUIAS DE EDIÇÃO E OS PROCESSOS DE MÚLTIPLA ESCOLHA .....	161
4.1 Quando a recepção edita: o olhar publicado e não publicado do leitor .....	162
4.2 Quando a produção edita: o sistema de “colegiado” em Zero Hora .....	182
4.2.1 A formação/direcionamentos da equipe de Zero Hora .....	186
4.2.1.1 O papel do editor .....	196
4.2.1.2 O papel do fotógrafo .....	207
4.2.2 A questão dos gêneros .....	220
4.2.3 Os critérios de fotonoticiabilidade e o atendimento ao leitor no discurso da produção .....	226
4.3 Sobre a crítica e a interação em <i>Foto comentada</i> : pistas para o pensamento em torno de um terceiro sistema .....	239
5 CONCLUSÃO.....	253
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	264
ANEXOS .....	271

## LISTA DE COPIÕES

<b>Figura 1</b> – Zero Hora, contracapa .....	54
<b>Figura 2</b> – Zero Hora, p. 3, box <i>Foto comentada</i> .....	54
<b>Copião 1</b> – Algumas fotos comentadas pelos leitores .....	56
<b>Copião 2</b> – Exemplos de diagramação com anúncios .....	77
<b>Copião 3</b> – Design gráfico - usos do vermelho e diálogos foto-texto .....	90
<b>Copião 4</b> – Reforma gráfica de Zero Hora - capa, contracapa e páginas internas .....	97
<b>Figura 3</b> – Capa Jornal da Tarde .....	100
<b>Figura 4</b> – Capa Jornal da Tarde .....	100
<b>Figura 5</b> – Capa Jornal da Tarde .....	100
<b>Copião 5</b> – Mundos fotográficos – remissões e diálogos entre as fotografias de Zero Hora .....	101
<b>Copião 6</b> – Reconhecimento atento nas fotografias de Zero Hora .....	107
<b>Copião 7</b> – Acontecimentos fotográficos – pictorialismo .....	114
<b>Copião 8</b> – Acontecimentos fotográficos – cobertura diferenciada .....	115
<b>Copião 9</b> – Acontecimentos fotográficos – desafio aos cânones .....	116
<b>Copião 10</b> – Imagens internas que podem ser acontecimentos fotográficos .....	117
<b>Copião 11</b> – Capa e contracapa x páginas internas – diferenças .....	122
<b>Copião 12</b> – Capa e contracapa x páginas internas – semelhanças .....	127
<b>Figura 6</b> – Capa ilustrativa de Zero Hora – Copa do Mundo .....	130
<b>Figura 7</b> – Capa ilustrativa do Caderno Donna Zero Hora .....	130
<b>Copião 13</b> – Capa e contracapa x páginas internas – formas não significantes .....	132
<b>Copião 14</b> – Capa e contracapa x páginas internas – <i>punctum</i> .....	137
<b>Copião 15</b> – Capa e contracapa x páginas internas – dualismos .....	140
<b>Copião 16</b> – Capa e contracapa x páginas internas – personagens centrais .....	141
<b>Copião 17</b> – Capa e contracapa x páginas internas – palavras na imagem .....	142
<b>Copião 18</b> – Capa e contracapa x páginas internas – palavras sugeridas pela imagem .....	143
<b>Copião 19</b> – Capa e contracapa x páginas internas – diferenças de noticiabilidade e layout .....	144
<b>Copião 20</b> – Capa e contracapa – construções não habituais de layout .....	146
<b>Copião 21</b> – Informe especial – antes e depois da reforma gráfica de Zero Hora .....	148
<b>Copião 22</b> – Informe especial – exemplos de foto-legenda .....	149
<b>Copião 23</b> – Matéria, capa e <i>Carta ao Leitor</i> – “papagaio” .....	156
<b>Copião 24</b> – Protagonismo da fotografia – página de fotos .....	157
<b>Copião 25</b> – Protagonismo da fotografia – leitores .....	160
<b>Copião 26</b> – <i>Foto comentada</i> – antes e depois da reforma gráfica do jornal .....	164
<b>Figura 8</b> – Concentração no Gigantinho – página interna .....	167
<b>Figura 9</b> – Concentração no Gigantinho – contracapa .....	167

<b>Copião 27</b> – Box <i>Foto comentada</i> – movimentos pedagógicos .....	170
<b>Copião 28</b> – Direcionamentos da política visual de Zero Hora – anúncio via publicação de matérias no jornal .....	189
<b>Copião 29</b> – Edição de fotografia – trocas entre as fotos, antes e depois da escolha de capa .....	205
<b>Copião 30</b> – Edição de fotografia – “desafio” para a editoria de foto .....	206
<b>Copião 31</b> – Edição de fotografia – pontos de vista do fotógrafo .....	212
<b>Copião 32</b> – Edição de fotografia – justaposição de fotografias na agenda midiática..	232
<b>Copião 33</b> – Edição de fotografia – fotos escolhidas e não escolhidas pela publicação .....	238
<b>Copião 34</b> – Comparação entre jornais locais e do centro do país em 23/05/06 .....	261
<b>Copião 35</b> – Comparação entre Zero Hora e Folha de São Paulo .....	263



## INTRODUÇÃO

O lugar social da produção das notícias, a redação, funciona como um templo próprio. Sua hierarquização permite aos pajés da tribo um controle rígido sobre os súditos, no melhor estilo maçônico. Transitar pelas editorias só é possível para quem conhece o mapa de divindades, o lugar de cada santo. Em alguns casos, o “fumódromo” pode ser mais importante do que a sala do diretor de redação. Basta uma “oração coletiva” em torno de um novo conhecimento gnóstico. A rotinização da produção, dividida entre a apuração, captação e edição, passando por editorias distintas como arte, fotografia ou outra qualquer, também é um conhecimento específico, quase secreto (Pena, 2005, p. 141).

Especialmente em torno da última questão abordada por Pena é que se movimenta nossa curiosidade de pesquisa, centrada na tentativa de especular sobre os “elementos definidores” da natureza e das lógicas do uso da fotografia em um jornal impresso, a lógica da edição.

No campo da imprensa, as fotografias constroem, chamam atenção, geram interesse no leitor. Jornalistas e fotojornalistas escolhem imagens, determinam espaços, definem a produção de fotografias para algumas matérias, mas não sabem comentar como se dão estes processos: cada caso seria sempre um outro caso. No entanto, ao folhear jornais e revistas, vemos construções semelhantes ou mesmo imagens idênticas sob outros formatos e cortes. Como então um processo pode ser “subjetivo” e “não sistematizável” (conforme pensa a produção) se semanalmente podemos ver as mesmas imagens em veículos diferentes? Como não “devem existir critérios fixos” se os profissionais e leitores percebem diferenças entre os

espaços e usos da fotografia no jornal? E mesmo que não seja saudável o estabelecimento de manuais para cercar (e cercar) a prática (foto)jornalística, é fundamental pensar a fotografia na imprensa, especialmente num momento em que esta “devora e desmultiplica a humanidade inteira em milhões de imagens”. Por isso Medeiros também afirma que “é necessária e urgente essa atitude crítica (...) sobre a nossa fábrica de ilusões” (in Sousa, 1997, s/p.).

Valem à pena ser mencionadas duas passagens que referem a importância da visualidade no mundo contemporâneo. As veementes sentenças foram registradas com mais de um século de diferença:

Nossa era prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser. (Feurbach, 1843, in Sontag, 2004, p. 169)

Embora o número de pinturas e desenhos impressos que foram produzidos como obras de arte seja muito grande, o número daqueles produzidos para transmitir informação visual é muitas vezes superior. Assim, a história das estampas não é, como muitos parecem pensar, a história de um arte menor, mas sim, a do mais poderoso método de comunicação entre os homens e dos efeitos sobre o pensamento e a civilização da Europa ocidental. (Ivins Jr., 1953 in Andrade, 2004, p. 3)

Pode-se dizer que é com a fotografia que se inicia um novo paradigma na cultura do homem, baseado na automatização da produção, distribuição e consumo da informação com enormes conseqüências para os processos de percepção individual e para os sistemas de organização social. Afinal, não somente de tecnoimagens somos alimentados comunicacionalmente, mas é das imagens-código que parte hoje nossa tecnologia de ponta. No entanto, mesmo com o fato de faltarem apenas três décadas para a fotografia completar dois séculos de existência, parece que até lá “ainda não a teremos entendido” - como desabafa Arlindo Machado (2001, p. 121).

Sendo assim, como jornalistas e pesquisadores, poderíamos apontar dois movimentos diferenciados que justificam nossa análise: 1) a necessidade de estudar a fotografia por sua inegável relevância para a comunicação humana e para os processos de formação de sentido da contemporaneidade; 2) a falta de reflexão em torno do processo fotojornalístico nas pesquisas sobre a notícia, imobilidade que gera uma lacuna em teorias clássicas como as do *newsmaking* e do *agenda-setting*<sup>1</sup>.

De certa forma, o primeiro motivo nos leva ao segundo e, em função da presente pesquisa ter sido desenvolvida no âmbito das ciências da comunicação, centraremos nossa atenção ao motivo de número 2. É a supracitada lacuna que nos gera interesse ao ponto de pensarmos a fotografia no campo do jornalismo impresso, espaço historicamente responsável pelo desenvolvimento da fotografia como espelho do real e ferramenta que assegurou, durante muitos anos, a credibilidade da imprensa (Sousa, 2005).

Em *Assim se hace periodismo*, Camps e Pazos (1996) comentam que as fotografias são os principais materiais de apoio, realizados exclusivamente por fotógrafos e jornalistas gráficos. No entanto, quando a foto guarda uma estrita relação informativa com o texto jornalístico, a eleição do material e sua diagramação só podem ser resolvidas de forma conjunta entre o editor de fotografia, o fotógrafo, o editor de página e o jornalista. Esta é a única parte do livro que versa sobre a seleção de material fotográfico para um jornal, teorizando extensivamente sobre a seleção e construção de um texto verbal noticioso, mas não

---

<sup>1</sup> Sousa (1997, 2002, 2005) comenta que entre 1990 e 1996, são raros os artigos sobre fotografia publicados em revistas científicas de referência como *Journalism Quarterly* e *Journal of Communication*. Além disso, a maior parte dos artigos que o autor encontrou na primeira publicação refere-se à análise de conteúdo. Também Kuo-jen Tsang (in Sousa), afirma no artigo *News photos in Time and Newsweek*, que entre 1965 e 1983 apenas foram publicados 26 artigos sobre fotojornalismo, num total de 833. Ainda sobre a questão, vale a pena mencionar que estudos clássicos sobre fotografia e o fotojornalismo, como os de Barthes, Dubois e Sontag, entre outros, reportam-se quase exclusivamente à natureza e significação das imagens, embora possam fornecer uma contextualização relevante a várias questões que colocaremos.

encarando a fotografia como merecedora de idêntico tratamento – já que nem sequer inclui o fotojornalista no capítulo que versa sobre os integrantes de uma redação. Tal lacuna não ocorre somente nesta obra, mas em quase a totalidade de manuais e trabalhos teóricos sobre o estudo da notícia, enquanto aquelas que tratam do fotojornalismo se concretizam como manuais técnicos voltados à história, aos processos de manufatura e a formação de sentido mediante aspectos conotativos da imagem.

Para Silva (1991), é muito mais fácil compreender o processo do jornalismo norte-americano do que o brasileiro, devido a grande quantidade de pesquisas realizadas sobre a área. Para reforçar a questão, o autor cita Arthur Coelho, para quem, no Brasil, se faz jornalismo “às apalpadelas”, com acertos ao acaso e sem a preocupação do auto-conhecimento. Em função destas questões, acreditamos ser importante pensar a fotografia e o fotojornalismo - áreas de estudo de tradição muitas vezes ensaísta - à luz das teorias do jornalismo, mas também com um olhar atendo para outros campos teóricos que contribuam na estruturação de um pensamento não linear em torno dos processos de construção/seleção da notícia - da qual faz parte a fotografia.

Como iremos mencionar ao longo do presente trabalho, na conceituação dos termos referidos, a palavra edição “vem do latim *edere*, cujo sentido é trazer à luz, mostrar, expor, dar a ler. Nesta linha de raciocínio, a edição pode ser entendida, grosso modo, como enunciação, conseqüentemente, o editor é um enunciador que se complementa por um enunciatário que, em última instância, é o leitor” (Camargo, 2001, s/p.). A esta conceituação de Camargo podemos acrescentar que, em se tratando da fotografia, não podemos esquecer que esta existiria na imprensa como objeto que aguarda uma leitura; ou seja, não se pode esquecer que a foto gera sentidos através do conteúdo e da apresentação deste conteúdo

(Vilches,1998). Como diz Dondis (2003, p. 84) “a linguagem separa, nacionaliza; o visual unifica. A linguagem é complexa e difícil; o visual tem a velocidade da luz, e pode expressar instantaneamente um grande número de idéias”.

Em função destas questões, não podemos ignorar que o sentido da fotografia de imprensa depende da máquina fotográfica e de seus suportes, do processo de sensação/percepção do fotógrafo (e posteriormente do leitor), da fotoliteracidade aplicada de ambos, do contexto global de produção e do contexto da imagem fotográfica e sua leitura, associada ao texto e ao *layout* que lhe conferem conotações. De acordo com Canevacci (2001), o texto visual deveria ser visto como resultado de um contexto inquieto, que envolve três participantes com papéis duplos: de observadores e observados, o que torna necessário um olhar com enfoques “no campo, no cenário e na platéia” (*idem*, p. 8). Ou seja, se edita para direcionar e formar sentidos, e este processo é permeado por idas e vindas à produção, à recepção e ao produto.

É preciso atentar ainda que o fotojornalismo é uma atividade complexa porque, como mediadora simbólica, leva os receptores a consumirem determinadas representações mediatizadas da realidade. Além disso, como enumera Sousa (1997, 2005), a complexidade da atividade também se deveria ao abarcamento de práticas que vão do fotodocumentalismo à produção diária de fotografias de “várias índoles” para a imprensa (ou o aproveitamento de fotografias de amadores), aos métodos diferenciados de abordagem dos assuntos por fotógrafos que possuem estilos próprios (às vezes assumidamente subjetivos); e pelo próprio campo onde o fotojornalismo se coloca, no seio de um sistema no qual a necessidade inerente de se fazer escolhas, valorizar e hierarquizar torna a atividade permeável de críticas pelo simples fato de que é difícil expressar o que é “valor jornalístico” - até porque cada veículo

possui critérios específicos de valorização da informação, empregados consciente e inconscientemente pelos jornalistas.

Em função de todos estes movimentos – e de nosso encontro com um box publicado em Zero Hora chamado *Foto comentada* (espaço onde o leitor valoriza e escolhe sobre as escolhas dos editores) - partimos para nosso objetivo tendo em mente que seria bastante proveitoso observar e procurar pontes de conexão entre a produção, a recepção e o produto para chegarmos até a edição; afinal, micro-objetos podem revelar macro-lógicas. E como pretendemos desenvolver nossa observação da fotografia no contexto jornalístico partindo-se também de uma aproximação com as teorias da noticiabilidade, optamos por fazer um movimento de “cerco” em torno de nosso objeto, na tentativa de confrontá-lo em diversas frentes que podem vir a revelar pedaços de um processo ambíguo que procuraremos sistematizar e situar.

Para tal, primeiramente abordaremos nossas considerações teórico-metodológicas, as quais achamos interessante discutir conjuntamente por acreditarmos em seu total imbricamento, constantemente formador e transformador da pesquisa. Com o intuito de desenharmos um pano de fundo para as questões que apresentaremos nos capítulos 3 e 4, abordaremos no capítulo 2 nossas bases teórico-empíricas no campo da imagem e do jornalismo; nossa preocupação com o seguimento de um trajeto quanti-qualitativo (que vem de encontro ao desejo de diferenciarmos nosso estudo dos demais realizados em torno do fotojornalismo, em sua grande maioria preocupados com a semiose dos textos visuais); e também nosso trânsito entre diferentes campos de estudo e paradigmas, que acreditamos terem contribuído muito para a estruturação de relevantes idéias em torno da edição de foto na imprensa e, particularmente, no jornal Zero Hora.

Num segundo e terceiro momentos, passaremos a abordar as páginas construídas e os papéis desempenhados no processo de edição de fotografia de Zero Hora: no capítulo 3 nos propomos a apresentar nossa busca por critérios “mais visuais” de fotonoticiabilidade, apegados a tradicionais quesitos técnicos e plásticos da análise da fotografia; já no capítulo 4 apresentaremos as hierarquias de edição e o que chamamos de “processos de múltipla escolha” na seleção do material fotográfico a ser publicado em Zero Hora. A fim de atender estas questões, nos centramos então em sistematizar, partindo da análise do produto, as características da foto de Zero Hora, bem como os acontecimentos, as diferenças entre fotos de capa/contracapa e páginas internas, e também os espaços de protagonismo da imagem no jornal. Direcionando nossa atenção para a produção e a recepção, procuramos explicitar os movimentos de ambos os campos como instâncias editoras, atentando especialmente para o papel do fotógrafo, para a questão dos gêneros fotojornalísticos<sup>2</sup> e dos critérios de fotonoticiabilidade mencionados no discurso da produção. Por fim, em função da já comentada percepção de pontos de conexão entre a recepção e a produção no que tange ao movimento da edição de foto, faremos uma breve discussão sobre a crítica e a interação entre leitores e jornal no box *Foto comentada*. E em nossa conclusão, mencionaremos uma breve aproximação da edição de Zero Hora com outros jornais de circulação estadual e nacional.

Sobre a construção do presente texto cabe ainda situarmos nosso leitor em relação ao uso freqüente que faremos da inserção de copiões em determinadas partes do trabalho, num estilo enciclopédico cujas sistematizações de imagens serão aos poucos reportadas durante a discussão. Eventualmente, outras imagens também se farão presentes em pontos específicos do texto.

---

<sup>2</sup> Cabe referir que, ao abordarmos as diferenças entre capa e páginas internas, também mencionaremos a questão dos gêneros. No entanto, os tópicos guardam diferenças: o primeiro foi observado diretamente como uma construção em torno do produto e o segundo como uma construção que parte do discurso da produção sobre seus modos de fazer.

E assim como fez Sousa (1997, s/p.) em sua tese de doutoramento,

(...) é preciso advertir que este estudo é de natureza essencialmente não semiótica, não retórica, não psicossocial nem mesmo filosófica, pelo que eventuais referências e explorações nestas áreas têm por únicas finalidades contextualizar ou fundamentar melhor as asserções que formulamos, intervir no campo do debate de idéias sobre as práticas fotojornalísticas, ou auxiliar as interpretações que faremos.

Para encerrarmos as questões introdutórias, gostaríamos de dar cabo a nossas observações iniciais assim como começamos: mediante a citação de boas considerações sobre nosso campo de estudo. A primeira é de Berger (in Sousa, 1997, s/p.), que diz:

We think of photographs as works of art, as evidence of a particular truth, as likenesses as news items. Every photograph is in fact a means of testing, confirming and constructing a total view of reality. Hence the crucial role of photography in ideological struggle. Hence the necessity of our understanding a weapon which we can use and which can be used against us.

E a segunda, proveniente de um especial literato que se centrou na passagem do tempo (assim como a fotografia), que nos guiou durante todo o percurso que experienciamos, como uma voz constante em nosso horizonte de construções.

A única viagem verdadeira, o único banho de rejuvenescimento, não é partir para novas aventuras, mas ter outros olhos (Proust in Pena, 2005, p. 161).



## 2 CONSIDERAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

A metodologia da pesquisa é a própria pesquisa. É desta opinião que compartilhamos, e ela pode ser completada com as considerações de Lúcia Santaella quando esta afirma que “a melhor pesquisa não é aquela que mais se aproxima dos métodos das ciências naturais, mas sim aquela cujo método é o mais adaptado ao seu objeto” (2001, p. 186).

Tendo em vista que a metodologia não é composta somente do “ferramental prático” e não deve resultar da mera aplicação de métodos oriundos das ciências sociais e/ou positivas, por metodologia entendemos a descrição e justificação dos caminhos que tomamos durante a pesquisa - ou, ainda, do trajeto ao qual fomos levados pelas artimanhas de nosso objeto. Em função disso, a metodologia implicaria também nossa base teórica, já que pensamos o campo e somos pensados por ele em função das ferramentas conceituais e repertoriais que carregamos<sup>3</sup>. Sendo assim, também faria parte das preocupações metodológicas a forma com que estruturamos a apresentação da pesquisa, bem como o contexto acadêmico no qual esta se insere. No caso do presente texto, uma preocupação com a arquitetura mais adequada para tensionar campo e teoria, e uma atenção em relação aos diferentes campos de pesquisa sobre as quais interagem os questionamentos que pretendemos abordar, em torno da edição fotojornalística.

Ou seja, três eixos, imbricados e não estanques, alimentam, metodologicamente, a presente pesquisa: 1) bases teórico-empíricas em torno dos campos de estudo da imagem/fotografia e do jornalismo; 2) uma preocupação de ordem quanti-qualitativa com o tratamento e delimitação do *corpus*; 3) o trânsito atento entre diferentes campos de estudo da

---

<sup>3</sup> As idéias foram desenvolvidos por diversos autores como Oliveira (1998); Santos (1999); Richardson (1999); Bauer e Gaskell (2004), entre outros.

comunicação, a saber, os processos de significação, audiovisuais e socioculturais<sup>4</sup>, que nos possibilitaram um olhar rico e multifacetado sobre nosso objeto de interesse e sua organização.

As perguntas que fizemos ao nosso objeto nos levaram a pensar sobre o método e a estruturar metodologias. E como esta se dá pela implicação de um trajeto, nos parece necessário, para explicitarmos nosso percurso de forma mais clara, agrupar três blocos de perguntas que nos fizemos no início, no meio e ao final<sup>5</sup> de nossa jornada, respectivamente. O primeiro foi retirado de nosso projeto de ingresso do curso de mestrado; o segundo de nosso trabalho de qualificação e o terceiro consiste num recorte das questões do *percurso educativo Isto é uma foto?*, CD-ROM realizado pelo Itaú Cultural<sup>6</sup>.

Como se dão as atividades de *gatekeeping* e *newsmaking* da informação visual? Será esta guiada principalmente por critérios eminentemente subjetivos ou puramente funcionais? Como se dá a escolha, pelo editor de fotografia, da imagem que “ilustrará” o texto - ou ainda, como são selecionadas as matérias que serão “enriquecidas” pela informação visual?

Não estaria o leitor ratificando, por meio de sua “opinião”, o retorno da complexidade fotográfica nos jornais e, inclusive, seu uso estético? Não seria o box *Foto comentada* - um micro-espço de tensionamento entre foto, edição fotográfica, leitor e jornal - um interessante “medidor empírico” que nos auxiliaria a identificar os “elementos definidores” da natureza e das lógicas do uso da fotografia em Zero Hora?

---

<sup>4</sup> É importante referir que a pesquisadora já trabalhou como bolsista de iniciação científica em projetos de cunho sociocultural, desenvolvendo para estes, no entanto, abordagens que previram olhares sobre o objeto de forma a perceber processos de produção de sentido e significação. Recentemente, também tivemos contato com outros paradigmas, que estruturam alguns estudos em torno da pesquisa audiovisual. Acreditamos ser importante referir todos estes aportes que, a nosso ver, não acenam para uma perda de foco, mas sim para a constituição de um olhar, necessariamente complexo, direcionado a um objeto complexo. Assim como comenta Orozco Gomes, acreditamos que tanto os modelos positivista, realista, hermenêutico e interacionista oferecem elementos importantes para a pesquisa, com limites e possibilidades. “La tarea del investigador, en todo caso, es conocer los potenciales de cada paradigma, estar muy claro en sus preguntas de investigación y saber en cuál de ellos ubicarse para generar el conocimiento que quiere” (2000, p. 36).

<sup>5</sup> De acordo com Nísia Martins do Rosário (2006), o final de uma pesquisa não parece ser uma linha de chegada propriamente dita, mas sim o ponto de partida para investigações futuras. O terceiro bloco de perguntas que agrupamos reflete esta tendência e aponta, para nós, prováveis questionamentos para um projeto de doutorado.

<sup>6</sup> *Isto é uma foto?* [arquivo de computador]. São Paulo: Itaú Cultural, 2002. CD-ROM Multimídia; (Percurso Educativo 5).

Isto é uma foto ou é uma pintura? Isto é uma foto ou é um quadro abstrato? O que é, afinal, uma foto? Isto é uma foto do quê? Qual é a diferença entre a cadeira que está desenhada no papel e a cadeira sobre a qual está o desenho? Ou então: a cadeira fotografada é mais real do que a cadeira desenhada? Ou ainda: a cadeira do desenho é a mesma cadeira da foto? Até que ponto fotógrafo e pintor são artistas realmente diferentes?

Utilizamos os recortes das questões acima para sinalizar a evolução da tarefa complexa a que nos propomos: estudar a fotografia e, especificamente, o processo de edição fotojornalística no jornal diário Zero Hora. A seguir, explicitaremos os três eixos que mobilizaram a presente construção.

Cabe ressaltar ainda que, especialmente os eixos que serão apresentados em 2.1.1, 2.1.2 e 2.2, foram construídos de forma paralela, sendo que a formatação de dispositivos e ferramentas usados na pesquisa de campo foi de certa maneira, moldada pelas incursões teóricas, assim como nossos usos conceituais foram sendo recortados em função de nosso olhar sobre a produção, a recepção e o produto. No entanto, para facilitar o processo de escrita, nos pareceu mais interessante abordarmos antes o cenário teórico para depois discutirmos as técnicas metodológicas.

Para fins de organização desta pesquisa, tentaremos realizar o difícil exercício de dividir/separar os movimentos citados, no intuito de desenvolvermos de forma mais clara o raciocínio construído. Mas como esta separação se trata apenas de um esforço, eventualmente um cenário dará lugar ao outro, e vice-versa.

## **2.1 Bases teórico-empíricas**

A presente pesquisa movimenta-se por um campo conceitual ambíguo, cuja intrincada evolução histórica, permeada de idas e vindas entre as fronteiras da arte, da comunicação e do

jornalismo, nos impossibilita de designar limites precisos entre a imagem, a fotografia e o fotojornalismo.

No entanto, para melhor estruturar o texto, abordaremos o que chamamos de “bases teórico-empíricas” em dois momentos distintos: o primeiro visa estabelecer uma introdução aos principais questionamentos em torno da imagem/fotografia, com o intuito de formar um pano de fundo para o segundo, que versa sobre as teorias do jornalismo. A construção do segundo tópico em torno das teorias da notícia de forma generalizada - mas com especial atenção a noticiabilidade - se fez necessária pela escassez de estudos de *newsmaking* que contemplem também a fotografia na imprensa. Como nossa pesquisa pretende abordar a edição de fotografia e grande parte desta já se faz em função da edição de notícias em conformidade com a pauta pré-estabelecida<sup>7</sup>, tornou-se imprescindível discutirmos a seleção dos acontecimentos fotografáveis partindo-se de critérios também utilizados para valoração do texto jornalístico.

### **2.1.1 No campo da imagem/fotografia: aura, *noema* e recepção**

Para estudarmos o fotojornalismo<sup>8</sup>, não podemos nos abster da história e das discussões teóricas em torno da fotografia, como a objetividade, a reprodutibilidade, a representação do real, a intencionalidade, a técnica, as fronteiras com a arte e a manipulação, uma vez que estas discussões nascem do objeto foto e permeiam o processo fotojornalístico

---

<sup>7</sup> Beatriz Sallet, em sua dissertação de mestrado recentemente concluída, afirma que “a agenda fotojornalística de Zero Hora, até por ser subordinada à agenda da redação, constitui-se fundamentalmente de eventos midiáticos ou construídos para serem reportados, pautas para os cadernos *Casa e Cia*, para a editoria de Esporte, entre outros eventos institucionais. Percebemos que, nas pautas de agenda, a função da fotografia restringe-se muito a referendar o texto jornalístico. Sua relação com o texto é de caráter mais ilustrativo” (2006, p. 249).

<sup>8</sup> Deixaremos a discussão do termo para o tópico 2.1.2, quando abordaremos as teorias do jornalismo.

que, inclusive, no Brasil, motivou, antes mesmo das artes plásticas,<sup>9</sup> o reconhecimento do meio. Além disso, iniciar nosso percurso por estas questões nos parece necessário para formarmos um pano de fundo para questões que desenvolveremos mais a frente, em torno dos gêneros, da recepção, do acontecimento e de outras configurações que o fotojornalismo vem assumindo ao longo dos anos.

Arlindo Machado, Walter Benjamin, Roland Barthes, Boris Kossoy, Vilém Flusser, Susan Sontag, entre tantos outros autores, são alguns dos pesquisadores que abordam as questões enumeradas anteriormente, e formam o complexo cenário de nossa pesquisa. Mas a nosso ver, não é necessário recorrermos a argumentos de autoridade para afirmarmos que a fotografia é um discurso construído, que torna inteligível o sensível, materializa um fragmento ótico e o faz persistir no tempo. Que tem uma realidade própria, moldável em sua produção e fluída em sua recepção. Que ainda possui uma *impressão de realidade* que se traduz numa *impressão de verdade*, quando colocada no contexto da imprensa. E que a plena “estetização da realidade” nos leva a uma visualidade diferenciada, na qual a imagem desliza do campo da cultura para se tornar elemento natural, constitutivo do cotidiano<sup>10</sup>.

De acordo com nossa visão, o desenvolvimento de um “capítulo teórico” que aborde extensivamente o desenvolvimento conceitual em torno das citadas discussões poderia implicar num provável “resenhamento”, num campo de mera acumulação de postulados aos

---

<sup>9</sup> O reconhecimento da fotografia como forma de expressão, no Brasil, se dá antes pela imprensa e depois pelas instituições artísticas. Em 1944, a revista *O cruzeiro* se constitui como primeiro veículo a experimentar novas linguagens fotográficas com a contratação do francês Jean Manzon, da *Paris Match*, como repórter fotográfico. A ação depois renderia mobilizações semelhantes em outras revistas como *Realidade* e *Veja*. Somente em 1965 a fotografia é içada ao posto de objeto de arte, com sua incorporação na 8ª Bienal de São Paulo, mas ainda assim, ocupando um espaço como prima pobre da pintura. Sobre a história da fotorreportagem no Brasil ver Andrade, 2004.

<sup>10</sup> Sobre as questões ver, respectivamente, as obras de Etienne Samain (1998), Abraham Moles (1991), Boris Kossoy (2001, 2002), Lorenzo Vilches (1998) e Frederic Jameson (2004).

quais sempre recorreremos para justificar nosso conhecimento, que parece sempre incipiente, em torno da formação da imagem e da conseqüente robotização da vida<sup>11</sup>.

No entanto, interessou-nos muito o fato de que estes postulados, que já aparentam plena instituição no campo acadêmico, agora também sirvam de base para o desenvolvimento da esfera pedagógica de aprendizagem e ensino da fotografia como meio social, artístico e de comunicação, como é o caso do CD-ROM *Isto é uma foto?*. Discutir esta “pedagogia” nos interessa, já que este é um dos aspectos desenvolvidos no box *Foto comentada*, nosso “guia empírico” que será abordado no item 2.2 e também no capítulo 4. Nosso interesse, especialmente pela extrema qualidade do CD-ROM, somado ao desenvolvimento de exercícios de desconstrução<sup>12</sup> dos textos clássicos *A câmara clara* de Roland Barthes, *Sobre fotografia*, de Susan Sontag e *Filosofia da caixa preta*, de Vilém Flusser, nos mobilizaram a inserir breves observações sobre *Isto é uma foto?*, tensionadas com os clássicos ensaios, para formulação deste tópico. Esta construção deve sinalizar o *locus* de onde partimos, que permeia todo nosso pensamento em torno do objeto, utilizando a reflexão e a própria matéria fotográfica/audiovisual para situar a discussão sobre a foto(grafia/jornalismo). Cabe salientar que a inserção do CD-ROM *Isto é uma foto?* será utilizada somente na construção do presente tópico, numa tentativa de experimentação do visual *versus* textual que serve, a nosso ver, para agregar valor e tornar a discussão mais próxima de produtos recentemente construídos, que

---

<sup>11</sup> O filósofo tcheco Vilém Flusser acredita que a invenção da fotografia seria a fonte inicial para a robotização da vida, pois teria “marcado o ponto em que a sociedade abandona a existência linear, própria dos textos, para inscrever-se num ‘saltar quântico’, próprio dos aparelhos” (2002, p. 67).

<sup>12</sup> A chamada *desconstrução* é o “método” que acaba por implicar na construção de uma nova síntese. De acordo com Laclau (1998) desconstruir a estrutura é o mesmo que mostrar a distância entre a pluralidade de ordenamentos possíveis a partir dela e o ordenamento real que finalmente prevalece. Nosso procedimento para esta tarefa consistiu na releitura atenta dos ensaios, centrada na descoberta de licenças poéticas, passagens, termos e sentenças que, tensionadas com as atuais questões sobre a foto - especialmente a digital - nos revelassem devires sobre a natureza da fotografia. A releitura também nos serviu para percebermos que as “novas” questões em torno da fotografia são, em sua grande maioria, as grandes ou velhas questões que sempre rondaram a atividade.

estão aí, disponíveis para acesso, tanto na internet como nas escolas para onde o material é distribuído gratuitamente <sup>13</sup>.

Sendo assim, a releitura dos textos de Barthes, Sontag e Flusser, nos possibilitaram o tensionamento das reflexões sobre a fotografia com o cenário que se constitui hoje em torno da imagem técnica<sup>14</sup>. Colocações de Barthes, por exemplo, são citadas em trabalhos de pesquisa que referem ao fim do fotojornalismo combativo, *de acontecimento*, quando nos parece mais importante questionar *de que foto*, afinal, estamos falando, ou, ainda, de como ela *está foto* no momento atual. Afinal, como colocam Derrida e Stiegler (1998, p. 188):

La digitalización rompe la cadena, introduce la manipulación directamente en el *spectrum* y, al mismo tiempo, hace indistintos espectros y fantasmas. Los fotones se convierten en pixels, reducidos éstos a ceros y unos en los cuales pueden efectuarse cálculos discretos.

A fotografia é, para Walter Benjamin, uma imagem dialética, que conjuga o velho e o novo. É uma imagem tensa, na qual algo perdura como potência. São imagens que relampejam, iluminam a constelação por nos fazerem ver limites e definições. É também de Benjamin (1986) a afirmação de que toda forma de arte amadurecida está no ponto de intersecção de três linhas evolutivas: a técnica, a produção de efeitos e a mudança na estrutura da recepção. Ao reler os ensaios de Barthes, Sontag e Flusser, podemos questionar se não seria a chegada da hipermídia – ou, para não sermos tão ousados, o momento atual – que iluminaria com mais clareza o amadurecimento da fotografia e talvez sua alteração ou surgimento de algo diferente.

---

<sup>13</sup> Acesso em [www.itaucultural.org.br](http://www.itaucultural.org.br).

<sup>14</sup> Novamente, o termo é de Flusser: a fotografia seria “uma imagem tipo folheto produzida e distribuída por aparelho” (2002, p.77). Em função disso, seria uma imagem técnica.

Quais seriam então os principais pontos a serem discutidos em relação à fotografia? Em nossa releitura dos três ensaios citados, percebemos que discussões sobre a aura, sobre o *noema* da fotografia e alterações na recepção aparecem constantemente em textos que datam, respectivamente, de 1980, 1977 e 1983.

Foi Walter Benjamin quem primeiro mencionou a questão da morte da aura. Para o autor, a técnica da reprodução destaca do domínio da tradição o objeto reproduzido. Na imagem,

(...) a unidade e a durabilidade se associam tão intimamente como, na reprodução, a transitoriedade e a repetibilidade. Retirar o objeto de seu invólucro, destruir sua aura, é a característica de uma forma de percepção cuja capacidade de captar ‘o semelhante no mundo’ é tão aguda, que graças à reprodução ela consegue capta-lo até o fenômeno único. (1986, p. 170)

Mas para Susan Sontag, a verdadeira diferença entre a aura que pode ter uma foto e a aura de uma pintura repousa na relação diferente com o tempo, já que, após o período necessário, as fotos adquirem certa aura. Diz a filósofa: “enquanto pinturas ou poemas não se tornam melhores, mais atraentes, apenas por envelhecer, todas as fotos são interessantes, além de comoventes, se forem velhas o bastante” (2004, p. 156). Como afirma Sontag,

A última ceia, de Leonardo, que está em Milão, dificilmente tem, hoje, um aspecto melhor do que em seu tempo; tem um péssimo aspecto. As fotos, quando ficam escrofulosas, embaçadas, manchadas, rachadas, empalidecidas, ainda têm um bom aspecto; muitas vezes, um aspecto até melhor. (*idem*, p. 94)

As questões sobre a aura e a reprodutibilidade já aparecem para o estudante que terá



contato com *Isto é uma foto?* no *slide*<sup>15</sup> número 1 do *menu* de conteúdos do percurso educativo. O item *Não parece, mas é* apresenta uma fotopintura de Avani Stein (*Foto/Pintura*, 1997), que não é apenas uma foto pintada, mas sim “uma imagem que é, ao mesmo tempo, uma foto e uma outra coisa”, já que a fotógrafa cria “uma tensão entre aquilo que a gente normalmente associa a um registro mecânico da realidade (uma fotografia) e o que a gente atribui à imaginação e a criatividade do artista (uma pintura moderna)”<sup>16</sup>. Entre o final do século XIX e início do século XX, o procedimento da fotopintura era muito utilizado na tentativa de dar a fotografia o *status* de pintura, em contradição a um dos principais elementos de sua essência e sucesso: a reprodução. Ao longo do percurso educativo, a questão da aura também é apresentada na relação foto-pintura a partir dos movimentos pictorialistas<sup>17</sup>, quando a foto quis parecer pintura mesmo sem utilizar tinta. Esta tendência, aliás, será comentada no capítulo 3 como uma das importantes características do fotojornalismo de Zero Hora, apontada também pelos leitores.

---

<sup>15</sup> Não é nosso objetivo fazer uma análise propriamente dita do CD-ROM, no que tange aos aspectos da formação de sentidos gerados pela leitura de seu conjunto audiovisual. No entanto, alguns detalhes valem a pena ser destacados, pois trazem ricas pistas para o pensamento em torno da fotografia na atualidade. Na introdução, por exemplo, a definição de fotografia já não é ocupada pela célebre frase “escrever com a luz”, mas sim “desenhar com a luz”, acenando aí uma forte ligação com a criação e a arte. Outro fator que chama atenção é o aspecto pedagógico da montagem em torno do laboratório fotográfico: o conteúdo é todo estruturado sobre ícones e animações, referindo a um local que, para as novas gerações, poderia se dizer inexistente, repleto de bandejas, mesas de luz, slides, sons de disparo e químicos atualmente dispensados para reprodução e manufatura da fotografia.

<sup>16</sup> Acesso em [www.itaucultural.org.br](http://www.itaucultural.org.br).

<sup>17</sup> O movimento pictorialista eclodiu na França, na Inglaterra e nos Estados Unidos a partir da década de 1890, formado por fotógrafos que queriam produzir aquilo que consideravam uma fotografia artística, capaz de conferir aos seus praticantes o mesmo prestígio e respeito logrado pelos artistas “convencionais”. Essa ânsia de reconhecimento levou muitos pictorialistas a simplesmente imitar a aparência e o acabamento de pinturas, gravuras e desenhos ao invés de explorar os novos campos estéticos oferecidos pela fotografia. Por esta razão, o movimento, que perdurou até a década de 1920, foi estigmatizado durante muito tempo. No entanto, assistimos hoje a uma releitura desapaixonada do pictorialismo que vem contribuindo para a correta avaliação e contextualização histórica de suas contribuições (in Enciclopédia Brasileira de Artes Visuais. [www.itaucultural.com.br](http://www.itaucultural.com.br)).

O primeiro tópico de *Isto é uma foto?* é visualmente organizado de forma estratégica para o receptor<sup>18</sup>: os sete quadros, colocados em duas fileiras de quatro e três imagens, opõem a direita e a esquerda, acima e abaixo as sentenças que guardam: *Não parece, mas é* e *Parece, mas não é*. A primeira discussão é guiada pelo já referido trabalho de Avani Stein; a segunda irá desembocar no debate sobre o traço inimitável da fotografia, o *isso foi* a que Barthes (1984) se referiu. E esta questão será “vista” por meio de um óleo sobre tela de Gregório Gruber (*Viaduto à noite*, 1980), que apresenta características hiper-realistas<sup>19</sup>.

A questão da objetividade fotográfica - hoje “mito da objetividade fotográfica”- se observada sob o ponto de vista da organização de *Isto é uma foto?*, não nos parece tão mito assim, pois, para a construção do CD funcionar, esperou-se, pela própria oposição da “pegadinha discursiva”, que o receptor não tivesse ainda em mente a discussão e as fronteiras entre arte e técnica, produto e intencionalidade. Ou seja, a foto ainda é aquela que parece “real” e a pintura é pura criação. Daí poderíamos concordar com Milton Pinto (2005), para quem ainda estamos longe de ser uma “civilização da imagem”, até mesmo porque esta, de acordo com Arlindo Machado (1986 e 2001), só se concretizaria no momento em que aprendêssemos a pensar com as imagens - e também quando o mito da objetividade e da veracidade da fotografia “desaparecer” da ideologia coletiva.

---

<sup>18</sup> É preciso referir que utilizaremos neste trabalho os termos “leitor”, “receptor” e “usuário” como sinônimos - embora reconheçamos as implicâncias e diferenciações que cada expressão acarreta no interior dos textos. No entanto, para nosso objetivo, nos parece não ser necessário desenvolver uma discussão em torno da temática e, como coloca Braga (2006) o uso de palavras consagradas, em determinados momentos, possuem a vantagem de referir a idéias que parecem imediatas.

<sup>19</sup> O termo remete a uma tendência artística do final da década de 1960, sobretudo nos Estados Unidos. Trata-se da retomada do realismo na arte contemporânea, contrariando as direções minimalistas e abstratas. O “novo realismo” fincou raízes na cena contemporânea e se beneficiou da vida moderna em todas as suas dimensões: é ela que fornece os temas, os materiais e as técnicas de que se valeram os artistas. O movimento, chamado também de foto-realismo, visou atingir a imagem em sua clareza objetiva, com base no diálogo cerrado com a fotografia. O hiper-realismo fez uso de clichês, de imagens pré-fabricadas e de elementos do cotidiano, buscando conferir a eles o valor de obras particulares. Retirou, assim, a imagem massificada do seu circuito habitual, recuperando-a como objeto de arte único (in Enciclopédia Brasileira de Artes Visuais. [www.itaucultural.com.br](http://www.itaucultural.com.br)).

Nos sete tópicos<sup>20</sup> desenvolvidos no percurso educativo, todos trazem, de uma forma ou outra, o mito da objetividade fotográfica. E aqui é preciso lembrar da palavra *noema*, utilizada por Barthes para referir o aspecto essencial de uma foto. Ela resume o pensamento do autor: não há foto sem *alguma coisa* ou *alguém*. (...) “as fotos são signos que não prosperam bem, que *coalham*, como leite. (...) uma foto é sempre invisível: não é ela que vemos. Em suma, Barthes podia dizer, longe da popularização do digital, que o “referente adere” (1984, p. 16).

No capítulo 33 de *A câmara clara*, Barthes já “questionava” a natureza do *noema*, atentando para o fator cinema: na foto, alguma coisa *se punha* diante do orifício da câmera, enquanto no cinema, as coisas *passam* diante do mesmo orifício. “(...) trata-se de uma outra fenomenologia e, portanto, de uma outra arte que começa, embora derivada da primeira” (*idem*, p. 118). No entanto, em seguida, Barthes volta a afirmar que a presença da coisa, na fotografia, nunca é metafórica. Seu traço inimitável é que alguém viu o referente *em carne e osso*.

Em acordo com os pensamentos de Barthes, Susan Sontag afirma que “a foto pode distorcer, mas sempre existe o pressuposto que algo existe ou existiu, e era semelhante ao que está na imagem. Qualquer foto parece ter uma relação mais acurada com a realidade visível

---

<sup>20</sup> 1) *Não parece, mas é* debate a fotografia como o olhar do fotógrafo sobre a realidade e não a realidade em si, além de fazer questionamentos sobre a fronteira entre as linguagens artísticas. 2) *A revelação oculta* apresenta as diferentes técnicas que podem ser trabalhadas no momento da revelação, e questiona a fotografia como linguagem artística. 3) *A escolha do olhar* traz a discussão sobre a intencionalidade do olhar do fotógrafo e as escolhas dos recursos técnicos como parte do processo de criação. 4) *O inteiro em pedaços* traça uma breve relação entre artes plásticas e fotografia, abordando especialmente a colagem, o cubismo e o dadaísmo. 5) *Cenas de 0 e 1* trata da possibilidade infinita de manipulação, particularmente com a foto digital como imagem de outra natureza. 6) *A imagem antes da imagem* discute a frágil relação entre realidade alterada e realidade produzida, abordando a construção de cenas e cenários pelo fotógrafo como um dado real e concreto. 7) *Parece, mas não é* encerra o percurso, fazendo uma relação entre o hiper-realismo e o academismo, igualando o olhar do pintor ao do fotógrafo e abrindo caminho para a discussão da história da fotografia entre 1833 e 1995, que também pode ser conhecida consultando-se o tópico *Para saber mais*. Algumas telas do aplicativo podem ser vistas no anexo 1.

do que os outros objetos miméticos” (2002, p. 16). O *parece* colocado ali pela filósofa encerraria uma dúvida passageira ou a grande questão em torno da fotografia? De qualquer forma, a autora coloca, mais a frente, que

Mais do que desvelar uma verdade oculta, a foto hoje se centra na possibilidade de conservar um passado em vias de desaparecimento. Hoje os fotógrafos não se enquadrariam mais nem na categoria de cientistas – que fazem um inventário do mundo – e nem de moralistas – que se concentram em pessoas com sérios problemas. (Sontag, 2002, p.73)

Ora, é óbvio que não pretendemos – nem poderíamos – invalidar os postulados colocados, mas sim sinalizar que eles já podem ser questionados em função das mudanças tecnológicas nas quais estamos imersos, que mudam o contexto de produção e recepção da fotografia<sup>21</sup>. Se levarmos a técnica em conta, poderíamos até dizer que é capaz de existir fotografia *sem objeto* - já que o objeto da fotografia é a *luz* e não o corpo que a reflete (Machado, 2004). A estas questões ainda deve somar-se a ação do fotógrafo ao “fabricar” a imagem - que elege o filme, a lente, uso de filtros, tempo de exposição, momento do clique, tratamento da imagem e etc. Vale a pena mencionar ainda que o futuro da câmera fotográfica é a junção com a filmadora (ou gravadora, pois não utiliza, a rigor, filme), que possuirá resolução suficiente para o corte e impressão satisfatória dos *frames* de interesse. E até a necessidade da luz pode ser questionada, pois com as câmeras digitais, a luz não é mais responsável por sensibilizar a película. Ou seja, o que antes era a maior ou menor sensibilização do grão de prata, hoje pode ser um “registro” do escuro.

Se levarmos em consideração que imagens anteriormente fixadas em suporte físico-químico agora podem ser armazenadas e produzidas em sistemas binários, parece saltar a

---

<sup>21</sup> Mesmo o paradoxo fotográfico apontado por Barthes, se pensado nos dias atuais, poderia ser posto em dúvida: o *analogon* do real já não pode ser substituído pela estrutura conotativa?

questão da tradução<sup>22</sup>, que se daria no plano do simbólico - e daí, a mudança de natureza da fotografia? Ou o alcance de uma linguagem pura que serviria para “pôr em relevo a íntima relação que os idiomas guardam entre si” (Benjamin in Plaza, 1987, p. 91).

De acordo com Peirce - explicado por Teixeira Coelho (2001) - a foto como signo (*representamen*), considerado em si mesmo e em relação ao seu interpretante, pertenceria à classe dos sinsignos dicentes. Ou seja, é um objeto ou evento da experiência que funciona como signo de algo que o afeta diretamente - o que faz com que seja um índice. Ela só dá informações sobre fatos concretos e materiais. Mas a fotografia, na relação com seu objeto, também é um ícone, já que encerra uma semelhança com aquilo que representa. Como coloca Júlio Plaza (1987, p. 22) ao explicitar as características do índice,

Fotografias instantâneas são muito instrutivas porque sabemos que, sob certos aspectos, são exatamente como os objetos que representam. Esta semelhança é devida ao fato de as fotografias serem produzidas em circunstâncias tais que se viram fisicamente compelidas a corresponder, ponto a ponto, à natureza.

Mas ao traduzirmos uma imagem ou uma palavra para a linguagem binária, opera-se com a tradução simbólica, que é feita através de símbolos de caráter convencional. Ou seja, é transcodificação, que define *a priori* significados lógicos, mais abstratos e intelectuais do que sensíveis. O autor dá o exemplo da palavra arte em linguagem binária, executado por Waldemar Cordeiro (in Plaza, 1987, p. 93):

---

<sup>22</sup> A tradução (Glenadel, 2005) aparece como contínuo deslocamento/estremecimento entre as posições do centro e das margens. “A tradução abre portas entre línguas, culturas, tempos, sujeitos, mas também é necessariamente disjunta, inatural, dissimétrica, disseminante. Ela é a promessa de restituição de sentido e, ao mesmo tempo, ameaça de perda de algo que não se tem: a língua materna, a língua da origem, a posse ou propriedade da origem, e da origem do sentido”. (*idem*, p.297). De acordo com a autora, Benjamin daria à tradução o estatuto de um dos processos mais profundos da filosofia da linguagem, que não evidenciaria a comunicação, mas sim a vocação comum a todas as línguas. Numa nota de rodapé, a autora coloca as palavras do filósofo: “O reino prometido e proibido onde as línguas poderão se reconciliar e se cumprir. Esse reino [o original] não o atinge jamais completamente, mas é aí que se encontra o que faz com que traduzir seja mais do que comunicar” (*idem*, p.298). Para estudos mais aprofundados sobre a tradução em Benjamin ver LAGES, Susana Kampff. **Walter Benjamin. Tradução e melancolia**. São Paulo: Edusp, 2002 e MURICY, Kátia. **Alegorias da dialética. Imagem e pensamento em Walter Benjamin**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1998.

1 1 0 0 1  
1 0 1 0 0 1  
1 0 0 1 1 0  
1 1 0 1 0 1

significa

A R T E

em linguagem  
binária.

Poderíamos chamar ainda de fotografia um produto que operaria agora nestes termos? Quando falamos desta “evolução” parece que acreditamos no fim da fotografia como tal, assim como alguns teóricos que anunciaram o término do livro. No entanto, a questão que fica não é se a “natureza” muda em função do suporte, ou se a foto encerra ou não o “real”, mas sim se ela muda de natureza, na atualidade, devido aos *modos de fazer*<sup>23</sup>. Mas especialmente num momento no qual se torna cada vez mais visível a permanente mutação das linguagens, com seu mundo “tão movente e volátil como o mundo dos vivos” no qual “há quase nada de natureza real, artificial, simulada ou fictícia que o imaginário numérico não dê conta de colocar nas telas dos monitores” (Santaella, 2001, p.27-28), Rahde e Cauduro (2005) observam que as imagens da atualidade recuperam aspectos culturais como a inclusividade, a emoção, os estereótipos e símbolos históricos, o ecletismo, a ironia, o jogo, a relatividade das interpretações, e a participação ativa do espectador na produção de sentido das suas representações.

E neste sentido torna-se importante mencionar a obra de Vilém Flusser, filósofo que, para Andréas Ströhl (in Bernardo e Mendes, 2000), possui um pensamento original sobre a

---

<sup>23</sup> Este questionamento não será desenvolvido no presente texto. É apenas um dos muitos que nasceram no decorrer de nossa pesquisa e que talvez sejam estudados em outros projetos. No entanto, vale a pena destacar aqui as três posições epistemológicas sobre a fotografia consideradas por Dubois (1994): a primeira vê a foto como uma reprodução mimética do real, portanto, um ícone; a segunda denuncia esta postura e percebe a foto como uma interpretação-transformação do real, ou seja, seria um código, um símbolo; por fim a terceira assinala um certo retorno ao referente, mas sem o ilusionismo mimético, centrando-se no ato que a funda, ou seja, seria índice. Somente depois poderia tornar-se semelhante (ícone) e adquirir sentido (símbolo).

fotografia por não se centrar na relação entre realidade e representação, mas sim por acreditar que “a fotografia supera a divisão da cultura em ciência e tecnologia, de um lado, e em arte, do outro” (Bernardo e Mendes, 2000, p. 59). No desenvolvimento de sua teoria, o filósofo tcheco colocou a fotografia como dispositivo ontológico da sociedade atual de aparatos tecnológicos (caixas pretas) dos quais se podem tirar proveito sem que o utilizador tenha a menor idéia do que se passa dentro dele.

Para Flusser, as fotos “imaginam textos que concebem imagens que imaginam o mundo” (2002, p.12), e aí se emaranham as noções de realidade registrada e realidade construída. De acordo com o filósofo tcheco, o caráter aparentemente não-simbólico e objetivo das imagens técnicas faz com que seu observador as olhe como se fossem janelas, e não imagens. O observador confia nestas imagens tanto quanto confia em seus próprios olhos. Para Sontag (2004, p.112):

O ethos da fotografia – adestrar-nos para a “visão intensiva” (...) – parece mais próximo do ethos da poesia moderna do que do ethos da pintura. Enquanto a pintura se tornou cada vez mais conceitual, a poesia (...) definiu-se cada vez mais como uma atividade ligada ao visual. (...) O compromisso da poesia com o concreto e com a autonomia da linguagem do poema corresponde ao compromisso da fotografia com a visão pura. Ambos supõem descontinuidade, formas desarticuladas e unidade compensatória: arrancar as coisas de seu contexto, (...) associar as coisas de modo elíptico, de acordo com as imperiosas, mas não raro arbitrarias exigências da subjetividade.

Em *Isto é uma foto?* o tema recorrente, sempre ao fundo, é justamente o status criador que a fotografia encerra. A importância do olhar do fotógrafo, da intencionalidade, e da tênue fronteira com a arte, que levam os autores a estabelecer relações de igualdade entre o laboratório fotográfico e o atelier do artista, demonstram que a foto, embora guarde em si o aspecto reproduzível, pode ser única, não somente por largar mão de técnicas que garantam este efeito, mas também pela leitura que cada receptor pode ter de uma mesma foto.

Chamando atenção para a leitura da imagem em meio ao excesso<sup>24</sup> de visualidade no qual vivemos, Flusser comenta que hoje as fotografias passam despercebidas, talvez em função de sua constante alteração. À medida que vão aparecendo novos cartazes sobre os muros, novas fotografias publicitárias nas vitrines, novos jornais ilustrados diariamente nas bancas, é formado um

(...) novo hábito: o universo fotográfico nos habitua ao “progresso”. Não mais o percebemos. Se, de repente, os mesmos jornais aparecessem diariamente em nossas salas ou os mesmos cartazes semanalmente sobre os muros, aí sim, ficaríamos comovidos. O “progresso” se tornou ordinário e costumeiro; a informação e a aventura seriam a paralisação e o repouso. (2002, p. 61)

Outros diferenciais apontados pelo autor sobre a recepção das “imagens técnicas” seriam o desprezo material (recorte e uso como papel de embrulho que não ocorre com a TV e o cinema, por exemplo) e o fato de que todos acreditam saber *fazer fotografia*. De acordo com Flusser, quem escreve precisa estar a par da gramática, mas o fotógrafo amador apenas obedece a modos de usar, inscritos no aparelho.

Ora, é fato que a ação de *saber fazer* fotografia se perde ainda mais com a existência do modo automático das câmeras digitais. No entanto, a desnecessidade de “controlar” o aparelho pode permitir aos fotojornalistas, por exemplo, estarem sempre preparados a “disparar” suas câmeras a todo o momento, função que é muito utilizada por profissionais que acreditamos estarem a par de certas gramáticas para formação de sentido. E em meio a onipresença da fotografia, de fato parecemos estar “surdos oticamente”, como refere Flusser. No entanto, ao mesmo tempo, os veículos de comunicação empregam táticas para estabelecer

---

<sup>24</sup> Susan Sontag (2004) também chama atenção para o excesso das imagens no mundo contemporâneo. No entanto, a autora comenta a banalização das fotografias, no sentido em que após uma repetida exposição a imagens - que possuiriam um poder anestésico - os eventos tornar-se-iam menos reais. Além disso, as sociedades industriais teriam transformado seus cidadãos em viciados consumidores estéticos, que possuiriam a necessidade de realçar e confirmar suas experiências e realidades por meio de fotos.



momentos de repouso e respiro em meio ao turbilhão de imagens (fatores que serão apontados em relação às fotos de capa e contracapa de Zero Hora, no capítulo 3).

Já o desprezo material apontado por Flusser é outra delimitação que se modifica com o panorama digital: os álbuns digitais na TV e na internet, os *fotoblogs*, e a própria utilização da fotografia na web modifica a forma de descarte. É fato também que nossos HDs ficam cada vez mais repletos e abarrotados de imagens que, muitas vezes, acabam por ganhar a lixeira com apenas dois cliques. No entanto, talvez pela necessidade de guardarmos “um mundo em desaparecimento”, como coloca Susan Sontag (2004), inventemos tecnologias de memória cada vez mais eficientes e maiores em espaço.

E mesmo que a recepção ainda não possua certas competências para compreender ou ver determinadas nuances de uma fotografia – como é o caso de alguns leitores de Zero Hora que comentam o fotojornalismo do jornal – não podemos deixar de concordar com Sontag quando ela afirma: “Aquilo que antes demandou um olho muito inteligente para enxergar, agora qualquer um pode ver. Instruídos por fotos, todos são capazes de visualizar os conceitos” (2004, p. 116). Ser educado por fotos não é o mesmo que ser educado pelo desenho, pela gravura, pela pintura ou pela escultura – só para enumerarmos algumas técnicas artísticas mais clássicas. “Ao nos ensinar um novo código visual, as fotos modificam e ampliam nossas idéias sobre o que vale a pena olhar e sobre o que temos o direito de observar. Constituem uma gramática que nos dá a sensação de que podemos reter o mundo na nossa cabeça” (Sontag, 2004, p. 13). E o que poderá ser dito sobre a mesma questão, daqui há alguns anos, quando talvez tenhamos uma geração “ensinada” por instrumentos como *Isto é uma foto?* Do barateamento dos textos ao barateamento das fotografias: uma nova crise se instaura, e dá a ver novas modalidades de ver e fazer-se ver. É em meio a este quadro que o

fotojornalismo atual se insere, tal qual a fotografia, se fazendo “no território da cultura, que não pode mais ser definida como um conjunto complexo unitário e homogêneo de crenças e visões de mundo, mas como culturas plurais e, portanto, fragmentárias, competitivas, dissipadoras, descentralizadas, conjuntas e conflitantes” (Canevacci, 2001, p. 19).

### **2.1.2 No campo do jornalismo: a noticiabilidade**

O surgimento de um “novo jornalismo”, a partir de 1830, que valorizava mais a informação do que a opinião, foi motivado, entre outros elementos, pelo contexto positivista da época, que ambicionava atingir a perfeição, na ciência e na filosofia, da máquina fotográfica - o novo invento capaz de reproduzir o tão desejado espelho do real. Foi assim que em pleno século XIX, o realismo fotográfico tornou-se o orientador da nova prática jornalística, como coloca um texto de 1855, citado por Traquina (2005b, p. 52): “(...) um repórter deve ser uma mera máquina que repete, apesar de uma orientação editorial. Ele não deve conhecer nenhum dono, mas só o seu dever, e esse dever é o de fornecer a verdade exata”. Na época, os repórteres tentaram transformar o jornalismo numa máquina fotográfica da realidade, julgando o meio como fonte de veracidade absoluta e gerando um modo de fazer notícia ainda existente nos dias atuais, mesmo após todo o desenvolvimento de um discurso que considera como mito a objetividade jornalística<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> De acordo com Pena (2005), o método é que deve ser objetivo, e não o jornalista. O autor comenta que “a objetividade é definida em oposição à subjetividade, o que é um grande erro, pois ela surge não para negá-la, mas sim por reconhecer sua inevitabilidade” (*idem*, p. 50). Silva (1991) vai mais além ao afirmar que o que chama de “pós-objetividade” - a crítica da crítica sobre a objetividade (nos padrões norte-americanos) - pode ser uma contribuição brasileira para a teoria do jornalismo. O autor define o conceito partindo das características enumeradas por Otávio Frias Filho: a recuperação da dimensão factual do mundo; a aplicação rigorosa e impessoal que fixe um olhar e permita a visão, para o leitor atento, dos contornos da realidade; e a possibilidade de confronto onde não há experiência factual. Em tom de conclusão sobre a questão, ainda cabem as considerações de Schudson (in Traquina, 2005c) de que o paradigma das notícias como narrativa não implica que estas sejam negadas como correspondentes da realidade exterior; ou seja, as notícias não seriam ficcionais, mas sim convencionais. E concebe-las como histórias aponta para a importância de compreender como são construídas.

O fotojornalismo, segundo Jorge Pedro Sousa (1997), se caracterizaria como uma atividade que visa informar, contextualizar, esclarecer ou marcar pontos de vista através da fotografia de acontecimentos e da cobertura de assuntos de interesse jornalístico. Este pode variar de um para outro órgão de comunicação social e não teria necessariamente a ver com os critérios de noticiabilidade dominantes<sup>26</sup>.

Podemos afirmar, então, que a inter-relação entre jornalismo e fotografia foi tão emaranhada, ao longo da história, em seus modos de fazer e evoluir, que para debatermos um seria preciso levar em conta o outro; e para falarmos dos processos de edição em torno do fotojornalismo torna-se necessário abordar as teorias da notícia, até mesmo porque acreditamos que os profissionais de Zero Hora partilham das mesmas noções em torno da noticiabilidade e do fazer jornalístico<sup>27</sup>. Afinal, *a fotografia é a notícia*<sup>28</sup>, moldada em torno de um discurso visual. Poderíamos especular se a própria insistência das organizações na valorização do *lead* não afetaria também os modos de representar fotograficamente a notícia, se levarmos em consideração que as funções do primeiro, muitas vezes, são as mesmas encerradas pela segunda. De acordo com Pena (2005), o *lead* serviria para apontar a singularidade da história, informar o que se sabe de mais novo sobre o acontecimento,

---

<sup>26</sup> Alguns autores como Andrade (2004) apontam a existência da diferença entre os termos *fotorreportagem* e *fotojornalismo*. Partindo dos critérios de escolha e articulação das imagens, o primeiro teria uma abordagem mais indireta e engajada, no estilo francês. Já o segundo teria uma tradição mais direta e objetiva, no sentido anglo-americano. Cabe salientar que, no presente trabalho, não utilizamos esta distinção - até mesmo porque, se observarmos nossa história, é possível dizer que o uso da fotografia de imprensa no Brasil bebe destas duas vertentes.

<sup>27</sup> As afirmações são resultado da observação no campo da produção, que será discutida no capítulo 4. No entanto, podemos dizer estas também encontram eco nas colocações de Sallet (2006), para quem os processos em torno do texto e da foto em Zero Hora são inter-relacionados já a partir da pauta e funcionam por meio de um fluxo comunicacional de acordos e combinações entre editores, repórteres e fotógrafos. Ora, para entender o processo de edição de foto é preciso atentar para a rotina. Para abordarmos a rotina, é preciso pensar nas agendas que, por sua vez, organizam a hierarquia das notícias – acompanhadas ou não de fotos – tendo em vista os critérios de noticiabilidade.

<sup>28</sup> Entendemos o termo *notícia* de acordo com Luiz Amaral (in Pena, 2005, p. 71), para quem a notícia seria “a inteligência exata e oportuna dos acontecimentos, descobertas, opiniões e assuntos de todas as categorias que interessam aos leitores”, levando em consideração, como comenta Hall (in Traquina, 1999, p. 224) que elas “são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e seleção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas”.

apresentar lugares e pessoas, oferecer o contexto, provocar o leitor (para que este se interesse e leia o resto da notícia), articular de forma racional os diversos elementos que constituem o acontecimento e resumir a história. Não seriam estas algumas das funções da fotografia como integrante do relato noticioso? Se levarmos em conta as funções da foto na imprensa, apontadas por Guran (1992) - de ilustrar, informar o dado principal, complementar, recuperar ou constituir-se na própria notícia -, há vários pontos de imbricamento no processo. Afinal, o fotojornalista lê jornal, sabe como funciona sua organização – até por ter passado pelos processos de socialização, aculturação e aprendizagem que rondam a “tribo jornalística” (Traquina, 2005b). E como usa o método do acerto/erro/imitação, o fotógrafo-jornalista é levado a crer que seu processo e seus critérios de fotonoticiabilidade são meramente intuitivos, em função da natureza esquiva e opaca dos mesmos.

No entanto, vale a pena lembrar que uma fotografia poderia não apenas “funcionar como *lead*”, mas também como texto. Para tanto, basta referirmos à aproximação com o fotojornalismo que Sousa (1997) faz das funções da linguagem no discurso informativo, sustentada por Requena (in Sousa, *idem*): assim como o texto, as fotografias na imprensa poderiam assumir uma função referencial (remeter para a realidade exterior), expressiva (gerar efeitos emotivos), fática (prolongar a comunicação emissor-receptor) e poética (exploração estética aliada com a arte). Para Martine Joly (2005), as fotografias de imprensa são difíceis de classificar, uma vez que

(...) supostamente, deveriam ter uma função referencial, cognitiva, mas, na realidade, situam-se entre (...) a referencial (...) e a expressiva ou emotiva. Uma foto de reportagem testemunha bem uma certa realidade, mas também revela a personalidade, as escolhas, a sensibilidade do fotógrafo que a assina. (*idem*, p.58)

Na busca por uma teoria unificada do jornalismo, Sousa (in Pena, 2005) tenta estabelecer fórmulas que possuem o objetivo de elaborar um enunciado claro, breve e

universal sobre a atividade. E mesmo que acreditemos não ser possível – nem desejável – o simples aprisionamento de toda uma *práxis* em um enunciado que se pretende matemático, acreditamos que a tentativa do autor é válida, no sentido estrutural, para o clareamento dos processos noticiosos. Sendo assim, Sousa coloca que a notícia (N) seria função (f) de diferentes forças: a pessoal, a social extra-organizacional, a sociorganizacional, a ideológica, a cultural, a histórica, as do meio físico e a dos dispositivos tecnológicos. Ou seja,  $N = f(Fp.Fso.Fseo.Fi.Fc.Fh.Fmf.Fdt)$ . Já os efeitos da notícia (En) - que não são o alvo direto de nosso trabalho, mas que eventualmente serão mencionados -, seriam função (f) do formato, do conteúdo, da pessoa e das circunstâncias históricas, sociais, ideológicas, físicas, culturais e históricas, resultando na equação  $En=f(Nf.Nc.PCm.Cf.Cs.Ci.Cc.Ch)$ .

Como comentamos na introdução do presente trabalho, a existência de poucos estudos sobre o *newsmaking* e o *gatekeeping*<sup>29</sup> no campo do fotojornalismo, bem como os esparsos olhares sobre estes processos à luz das teorias do jornalismo – e a conseqüente proximidade dos mesmos – nos motiva a tensionar as rotinas do *fazer e ler texto* com as do *fazer e ler (ou ver) foto*. Ou seja, para abordarmos os processos em torno da escolha de uma fotografia na imprensa, precisamos levar em conta que este/elas são o produto das pessoas e de suas intenções, da organização na qual estão inseridas, de um contexto espaço-temporal e de um ambiente tecnológico específico, assim como afirmam os estudos de Shudson, Shoemaker e Reese (in Traquina, 2005 a e b; Wolf, 2005, Pena, 2005 e Sousa, 2002) sobre os pressupostos

---

<sup>29</sup> O processo de *gatekeeping* foi sistematizado pelos estudos de Lewin, White, Westley, MacLean, Gieber, McNelly e Bass em torno dos "filtros selecionadores e redutores de conteúdo" das notícias que chegam às redações. Já a teoria do *newsmaking*, desenvolvida por Galtung e Ruge, sistematiza a lógica do processo de *gatekeeping*, em torno das rotinas produtivas da informação e as características que tornam um acontecimento noticiável - os valores-notícia ou critérios de noticiabilidade (Santos, 1992, pgs. 80-91).

de rotinização<sup>30</sup> do trabalho jornalístico e natureza da notícia. Afinal, como coloca Vilches (1998, p. 82),

El contenido en una foto de prensa no es nunca explícito sino latente, no es tampoco visual ni evidente sino conceptual y problemático. El contenido de una foto de prensa tampoco es obvio sino que se interpreta a través de unidades culturales que están fuera de la imagen e incluso del periódico y que pertenecen al contexto o visión del mundo (conocimiento, memoria, escala de valores, rol social desempeñado, etc.).

E embora uma fotografia possa encerrar as mesmas funções/efeitos acarretados pelo texto jornalístico, é importante comentar, de acordo com Margarida Medeiros (in Sousa, 1997), que a imagem, na política editorial de um jornal, deveria ser pensada numa relação dialética com o texto, na tensão criadora que os dois discursos podem gerar em função de suas diferentes naturezas; afinal, enquanto o texto é uma seqüência de idéias diacronicamente articuladas, a fotografia encerra uma condensação potencial e sincrônica de uma série de emoções e pensamentos que só o contexto da recepção pode atualizar. Em função disso, também poderíamos nos perguntar se os critérios de valor-notícia, por exemplo, utilizados para a seleção de fotografias, seriam os mesmos que tradicionalmente se atribuem ao jornalismo escrito; isto é, se para a edição de fotografias também se levaria em conta critérios como a proximidade, a oportunidade, o conflito, o interesse humano, etc., ou, ainda se haveriam valores intrinsecamente fotojornalísticos. E podemos também levar a discussão para o outro lado da mesma moeda, tentando investigar, a partir do texto que acompanha as fotos, quais seriam os critérios de noticiabilidade que mais se salientam em conjunto com as imagens, o que nos apontaria, de certa forma, que *tipo de notícia*<sup>31</sup> é mais acompanhado por fotografias.

---

<sup>30</sup> As rotinas podem ser consideradas como respostas práticas e institucionalizadas para atender às necessidades das organizações noticiosas e dos jornalistas, que vão adquirindo, ao longo do tempo, uma espécie de vida e legitimidade próprias. (Shoemaker e Reese in Sousa, 2002).

<sup>31</sup> Poderíamos dizer, grosso modo, que uma notícia é resultado dos critérios de noticiabilidade e da natureza do acontecimento. Como gostaríamos de tratar mais a fundo a questão do acontecimento no capítulo 3, abordaremos particularmente neste item, somente a discussão dos valores-notícia.

Para efeitos de estrutura deste texto, mesmo ainda não tendo abordado propriamente nosso dispositivo metodológico – que será melhor explicitado no tópico 2.2 –, anteciparemos alguns resultados obtidos com o uso deste, fazendo uma aproximação com os critérios elencados por Galtung e Ruge, Gans, Molotch e Lester, Ericson, Baranek e Chan (in Sousa, 2005, Traquina, 2005b e Wolf, 2005), para somente no capítulo 3 especularmos sobre outros possíveis valores na fotografia de Zero Hora.

De acordo com Alsina (1999), existiriam três graus de seleção para a escolha da notícia: a possibilidade do fato entrar no circuito informativo, a hierarquização dos acontecimentos e a decisão sobre onde ou em que concentrar a atenção pública. Mas para nosso experimento, inserimos em nosso instrumento a categoria para aferição dos principais valores-notícia de seleção (substantivos e contextuais) e de construção, conforme a sistematização de Traquina (2005b) partindo de Wolf (2005), pois o agrupamento/distinção estabelecido pelos autores nos parece bastante rico para pensarmos a edição - já que uma coisa é selecionar os acontecimentos ditos noticiáveis, outra é definir linhas-guia para apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, omitido ou priorizado na manufatura da notícia (Golding-Elliott in Wolf, 2005).

Entendendo que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos usados pelos jornalistas na tarefa de escolher, diariamente, uma quantidade finita de notícias em um número imprevisível de acontecimentos, assumimos que a noticiabilidade está estreitamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção. Esses critérios ou valores-notícia derivam de considerações relativas ao conteúdo,

ao produto informativo, ao público e a concorrência<sup>32</sup>. Sendo assim enumeramos, como critérios de seleção substantivos da notícia/fotografia - isto é, aqueles que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos de sua importância como notícia -, valores como a morte, a notoriedade, a proximidade (geográfica, cultural e/ou afetiva), a relevância (tamanho do impacto para a sociedade), a novidade, o tempo (atualidade, datas/eventos especiais ou em desenvolvimento), a notabilidade (visibilidade), a surpresa, o conflito (violência física ou simbólica) e a infração (transgressão das regras). Como valores de seleção contextual de produção, por sua vez, são agrupadas características como a disponibilidade (para se realizar a matéria/fotografia), o equilíbrio (em relação à totalidade do produto noticioso), a visualidade, a concorrência e o dia noticioso. Por fim, como critérios de construção, são elencados a simplificação, a amplificação, a relevância (o “sentido” que a notícia é capaz de imprimir ao acontecimento), a personalização, a dramatização e a consonância (interpretação em um contexto conhecido). E cabem aqui as considerações de Wolf (2005) de que nem todos os valores-notícia são relevantes para a notícia. “Isso significa que a transformação de um acontecimento em notícia é o resultado de uma ponderação entre avaliações relativas a elementos de diferente peso, relevância e rigidez com respeito aos procedimentos de produção” (*idem*, p. 225).

Partindo de nosso *corpus* de fotografias selecionadas em Zero Hora<sup>33</sup>, poderíamos dizer que as fotos publicadas no jornal quase sempre se referem a acontecimentos próximos (principalmente em termos geográficos), disponíveis e personalizados – levando em conta os

---

<sup>32</sup> Em função disso a imagem de um roteiro estabelecido de maneira rígida é falaciosa: mesmo que estabeleçamos categorizações e critérios, é preciso jogar com o fato de que o produto informativo é o resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objetivo designar o que e de que modo devem ser inseridos os acontecimentos no jornal. Essas negociações são realizadas pelos jornalistas em momentos diversos do processo de produção (Magistretti in Wolf, 2005) - como comentaremos mais adiante no capítulo 4.

<sup>33</sup> Nossos procedimentos metodológicos para o estabelecimento do *corpus* serão explicitados no item a seguir. No entanto, apontamos de antemão que a aferição sobre os valores-notícia foi aplicada sobre 172 fotografias de capa, contracapa e miolo do jornal, selecionadas aleatoriamente, pelo gosto dos leitores e também pelo da pesquisadora, no período de janeiro a dezembro de 2005. Vale ressaltar também que a marcação de um ou outro critério não foi necessariamente obrigatória e possibilitou múltiplas escolhas não excludentes.



critérios substantivos e contextuais de seleção e também os valores de construção. Para aqueles que as vêem<sup>34</sup>, é interessante referir também que boa parte das imagens oferece cenas, paisagens e personagens/objetos facilmente identificáveis - principalmente com locais ou com elementos da cultura e do estado do RS -, traz temáticas não muito difíceis de serem cobertas (a maioria delas por ser previamente pautada ou utilizar fotos de leitores) e acentua o valor pessoa, seja centralizando ou dando a personagem do discurso escrito presença na ação/cena.

Outros critérios substantivos de seleção além da proximidade, que se fizeram salientes no conjunto texto/fotografia de Zero Hora, foram a relevância, o tempo e a notabilidade. Com o primeiro, poderíamos referir à capacidade que grande parte das imagens possui de se fazer importante no contexto social por meio das situações que inspiraram - fato que até pode ocorrer em função da própria proximidade: se é “nosso”, se faz parte do contexto vivenciado pelo receptor, é relevante.

O valor tempo também foi bem contabilizado, até em função de 2005 ter sido “realmente fértil” como escreveu o diretor de redação de Zero Hora em texto do dia 31 de dezembro, na última *Carta ao Leitor*<sup>35</sup> do ano. Grandes acontecimentos ecoaram ao longo das edições do jornal, como a morte do Papa João Paulo II, a descoberta de esquemas de corrupção no governo Lula, os furacões no Caribe e em New Orleans e a campanha pré-copa, iniciada pelo jornal em setembro de 2005 com uma série especial de reportagens sobre a

---

<sup>34</sup> Aqui é preciso salientar que, ao analisarmos quantitativamente o conjunto foto/texto, sempre que percebidas anotamos nossas impressões sobre os elementos internos a imagem que sugerissem os critérios de noticiabilidade usados na análise textual. Ou seja, fizemos um esforço de estranhamento nas fotografias analisadas, tentando, num primeiro momento, não nos abstermos nas informações da legenda e títulos. No entanto, reconhecemos que, para este movimento, a contaminação pelas guias do texto é impossível de ser evitada, além da necessidade de alguns critérios serem “julgados” partindo-se da relação com o discurso verbal. O quadro numérico sobre os critérios mais percebidos nos textos que acompanham fotos pode ser conferido no anexo 2, item “contexto noticioso”.

<sup>35</sup> *Carta ao Leitor* é um espaço dedicado, todos os domingos, ao diretor de redação, usado para o comentário/comunicação de algum assunto direcionado ao público de Zero Hora e também para as últimas questões abordadas no *Conselho do Leitor*, formado por voluntários que desejam discutir aspectos qualitativos do periódico.

paixão pelo futebol<sup>36</sup>. Além disso, o valor tempo também foi bem marcado por encerrar a relação com datas de comemorações históricas, religiosas e comerciais<sup>37</sup>, todos momentos muito lembrados pela imprensa e representados de forma bastante figurativa pela imagens jornalísticas.

Já a notabilidade - a qualidade de ser tangível - é um valor que acreditamos só ser concretizável, na fotografia, partindo da interação com sua legenda, já que muitas vezes o assunto motivador da foto é apontado por termos intangíveis como “corrupção”, “solidariedade”, “beleza” ou “violência”. Além disso, o aparecimento da notabilidade nas fotografias de Zero Hora exemplifica de forma bastante evidente o que Traquina (2005b, p. 82) afirma sobre o “campo jornalístico estar mais virado para a cobertura de acontecimentos e não de problemáticas”, enterrado, como comenta Tuchman (in Traquina, 2005c), pelo *lead* noticioso, que como apontamos anteriormente, talvez revele também muitas funções da fotografia em conjunto do discurso verbal.

Ainda sobre os critérios substantivos de seleção aparece, em segundo lugar, o conjunto conflito, surpresa e novidade, demonstrando que as fotografias de Zero Hora não revelam, pelo menos como aspecto principal, embates violentos ou simbólicos nas ações/cenas registradas, e são cada vez mais raras as imagens que surpreendem o leitor por seu conteúdo propriamente noticioso, do acontecimento como ruptura. No entanto, talvez estas faltas sejam compensadas utilizando-se elementos de contraste e enquadramento da fotografia - que serão

---

<sup>36</sup> Para fins de esclarecimento, antecipamos o que entendemos por *acontecimento* na perspectiva de Rodrigues (in Sousa, 2002): seriam aquelas ocorrências singulares, concretas, observáveis e delimitadas, que possuem relação com o tempo, o espaço ou outros acontecimentos determinados, e que irrompem da superfície plana dos fatos.

<sup>37</sup> É interessante ressaltar uma particularidade do valor tempo quanto à atualidade: de acordo com Lima (recuperado por Henn, 1996), a atualidade não precisa ser, necessariamente, atual, mas pode ganhar essa condição por despertar interesse no público para uma ocorrência antiga ou por algo que a traga para o presente.

abordados no capítulo 3 -, já que estes geram, na recepção, justamente os efeitos de surpresa e conflito, acarretados pela novidade no uso de tais elementos.

Para encerrarmos a questão dos valores substantivos de seleção, ainda resta comentarmos a menor aparição de critérios como a morte, a notoriedade e a infração, considerados importantes na seleção de notícias<sup>38</sup>. Este fator pode nos levar a três conclusões: 1) o número de matérias relacionadas a estas temáticas é pouco acompanhado de fotografias geradoras de interesse, sendo mais utilizados os chamados *bonecos*<sup>39</sup> (pequenos e médios retratos ilustrativos dos envolvidos no evento); 2) pensando na centralidade do discurso visual, poderíamos dizer que a morte e a infração, por exemplo, são mais representadas pelo texto e não pela fotografia – o que não seria uma total incongruência, tendo em vista que fotografias chocantes são mesmo evitadas por Zero Hora, nas palavras de seus editores; e 3) estas características são exclusivas de um *corpus* específico, centrado principalmente em escolhas de leitores e da pesquisadora, e talvez a morte, a infração e a vida de celebridades não estejam inscritas em nossos temas de interesse.

Ainda comentando os valores de seleção das fotografias, passamos a abordar o que Wolf (2005) e Traquina (2005b) chamam de contexto de produção. Além da já mencionada disponibilidade para execução do trabalho, pudemos perceber que as imagens de Zero Hora também possuem um alto grau de visualidade - o que, a primeira vista, pode parecer óbvio. No entanto, se julgarmos este critério levando em consideração o discurso verbal (que nos

---

<sup>38</sup> Aqui é interessante ressaltar um paradoxo: um dos principais valores localizados por Plunkett (in Sousa, 2000) nas fotografias vencedoras do prêmio Pulitzer de fotografia foi a negatividade, valor também considerado principal na pesquisa de Sousa (2000) sobre o prêmio *World Press Photo*. Estariam os *news values* das fotografias jornalísticas se alterando em função de um público específico? No capítulo 3 abordaremos melhor esta questão.

<sup>39</sup> Sobre este tipo de intervenção são interessantes as colocações de Andiön (in Sousa, 2002) para quem se estaria privilegiando a inserção, nos jornais, de pequenos retratos que só teriam a função de criar e identificar “estrelas”, à semelhança do que faria a televisão. Outro dado interessante em relação aos bonecos vem dos estudos de García, Stark e Miller (in Sousa, 2002): segundo os autores, quase todos os leitores reparam nas pequenas fotos em retrato, mas menos de 50% as processa.

explica, propriamente, o evento), podemos aferir se o acontecimento designado seria ou não fotografável e, portanto, passível de bom material visual. Assumindo esta lógica, um jornalista ou editor, ao ter contato com um evento noticiável, poderia definir ou não se ele é fotografável até mesmo em função de sua notabilidade e disponibilidade.

Equilíbrio, concorrência e dia noticioso são os últimos três valores contextuais que parecem possuir menos peso na seleção de fotografias para Zero Hora, embora estes critérios tenham sido citados pelos editores como fundamentais na escolha de materiais como capa e contracapa, por exemplo. Haveria aí um descompasso entre o quantitativo aferido pelo produto e o qualitativo observado no campo? Acreditamos que talvez isso ocorra somente em parte, uma vez que, levando em conta que Zero Hora tem, na verdade, não uma foto principal, mas sim pelo menos três (geralmente uma na capa e duas na contracapa), a derrubada do planejamento do dia não se daria totalmente, em função da possibilidade de jogo entre os espaços. Ou seja, conforme verificamos em nossa observação das reuniões dos editores – que serão abordadas no capítulo 4 – os eventos previstos para ocuparem capa e contra não foram derrubados, mas sim trocados de lugar – prática mencionada pelos editores como relativamente freqüente. Ora, é claro que o planejamento da manhã não resulta *ipsis literis* no jornal do dia seguinte, obviamente cedendo espaço para um acontecimento que venha a ocorrer, se este possuir altos índices de noticiabilidade. No entanto, o movimento parece indicar uma tendência que, em nossa opinião, vem se tornando mais visível na mídia *pós-televisiva* (Andión in Sousa, 1997): a criação de espaços fixos, soluções de layout e uso de arquivos, que de certa forma aumentam a previsibilidade e asseguram que o veículo não saia em branco. Como coloca Benette (2002), a própria visualidade do veículo determina espaços que devem ser preenchidos todos os dias - independente daquilo que venha preenchê-los.

Para observarmos o critério de equilíbrio, levamos em consideração, necessariamente, toda a edição do dia no qual foi publicada a foto com o intuito de averiguarmos a existência de outras notícias sobre o mesmo evento ou a generalidade das temáticas diárias do jornal/editoria. Em função disso, marcamos como valor o equilíbrio principalmente no caso de matérias de página inteira ou página dupla, quando ocorriam chamadas de capa e contracapa ou ainda quando considerávamos a edição/seção mais concentrada em *hard* ou *soft news*<sup>40</sup>. Podemos considerar então que o valor equilíbrio, quando pensado para o fotojornalismo, poderia ser atualizado em duas instâncias: uma que se preocupa com o aspecto visual, tendo a fotografia como elemento de respiro de página - especialmente nos casos de matérias muito longas ou retrancadas -, e outra atenta ao fator conteúdo da publicação, que dependendo do material do dia determina os assuntos de capa, contra, tamanhos e organização espacial. O valor já atenta aí para o papel dos editores de arte e de redação na escolha das fotografias, assunto que debateremos no capítulo 4.

Para finalizarmos os comentários acerca dos valores de seleção, aferimos a concorrência e o dia noticioso como os critérios de menor índice para a escolha de fotografias, resultados que podem ter ocorrido em função de nosso *corpus* não contemplar estudos comparativos com outros jornais e veículos e usar como parâmetro de escolha fotos consideradas “boas”<sup>41</sup>, que muitas vezes não são, necessariamente, fotos-flagrantes. No entanto, acreditamos que a menor incidência destes critérios nos aponta duas tendências crescentes: a diminuição de um “fotojornalismo de acontecimento”, não só do registro

---

<sup>40</sup> Termos de uso corrente na atividade jornalística para designar o material noticioso mais factual, percível e “duro” (*hard*) daqueles que não perdem a atualidade e são mais leves (*soft*).

<sup>41</sup> A idéia de “boa fotografia” será abordada ao longo do trabalho. No entanto, podemos resumir que por boa fotografia entendemos aquelas que nos fazem parar o olhar, forçando uma segunda observação em algum elemento/cena específico ou construção estético-simbólica. Nos referiremos a elas também com intuito de mencionar as fotos de capa e contracapa, consideradas as melhores fotografias do jornal. Também cabe mencionar que seriam boas, para nós, as imagens das quais *gostamos*, sendo que o gosto pode suscitar reações agradáveis e desagradáveis. Como diz Freund (2006, p. 7) “el gusto no es una manifestación inexplicable de la naturaleza humana, sino que se forma en función de unas condiciones de vida muy definidas que caracterizan la estructura social en cada etapa de su evolución”.

oportuno de um momento específico ou do furo, mas também da qualidade técnico-estética do registro - que era verificada, por exemplo, em revistas como a extinta *Realidade* ou mesmo quando um jornal se propõe a pautar reportagens especiais, de *deadlines* mais flexíveis para composição do material -, e do alargamento de temas noticiáveis que faz com que as “temporadas da bobagem” (Traquina, 2005b) como o período de férias, por exemplo, se tornem cada vez mais curtas e que os dias noticiosos, mesmo sendo factualmente menos promissores (como no caso de Zero Hora, a segunda-feira e o final de semana, de acordo com seus editores) ainda assim possam garantir temáticas relevantes para preencher o jornal do dia.

Passando agora a um segundo momento da valoração de eventos noticiáveis, agrupados por Wolf (2005) e Traquina (2005b) como critérios de construção, além da já referida personalização, percebemos que a relevância, a dramatização e a amplificação também aparecem como importantes elementos do conjunto foto/texto de Zero Hora. Começando pela relevância - que aqui é entendida como a competência do jornalista em demonstrar para as pessoas que o acontecimento é importante -, acreditamos que a grande incidência deste valor está intimamente ligada a outros fatores como a personalização, a dramatização e a amplificação. Uma vez que “pessoas se interessam por outras pessoas” (Traquina, 2005b, p. 92), nos parece que os fotojornalistas personalizam seus registros até mesmo porque com isto podem reforçar os aspectos mais críticos, o lado emocional e a natureza conflitual da matéria. Além disso, acreditamos que a dramatização e a relevância podem ser potencializadas pelo papel da legenda<sup>42</sup> que, para nós, é o grande responsável pela amplificação do fotografável. Ora, é claro que há casos nos quais fortes elementos simbólicos presentes na fotografia – como cruzeiros, palavras e expressões faciais, por exemplo –

---

<sup>42</sup> De acordo com Joly (1996, p. 116-117), “julgamos a imagem como ‘verdadeira’ ou ‘mentirosa’ não devido ao que representa, mas devido ao que é dito ou escrito que representa”.

amplificam o ato em função do interveniente ou de suas supostas conseqüências. No entanto, este valor nos parece presente principalmente nas fotografias tituladas de capa e contracapa do jornal, onde frases que incluem as palavras como *tragédia*, *polêmica*, *alerta*, e *guerra*, entre outras, seriam as grandes responsáveis pelo sentido que toda a construção noticiosa dá ao acontecimento, tornando muito visível os chamados “laços de cumplicidade” entre a foto e o texto, especialmente em relação à legenda, apontados por Samain (2004). Sobre a questão da personalização e dramatização, no entanto, Bennett (in Sousa, 1997) afirma, para o jornalismo em geral, que estes seriam problemas da produção que impediriam a audiência de desenvolver um conhecimento real e profundo do contexto histórico-social que relatam. Primeiro porque se centraliza mais nas pessoas envolvidas do que nas estruturas do poder e nos processos que estão por trás dessas lutas, dando sempre mais importância (com a fotografia e o depoimento, por exemplo) às fontes ativadoras, criando uma espécie de ritual que, pela sua repetição, promovem a sensação de normalidade; segundo porque estes mesmos movimentos acabam por motivar o agendamento de eventos que sejam passíveis de serem cobertos em pequenas e limitadas histórias, baseadas em protagonistas/atores e não num processo maior.

Finalizando nossas considerações sobre a contribuição das teorias da notícia sobre a escolha das “boas fotografias” de Zero Hora, contabilizamos com menor índice os critérios de consonância e simplificação. No primeiro, foram considerados todos os conjuntos foto/texto cuja cena/ação fizesse parte de uma narrativa já estabelecida – o que ocorreu principalmente em casos como a morte do Papa e a corrupção no governo federal. E mesmo que nosso *corpus* não seja tão favorável para a verificação de critérios como a consonância por não se basear numa amostragem contínua, acreditamos que a comparação entre uma alta incidência da relevância (impacto) como critério de seleção e uma baixa aferição da consonância como elemento de construção podem demonstrar que 1) no decorrer das narrativas, as fotografias de

eventos em desenvolvimento ou continuidade vão se tornando uma coleção de retratos, e por isso não chamariam mais nossa atenção ao ponto de as selecionarmos para nosso *corpus* ou, ainda, que a consonância é, em grande parte, dada pelo texto; 2) ser impactante é valor mais importante para o fotojornalismo de Zero Hora do que propriamente possuir aspectos/cenas/personagens contextualizadores que correspondam às expectativas do receptor. Já a pouca incidência da simplificação na construção das imagens fotográficas de ZH apontariam para o exercício de complexidade e polissemia que o discurso visual do jornal pretende desenvolver em torno de seu fotojornalismo. Sob a perspectiva do texto, a fotografia acompanhar, em grande parte, materiais noticiosos complexos, pode apontar também para a construção de um discurso simplificador na relação fotografia-texto, e não propriamente, em separado nos dois discursos.

## **2.2 O trajeto quanti-qualitativo**

Tendo em vista o cenário no qual se desenrola o processo de edição fotojornalística, apontado nos itens 2.1.1 e 2.1.2, partimos agora para a discussão das técnicas e dispositivos utilizados em nossa pesquisa, cujos resultados e observações de campo serão abordados nos capítulos 3 e 4 do presente texto.

Levamos em conta que para Montero (in Sousa, 2002), é preciso considerar três momentos que fazem a notícia - a produção, a circulação e a objetivação. Ou seja, para estudarmos o processo de escolha das fotografias publicadas em Zero Hora, precisaríamos atentar para os processos de seleção e elaboração da notícia, para os efeitos a curto prazo de uma recepção que segue sua própria valorização dos temas, e também para os efeitos a longo prazo, no qual alguns elementos da informação se consolidariam no pensamento coletivo.



No entanto, admitimos que somente uma pesquisa não poderia dar conta do estudo de todos estes processos. Ao mesmo tempo, ao pesquisá-los em separado, parece sempre faltar algo, e sobram reflexões que ficam no limbo da necessidade de seguir o planejamento e o horizonte focal.

O processo de edição é um movimento tão rico em elementos e subjetividades que seriam inúmeras as possibilidades de chegarmos até discussões satisfatórias por meio das perspectivas culturalistas de Hall (2003), por exemplo, para quem é possível (e útil) pensar o processo da comunicação em termos de uma estrutura produzida e sustentada através da articulação de momentos distintos e interligados: a produção, a circulação, a distribuição/consumo e a reprodução. Ou ainda na perspectiva sistêmica de Morin (1987), para quem o objeto deve ser concebido em seu ecossistema, no mundo aberto e num metassistema, tendo em vista que se conhece o todo pelas partes e vice-versa, “na sua relação com o meio, na sua relação com o tempo, na sua relação com o observador/conceptor” (*idem*, p. 121). E em função disso é extremamente sedutora a conduta de olharmos para nosso objeto como um produto dentro de outro.

De acordo com Canevacci (2001), nosso sistema de comunicação - que não mais se situa na tradição mecanicista do século XIX (emissor-mensagem-destinatário) - talvez nem seja também situado na tradição cibernética (*feedback* = circularidade). Para o autor, o texto visual deveria ser visto como resultado de um contexto inquieto, que envolve três participantes com papéis duplos: de observadores e observados. E embora não pretendamos desenvolver um estudo de antropologia da comunicação visual, é também sedutor seguir um caminho que, como referimos em nossa introdução, descentralize o papel do autor e multiplique os enfoques “no campo, no cenário e na platéia” (2001, p. 8).

Tendo em vista este panorama, de limites e possibilidades, repousam sobre nosso objeto afirmações como as de Pena (2005), de que o interlocutor está presente no próprio ato de construção da linguagem, uma vez que os jornalistas costumam fazer uma construção de sua audiência. Além disso, há de se convir que, conforme Colson (in Sousa, 2005), as mesmas imagens fotográficas podem injuriar algumas pessoas e outras não. Vários fatores concorreriam para este fenômeno, como a dificuldade de interpretar a conotação, o direcionamento interpretativo do contexto de apresentação da foto, a tendência do observador de ver suas próprias projeções e a separação entre fotógrafos e observadores. De acordo com o autor, “o sentido último de uma imagem depende sempre do consumidor da mesma” (*idem*, p. 75) que, conforme Canevacci (2001, p. 22), “consegue exprimir um nível crescente de interpretação própria”, localizando o produto.

Motivados por este cenário, pelo contexto acadêmico no qual estamos inseridos, e também por nossas visões de mundo e gostos pessoais, a perspectiva metodológica que mais nos motiva é aquela que se serve da aliança entre os trabalhos quantitativos e qualitativos. De acordo com a sistematização de Orozco Gomes (2000), grosso modo, podemos dizer que a perspectiva quanti-qualitativa é alimentada pelo movimento de verificação, base dos paradigmas positivista e realista, e também pela ação de compreensão, acarretada pelos pensamentos hermenêutico e interacionista. A perspectiva quanti-qualitativa seguiria, então, duas epistemologias muito distintas: uma que busca a repetição dos elementos, e a outra que tenta ver justamente o distinto e o próprio de cada um deles. No entanto, Orozco Gomes alerta: as duas instâncias podem ser *unidas*, mas não *mescladas*.

Em função disso, temos consciência que o poder de identificar somatórios que se transformarão em tendências, importa apenas para apontar que estas existem, fazendo com que tomemos contato com o objeto de pesquisa para retirar dele especificidades a serem

estudadas de forma qualitativa. Esta última perspectiva sim é imprescindível para gerar o processo de indagação sobre o objeto, a fim de interpretá-lo da forma mais integral possível. Para esta pesquisa, então, é importante a verificação de uma instância objetiva, que estuda macroprocessos e é precisa, de racionalidade instrumental - que foi realizada via instrumento metodológico desenvolvido para quantificar elementos como gênero, sintaxe visual, noticiabilidade e contexto gráfico das fotografias<sup>43</sup> -; e de outra que interpreta microprocessos, associando e utilizando criatividade nos dispositivos metodológicos - para a qual utilizamos a entrevista e a observação participante nos campos da produção e da recepção. Afinal, como diz Orozco Gomes (2000, p. 72), “para llegar a un cierto tipo de interpretación tenemos que pasar – a veces – por la verificación, para tener una interpretación apropiada, acorde com lo que está pasando”.

Ainda resta salientar que partilhamos do atual pensamento em torno do paradigma realista: utilizar a perspectiva quantitativa não com o objetivo de encontrar causas últimas, mas para atribuir uma série de elementos em função dos quais algo aconteceu. O interesse no uso de tal paradigma também ocorreria pela possibilidade de juntarmos causas possíveis, assumindo que qualquer resultado é o produto de várias delas - ainda que não se possa saber exatamente de qual. Ora, como bem coloca Rodrigues (in Sousa, 1997), ao contrário da linguagem verbal, as imagens não poderiam ser inventariadas seguindo a obediência precisa de uma gramática, não sendo redutíveis a uma relação de traços opositivos. No entanto, como comentamos na introdução, pretendemos contribuir com o campo do jornalismo, diferenciando nosso trabalho do estilo ensaísta que ronda o discurso fotográfico. Por isso,

---

<sup>43</sup> O instrumento encontra-se reproduzido no anexo 3. O dispositivo conta com cinco categorias de verificação: 1) identificação e gênero, que visa organizar e estabelecer tipologias para nosso *corpus* fotojornalístico; 2) elementos de sintaxe visual das imagens, identificados como de contraste e harmonia conforme a sistematização de Dondis (2003); 3) contexto noticioso, que sistematiza tipos de acontecimentos e valores-notícia registrados na relação foto-texto; 4) contexto gráfico, que inclui o espaço utilizado no layout; e 5) elementos registrados, como personagens, tipos de espaços, e juízos de valor percebidos nas imagens. A explicitação das categorias e resultados obtidos com sua aplicação será desenvolvida no capítulo 3, com exceção dos relativos aos valores-notícia que já foram comentados no tópico 1.2.2..

seguir categorizações para quantificar, de certa forma, os elementos que mais constituem as fotografias de Zero Hora, nos parece lógico desde que utilizemos categorias atualizadas em nossa cultura, ou seja, desde que façamos perguntas a nosso objeto que tenham no horizonte os contextos de produção e recepção das fotografias analisadas, de termos em mente algumas convenções vigentes em nossa época (Sousa, 2002). Como coloca Dondis (2003), são muitos os pontos de vista a partir dos quais podemos analisar qualquer obra visual; em função disso, um dos mais reveladores movimentos seria decompô-la em seus elementos constitutivos para melhor compreendermos seu todo. Por sabermos que uma investigação quantitativa pretende não ser interessada - não consegue, é óbvio, mas, pelo menos, nos obriga a um esforço para tal - ela deve servir a nossos intentos. No entanto, atentamos às palavras de Orozco Gomes (2000, p. 33): “la tarea del que produce conocimiento (...) es tratar de dar un peso específico, mayor o menor, a algunas causas en comparación a otras”. Até mesmo porque, como colocam Villafañe e Mínguez (1996), primar por uma leitura simplesmente hierárquica e diferenciadora da imagem, dividindo-a em seus componentes, resultaria numa leitura parcial, desatenta ao que a imagem realmente propõe.

Como fizemos brevemente no início deste capítulo, para discutirmos nosso pensamento em torno da edição de foto de Zero Hora precisamos apresentar a evolução de um pensamento inicial, formado desde o projeto de ingresso até o presente texto. Podemos dizer que nossa dúvida principal em torno do objeto - como funcionam/quais seriam os processos em torno da escolha de fotografias para Zero Hora - não se modificou; no entanto, nossa forma de olhar adquiriu uma visão caleidoscópica que transformou toda a proposta inicial.

De forma resumida, primeiramente acreditávamos que reinava na imprensa diária um certo desinteresse com os critérios de fotonoticiabilidade e compromisso social, uma vez que

a edição de fotografia dos jornais<sup>44</sup> parecia desencontrada e não suficientemente geradora de interpretações por parte da recepção. Tendo consciência de que muitas vezes a imagem nos jornais é mera “ilustração plausível” (Schaeffer, 1996, p. 73), questionamos onde se encaixaria a complexidade do ato fotográfico e da comunicação visual na imprensa escrita.

Visando este objetivo, escolhemos o jornal Zero Hora como veículo de análise, principalmente em função do periódico possuir grande circulação e influência - política, social e jornalística - no estado do Rio Grande do Sul. Excluindo-se o fato mencionado por Berger (2003) de que o jornalismo impresso no Estado não revela muitas opções - e daí o protagonismo de Zero Hora -, outro fator que motivou nossa opção foi a proximidade que já mantínhamos com as rotinas e profissionais do veículo<sup>45</sup>, que tornaria mais fácil o acesso à redação do jornal. Além disso, Zero Hora caracteriza-se por ser um dos únicos veículos do Estado a primar pela qualidade de sua fotografia, uma vez que possui o maior quadro de profissionais - 20 ao todo -, atuando na capital e no interior, e periodicamente promove *workshops* sobre fotografia nas redações do grupo RBS e universidades locais.

Sendo assim pretendíamos, inicialmente, questionar as práticas, os produtos e o uso das mensagens fotográficas em um jornal impresso, verificando as lógicas de edição das fotografias de ZH a partir da relação foto-texto.

Ao iniciarmos o trabalho, no entanto, a dificuldade em selecionar e justificar o *corpus* de pesquisa, de forma abrangente e suficientemente rica, nos levou de volta a observação de

---

<sup>44</sup> Nossa monografia de conclusão do curso de Jornalismo - *Fotojornalismo e Migração no Jornal Folha de São Paulo* (2004) - abordou as diversas formas de representação fotográfica dos movimentos migratórios no periódico. A uma das “categorias” observadas demos o nome de fotos “figurativas” que, por não manterem relação nenhuma com o discurso verbal conjunto, revelavam certa leitura ideológica apoiada em estratégias de significação.

<sup>45</sup> Mantivemos contato contínuo com a editoria de foto de ZH entre 2001 e 2003, em função do trabalho de monitoria desenvolvido no Laboratório de Fotografia da Unisinos. Após este período, permanecemos em contato com a redação em função do desenvolvimento de atividades de assessoria de imprensa na área cultural.

Zero Hora. No entanto, ao nos depararmos com a imagem abaixo, nossas “hipóteses” iniciais foram por água abaixo, já que um jornal com um discurso visual pobre, como julgávamos, não ousaria publicar uma foto com tal construção em sua contracapa. Nosso olhar interessado (ou interesseiro?) sobre o objeto havia ocultado determinadas nuances. A foto, publicada em uma sexta-feira, novamente nos chamou atenção ao ser republicada no domingo - desta vez na *Página do Leitor*, na seção *Foto Comentada*.



Fig. 1 e 2 – contracapa, 18/03/05, Adriana Franciosi e box *Foto comentada*, p. 3, 20/03/05.

O box, publicado na página 2 de Zero Hora dominical, consiste num espaço dedicado aos leitores, no qual estes escolhem e comentam uma foto que lhes tenha chamado a atenção durante a semana. A partir desta intervenção são gerados textos sobre fotografia e estética. Os comentários e a seleção dos leitores são interessantes por abordarem, na grande maioria das vezes, a foto como um produto puramente estético, sensibilizador e até externo ao sistema jornalístico. E já que o leitor se mostra capaz de selecionar e comentar fotos de rica construção técnico-simbólica (como refere o copião 1) havia aí mais um fator que descaracterizava nossa hipótese inicial.

A partir do contínuo olhar sobre o objeto nos ocorreu então a idéia de que talvez o que estivéssemos chamando de “esvaziamento” da função e potencialidade fotográfica de Zero Hora na verdade poderia revelar uma renovada forma - ou retomada - da complexidade imagética, tanto na leitura quanto na produção do fotojornalismo de Zero Hora. Pelo menos, era essa a perspectiva apresentada no box *Foto comentada*, que acabou por se tornar nosso “objeto-guia” para uma discussão maior: sobre as (re)configurações e complexidades do sistema fotojornalístico, assunto de nosso real interesse que envolve diretamente a questão da edição.

Além de agir como um “medidor empírico” da foto na imprensa e pela imprensa - talvez servindo como laboratório para descortinar algumas lógicas de edição, crítica, pedagogia e estética da foto jornalística - partir do box se revela uma escolha lógica uma vez que, de acordo com Camargo (2001), a edição pode ser definida, grosso modo, como enunciação; conseqüentemente, o editor é um enunciador que se complementa por um enunciatário que, em última instância, é o leitor. Além disso, como coloca Henn (1996) citando Alsina, tanto o pólo emissor quanto o receptor atuam no processo da *agenda-setting*. “Não existe apenas um fluxo comunicativo, mas uma inter-relação entre o jornal e seus leitores” (1996, p.77).

Outro fator que nos mobilizou a construir um projeto sobre edição fotográfica partindo do box foi a perspectiva colocada pela professora Denise Cogo durante o curso de Mídias e Recepção: micro-objetos podem revelar macro-lógicas. Além disso, o olhar direcionado para as fronteiras dos campos da recepção e da produção nos permite perceber as nuances dos “entremeios”. No entanto, para que possamos realizar um estudo com esta lógica, é imprescindível estabelecer limites e objetivos metodológicos - até mesmo porque não temos a

---

Copião 1  
Algumas fotos comentadas pelos leitores

---



Professora foi ferida na Estrada do Mar quando seu marido acelerou o carro para não virar refém de assaltantes. **Página 37**

Capa, 21/01/05, Adriana Franciosi



Polícia resgatou o corpo de motorista de caminhão que caiu da ponte sobre o Rio Jacuí, na BR-290. **Página 22**

Capa, 12/02/05, Júlio Cordeiro



No estado da cobertura do Araújo Vianna, na Capital, revela fragil manutenção de espaços públicos. **Segundo Cadern**

Capa, 03/05/05, Júlio Cordeiro



Escapação: José Genoino usou o celular para tratar da eleição na Câmara

P. 13, 27/01/05, Arivaldo Chaves



Velocidade do vento chegou a 111 km/h no Estado e transformou a rotina dos gaúchos, como a do pescador em Imbé

Capa, 03/09/05, Ronaldo Bernardi



Ventos de até 100 km/h destruíram uma dúzia de casas no município de Engenho Velho, no norte do Estado. **Página**

Capa, 19/05/05, Tadeu Vilani



pretensão de fazer um estudo aprofundado sobre cada uma das áreas.

Ao assumir *Foto comentada* como norte do objeto, nos deparamos com diversas questões, necessariamente discutíveis, em função da singularidade do espaço. É possível perceber diversos temas investigáveis, como a recepção, a crítica da mídia, a rotina produtiva (edição), a articulação foto-texto, a legitimidade jornalística, a sensibilidade e pedagogia frente às imagens.

Ao determinarmos a edição como interesse principal, todos os outros eixos acabam por aparecer à medida que vamos tensionando o empírico: do enunciado publicado nasce a necessidade de entender as lógicas da *Página do Leitor*; desta nasce a necessidade de saber, dos leitores, se seus comentários publicados realmente “conferem” com as opiniões enviadas. Das opiniões - editadas e não editadas - decorre a observação de que estes procuram se adaptar e reconhecem os passos da produção - e daí esta se torna outro ponto a ser investigado em suas rotinas implícitas e ocultas.

A partir de todos estes pensamentos, subscrevemos novamente nossa “hipótese” inicial. Não estaria o leitor ratificando o retorno da complexidade fotográfica nos jornais e, inclusive, seu uso estético? E este movimento não encerraria, já aí, uma particularidade do processo de edição de fotografias na imprensa? Pois todos temos consciência que a força do jornalismo é decisiva na arena social, mas a força de uma fotografia - como afirma Sontag (2003) lembrando da foto da menina vietnamita correndo nua das explosões de Napalm - é maior do que horas e horas de imagens televisivas. A par desta potencialidade, os editores de um veículo impresso não teriam diferentes cuidados e critérios para tratar de seu material, inclusive dando atenção especial a sua audiência? Daí surgiu a idéia de que o processo de

edição de fotografia de Zero Hora consistisse em movimentos, ora sobrepostos, ora diretos, da ação de diferentes papéis hierárquicos, a saber: o fotógrafo, o repórter, os editores de página, os editores-chefe, o editor de foto, o editor de arte, o diretor de redação e os leitores. Discutiremos esta questão no capítulo 4.

Partimos, então, com o objetivo de identificar os “elementos definidores” da natureza e das lógicas do uso da fotografia em Zero Hora, utilizando a “crítica” da imagem realizada no box *Foto comentada* como nosso *corpus* principal, além da entrevista com leitores e profissionais de Zero Hora.

Observando as imagens de *Foto comentada* percebemos que poderíamos agrupar os comentários dos leitores em categorias específicas que indicam lógicas de apreciação sobre a fotografia do jornal. Deixaremos esta discussão para o capítulo 4. Aplicando a análise quantitativa a nosso material, percebemos que 45 das 62 fotografias comentadas foram publicadas em espaços de capa e contracapa do jornal. Este fato nos mobilizou a pensar a questão dos gêneros fotojornalísticos: não poderíamos levar em conta também, para o estabelecimento de uma tipologia da fotografia na imprensa, a página onde esta é colocada?

De acordo com Sousa (2005), a generalidade dos manuais e livros sobre fotojornalismo insiste na classificação dos gêneros segundo a tipologia de eventos. Em função disso, distinguem-se os gêneros notícia (que engloba as *spot news* e *general news*), os *features*, o esporte, o retrato, as ilustrações fotográficas e as *picture stories* (que engloba as foto-reportagens)<sup>46</sup>.

No entanto, embora possamos utilizar esta classificação, observando

---

<sup>46</sup> A terminologia dos gêneros será explicada no capítulo 3.

comparativamente as fotografias de Zero Hora e sabendo que o fotojornalista, ao sair pautado da redação, já tem uma idéia se estará ou não fazendo imagens para uma matéria com chamadas de capa e contra, pensamos que o gênero de uma fotografia de imprensa também poderia obedecer a critérios de construção para fotos de capa, contra, miolo e página 3 do jornal<sup>47</sup>. Qualitativamente, nos parece visível a existência dessa lógica, uma vez que as fotos de capa e contracapa são consideradas pelos profissionais de Zero Hora como as “melhores fotos do dia”. Mas além dessa afirmação, se tomarmos como exemplo uma matéria que teve fotos publicadas na capa e na parte interna, percebemos a olho nu que há distinções que nos fazem “parar” mais na imagem de capa do que na de miolo – mesmo que não saibamos dizer, a primeira vista, porque se dá este processo.

Em função disso e pelas já enumeradas razões que nos levaram ao quantitativo, criamos um instrumento metodológico para nos auxiliar na análise das imagens. Como já comentamos, nosso *corpus* foi inicialmente formado somente pelas 62 fotografias republicadas no box *Foto comentada* em 2005; no entanto, como a maioria das imagens havia ocupado capa e contracapa do jornal e tínhamos o interesse de abordar também as imagens internas para estabelecer comparativos, anexamos ao *corpus* um conjunto de *fotos aleatórias*, formado pelas fotografias internas da matéria chamada na capa - ou seja, as fotos não escolhidas que integraram a matéria da foto escolhida pelo leitor -, somado a um conjunto de *fotos escolhidas por nosso gosto pessoal*, ou seja, imagens que consideramos “boas”, talvez porque promovam a ação de diferentes níveis de sentido (Giacomantonio in Sousa, 1997) como o *instintivo*, que perceberia cores, formas e evocações mais imediatas, um *descritivo*, no

---

<sup>47</sup> As páginas foram estabelecidas em função de nossa observação contínua do veículo. A página 3 (*Informe Especial*) - que a partir de setembro de 2005 foi agrupada com a número 2 diminuindo o *Espaço do Leitor* -, mesmo fazendo parte do miolo do jornal, conta diariamente com a colocação de uma fotolegenda – unidades autônomas, formadas por imagens acompanhadas de pequenos textos que visam conferir significação e chamar atenção para elementos específicos, numa relação de complementariedade e interdependência (Sousa, 2002)- enviada pelo leitor ou realizada pelo *staff* de fotógrafos de ZH. O espaço é um dos únicos meramente sinalizados como de protagonismo da fotografia no veículo. Esta discussão será melhor abordada no capítulo 3.

qual se analisariam os elementos de composição da imagem, e um *simbólico*, que nos faria interpretar a imagem. Todas as fotografias foram publicadas durante o ano de 2005 e esta observação em todas as edições do veículo nos fez perceber que a parte interna também guardava muitas boas fotos. Mas deixaremos esta discussão para o capítulo 3.

O que importa aqui é comentarmos melhor este movimento de escolha do *corpus*. Acreditamos que a junção dos três “tipos” de escolha - a seleção do leitor, a seleção “aleatória” e a seleção interessada - enriquece nossa forma de olhar o objeto e diminui ora a instrumentalidade, ora o interesse exacerbado que a fotografia desperta. Pois para pesquisadores como nós, que vibram cada vez que percebem uma boa imagem publicada - boa no sentido de que é material capaz de mobilizar a interpretação, não pregando a mera *literalidade* (Sousa, 1997) ou o figurativismo da pose – é muito complicado basear-se somente na visão pessoal (da mesma forma que é complicado nos abstermos desta). Mas é preciso referir que o movimento que fizemos para a escolha do *corpus interessado* levou em conta a “viscosidade do objeto visual” anunciada por Canevacci (2001, p. 11), que exige o aprendizado da observação dos produtos visuais “como se fossem exóticos”, nos forçando a “utilizar um olhar não familiar por parte do observador e modificar a própria sensibilidade perceptiva na atitude de ‘fazer-se ver’”<sup>48</sup>.

Para encerrar nossos comentários a respeito do aspecto quantitativo da pesquisa, ainda resta justificar nossa escolha em aferir o contexto noticioso partindo do produto e não, propriamente, da observação de rotinas - como visibilizam os estudos clássicos da sociologia dos emissores. No entanto, a opção se deu em função do trabalho qualitativo no campo:

---

<sup>48</sup> Fazer-se ver é, para o autor, colocar-se numa posição sensível não somente à semiótica, à estética e à comunicação, mas também ao ato “passivo” de ver. É “tornar-se olho”, desenvolvendo qualidades sensitivas fundadas na percepção do olhar. Ao tornar estrangeiras as mercadorias visuais, é preciso representá-las como se fossem vistas pela primeira vez: com uma curiosidade exótica ou ingenuidade infantil.

especialmente por meio das entrevistas, percebemos que a abordagem da noticiabilidade partindo somente na redação não seria tão rentável quanto se a observássemos também na análise do produto.

Partindo agora para o “braço qualitativo” de nosso trabalho, acreditamos que a perspectiva quanti-quali possibilita, de certa forma, uma intervenção multimetodológica (Bonin, 2006) que engloba diversas ferramentas a fim de estabelecer relações de complementaridade para uma melhor superação dos limites de cada técnica. Em nosso caso, utilizamos a entrevista e observação participante<sup>49</sup> para abordar o processo de produção das instâncias que giram em torno do fotojornalismo de Zero Hora.

Na instância da recepção, entrevistamos quatro leitores que tiveram seus comentários publicados em *Foto comentada*; dois deles foram escolhidos em função de sua repetida participação no box e os outros dois devido ao tipo de comentário realizado, atento para questões visuais do veículo. Os entrevistados foram contatados a partir de Zero Hora: o jornal somente forneceu os telefones após certificar-se que os leitores gostariam de participar da pesquisa. As entrevistas duraram cerca de duas horas e foram realizadas nos dias 14 e 26 de setembro de 2005, entre as 10h e 16h, e nos dias 14 de junho e 29 de maio de 2006, entre 14 e 16h. Três entrevistas foram realizadas em Porto Alegre e uma em Canoas, nas residências dos leitores ou em locais pré-estabelecidos pela pesquisadora. As conversas centraram-se na investigação de quatro eixos da relação receptor-produto: mídia, fotografia, Zero Hora e fotografia de Zero Hora. A intervenção não pode ser classificada como “em profundidade”, mas sim baseada em um esquema direcionador da conversa para estas quatro temáticas, não sendo necessária a aplicação de um questionário fechado.

---

<sup>49</sup> Na perspectiva de Becker (1999) a observação participante se caracterizaria pela participação na vida cotidiana do grupo estudado, restando ao pesquisador observar, conversar e interpretar acontecimentos e situações.

No eixo da produção realizamos entrevistas com os seguintes profissionais de Zero Hora: quatro fotógrafos, diretor de redação, editor e subeditor de fotografia, chefe de redação, editora de página, editor de arte e editor da *Palavra do Leitor*<sup>50</sup>. Ainda na produção, realizamos quatro horas de observação (das 13h às 17h) na editoria do leitor e permanecemos 12 horas observando o processo da editoria de fotografia (das 8h às 20h), incluindo intervalos e três reuniões de editores. As intervenções foram realizadas nos dias 29 de agosto de 2005, 7 de outubro de 2005, 22 e 26 de maio de 2006. As abordagens foram realizadas ora se utilizando um roteiro com perguntas fechadas que questionavam o funcionamento da editoria (número de profissionais, equipamento, hierarquias), perfis dos repórteres, lógicas, rotinas, linguagem, estética, fotojornalismo e interferências da recepção; ora servindo-se de roteiros<sup>51</sup> abertos que pretendiam mapear dados sobre os leitores de Zero Hora, sobre a visão da edição fotográfica do jornal e a interferência dos profissionais sobre a produção.

### **2.3 O trânsito entre diferentes campos de estudo**

Como comentamos anteriormente, acreditamos que o presente texto é também resultado de nosso trânsito, especialmente no que tange aos aspectos teórico-conceituais, por diferentes campos de estudo e pesquisa com as quais tivemos contato no decorrer do curso de mestrado, seja em função das disciplinas cursadas, seja devido a literaturas sugeridas. E mesmo que não desejemos estabelecer uma divisão estanque entre estes campos, é interessante tentarmos especificar a “herança” oriunda de cada um deles em nossa trajetória, ainda incipiente, de pesquisa. Sendo assim, podemos referir que de nosso olhar sobre os processos de significação, emerge boa parte de nossa base teórico-empírica sobre o campo da

---

<sup>50</sup> Ainda realizamos muitas conversas informais com repórteres e fotógrafos durante os dias de observação das editorias. No entanto, contabilizamos somente as entrevistas por estas terem sido gravadas, terem durado pelo menos 30 minutos - algumas delas chegaram a ter a duração de duas horas - e terem sido realizadas em espaços mais reservados.

<sup>51</sup> Os roteiros utilizados nas intervenções entre a recepção e a produção encontram-se no anexo 4.

imagem/fotografia; da atenção aos aspectos socioculturais, advém a obtenção de resultados utilizando-se a metodologia quanti-qualitativa - bem como o interesse pelos processos jornalísticos -; e da literatura voltada para o audiovisual, devemos o pensamento final, de estruturação, da presente pesquisa. Como já exploramos anteriormente os dois primeiros tópicos enumerados<sup>52</sup>, nos limitaremos a comentar neste item as contribuições dos estudos audiovisuais.

A metodologia diferenciada, empregada em alguns estudos sobre a audiovisualidade - a saber, as teorias desconstrucionistas com base no método intuitivo e uso de processos como a cartografia, as molduras, a tradução e a produção rizomática<sup>53</sup> - nos motivaram a desconstruir os já referidos textos clássicos de Susan Sontag, Roland Barthes e Vilém Flusser, gerando um movimento muito rico para a percepção de nosso cenário. Três citações em especial nos chamaram a atenção (os grifos são nossos) e também nos ajudaram a perceber o “eco” que estas leituras geraram em nosso processo metodológico.

**A foto me toca se a retiro de seu blábláblá costumeiro:** “Técnica”, “Realidade”, “Reportagem”, “Arte”, etc.; nada a dizer, fechar os olhos, deixar o detalhe remontar sozinho à consciência afetiva. (Barthes, 1984, p.85)

A sabedoria suprema da imagem fotográfica é dizer: “Aí está a superfície. Agora, **imagine – ou, antes, sinta, intua** – o que está além, o que deve ser a realidade, se ela tem este aspecto”. (Sontag, 2004, p.33)

Quem quiser “aprofundar” o significado e restituir as dimensões abstraídas, deve permitir à sua vista vaguear pela superfície da imagem. Tal **vaguear pela superfície** é chamado scanning. (...) O significado decifrado por este método será, pois, **resultado de síntese entre duas “intencionalidades”: a do emissor e a do receptor.** (Flusser, 2002, p. 7-8)

---

<sup>52</sup> Ver itens 2.1 e 2.2 respectivamente.

<sup>53</sup> Os termos referem-se às obras de Bergson (1999, 2005), Rolnick (1998), Kilpp (2003), Plaza (1987) e Deleuze (1998).

A forma de abordagem dos estudos audiovisuais também nos auxiliou a perceber a não-linearidade e sobreposição do processo de edição fotojornalística de Zero Hora, tensionando a observação do referido processo com os estudos da sociologia dos emissores. Daí vem a importante contribuição da literatura referente aos estudos audiovisuais para a arquitetura desta pesquisa, que nos auxiliou a perceber com tranquilidade “que a comunicação é inquieta e desordenada, bem como sua decifração” (Canevacci, 2001, p. 90), além de gerar o interesse pelo já referido ponto de chegada-partida, que trouxe questionamentos maiores em torno da fotografia na atualidade.

Derrida e Stiegler (1998) comentam, em *Ecografias de la Televisión* que, de maneira geral, um desenvolvimento técnico suspende ou põe em dúvida uma situação até então estável. Os grandes momentos de inovação técnica são momentos de suspensão. Por seu desenvolvimento, a técnica interrompe um estado de coisas e impõe outro. Estamos em um período com essas características, de sucessos como a imagem digital – que frequentemente é denominada imagem-síntese ou imagem calculada – e a aparição da imagem analógico-digital.

A foto digital suspende certa crença espontânea que trazia a foto analógica. Quando olhamos uma foto digital nunca podemos estar absolutamente seguros de que o que vemos existe verdadeiramente e, ao mesmo tempo, sabemos que se trata de uma foto, de que aquilo existe de algum modo. Mas a possibilidade de *não ter sido* dá medo, porque essa imagem, ao mesmo tempo em que é manipulável, segue sendo uma foto, conserva algo do *isso foi* - o *noema* da fotografia segundo Roland Barthes (1984) -, e a possibilidade de distinguir o verdadeiro do falso diminui à medida que aumenta a submissão da foto a um tratamento



digital<sup>54</sup>. Como dizem Derrida e Stiegler (1998, p.190), “nadie puede saber si los ectoplasmas que presentan las fotos analógico-digitales tocaron verdaderamente la placa sensible algún día”.

Os autores comentam que o efeito de real fotográfico de que falava Barthes, no atual momento, pode desinflar-se ou intensificar-se, alcançando, com o segundo movimento, uma fase propriamente crítica. Ao *discretizar*<sup>55</sup> a continuidade analógica, a digitalização abre a possibilidade de novos saberes da imagem, tanto artísticos como teórico-científicos, permitindo uma análise que decompõe. A relação do espectador com a imagem, antes essencialmente sintética, se converte numa relação também analítica: da crise nasce a crítica. Os autores profetizam: a relação com a imagem analógica vai ser massivamente *discretizada* e posta em crise, abrindo um acesso crítico a imagem, gerando novas imagens-objeto que vão engendrar novas imagens mentais<sup>56</sup> e, igualmente, uma nova inteligência do movimento. Esta oportunidade deveria ser aproveitada para desenvolvermos uma cultura da recepção, externa ao esquema que “coisifica” e opõe produção/consumo em lados opostos. Estas considerações de Derrida e Stiegler nos parecem fundamentais para pensarmos o cenário onde se desenrola nossa pesquisa, especialmente se levarmos em conta o papel da recepção, que será abordado no capítulo 4.

---

<sup>54</sup> No entanto, é preciso atentar para a observação de Baeza (2001, p. 69): “la fotografía digital no facilita el camino a la manipulación de componentes visuales; la manipulación, si existe voluntad de hacerlo, es tan accesible en la fotografía convencional como en los nuevos soportes”.

<sup>55</sup> Para os autores, a imagem analógico-digital é o início de um processo de *discretização* sistemática do movimento, um processo de gramaticalização do visível.

<sup>56</sup> Para os autores, a imagem em geral não existe. As chamadas “imagens mentais” são denominadas de imagens-objeto, que são duas caras de um mesmo fenômeno, sendo inscritas em uma história e uma técnica. A diferença entre imagem mental e imagem objeto não consiste em oposição, ou seja, sempre vemos uma com a outra. Sem imagem mental, não podemos ter imagem objeto, mas a imagem mental é sempre a reminiscência de uma imagem objeto. No entanto, a diferença que se impõe com maior imediatez é que a imagem objetiva perdura, enquanto a mental é efêmera. (1998, p.181-182).

Os pensamentos desconstrucionistas, então, nos auxiliaram na “montagem final” do presente texto, pois, de certa forma, imprimiram lógica para alguns de nossos movimentos metodológicos que foram sendo constituídos de forma não planejada durante a pesquisa. Nossa escolha em torno do box *Foto comentada* e nosso olhar atento para o material *Isto é uma foto?* são exemplos destes movimentos: inicialmente, pensamos que a seleção de tais objetos pudesse ter sido um tanto “instintiva”, mas depois da leitura de Bergson, poderíamos dizer que de certa forma foi a intuição<sup>57</sup> que nos levou a tais movimentos.

E embora não estejamos utilizando, para esta pesquisa, de forma propriamente dita - ou previamente traçada - o método bergsoniano, acreditamos que, em determinados momentos, nos deixamos levar pela intuição, que deu a ver pequenas e importantes nuances que revelaram as lógicas do processo de edição fotojornalística de Zero Hora. Pensar a edição de foto de um veículo impresso como uma duração<sup>58</sup>, um processo no qual as leis são “interiores aos fatos e relativas às linhas que se seguiu para recortar o real em atos distintos” exemplifica a questão, fazendo com que adotemos como “verdade” que “não se pode descrever o aspecto do objeto sem prejudicar sua natureza íntima e sua organização” (Bergson, 2005, p. 213). Da mesma forma, acreditamos estar pensando nossa pesquisa mais dentro dos “objetivos” intuitivos do que, propriamente, da inteligência, pois nos interessa observar e

---

<sup>57</sup> É impossível definirmos, de forma certa e em poucas palavras, o que Bergson entende por intuição, já que esta se configura como um completo método filosófico. No entanto, é necessária uma nota que delimite sobre o que falamos. Sendo assim, nas palavras do filósofo: “Renunciando à unidade factícia que o entendimento impõe de fora à natureza, talvez reencontremos sua unidade verdadeira, interior e viva. Pois o esforço que empenhamos para ultrapassar o puro entendimento nos introduz em algo mais vasto, onde nosso entendimento se recorta e de onde deve ser despregado. E, como a matéria se rege pela inteligência, como há entre elas um evidente acordo, não se pode engendrar uma sem fazer a gênese da outra. Um processo idêntico deve ter tido ao mesmo tempo matéria e inteligência em um tecido que as continha a ambas. Nessa realidade, nos reinseriremos cada vez mais completamente, à medida que nos esforçamos mais por transcender a inteligência pura”. (Bergson, 2005, p. 213-214).

<sup>58</sup> É novamente Bergson que delimita: “Concentremo-nos, portanto sobre aquilo que, em nós, está mais desprendido do exterior ao mesmo tempo que menos perpetrado de intelectualidade. Procuremos, no mais profundo de nós mesmos, o ponto no qual nos sentimos mais inferiores à nossa própria vida. É na pura duração que mergulhamos então, uma duração na qual o passado, sempre em movimento, se avoluma incessantemente de um presente absolutamente novo”. (2005, p. 217-218)

comentar o processo fotojornalístico de modo não direcionado ao sentido prático, propriamente de ação, deixando de lado o “dever ser” para especular - talvez esperando que esta especulação nos leve no sentido de lógicas que estão muito longe da inércia, mas ainda assim, configurem lógicas. O movimento de “especulação” talvez vá de encontro também com o desejo de Benjamin de desreificar as mercadorias, de emancipá-las de sua obrigação de utilidade (in Canevacci, 2001).

Pela aproximação de Bateson e Benjamin, Canevacci (*idem*) também nos dá pistas para pensarmos a metodologia. Como recupera o antropólogo italiano, “para Bateson, o método não se expressava tanto naquilo que se faz no campo, mas naquilo que se faz com os dados, na mesa de trabalho. Ou seja, é na organização e interpretação dos dados, e não na coleta, que se produz o método” (*idem*, p. 86). Em outra obra, Canevacci (1997) volta a citar Bateson: “reunir os dados é o que entendo por explicação” (*idem*, p. 108), para logo em seguida afirmar que o verdadeiro método benjaminiano seria o reconhecimento de que a criação de novos objetos de estudo e campos de pesquisa implicariam, mais do que a aplicação de fórmulas tiradas dos cânones, a paralela elaboração de novos métodos. Para Benjamin, seria o próprio objeto que destruiria o velho aparelho conceitual e requereria dele a produção de um novo, que “reinvente” princípios, perspectivas, olhares e narrações.

Neste sentido, as colocações de Suely Rolnick (1998) sobre o ofício do cartógrafo fazem eco às afirmações de Benjamin. A autora comenta que a cartografia é “um desenho que acompanha e se faz ao mesmo tempo que os movimentos de transformação da paisagem”, no qual “todas as entradas são boas, desde que as saídas sejam múltiplas” (*idem*, p. 30-31). Em função disso, o cartógrafo seria um antropófago que não procura entender no sentido de explicar ou revelar. Até este ponto, nos identificamos, para fins desta pesquisa, com os

procedimentos cartográficos. Mas a partir do momento que nos interessamos mais pela geografia do que pela história, nosso ofício torna-se de “meio cartógrafo”, e muda de rumo para outra atividade. Talvez por que nos falte capacidade – ou interesse, para efeitos desta pesquisa – de integração destes dois pólos visitados durante a prática cartográfica (Rolnick, 1998). Seguimos, ao longo do caminho desta pesquisa, protocolos normalizados, mas nos identificamos com a cartografia por percebermos em nossos movimentos um tipo de sensibilidade atenta para o fato de que a regra é mobilizada pela vida em fluxo, e é em nome desta que se inventam as estratégias.

Para Rolnick, com os movimentos cartográficos, mundos se desmancham e se formam. É interessante ressaltar aqui a proximidade desta noção – ou o uso dela – no estabelecimento do que Susana Kilpp (2003) chamou de “mundos televisivos”, conceituação que, a nosso ver, pode ser aproximada do fotojornalismo e nos dá pistas para pensarmos o acontecimento, na fotografia de Zero Hora, como algo interno a um tipo de *mundo fotográfico*: o acontecimento visto como *ethicidade*<sup>59</sup> *acontecimento*, ou seja, aquele que traz ângulos e perspectivas inusitadas que rompem não somente a esfera do “real”, mas também de um real próprio da fotografia, de práticas sólidas<sup>60</sup>. Em *Acontecimento, memória e televisão* (s/data, p.6), Suzana Kilpp se apropria de Derrida para dizer que

(...) o acontecimento, em sua singularidade, é o imprevisível do qual não é possível apropriar-se exatamente porque é outro. Ele é o que vem, e que não se espera que venha. Se houvesse previsão, programação, não haveria nem acontecimento nem história. O acontecimento é uma diferença, uma descontinuidade, um recém chegado singular. (...) Assim como pode surpreender que não venha aquilo ou aquele que se espera.

---

<sup>59</sup> As *ethicidades* seriam “(...) as durações, *personas*, objetos, fatos e acontecimentos que a TV dá a ver como tais, mas que são construções televisivas. (...) Os sentidos identitários (que são éticos e estéticos) dessas *ethicidades* são enunciados e agenciados num mix de molduras (os quadros de experiência), que são em geral sobrepostas visivelmente na telinha da TV” (Kilpp, 2005, p. 13).

<sup>60</sup> Referimos-nos a imagem “virada”, apresentada no item 2.2. A foto rendeu comentários favoráveis e desfavoráveis dos leitores, e acreditamos que foi escolhida para ocupar a contracapa mais pela quebra de cânones do que propriamente pelo interesse do fato como notícia. Estas questões serão mais desenvolvidas no capítulo 3.

De acordo com Kilpp (2005), ao instaurar mundos televisivos, a tevê imagina uma sociedade que imagina a televisão, por meio do recorte, montagem e molduração de fragmentos e restos culturais, re-significados “em quadros de experiência tipicamente televisivos que são essas molduras sobrepostas, nas quais as *ethicidades* adquirem existência propriamente televisiva” (*idem*, p. 13).

Dando visibilidade a certas pessoas, objetos e acontecimentos, a TV também daria visibilidade a imaginários. E, como Kilpp acredita que a TV é capaz de engendrar novas formas de percepção, poder-se-ia dizer que ela moldura os gêneros de tal forma que, ao final, dá origem ao gênero televisivo – algo que pode ser caracterizado como mais ou menos documental e/ou ficcional.

Para abordar a questão dos gêneros, a autora utiliza Silvia Borelli, para quem aqueles seriam estratégias de comunicabilidade, articulados às dimensões históricas do espaço em que são produzidos e apropriados. Na visão de Martín-Barbero, outro autor abordado, “os gêneros articulariam narrativamente as serialidades, constituindo uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo” (in Kilpp, 2003, p 89). Por fim, Arlindo Machado diria que a televisão abrange um conjunto bastante amplo de eventos audiovisuais - os enunciados - que teriam sido produzidos com vistas a abarcar um certo campo de acontecimentos, correspondendo a uma determinada possibilidade de utilização e manejo de recursos e conceitos televisivos. Gêneros, então, seriam as esferas de acontecimentos ou modos de trabalhar a matéria televisual.

O pensamento articulado por Kilpp em torno do gênero nos fez repensar também esta esfera na fotografia jornalística. No capítulo 3 pretendemos desenvolver justamente esta

questão: mesmo levando em conta, para fins de conhecimento do objeto, categorias já instituídas de gênero como *features*, *mug shots*, *spot news*, etc<sup>61</sup>, nos parece que o gênero de uma fotografia de imprensa também poderia ser apontado em função do local que esta ocupa, na capa ou na parte interna do jornal, e não somente em função da notícia ou dos elementos formais de sintaxe visual<sup>62</sup>.

A metodologia das molduras proposta por Kilpp também nos auxiliou na percepção do processo de edição de foto de Zero Hora, uma vez que os papéis (hierarquias) e páginas, ocupados e produzidos por receptores, editores e fotógrafos instaurariam o “encontro de duas ou mais superfícies ou formas diferentes, confins estes que produzem uma ilusão de bordas que atuam como se fossem filtros de parte a parte, e que implicam novos sentidos sobre as partes (superfícies ou formas)” (2003, p.37). As molduras instauram territórios de significação no interior de suas bordas ou manchas, tornando-se o limite de um território. E o conjunto das molduras e das moldurações (procedimentos de ordem técnica e estética que realizam certas montagens no interior das molduras) geraria, então, emolduramentos (agenciamentos de sentido). Sobre esta questão, é também Canevacci que sustenta a idéia de que a cultura tradicional de massa estaria sendo superada pela comunicação visual, o que implica, para o destinatário, numa participação mais ativa, ocupando o lugar de um intérprete negociador de significados.

No texto *Audiovisualidades de TV* (2005), Suzana Kilpp refere a nossa aparente incapacidade de notarmos essas molduras sobrepostas da TV, que instauram sua discursividade. No entanto, acreditamos que a percepção das molduras e moldurações é proposta não somente válida para a TV, mas também para o fotojornalismo de jornais como

---

<sup>61</sup> Ver Sousa, 2005, pgs. 363 a 384.

<sup>62</sup> Ver Dondis, 2003, pgs. 141 a 160.

Zero Hora: veículos preocupados com suas construções visuais, sejam em função de questões de mercado, ou pela busca na ocupação de locais de destaque no cenário jornalístico local.<sup>63</sup>

Poderíamos dizer que a fotografia possui, de certa forma, aquilo que Bazin, citado por Jacques Aumont (2004), refere como o movimento “centrípeto” que é motivado no espectador ao ver uma obra pictórica. Um fechamento da tela pintada sobre o espaço de sua própria matéria e composição, que “obriga o olhar do espectador a voltar sem parar para o interior, a ver menos uma cena ficcional do que uma pintura” (*idem*, p. 111). Para Aumont, “o quadro é o que faz com que a imagem não seja infinita, nem indefinida, o que termina a imagem, o que a detém” (2004, p.112-114).

Na visão de Aumont o quadro se apresentaria sob três funções: a de *objeto*, que refere o enquadramento material (tanto da moldura de madeira e outros materiais como da arquitetura), que fabrica um entorno para a obra e pode ser lido também como *dispositivo*; a de *limite*, que incluiria as fronteiras materiais e visuais da imagem, regulando sua dimensão, proposição e composição; e a de *janela*, que apresenta os campos visual e fantasmático a um só tempo, *dando a ver* e operando uma abertura no imaginário.

A idéia de quadro-objeto, que teria a função de “transformar a percepção” (2004, p.115), poderia ser identificada, no jornal impresso, como os títulos e legendas da fotografia que, como diz Aumont, com sua moldura “adapta a luz ambiente e a luz da tela uma à outra: ela assegura uma mediação” (*idem*, p. 116). Ora, sem o título e a legenda, grande parte das fotografias se constituiria num “nada” em meio a seu ambiente. Assim como a cornija de uma tela, o discurso verbal (que diz ora nada, ora tudo, se observarmos também o diferente

---

<sup>63</sup> Em conversa com a Direção de Redação de ZH, esta confessa uma procura, pelo jornal, de realizar uma “revolução visual” em termos de fotografia, no âmbito do jornalismo impresso gaúcho.

trabalho decorrente dos formatos título e legenda) integra “a pintura” a seu ambiente e, ao mesmo tempo, a separa dele visivelmente.

Há limites bem demarcados a serem ocupados pelas fotografias. No entanto, o enquadramento dado pelo fotógrafo no interior de seu trabalho abre e expande ao infinito as possibilidades interpretativas. E aqui cabem as considerações de Deleuze (in Kilpp, 2006), sobre o conceito de enquadramento: “arte de escolher as partes de todos os tipos que entram num conjunto” (*idem*, p.3); limitação matemática ou dinâmica; “determinação de um sistema fechado, relativamente fechado, que compreende tudo o que está presente na imagem”, formando “um conjunto que tem um grande número de partes, isto é, de elementos que entram, eles próprios, em subconjuntos” (2006, p.2-3). Enfim, uma sobreposição de molduras que dão a ver, no nosso entendimento, a caracterização de *ethicidades* no fotojornalismo impresso diário. E que mesmo não sendo propriamente assim desenvolvidas no presente texto, nos ajudou a pensar o processo de edição fotojornalística de Zero Hora como um procedimento que incluiria múltiplas e sobrepostas escolhas, e que padeceria de lógicas possivelmente definidas e não-lineares. É o desenvolveremos nos próximos capítulos, ao abordar a edição de fotografia de Zero Hora, entre papéis hierárquicos desenvolvidos e páginas construídas.



### **3 AS PÁGINAS DO FOTOJORNALISMO DE ZERO HORA: EM BUSCA DE CRITÉRIOS VISUAIS DE FOTONOTICIABILIDADE**

Após termos situado o cenário teórico-metodológico de nossa pesquisa, partimos, nos próximos capítulos, para a discussão dos elementos fundamentais no processo de edição fotojornalística de Zero Hora: as especificidades de seu produto e outros possíveis critérios visuais de fotonoticiabilidade (verificados em relação às páginas onde são inseridas as fotos); e também a questão das hierarquias de redação que efetivamente executam a escolha da fotografia do jornal (que serão abordadas no capítulo 4). Ou seja, primeiro faremos um esforço para identificar as características da fotografia de ZH - bem como das “boas” fotos que vão para a capa do jornal - para depois debatermos as máximas que rondam a edição, explicitadas pela recepção e pela produção.

Sendo assim, neste capítulo apresentaremos as características da foto de Zero Hora (partindo do somatório de elementos que obtivemos em nosso dispositivo metodológico de análise do produto, abordado no item 2.1.2); daremos especial atenção à aferição dos acontecimentos fotografados, partindo do contexto noticioso para tentarmos desenvolver a existência dos *acontecimentos fotográficos* (citados em 2.3), e procuraremos discutir a diferenciação entre as fotografias internas e de capa (que nos parece notória e será construída qualitativamente partindo-se de observação comparativa).

Ao final do texto, já direcionando nossa discussão para alguns aspectos que serão discutidos no capítulo 4, abordaremos o que chamamos de “espaços de protagonismo” da fotografia em Zero Hora, observados na utilização de fotos-legenda e locais exclusivos para a publicação de imagens dos leitores.

### 3.1 As características da fotografia de Zero Hora: aspectos quantitativos

Como referimos no tópico 2.1.2, para conhecermos melhor nosso objeto criamos um dispositivo metodológico que tornou possível um somatório em torno de questões como gênero, elementos de sintaxe, elementos registrados e contextos gráfico e noticioso das 172 fotografias de Zero Hora que formam nosso *corpus*<sup>64</sup>. O conjunto destas questões daria conta de investigarmos, pelo menos em parte, os códigos da fotografia de imprensa mencionados por Alonso (in Villafañe e Mínguez, 1996), a saber: o espacial, o gestual, o cenográfico, o simbólico, o lumínico, o gráfico e o de relação.

Para o estabelecimento deste instrumento, é importante ressaltar que utilizamos principalmente as categorias desenvolvidas em Frutiger (2001), Dondis (2003), Traquina (2005b) e Sousa (2002). Começamos pela questão da sintaxe visual.

Para Dondis (2003), “alfabetismo” significa que um grupo compartilha o significado atribuído a um corpo comum de informações, e é dentro destes limites que pode operar o estudo da visualidade, com o objetivo básico de construir um sistema para aprendizagem, identificação, criação e compreensão de mensagens visuais a todas as pessoas. Para a autora, a sintaxe visual existe, pois haveriam

(...) linhas gerais para a criação de composições. Há elementos básicos que podem ser apreendidos e compreendidos por todos os estudiosos dos meios de comunicação visual (...) e que podem ser usados em conjunto com técnicas manipulativas, para a criação de mensagens visuais claras. O conhecimento de todos estes fatores pode levar a uma melhor compreensão das mensagens visuais (2003, p. 18).

---

<sup>64</sup> O *corpus* foi assim constituído: 83 fotografias de capa e contracapa e 89 fotos internas. Para o somatório utilizamos o software Excel, do pacote Microsoft Office. Como nossa intenção não foi a de realizar cruzamentos – e algumas questões foram abertas ao qualitativo – não achamos ser necessário a utilização de programas estatísticos específicos, como o Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Em função disso, nosso somatório é apresentado em números brutos e não em porcentagens.

No entanto, Dondis também reconhece que tal sistema jamais poderá ser tão lógico e preciso quanto o da linguagem, cuja estrutura o alfabetismo visual é incapaz de alcançar. Por isso, todo o padrão visual teria qualidades dinâmicas que não poderiam ser definidas de forma intelectual, emocional ou mecânica, por meio de aferições de tamanho, direção, forma ou distância. Talvez em função disso, nossas observações em torno das diferenças entre as fotografias internas e de capa não tenham resultado de forma semelhante, em termos quantitativos e qualitativos, como vamos discutir no tópico 3.3. Como diz Dondis (*idem*, p. 31), os elementos que quantificamos seriam apenas

(...) medições estáticas, mas as forças psicofísicas que desencadeiam, como as de quaisquer outros estímulos, modificam o espaço e ordenam ou perturbam o equilíbrio. Em conjunto, criam a percepção de um design, de um ambiente ou de uma coisa.

Tendo estes fatores em vista, mas também nosso desejo de construir um conhecimento de ordem quanti-qualitativa, poderíamos afirmar que as fotografias de Zero Hora presentes em nosso *corpus*, na observação individualizada de suas construções, parecem ser, em sua grande maioria, coloridas *general news*<sup>65</sup>, mais harmônicas do que contrastadas, ora aguçadas, ora niveladas<sup>66</sup>, compostas por enquadramento centralizado em planos conjunto, de ângulo normal e iluminação lateral, com grande incidência de linhas horizontais, fundos claros, pontos de atração e formas internas circulares. A profundidade de campo geralmente é mediana, com o foco em até dois planos e pouco uso dos efeitos obtidos com o desfoque, a

---

<sup>65</sup> Nosso corpus inclui somente 44 fotografias em preto e branco. O termo *general news* refere-se aos gêneros fotojornalísticos que serão debatidos no tópico 3.3.

<sup>66</sup> Os efeitos de aguçamento e nivelamento foram registrados meio a meio (os quadros de valores encontram-se no anexo 2) e referem-se à colocação dos elementos dentro ou fora dos traçados estruturais (linhas verticais, horizontais e diagonais) da forma retangular. De acordo com Dondis (2003) e Frutiger (2001), o nivelamento e o aguçamento gerariam efeitos claros e precisos, enquanto que a ambigüidade (praticamente inexistente nas fotos de ZH), com elementos nem no centro do retângulo, nem muito longe dele, confundiriam o espectador. A ambigüidade visual obscureceria “não apenas a intenção compositiva, mas também o significado (...), as formas visuais não devem ser propositalmente obscuras, devem harmonizar ou contrastar, atrair ou repelir, estabelecer relação ou entrar em conflito” (Dondis, 2003, p. 39).

textura e o ângulo esquerdo inferior<sup>67</sup>. A grande maioria das imagens foi produzida pelos fotógrafos de Zero Hora, sempre indicados nos créditos. Quanto ao espaço gráfico, verificamos que as fotos são geralmente abertas (ocupando de duas a três colunas<sup>68</sup>), colocadas preferencialmente na parte superior direita das páginas pares<sup>69</sup>, acompanhadas de outra foto, boxes, fios e cartolas arte<sup>70</sup>, sendo metade delas acompanhadas também de títulos próprios e anúncios<sup>71</sup>. Quanto aos elementos registrados, percebemos que a maioria das cenas/ações dá a idéia de ambientes aparentemente quentes, nas cores azul e verde, registradas em espaços urbanos, com grande presença de objetos contextualizadores. Quando personagens humanos aparecem, geralmente são homens brancos adultos, vestidos com roupas comuns em cenas/temáticas cotidianas. Foram registradas mais expressões positivas do

---

<sup>67</sup> Acreditamos que o desfoque e a textura são elementos mais utilizados na capa do que nas fotografias internas do jornal, conforme apresentaremos no item 3.3. Quanto a citada preferência pelo ângulo inferior esquerdo, apontado por Dondis (2003), Sousa (2002) e Frutiger (2001) - especialmente em função das construções usando o retângulo áureo e a influência da forma de leitura ocidental, da esquerda para a direita -, percebemos em Zero Hora justamente o oposto: uma grande incidência de composições com peso no lado direito da imagem. De acordo com Dondis, este fator acarretaria a construção de fotografias com menos tensão visual, no entanto, nos parece que a exploração de primeiros planos à direita da imagem ameniza esta necessidade, como comentaremos no item 3.3.

<sup>68</sup> O jornal é originalmente formatado com cinco colunas. Em setembro de 2005, Zero Hora passou por uma reformulação gráfica que visou, especialmente, o aumento da cor, a recuperação de espaços em branco (com a diminuição de fios que gerariam margens brancas mais largas para produzir sensações de leveza, agilidade e alegria [Sousa, 2002]) e o aumento para ocupação da fotografia - o que realmente foi verificado por nossa observação, que registrou um sensível aumento de fotos internas coloridas que ocupam até cinco colunas. Cabe ainda salientar que a grande incidência de fotos de quatro colunas deve-se ao fato de quase metade de nosso *corpus* ser formado por fotografias de capa e contracapa, que quase não variam na colunagem.

<sup>69</sup> O fato parece comprovar o que revelam os estudos do Instituto Poynter (in Pereira Júnior, 2006), realizados em 1999 e 2000 com o uso da tecnologia *eyetrack*: mitos como os que afirmavam que as páginas ímpares seriam mais lidas do que as pares já estão sendo derrubados, pois o olhar do leitor iria aonde o diagramador quer que ele vá, não importando se o título e a foto maior estão no alto da página.

<sup>70</sup> As “cartolas arte” seriam aquelas impressas sob forma de logotipo, geralmente nas capas, contracapas e primeiras páginas dos cadernos, e não da mesma fonte utilizada no topo das páginas internas.

<sup>71</sup> A apresentação da publicidade, em Zero Hora, não parece seguir pelo menos três dos sete critérios enumerados por Canga Larequi (in Sousa, 2002): ao invés de seguir a página partindo sempre de sua linha interna inferior, são frequentes os casos de anúncios ocupando as bordas exteriores das páginas. Muitas vezes também o formato do anúncio supera meia página, o que não é aconselhável, e ocorreram casos, nas edições observadas, no quais a publicidade em páginas duplas “prensa” a fotografia, como mostram as figuras do copião 2. No entanto, é preciso referir que a nova diagramação de Zero Hora parece realmente ter amenizado o “sacrifício” da fotografia do jornal, como nos comentou o diretor de redação.

Copião 2  
Exemplos da diagramação com anúncios



Zero Hora, 29/07/05



Zero Hora, 02/05/05



Zero Hora, 13/04/05



Zero Hora, 12/08/05

que negativas, mais pobreza do que riqueza<sup>72</sup> e como personagens principais, pessoas e objetos foram aferidos quase que na mesma quantidade.

Devido à influência da estética televisiva nos jornais - que será comentada mais adiante - é interessante aproximarmos as considerações de Watts (1990), feitas para a TV, com o fotojornalismo por acreditarmos que há muitas semelhanças em relação ao enquadramento, uso de planos, ângulos e iluminação. Podemos afirmar que todos estes elementos, em Zero Hora, competem para uma estética do realismo - como o uso de luz lateral (natural), que melhor traduz a idéia de profundidade e relevo devido ao jogo de sombras que permite - ou até mesmo superior, mas de pouca intensidade (que não chega a intervir na leitura do motivo). Além disso, mesmo que pouco interessantes, as cenas tomadas paralelas à superfície (ângulo normal), oferecem uma visão objetivante sobre a realidade representada que não interfere na valorização dos elementos retratados. Os planos conjunto e geral (os mais contabilizados na foto de ZH) também auxiliariam nesta questão; mas de acordo com Watts, o primeiro é considerado insatisfatório, já que não é aberto o suficiente para mostrar muito do cenário de fundo e nem fechado o bastante para mostrar detalhes da pessoa. No entanto, ele poderia ser usado pela fotografia de Zero Hora talvez em função disso mesmo: é um meio termo entre a intimidade e o distanciamento. Cabem aqui as colocações de Zillmann, Harris e Schweitzer (in Sousa, 1997): os planos gerais e de conjunto realçariam os traços positivos das personalidades representadas; os retratos frontais ao nível do olho

---

<sup>72</sup> Aqui é importante ressaltarmos que estas categorias fazem parte do item “elementos registrados” que mesclam nossa visão de coisas “percebidas” e coisas “sugeridas”. Sendo assim, no item são feitas questões em torno dos personagens registrados - quem é o principal (se objeto, animal ou pessoa - para este último engloba quantidade, sexo, cor, idade e vestimentas) -, das cenas registradas - se urbana ou rural/praias, aberta ou fechada, se quente ou fria -, das temáticas - social, política, ambiental, econômica, esportiva ou cotidiana - e valores registrados que dependem exclusivamente do que a pesquisadora entende/visualiza - ou, ainda, do que o jornal dá a entender por meio de seus títulos e legendas - como pobreza, riqueza, solidariedade, dor, tristeza, alegria, raiva, medo ou coragem. Os resultados obtidos com a aferição destes elementos não serão separadamente comentados, pois acreditamos que eles serviram somente para confirmar outras instâncias que serão discutidas ao longo da pesquisa, como os valores de proximidade, disponibilidade, concorrência, consonância e personalização; elementos técnicos como planos, iluminação, relação figura-fundo; acontecimentos e gêneros, como as notícias ligeiras, em continuidade, ou *general news*; e a busca do jornal pela identificação com seu leitor, seja referindo-o ou emocionando-o.

tenderiam a ser desvantajosos; os retratos laterais de baixo realçariam a percepção da inteligência e da capacidade de decisão; e os retratos laterais de cima realçariam a atribuição de competência artística. Já o uso do enquadramento centralizado - que se refere a semelhantes espaços de “teto” e “chão” em fotos horizontais - devem ser os preferidos para os editores, pois além de direcionarem rapidamente o olhar da recepção, permitem que a imagem seja cortada mais facilmente para espaços quadrados, por exemplo. Ainda sobre o enquadramento, vale a pena citarmos algumas situações a serem evitadas, enumeradas por Watts (1990, p. 226): “queixos descansando no limite inferior da tela, cabeças batendo no limite superior, orelhas cortadas nos cantos do vídeo (...), imagens chapadas no cenário de fundo (...) saindo do alto da cabeça da pessoa, linhas nítidas horizontais saindo de cada ouvido”. Ao mesmo tempo, Watts aconselha dar profundidade às imagens, colocando um detalhe no plano da frente para assegurar também que a iluminação não fique chapada por igual - dica que parece ser bastante utilizada nas fotos de ZH.

Sendo assim, em função da forte presença de elementos harmônicos nas fotos de Zero Hora - reforçados pela incidência de planos gerais, ângulos normais e enquadramentos centralizados - poderíamos dizer que estas não gerariam suficiente tensão, sendo “performativas” e funcionais como os produtos de algumas agências noticiosas referidos por Sousa (1997)? Acreditamos que não. Embora tenhamos quantificado que há mais harmonia do que contraste nas imagens do jornal, nos parece que, pela também grande incidência de elementos contrastantes - como a complexidade, a instabilidade e a irregularidade - a tensão visual se torna maior para o espectador, fazendo com que as imagens do jornal sejam construídas seguindo uma mescla destes elementos/técnicas e não por sua presença

extremada. Na verdade, se excluirmos técnicas como a exatidão e a unidade<sup>73</sup> ocorre justamente o contrário: o somatório do contraste aparece como levemente maior. Antes de entrarmos propriamente nestas questões, cabe especificar como foram nomeados os termos referidos a partir de Dondis (2003).

No capítulo 2 de sua obra, a autora afirma que o elemento mais importante e necessário da experiência visual é de natureza tonal. É a luz - ou a ausência dela - que nos revela o que reconhecemos e identificamos no meio ambiente: linhas, cores, formas, direções, texturas, escalas, dimensões e movimentos. No entanto, a autora também coloca que “o processo de composição é o passo mais crucial na solução dos problemas visuais” (*idem*, p. 29) e estabelece, entre os fundamentos sintáticos do alfabetismo visual, a atenção ao equilíbrio, a tensão, ao nivelamento, ao aguçamento, a preferência pelo ângulo inferior esquerdo, a atração, ao agrupamento e ao destaque do positivo e negativo (contraste figura-fundo) como elementos necessários de uma boa composição.

No capítulo 3, Dondis - em consonância com Frutiger (2001) - enumera o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a escala, a textura, a dimensão e o movimento como os elementos básicos da comunicação visual. Estes seriam os grandes responsáveis no estabelecimento de contrastes ou harmonia e seriam a base para a formação das técnicas visuais (estratégias de comunicação) que a autora enumera em pares opostos - como simetria/assimetria, economia/profusão, atividade/estase, sutileza/ousadia e assim por diante.

---

<sup>73</sup> Estas técnicas não serão comentadas, pois já se esperava que quase a totalidade das fotografias apresentasse estas características, até mesmo por se tratarem de fotografia. Para Dondis (2003), a exatidão consiste na técnica natural da câmera de procurar a máxima fidelidade ao olho. Já a unidade assegura uma harmonia completa na junção de várias unidades, que passam a ser vistas como uma só coisa. No entanto, por sabermos que o uso da lente olho de peixe causa a distorção do realismo, e também por percebermos que pode haver uma construção fragmentada na composição de uma fotografia, incluímos os dois pares de técnicas para simples confirmação das perspectivas. Também é interessante referir que técnicas como a repetição (conexões visuais ininterruptas), que poderiam conferir uma sensação de unidade, não foram tão frequentemente utilizadas nas imagens de nosso corpus. Seu oposto, a episodicidade, foi praticamente despercebida.



Tendo clareado estas classificações, continuamos em nossa descrição das imagens de Zero Hora. De acordo com a aferição das categorias citadas, podemos dizer que as fotos de ZH seriam mais harmoniosas também em função de utilizarem em menor número as técnicas de profundidade, instabilidade e justaposição, dando mais ênfase a construções planas (com ausência de perspectiva, o contrário da profundidade), equilibradas e singulares em relação ao motivo (ou seja, que transmitem ênfase<sup>74</sup> específica a um elemento/tema, tornando-o isolado e independente de outros estímulos visuais).

O equilíbrio é a referência visual mais forte e firme do homem, sua base consciente e inconsciente para fazer avaliações visuais. As fotografias de Zero Hora foram consideradas equilibradas observando-se a colocação do eixo de sentido, estabelecido sobre um eixo vertical que tem como referência um horizontal secundário (Dondis, 2003; Frutiger, 2001). O equilíbrio ocorre em função de um centro de suspensão existente a meio caminho entre dois pesos. A ausência deste centro acarreta a instabilidade, resultando numa formulação visual inquietante e provocadora.

Cabe ressaltar uma particularidade nas fotografias equilibradas de Zero Hora: geralmente, ele se dá de forma assimétrica, ou seja, o equilíbrio é estabelecido na compensação da variação de elementos e posições, o que evitaria a sensação de estase e enfado da simetria, que repete lado a lado as unidades da composição.

E aqui é importante colocar que as categorias técnicas sistematizadas por Dondis (2003), aliás, não funcionam como uma tipologia estanque, mas sim constantemente imbricadas umas nas outras. Como referimos antes, o “nível de tensão” de uma construção

---

<sup>74</sup> A diferença entre a singularidade e a ênfase ocorre principalmente em relação figura-fundo: enquanto a primeira não desconsidera outros planos, a segunda enfatiza o motivo justamente por utilizar um fundo no qual predomina a uniformidade.

visual seria, de acordo com a autora, tão maior quanto a presença da complexidade, da instabilidade e da irregularidade; ou seja, das inúmeras unidades e forças elementares presentes na fotografia, organizadas de forma aparentemente desequilibrada que asseguraria um caráter inesperado e insólito à peça. Na formatação de uma imagem visualmente tensa - se tomarmos esta tensão como sinônimo de contraste (ir contra) -, poderíamos incluir ainda as técnicas da espontaneidade (falta aparente de planejamento, saturada de emoção), da justaposição (interação de estímulos visuais, colocando duas sugestões lado a lado para ativar a comparação das relações entre elas), da variação (inserção de múltiplos elementos, seja pela repetição ou justaposição, para oferecer diversidade e sortimento) e do próprio aguçamento, que ocorre quando um ponto é colocado em algum dos cantos do traçado estrutural, não obedecendo nem mesmo sua relação diagonal.

E ainda podemos ampliar mais a formação de tensões se incluirmos o uso de técnicas como a atividade (sugestão ou representação da ação), a profusão de detalhes (que pode ser lida como poder e riqueza), o exagero (construção intensificadora que pode ser verificada nas fotografias de *contras-plongée* muito aguçados, por exemplo), o acaso (sugestão de ausência de planejamento), a agudeza (expressão precisa com o uso de contornos rígidos, por exemplo), a ousadia (que pode se dar em função do contraste figura-fundo, da agudeza ou do exagero), a transparência (quando o que fica atrás também é revelado aos olhos) e a difusão (criação de uma atmosfera de sentimento e calor, especialmente com o uso do desfocado). E se levarmos em conta a dissecação da fotografia, sob a forma de desenho geométrico, ainda temos que considerar como tensionadoras/contrastantes especialmente a existência de pontos de competição, linhas diagonais (que dão idéia de instabilidade), curvas (que mesmo dando a idéia de proteção e repetição inspiram sensações de infinitude e movimento) e formas

triangulares (que obrigam o observador a prender o olhar nos diferentes elementos do motivo, passando de um para outro continuamente até desistir da observação) (Frutiger, 2001).

Confirmando a aparente “mescla” de tensão/tranqüilidade, as fotografias de Zero Hora, mesmo que classificadas amplamente como mais harmônicas<sup>75</sup>, foram igualmente bem pontuadas justamente em técnicas opostas, algumas delas com pouca diferença no somatório total: os pares complexidade/simplicidade<sup>76</sup>, profusão/economia, atividade/estase e espontaneidade/previsibilidade emergem num quantitativo que aponta a assimetria como grande técnica contrastante e a planura como instrumento harmônico mais utilizado. Diferenças numericamente importantes só foram verificadas nos pares assimetria/simetria, instabilidade/equilíbrio, profundidade/planura e acaso/seqüencialidade<sup>77</sup>.

Se nos ativermos às linhas, pontos, formas e na relação figura-fundo também saltam, ao mesmo tempo, elementos contrastantes e harmoniosos na fotografia de Zero Hora. Entre as linhas implícitas (as não formadas por pontos ligados), a diferença entre o uso da verticalidade e da horizontalidade é pequena, o que conduz a uma leitura mais estática e estável da fotografia, já que ambas as linhas consistem numa referência primária para o homem em termos de bem-estar e maneabilidade. Mas as linhas curvas aparecem também com freqüência e seriam mais presentes como linhas explícitas (aquelas visíveis como bolas, rodas, etc.): os

---

<sup>75</sup> Referimos-nos ao somatório total de pontos aferidos: 969 de contraste contra 1.232 de harmonia. Todos os dados numéricos podem ser conferidos no anexo 2.

<sup>76</sup> Cabe aqui referir que mesmo sendo muito próximas as técnicas complexidade/simplicidade e unidade/fragmentação, obtivemos diferenças com seu somatório devido a quantidade de elementos incluídas na fotografia. As fotos de ZH nos parecem ora simples, ora complexas por congregarem diversas unidades e/ou forças elementares; ao passo que nos parecem também possuir um alto grau de unidade pela eficiente harmonização destes mesmos elementos.

<sup>77</sup> Para não nos privarmos de conceituar: a simplicidade se caracterizaria pela imediatez e uniformidade da forma elementar; a previsibilidade, pela ordem ou plano convencional, que traz o mínimo de informação; a estabilidade seria o tipo de composição dominada por abordagem temática uniforme e coerente; a economia, por sua vez, daria a ver a presença de unidades mínimas, dando a idéia de conservadorismo; a seqüencialidade colocaria a representação numa ordem lógica e rítmica; e a minimização, como refere o nome, buscaria a máxima resposta com elementos mínimos (Dondis, 2003).

formatos circulares foram mais observados do que os quadrados ou triângulos completos. Já como linhas de força - aquelas que conduzem o olhar do observador - a trajetória ascendente seria a mais freqüente. E tendo em vista que as fotos de nosso *corpus* geralmente se localizam na parte superior da página, podemos referir aqui o efeito espaço-tempo como de futuro ou possibilidade de buscar significados/elementos externos à imagem, uma vez que elas levam o espectador para fora da página e do jornal. Por fim, a ação de competição/atração entre os pontos - que seriam as unidades de comunicação visual mais simples e irredutivelmente mínimas (Dondis, 2003) - também foi numericamente aferida como semelhante, com elementos ora servindo para medir o espaço, ora para desviar atenção para uma determinada ponta da fotografia. No entanto, a relação figura-fundo - e conseqüentemente, da ação dos pontos - pode ser diferenciada atentando-se para o efeito positivo-negativo criado pelo grande uso de fundos claros. De acordo com a psicologia da Gestalt (Tausk, 1978 e Sousa, 2002), percebemos contextualmente configurações globais e não unidades dispersas - daí a importância do motivo destacar-se de seu fundo para a construção de uma mensagem clara. Devido aos efeitos de positivo e negativo, elementos claros em fundos escuros parecem expandir-se, ao passo que elementos escuros sobre fundos claros parecem contrair-se. Sendo assim, os fundos escuros confinariam, enquanto que os claros dariam a sensação de liberdade e espaço – valores importantes para o design de Zero Hora, como veremos mais adiante.

Para finalizar as questões de contraste e harmonia, antes de entrarmos em uma breve discussão sobre o planejamento gráfico, cabe referir os resultados obtidos com nossas observações sobre a escala e as cores mais utilizadas no fotojornalismo de Zero Hora. Tendo em vista que os elementos visuais são capazes de modificar e definir uns aos outros, é concebível que analisemos a escala, os tons, as cores e as formas em suas relações de

contraste, até porque uma cor, por exemplo, torna-se brilhante ou apagada dependendo da justaposição com outras cores.

Aprender a relacionar o tamanho com o objetivo e o significado é essencial na estruturação da mensagem visual (Dondis, 2003; Frutiger, 2001). Para isto serviria o controle da escala, que pode, ao mesmo tempo, fazer uma sala grande parecer pequena e aconchegante, e uma sala pequena, aberta e arejada. Esse efeito se estenderia a toda manipulação do espaço e o contraste de escala, nas fotografias de Zero Hora, nos parece mais presente do que o de formas, cores e tons - talvez pela larga utilização de planos conjunto que praticamente obrigam o uso da escala para se criar uma certa profundidade de campo. O contraste de cores, quando este aparece, geralmente ocorre em construções com tons primários e complementares, que justapõem o laranja e o azul, por exemplo. Mas em consonância com a aparente harmonia que reina na fotografia de Zero Hora, as cores principais mais utilizadas nas composições de ZH seriam a azul e a verde<sup>78</sup>, e como secundárias, o branco, o amarelo e também o azul. Ou seja, a fotografia de Zero Hora não utilizaria a cor como impacto, mas sim com toques difusos e contidos: por meio da utilização do azul e do verde, deixa-se transparecer passividade, elegância, religiosidade, compatibilidade, profundidade, fluidez, planura, e suavidade (Guimarães, 2000 e Dondis, 2003), fazendo com que as cores se harmonizem para evitar um efeito “perturbador” (Keene, 2002). E se atentarmos para as colocações de Guimarães (2000) sobre a relação cor-recepção, percebemos o quanto este elemento é importante para a leitura e edição do jornal impresso na atualidade, que ganha cada vez mais ares de revista. Para o autor, a partir de regras de agrupamento das cores, se

---

<sup>78</sup> Sobre a cor verde são interessantes as considerações de Guimarães (2000), que engloba âmbitos físicos e culturais. O autor diz que é na percepção dos matizes verdes que a retina encontra seu ponto de maior sensibilidade, tanto nos cones quanto nos bastonetes, e, também, por este motivo, o verde é a cor recebida de forma menos agressiva, com maior passividade. Também é culturalmente associado à esperança - e por isso ao jogo (futebol, bilhar, mesas de carteados, etc.) e a expressão do destino - e à fortuna (dólar, a verdinha). Na Idade Média era a cor da desordem e da transgressão; depois, no século XIX, passou a ser a cor da permissão, da liberdade e da autorização. É considerada a cor do equilíbrio, pois é a mistura do azul e do amarelo, da sombra e da luz.

poderia produzir determinados efeitos sobre o receptor: “utilizando uma combinação de cores saturadas e complementares lado a lado, como o vermelho e o *cyan*, podemos provocar uma reação de vibração e flutuação das cores na retina”, comenta o autor, que afirma ser possível “(...) com a escolha de combinações diferentes, (...) provocar efeitos de lucidez, seriedade, melancolia, serenidade, etc” (*idem*, p. 109). Além disso, a utilização da cor na mídia impressa também pode servir para dar pistas sobre seu público alvo, como nos parece ser o caso de Zero Hora quando esta utiliza muito pouco o recurso da saturação e lança mão de tons pastéis e cinzas para a composição de olhos, infográficos e boxes. Como diz Guimarães (2000, p. 111),

(...) quanto mais baixa a condição socioeconômica de determinado grupo, menos influência ele terá dos padrões e normas estéticas que definem a sofisticação do olhar (...) assim como, quanto mais alta for essa condição socioeconômica, menos cor será necessária para a satisfação do olhar e compreensão da informação.

Ainda sobre a questão das cores utilizadas em Zero Hora, cabe ressaltarmos o crescente papel do amarelo e a pouca utilização do vermelho, que demonstram aí, mais uma vez, a mistura tensão/relaxamento. De acordo com Sousa (2002), o amarelo é uma cor luminosa, ao ponto de obscurecer os restantes elementos da página, e por isso deveria ser evitada sua predominância nos jornais. No entanto, ela comparece muito em Zero Hora, principalmente no período que antecede sua reformulação gráfica<sup>79</sup>. Ou seja, com essa mudança, Zero Hora talvez tenha abdicado de uma sensação de maior expansividade, participação do leitor e também atenção, uma vez que o amarelo é a cor de maior retenção mnemônica, aquela que mais contribui para a fixação da informação (Guimarães, 2000). Mas talvez até mesmo em função da necessidade de criar mais “espaços de respiro” nas páginas, os

---

<sup>79</sup> Referimos-nos ao fato de os boxes e cartolas do jornal, que anteriormente eram coloridos num padrão de amarelo escuro, dar lugar a um tom de azul lavanda a partir de setembro de 2005. Cabe citar ainda que o amarelo aparece como cor principal das fotografias “de apoio” e também das fotos-janela que acompanham as fotografias analisadas. Outro dado que ainda não mencionamos em torno de nossa aferição sobre a cor: foram considerados, para fins quantitativos, somente as cores consideradas principais. Realizamos um agrupamento que se deu a posterior análise, quando percebemos a pouca incidência de cores como rosa, laranja, bege e cinza, por exemplo, que foram contabilizadas em seus matizes principais, como vermelho, amarelo e branco.

artistas gráficos do jornal prefeririam a mudança de uma cor fisicamente mais volumosa para uma que sugere contração<sup>80</sup>. No entanto, o amarelo reaparece nas fotografias, se não como expoente principal, com um forte papel secundário. E a título de curiosidade, cabem as considerações de Guimarães sobre a construção cultural que gira em torno da cor: em várias culturas, o amarelo é associado à loucura, à mentira e à traição (levando-se em consideração a ciência heráldica e períodos históricos como a Inquisição, por exemplo). No entanto, nossa sociedade mais recente parece ter modificado o conceito do tom, associando-o a alegria, ao calor, ao ouro, ao fruto maduro e à tropicalidade. Como questiona Guimarães (idem, p. 90), “a estrela de Davi, bordada em amarelo, ‘uniforme’ símbolo da opressão nazista, teria dado lugar ao uniforme amarelo-canário da Seleção Brasileira de Futebol, que surgiu na década 50”?

Sobre o pouco uso do vermelho nas fotografias de Zero Hora - até mesmo em detrimento do preto, cor tradicionalmente negativa -, poderíamos especular se o fator teria algo a ver diretamente com as associações em torno do tom: emoção exacerbada, erotismo, violência, perigo, agressividade, proibição, controle e materialismo - do fogo que transforma e, portanto, da revolução. Sendo Zero Hora um veículo que procura, nas palavras de seus profissionais, uma construção que dê conta de dois lados da história (e com um histórico de oposição à oposição política), o pouco uso do vermelho poderia ser lido como um sinal de aculturação e osmose dos editores e fotógrafos frente aos constrangimentos da organização? Ora, talvez sim, talvez não. Mas é importante referir: as fotos de Zero Hora somente apresentaram o vermelho como cor principal para abordar a tecnologia, a arte, o esporte (na eterna oposição

---

<sup>80</sup> Ver Guimarães, 2000, páginas 53 a 83.

gremistas e colorados), o *glamour* e a infração<sup>81</sup>.

Para finalizar este tópico não podemos deixar de discutir o contexto gráfico onde estão inseridas as fotografias, já que este influencia na leitura<sup>82</sup> e também na edição fotojornalística, como comentaremos a seguir. Já que falávamos de cor, vamos iniciar a discussão por esta: paradoxalmente, o vermelho aparece como a cor principal da logotipia de Zero Hora, assim como em seus fios e infográficos. O amarelo é o matiz mais utilizado em boxes (num tom mais escuro) e anúncios. E nas cartolas, predominam tons de azul, sobretudo depois da reforma gráfica do jornal.

Para Canga Larequi (in Sousa, 2002), a cor, num jornal, pode ser usada como suporte (quando constitui um fundo), elemento integrado (quando cumpre uma função), elemento natural (quando se coloca num lugar que pode ser interpretado como natural) e como protagonista (quando funciona como principal transmissor da mensagem). A cor em Zero Hora, de acordo com nossa livre observação, tem papel fundamental, mas serviria mais como elemento natural constitutivo das fotografias, sendo raros os momentos nos quais ela assume qualquer tipo de protagonismo. No entanto, é preciso referir que com a adoção do azul lavanda no lugar do amarelo escuro para grande maioria de seus boxes e cartolas, o jornal parece ter ficado mais leve, espaçoso e moderno. Com este exemplo é possível perceber a importância de observarmos o design gráfico para obtermos uma visão geral do contexto onde

---

<sup>81</sup> Um exemplo do uso do vermelho pode ser visto no copião 3. Cabe salientar que a cor também foi utilizada, algumas vezes, para referir à política. No entanto, a construção que utilizamos neste copião para exemplificar a questão não faz parte de nosso *corpus*, por isso a não inclusão da temática. Mas vale a pena referir: o uso do vermelho como alusão à política foi muito pouco, se considerarmos os escândalos que cercaram o Planalto em 2005. Mesmo envolvendo o PT, partido que utilizava o vermelho como cor identitária em suas marcas, Zero Hora utilizou mais o verde, o amarelo escuro e o preto&branco para referir a estes acontecimentos, dando a entender uma leitura de *república* e não de *partido*, pelo menos, no que tange ao uso da cor (Guimarães, 2003).

<sup>82</sup> Para Guimarães (2003) a leitura de uma página se faz em três níveis diacrônicos: primeiro das imagens, depois sobre os títulos e por último sobre os textos. De acordo com o autor, a imagem se torna discursiva quando há incentivo externo para a ação de uma leitura narrativa ou quando, em sua configuração, os diversos elementos da página se tornam individualmente visíveis.



estão inseridas as escolhas fotojornalísticas de Zero Hora, que seguem a política do veículo. Afinal, como diz Alonso (in Villafañe e Mínguez, 1996) a fotografia é uma parte do total da notícia, que contribuiria em sua transmissão; para tanto, é preciso analisá-la em sua interação com os títulos e com todo o corpo da informação, e não somente com sua legenda<sup>83</sup>.

Assim como afirma Mouillaud (1997) é preciso levar em conta que o discurso desenvolvido num jornal não está solto, mas sim envolvido no que o autor chama de “dispositivo”<sup>84</sup>; e até mesmo por acreditarmos que o contraste (entre zonas claras e escuras), o balanço (que distribui os elementos na página de acordo com seu peso visual), o ritmo (estabelecido do maior ao menor, do escuro para o claro, etc.), a proporção, a unidade e todas as boas características do design sistematizadas por Barnhurst e Evans (in Sousa, 2002), influenciam e circundam a leitura, a escolha e a hierarquização das fotografias de um jornal.

Ora, não é possível esquecer que o jornal impresso diário, conforme sustenta Djalma Benette (2002), é resultado da combinação das linguagens verbal e visual (que só se torna possível antes da distribuição e após a comercialização publicitária, “feixes sustentadores” do jornal como empreendimento econômico que é). Todos os elementos visuais dispostos em uma página poderiam ser assumidos como gêneros discursivos, que possuiriam certa autonomia - o que não significa independência - uns dos outros. Além disso, o usuário do jornal é convocado para uma leitura superficial em função da própria natureza fugaz e digerível do produto. E embora não pretendamos realizar um estudo de filiação semiótica, é

---

<sup>83</sup> Uma breve amostra sobre esta questão pode ser vista no copião 3, que apresenta algumas construções foto-texto e foto-título, seja pelo corte dado na fotografia ou pela “conversa” entre os discursos verbal e visual. Cabe ressaltar que estas construções de Zero Hora nos parecem jogar com elementos imagéticos que promovem uma leitura histórico-cultural que, conjugada com a palavra, orienta processos de geração de sentidos, fazendo jus aos conselhos barthesianos (1984) para a fotografia de imprensa.

<sup>84</sup> Para Mouillaud os dispositivos são os lugares materiais ou imateriais nos quais se inscrevem os textos - formas de linguagem, icônicas, sonoras, gestuais, etc. O dispositivo tem uma forma que é sua especificidade, um modo de estruturação do espaço e do tempo. Ele não seria um “suporte”, mas sim uma “matriz” que impõe sua forma ao texto e vice-versa: ambos se precedem e se determinam de maneira alternada.

Copião 3

Design gráfico: usos do vermelho e diálogo foto-texto



Capa, 25/08/05, Mauro Vieira



Capa, 28/08/05



Contracapa, 21/03/05, Lidiiane Mallmann/Especial



P. 22, 14/12/05



Capa Segundo Caderno, 13/12/05



Capa Segundo Caderno, 08/12/05



P. 4-5, Caderno de Cultura, 20/08/05



Capa Segundo Caderno, 10/08/05

preciso concordar com Benette (2002, p.49), para quem o jornal impresso pode ser entendido como sistema modelizante, pensado em dois níveis.

A linguagem verbal, que origina todos os textos (narrativas ou imagens), está calcada em notícias (...). Mas de onde vem a possibilidade de expressão/representação dessa base da linguagem verbal? Sem dúvida, da visualidade, da diagramação do jornal. Ela determina a disposição dos textos, verbais e não verbais, organizados semioticamente, ou seja, a espacialidade e a temporalidade do objeto. Compreender a dimensão semiótica do tratamento gráfico é um modo de alcançar a própria dimensão ideológica que define não só o que vai ter mais ou menos destaque num jornal, mas aquilo que deve despertar o interesse do leitor e fazer com que a troca (comunicação) não acabe.

Ou seja, grande parte do poder de atração que exercem os jornais se dá em função do design, que dota a imprensa de beleza e de uma capacidade de gerar efeitos cognitivos específicos no leitor que, “enquanto comunicação estética, torna os jornais objetos de contemplação e de usufruto artístico” (Sousa, 2005, p. 263). São “los tamaños, los contrastes y las formas las que guían al lector sobre cómo ha de leer, que ha de leer y que ha de esperar de la lectura”, e estas últimas considerações de Vilches (1998, p. 42), em especial, nos fazem pensar sobre o ato de “fisgar” o leitor a ponto de ele comentar uma determinada fotografia. Neste sentido, podemos citar Eliseo Verón (2004, p. 219) para quem “o sucesso (ou fracasso) não passa pelo que é dito (o conteúdo), mas pelas *modalidades de dizer o conteúdo*”.

É interessante referirmos alguns aspectos históricos em torno do desenho dos jornais, pois eles servem para clarear alguns hábitos de formatação da imprensa atual. Aguado (in Sousa, 2002), por exemplo, afirma que o aumento do fluxo de informação nas redações, motivado pela criação das agências na segunda metade do século XIX, incentivou a hierarquização das notícias, fazendo crescer a preocupação pelo planejamento e pela paginação (o que teria conduzido à diagramação prévia). Barnhurst (*idem*) refere que, já no início do século XIX, proporcionar facilidade na leitura era uma preocupação do grafismo nos

jornais em função da impressão de títulos em letras carregadas e grandes visando uma melhor compreensão das pessoas menos alfabetizadas. Especialmente entre 1920 e 1949, os jornais foram progressivamente ordenando a informação, tendo as fotografias assumido, gradualmente, papéis de ancoragem gráfica. E talvez aqui repouse um dos valores do “bem fazer” fotográfico para a imprensa: a utilização de uma fotografia muito detalhada dificilmente suportaria ser inserida num espaço pequeno, já que o leitor não conseguiria observar todos os detalhes; ao contrário, uma fotografia mais limpa, poderia ser paginada em pouco espaço e lida mais facilmente (Sousa, 2002). Além disso, historicamente, podemos pensar que a utilização do fumarento *flash* de magnésio (que não possuía um odor muito agradável e espantava as pessoas) foi uma das primeiras contribuições para a solidificação da rotina de se buscar a foto única - e daí a necessidade de construir uma fotografia como signo condensado (Sousa, 2002, Freund, 2006), que conjugasse numa única imagem os diversos elementos significativos de um acontecimento, de maneira que este fosse facilmente identificável e lido. Talvez venha daí o fato de as imagens serem valorizadas, sobretudo no início do século XX, mais pela nitidez e reprodutibilidade do que pelo seu valor noticioso intrínseco (Hicks in Sousa, 2002).

A influência da *Society of Newspaper Design*, fundada em 1979, contribuiu muito para a institucionalização de um estilo modernista no design gráfico da mídia impressa, que prima pela ordem, limpeza, modulação, funcionalidade, clareza e tranquilidade – características também observadas no layout de Zero Hora. Mas a demanda por um cuidado especial com as questões visuais foi, principalmente, um apelo do público leitor: como refere Silva (1991), comentando as pesquisas do *Newspaper Readership Project* - realizado em 1977 pela *American Society of Newspaper Editors* e pela *Associated Press Managing Editors* -, os principais alvos de insatisfação com o produto jornal seriam as questões gráficas,

especialmente na comparação de periódicos tradicionais com outros mais recentes, como *Times versus USA Today*<sup>85</sup>. E mesmo com o advento da estética pós-moderna em princípios dos anos 90 - de grafismos arrojados e experimentais inspirados pela visualidade televisiva - os princípios modernos ainda permanecem como base na diagramação de jornais como Zero Hora. Sousa (2005, p. 265) refere à questão ao comentar:

García (1981) escreveu, já então, que admirava um jornal por ser acessível, limpo e fácil de ler, pelas suas fotografias de grande tamanho, pela paginação modular e horizontal, pelo uso expressivo dos espaços em branco (por exemplo, a rodear o título da publicação), pelo diminuto número de temas chamados à primeira página e pela constância no tamanho das letras dos títulos (compostos em maiúsculas e minúsculas e sem caracteres excessivamente carregados). García admirava, em síntese, o jornal com um design moderno.

Mas para Bacelar (1998), o conjunto dessas afirmações divorcia o design da importância da interpretação, apontando a valorização da percepção como elemento principal, sobrepondo à visão no lugar da leitura, trocando a diferença pela universalidade e priorizando o instantâneo à mediação. Para o autor, a ênfase na simplicidade, na unidade, na harmonia, na proporção, no equilíbrio e na tipologia levaram o design gráfico para uma expressão somente voltada aos aspectos psicomotores, fisiológicos, sensoriais e instantâneos, e não na leitura e na maturação do que é percebido/ofertado. Andión (in Sousa, 2002), aliás, vai mais além, afirmando que a “modernidade” revela a imprensa “pós-televisiva”, que seria o modelo

---

<sup>85</sup> Cabem aqui considerações sobre o caso brasileiro: de acordo com Silva (1991), somente no início dos anos 90 é que a apresentação gráfica de nossos jornais passou a ser influenciado pelo modelo norte-americano. Citando Danton Jobim, o autor comenta que, no início dos anos 50, notava-se na aparência dos jornais brasileiros a obediência ao modelo gráfico francês, com excesso de títulos, profusão de fotos e ausência de lógica na hierarquização do material. Estas tendências foram sendo modificadas ao longo dos anos, especialmente após a reforma gráfica do Jornal do Brasil, também na década de 50. Para Silva, os jornais brasileiros aprenderam bem a aplicar o modelo americano, utilizando notícias no modo indicativo, ordem direta, pirâmide invertida, resposta as seis perguntas no lide, frases curtas e vocabulário simples. Tanto que hoje os impressos brasileiros teriam uma aparência melhor organizada e mais cômoda do ponto de vista visual do que as próprias publicações americanas. O autor completa (p. 148): “o jornalismo brasileiro é superior na qualidade de edição (textos dispostos com maior clareza nas páginas, interligação de assuntos mais coerente, maior preocupação com a comodidade do leitor), na criatividade da pauta (mais engenhosa, atrevida, descontente com o mero acompanhamento do que já aconteceu), na variedade da estrutura do texto (fórmulas de encadeamento da descrição dos fatos menos fossilizadas do que as americanas) e na concepção visual (diagramação mais solta, arejada e original e fotos com uma média de composição superior, embora com qualidade de impressão inferior)”.

reinante na mídia impressa atual. O uso da cor e infográficos em larga escala, de fotografias essencialmente ilustrativas e de conteúdo claro - além de pequenos retratos junto a assinaturas que teriam o efeito de “vedetização” dos jornalistas assim como ocorre na TV - seriam todos resultantes da influência e propagação da linguagem televisiva.

Este tipo de imprensa também seria composta de muitas notícias breves (de um ou dois parágrafos) e alguns artigos com o máximo de dois mil caracteres, redigidos em frases curtas de poucas idéias. Em função disso, a autora critica o atual *newspaper design* por este expressar-se somente como organizador de materiais e não como um componente comunicacional. Para Andi3n, o design atual neutraliza as possibilidades comunicativas da escrita, transforma o discurso jornalístico numa cr3nica de costumes, faz com que o tempo de leitura termine logo no primeiro n3vel de aproxima33o do leitor ao jornal e utiliza a fotografia, as ilustra33es e os gr3ficos como elementos insignificantes que servem a dados ef3meros.

Ainda sobre os estudos de Andi3n, Sousa (2002) comenta que os jornais “p3s-televisivos” procuram tamb3m oferecer uma abundante informa33o de evas3o (sonho), cria33o (entretenimento, prazer na leitura) e de servi3o, o que satisfaz de imediato o leitorado, e pode ser verificado em Zero Hora na quantifica33o dos eventos considerados os principais do jornal, “chamados” pela fotografia: o esporte reina absoluto como mat3ria de capa, e os eventos em geral - como espet3culos, produtos culturais, a vida das celebridades e curiosidades do cotidiano - s3o as mat3rias mais referidas na contracapa<sup>86</sup>. A partir da3, Sousa pergunta: at3 que ponto o leitor m3dio se sentir3 gratificado com outro tipo de produto impresso? Em conson3ncia com os estudos de Garcia, Stark e Miller (in Sousa 2002 e Wolf,

---

<sup>86</sup> Cabe ressaltar que a capa do jornal 3 geralmente montada em torno de duas manchetes, uma ancorada no texto e outra na imagem. Entre os assuntos das manchetes verbais destacaram-se, em 2005, as not3cias do governo federal, motivadas pelas sucessivas CPIs, e em segundo plano a seguran3a p3blica, a economia, e notas pontuais sobre os governos estadual e municipal, agricultura, esporte, clima e eventos internacionais.

2005) verificamos entre nossos leitores entrevistados que a maior parte deles não *lê* os jornais, mas sim os *observa*, escaneando títulos, linhas e imagens, aprofundando a leitura somente nos casos em que uma matéria vá ao encontro de seus gostos e expectativas - ou ainda, nas palavras do autor (Sousa, 2005, p. 267), “nos casos em que uma peça lhes permita refugiarem-se na segurança do sentimento de que aquilo que acontece aos outros não lhes acontecerá (crimes, acidentes, etc.)”. Neste sentido, são interessantes alguns resultados da pesquisa de Rosenblatt (in Sousa, 2002): a análise, o aumento na quantidade de fontes contrastadas e a contextualização, em comparação ao número de assuntos tratados, teriam gerado no público a sensação de que hoje enfrentamos mais problemas e de que os órgãos de comunicação apenas trariam más notícias. Os estudos revelam que a forma afeta o conteúdo, ou seja, afeta a produção de sentidos e a construção de referentes sobre o mundo. Barnhurst e García (in Sousa, 2002), de certa forma, também partilham das opiniões de Rosenblatt: para os autores, a limpeza e a clarificação dos conteúdos têm levado as pessoas a sentir que o mundo é mais inseguro e menos bonito, gerando aí um interessante paradoxo<sup>87</sup>.

Finalizando nossas considerações sobre o design gráfico, cabem ainda as considerações de Barnhurst (*idem*), para quem a dominância da horizontalidade nos jornais induz à tranquilidade, enquanto a verticalidade - ou linhas compridas e pouco espaçadas - promovem um ambiente hostil para a leitura. Para o autor, os títulos elaborados com letras maiúsculas carregadas, condensadas ou em itálico pareceriam mais ativos, ao contrário dos impressos em letras minúsculas menos carregadas, que gerariam sensações de tranquilidade - como é percebido na comparação de duas edições de Zero Hora (copião 4), antes e depois da

---

<sup>87</sup> Sobre a importância do contraste cabem as considerações de Dondis (2003, p.108): “Reduzir a tensão, racionalizar, explicar e resolver as confusões são coisas que parecem, todas, predominar entre as necessidades do homem. Só no contexto da conclusão lógica dessa indagação incessante e ativa é que o valor do contraste fica claro. Se a mente humana obtivesse tudo aquilo que busca tão avidamente em todos os seus processos de pensamento, o que seria dela? Chegaria a um estado de equilíbrio imponderável, estável e imóvel - ao repouso absoluto. O contraste é uma força de oposição a esse apetite humano. Desequilibra, choca, estimula, chama a atenção. Sem ele, a mente tenderia a erradicar todas as sensações, criando um clima de morte e de ausência de ser”.

reforma gráfica que tornou mais esguia a fonte utilizada nos textos. A grande presença da horizontalidade nas fotografias de Zero Hora é um dado interessante: geralmente este formato é o preferido dos jornais *standart*, sendo as fotografias verticais as mais utilizadas nos tablóides. No entanto, é notória em Zero Hora a influência do *jeito Folha de São Paulo* de diagramar o espaço, ou, ainda a atenção aos costumes do formato *standart*, entre eles o de colocar uma foto entre o espaço da dobra para assegurar a leitura da página inteira. Zero Hora não possui dobra, mas a foto de capa geralmente “fecha” a página, leva o leitor para a parte inferior do papel. Estes dados, junto a “ditadura do retângulo” (Guimarães, 2000) seriam os apontados para justificação das escolhas horizontais.

Após todas estas considerações a respeito dos elementos de sintaxe visual que giram em torno da edição de fotografia de Zero Hora, cabe ainda uma importante consideração de Dondis (2003): não há porque atribuir juízos de valor aos fenômenos da percepção visual, já que eles não são nem bons, nem maus. O que interessa é percebermos de que maneira eles reforçam o significado, o propósito e a intenção, ou seja, como podem ser utilizados como base para a interpretação e a compreensão. Este movimento nos serve então para percebermos que “as coisas visuais não são simplesmente algo que está ali por acaso. São acontecimentos visuais, ocorrências totais, ações que incorporam a reação ao todo” (*idem*, p. 31).



Copião 4

Reforma gráfica de Zero Hora - capa, contracapa e páginas internas



Capa, 12/08/05



Capa, 12/11/05



Contracapa, 09/08/05



Contracapa, 21/11/05



Páginas internas, 18/03/05



Páginas internas, 30/12/05

### 3.2 O acontecimento na fotografia de Zero Hora

Como mencionamos no tópico 2.3, pretendemos, neste item, discutir a questão do acontecimento, situando-o também em função das teorias da notícia, com o objetivo de ampliarmos o conceito numa discussão sobre a existência de possíveis *acontecimentos fotográficos* - ou fotojornalísticos - no âmbito de Zero Hora. Acontecimentos estes que romperiam, não com a superfície dos *fatos*, mas sim com o terreno das *construções imagéticas* da mídia impressa.

Para tal, é importante mencionarmos como surgiu nosso raciocínio em torno da questão: em um texto de Kilpp (2006) sobre os acontecimentos dos *mundos televisivos*, a autora refere, ao lembrar do atentado de 11 de setembro, que o verdadeiro acontecimento interno ao mundo televisivo seria a TV não ter dado cobertura a um evento como este - o que significa dizer que a TV, para realmente *acontecer*, teria de romper com seus critérios de noticiabilidade e com o que é usualmente encarado como uma grande pauta. O que nos parece bastante lógico, já que boa parte dos acontecimentos noticiados não pertence, propriamente, a esta natureza, como iremos comentar mais adiante observando o fotojornalismo de Zero Hora.

Aproximando este questionamento do âmbito do jornal, primeiramente poderíamos dizer que há sim espaço, no fotojornalismo de ZH, para o acontecimento como algo interno a um tipo de mundo diferenciado, ou seja, um acontecimento próprio a um conjunto de diversas relações - objetivas, subjetivas, passadas e futuras - que compõe toda uma representação

(Renouvier in Lalande, 1993)<sup>88</sup>.

Para situarmos melhor a questão, talvez seja interessante voltarmos no tempo: no momento em que os profissionais do *Jornal da Tarde* decidiram utilizar, na capa da publicação do dia 6 de julho de 1982, uma fotografia aberta que ocupava quase toda a página da edição (excluindo somente o espaço da logo do jornal e de uma legenda-título), foram inauguradas, no cenário brasileiro, novas formas de pensar e fazer a capa de um jornal impresso diário.

Na foto, o plano médio de um menino aos prantos, vestindo a camiseta da seleção brasileira, sobre um fundo desfocado. Na legenda, a frase “Barcelona, 5 de julho de 1982”, escrita sobre uma tarja preta. Na capa, o sentido de tristeza nacional com a desclassificação do Brasil na Copa, “dito” de forma que nenhum texto verbal poderia dizer melhor (para o público-alvo do periódico, é claro). Nas bancas, altas vendas. Nos modos de desenvolver o produto da imprensa diária, a valorização e percepção da força de uma fotografia.

---

<sup>88</sup> É importante referir que não pretendemos desenvolver uma teorização em torno dos mundos fotográficos, sobre suas características e desenvolvimentos, mas sim nos apropriarmos de um conceito de Kilpp para pensarmos o que nos interessa: a edição de fotografia de Zero Hora e suas imbricações. No entanto, não pudemos deixar de perceber, ao longo de nossa observação do veículo, que as imagens do jornal dialogam entre si e com a própria mídia, por meio do estabelecimento de intertextualidades e suítes. Acreditamos que as fotos sistematizadas no copião 5 são exemplos destes movimentos, uma vez que motivaram fotógrafos diferentes a utilizar os mesmos valores/enquadramentos para pautas semelhantes e fazem com que o jornal publique *suitagens* da pauta em função da cobertura fotográfica. Além disso, como coloca Keene (2002), ao fotografar eventos que ocorrem sazonalmente, o profissional geralmente guarda referências para o ano seguinte; no entanto, como apresentam as fotos sobre a Semana Farroupilha e o clima gaúcho, publicadas por fotógrafos diferentes em 2005 e 2006, talvez existam mais relações semelhantes entre o gosto/repertório dos fotógrafos - ou da aculturação pelo meio - do que propriamente o estudo do local.



Fig. 3 - Capa Jornal da Tarde, reprodução Ferreira Júnior, 2003.

Quase dois anos depois, no mesmo jornal, a planaridade do suporte foi explorada novamente - desta vez, ao extremo. Em pleno 17 de abril de 1984, um dia após um grande comício realizado na capital paulista a favor da emenda Dante de Oliveira, uma única foto ocupa a primeira e a última página da edição, dispensando título e legenda. E em 26 de abril, no dia seguinte à rejeição da mesma emenda, a capa do JT traz apenas uma mancha gráfica na cor preta, com uma pequena legenda embaixo. Somente um signo. Uma entropia máxima. E a negação, para fotografia, de um espaço nobre. Poderíamos chamar este caso de um *acontecimento no interior dos mundos visuais da imprensa escrita?*



Fig. 4 e 5 - Capas Jornal da Tarde, reprodução Ferreira Júnior, 2003.

Copião 5  
Mundos fotográficos - Remissões e diálogos entre as fotografias de Zero Hora



P. 6, 13/12/06, Emerson Souza



Capa, 13/09/05, Ricardo Duarte



Capa, 24/05/06, Charles Guerra



Capa, 21/11/05, Paulo Vilani



Capa, 23/05/05, Tadeu Vilani



Capa, 02/08/05, Júlio Cordeiro



Contracapa, 14/08/06, Emílio Pedroso



Capa, 21/06/05, Tadeu Vilani



Capa, 19/12/05, Mauro Vieira



Capa, 19/07/05, Adriana Franciosi

Copião 5 - continuação  
Remissões e diálogos entre as fotografias de Zero Hora



Contracapa, 03/11/05, Jean Pimentel



Contracapa, 04/07/05, Tadeu Vilani



Contracapa, 09/07/06, Emerson Souza



Contracapa, 05/12/05, Júlio Cordeiro



Contracapa, 20/12/05, Mauro Vieira



Esportes, 01/11/05



Contracapa, 31/10/05, Mauro Vieira



Esportes, 03/11/05



P. 5-6 Caderno de Cultura



Capa, 21/01/05, Mauro Vieira

Em *Ethiidades Televisivas* (2003), Kilpp comenta que, em função da visibilidade que a TV dá a certas pessoas, objetos e acontecimentos, ela acaba também por visibilizar certos imaginários, capazes de engendrar novas formas de percepção - e, portanto, instaurar diferentes mundos e moldurar os gêneros de tal forma que, ao final, teria origem o gênero televisivo, algo que poderia ser caracterizado como mais ou menos documental e/ou ficcional.

Em *Acontecimento, memória e televisão* (s/data, p.6), a autora diz:

(...) percebo no acontecimento televisivo, por mais documental que seja, um mínimo de ficcionalização; do mesmo modo, por mais ficcionalizado que possa ser, há nele sempre um mínimo do acontecimento, aquilo que é só dele e que não pode ser de outra coisa. A diferença entre a coisa (o acontecimento) e a coisa percebida, no caso, percebida pela TV, é uma diferença de grau e não de natureza.

Sendo assim Kilpp sugere que o programa *Big Brother Brasil* é um acontecimento no interior dos mundos televisivos da TV Globo. Não somente porque a TV o enuncia desta forma, mas porque as práticas em relação ao programa rompem com outras muito sólidas, habituadas há tempos na TV brasileira, sinalizando “outro horizonte de expectativa no interior dos mundos televisivos” (*idem*, p. 7). A autora continua seu pensamento ao dizer que a montagem de *reality shows* como *BBB* “operaria basicamente em dois sentidos: penetrar tecnicamente as vísceras da ‘realidade’ e criar imagens que são ‘realidades’ em si mesmas” (*idem, ibidem*). E admitindo que nosso *acontecimento fotojornalístico* seria então uma *ethicidade*, temos que procurar, de acordo com Kilpp, cercar e compreender as molduras e as moldurações em que aquele foi enunciado.

No entanto, antes disso, é preciso situar a construção do conceito de *ethicidade*: buscando encontrar sentidos menos sólidos para o termo identidade, Suzana Kilpp (2005) ressignificou a noção de *ethos* (conjunto dos costumes e hábitos fundamentais do

comportamento e cultura de uma determinada coletividade, época ou região), “sem perder de vista os processos de individuação e sem desconsiderar as individualizações impostas pela comunicação massiva ou as ‘identidades’ sugeridas pelo mundo da moda” (2005, p.13). Ou seja, pensando nos processos de subjetivação e individuação, na modificação da natureza na reprodução das idéias e também sobre a falência da representação<sup>89</sup>, a autora propôs o conceito de *ethicidades*, que seriam subjetividades virtuais que se atualizariam enunciativamente em certas e diferentes molduras e moldurações, com seus sentidos negociados (emoldurados) em diferentes instâncias entre emissor e receptor, que ainda compartilham - de modo desigual, diferenciado e mínimo - de certos imaginários que tornam os sentidos comunicáveis.

Voltando às subjetividades propostas por Canevacci (2001), é o autor que sustenta que as mercadorias, como sujeitos que são, na configuração atual, têm uma vida social própria. Sendo assim, nossos objetos de pesquisa podem ser vistos como mercadorias possuidoras de ciclos de vida, problemas de identidade e modelos classificatórios, com finas e mutantes diferenças do elemento humano. Como coloca Suzana Kilpp (2005, p. 12), nos termos de Guattari, “(...) as máquinas de subjetividade (...) difundem preceitos éticos e estéticos, cujos sentidos são enunciados em molduras que sugerem certos imaginários em relação aos quais são agenciados os sentidos identitários”.

Como já referimos anteriormente, as molduras, por sua vez, seriam instauradas pelo encontro de duas ou mais superfícies/formas diferentes, que produziriam uma ilusão de bordas/ filtros que implicam novos sentidos sobre as partes (Kilpp, 2003, p.37). As molduras instaurariam territórios de significação no interior de suas bordas, tornando-se limites.

---

<sup>89</sup> A autora refere-se, respectivamente, as produções de Suely Rolnick, Massimo Canevacci e Giles Deleuze.



Pensando na questão pictórica, a autora refere que a ambiência mais geral na qual a pintura passou a ser moldurada, seria o contexto e as condições sociais de produção. Esta quase-moldura - que não se confundiria com a moldura propriamente dita - seria uma moldura segunda, que destaca a imagem da primeira e permite que ela exista por si mesma. O corpo do espectador seria também moldura (em congruência com Bergson, 1999), pois, “se a percepção das imagens se dá pelo seu reconhecimento, é nos atravessamentos dos corpos-moldura que se produzem os sentidos” (Kilpp, 2003, p.37).

Ao abordar as *heterotopias* e *heterocronias* do cinema e da televisão, Rezende (2000) utiliza Bergson para falar de dois tipos de memória: uma *habitual* (de repetição, como o aprendizado de cores, lugares, pessoas etc.) e uma *espontânea* (da lembrança, responsável pelo armazenamento dos fatos da vida). A formação da memória habitual teria uma utilidade imediata para a vida, uma vez que abrevia o mecanismo da percepção para tornar mais rápida a reação ao estímulo percebido. E como a formação da memória se relaciona também ao mecanismo do reconhecimento, daí resultam um *automático* e outro *atento*. O primeiro é de ordem prática, que se prolonga na ação imediata sem se concentrar na descrição. O reconhecimento automático não realiza a *memorização*, que é feita, por sua vez, pelo reconhecimento atento – capaz de nos reconduzir ao objeto quando deste não possuímos uma memória habitual, empreendendo um trabalho de recuperação das lembranças. Ou seja, é o movimento que faço ao ver algo em uma determinada condição e tento reter alguns traços disto na memória, para reutilizá-los quando a percepção reaparecer.

Sendo assim, a compreensão dos códigos e linguagens está estreitamente relacionada com o reconhecimento atento e com as lembranças. A cada nova informação recebida, o espectador busca estes elementos que possam ser relacionados à imagem atualmente

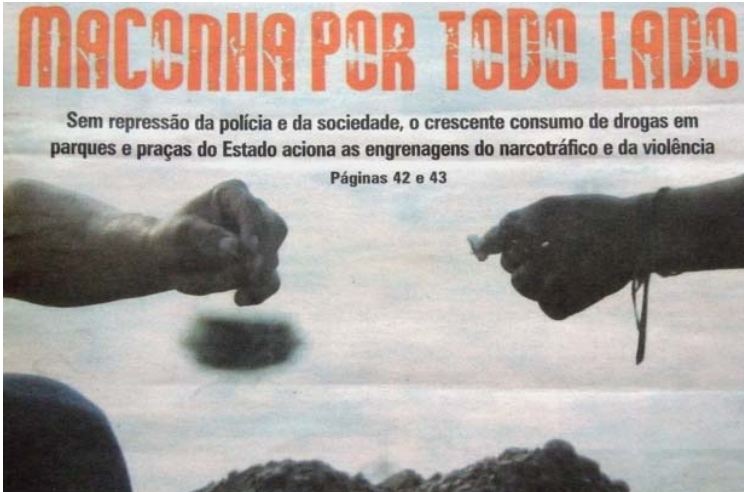
percebida. Por comparação entre essas imagens, ele lhes atribui significado. A incompreensão das imagens viria, então, da inexistência, em nossa memória, de uma lembrança correspondente.

Ainda de acordo com Rezende, no espaço televisual, o espectador experimenta o reconhecimento automático, um tipo de memória que não tem data ou marca que revele sua origem, e que está mais no presente do que no passado – uma vez que serve mais aos interesses da sobrevivência imediata. Nos jornais, poderíamos dizer que as fotografias que ilustram a edição também são lidas, em sua grande maioria, neste contexto. No entanto, arriscamos dizer que, assim como no cinema, ao se observar algumas fotografias de Zero Hora (ver copião 6), o receptor experimenta muito mais um reconhecimento atento do que automático. Para nós, por exemplo, a visão destas fotografias remonta à lembrança de imagens como o “gângster” ou o “manda-chuva”, a um famoso trabalho de Michelangelo, a dunas de areia, a submarinos e ao uniforme da Ku Klux Kan.

Para encerrarmos os apontamentos sobre a construção do conceito de *ethicidade* ainda é preciso referir a questão do imaginário, abordada por Suzana Kilpp (2005, p. 27-28) partindo de Castoriadis, para quem

(...) o imaginário é criação incessante e essencialmente indeterminada de figuras/formas/imagens, sendo que aquilo que chamamos realidade e racionalidade são seus produtos. Todo pensamento da sociedade e da história pertence em si mesmo à sociedade e à história. A instituição (aquilo que é instituído) é uma rede simbólica, socialmente sancionada, onde se combinam, em proporções e em relações variáveis, um componente funcional e um componente imaginário. (...) Para o autor, o imaginário social é mais real do que o “real”, e cada sociedade constitui seu próprio real: ele seria condição de existência da sociedade como sociedade humana.

Copião 6  
Reconhecimento atento nas fotografias de Zero Hora



Capa, 27/11/05, Emerson Souza



P.13 , 27/01/05, Arivaldo Chaves



Contracapa, 21/12/05, Júlio Cordeiro



Contracapa, 01/07/05, Jasper Juinen/AP



Capa, 03/05/05, Júlio Cordeiro

Fazendo agora novamente nosso movimento de retorno histórico, para voltarmos à discussão mais pontual da existência de *acontecimentos fotográficos* em Zero Hora, é importante salientar que foi já no final dos anos 50, com a célebre reforma gráfica do *Jornal do Brasil* realizada por Amílcar de Castro, que se iniciava o período que levaria a imprensa brasileira até o retângulo preto na capa do JT, nos anos 80. Durante este período, foram abertos mais espaços para fotos, elementos visuais e construções estéticas também no jornalismo diário. Hoje, nota-se não só a máxima de “mais fotos”, mas sim de “fotos abertas” e “boas fotos”.

O que seria uma boa foto é uma questão que envolve múltiplos olhares e valorações: de fotógrafos, de jornalistas, de editores e de artistas gráficos, como já abordamos em parte no tópico anterior e voltaremos a discutir no capítulo 4. No entanto, ao observarmos especialmente as imagens dos copiões 9 e 10, podemos arriscar o palpite de que as melhores fotos do jornal - leiam-se, as que ganham a capa ou contracapa da edição - constituem-se não somente em bons “registros”, ou atendimento aos critérios de noticiabilidade, ou ainda boas construções técnico-estéticas, mas sobretudo, conseguem instaurar rompimentos no âmbito visual da imprensa escrita, que ultrapassam - ou balançam - dificuldades técnicas, cânones estabelecidos, pautas constituídas e percepções/construções habituais.

A nosso ver, estas imagens não rompem somente com “os mundos visuais da imprensa escrita”, por derrubarem práticas sólidas da edição fotojornalística, mas também dão espaço para acontecimentos que são, por definição, fotográficos; ou seja, que se tornaram pauta de capa também em função de sua construção visual e não somente por sua posição no ranking do *newsmaking*. Afinal, cerimônias de posse, assaltos, condições climáticas, reformas de prédios públicos e esportes se constituem como assuntos comuns na imprensa diária,

sobretudo em veículos que prezam a localidade. A ambigüidade do produto fotográfico observada nestas imagens, se pertencente a “categoria” documental ou ficcional (partindo do impresso, se fotojornalístico ou ilustrativo) também é algo que surpreende e reafirma um provável rompimento.

Recuperando as já citadas palavras de Derrida (in Kilpp, 2006), o acontecimento seria “uma diferença, uma descontinuidade, um recém chegado singular. (...) Assim como pode surpreender que não venha aquilo ou aquele que se espera”. Aproximando a discussão do campo jornalístico, Alsina (in Sousa, 2002, p. 25) afirma que “o acontecimento seria um fenômeno de percepção do sistema, enquanto a notícia seria um fenômeno de geração do sistema”. Para o autor, os elementos principais do acontecimento jornalístico seriam a variação no sistema (ruptura das normas), a comunicabilidade dos fatos (pois só existe acontecimento quando este é comunicado e comunicável) e a implicação do sujeito (já que os consumidores participam na construção de sentido das mensagens mediáticas).

Neste sentido são interessantes as considerações de Mouillaud (1997), para quem no momento mesmo do acontecimento não existe nada para ser visto: no caso de uma explosão, por exemplo, é o caos que impera. A ordem só irá se constituir depois do jornal produzir seus esquemas que substituiriam o caos por uma “topografia nítida e distinta”, criando o que Umberto Eco, partindo de Aristóteles, chama de “intriga”, ou seja, “a procura e o estabelecimento de uma coerência, de uma unidade em uma diversidade, para nós, caótica. Trata-se de constituir um todo cujas partes estejam coordenadas” (*idem*, p. 51).

Sendo assim, para Rodrigues (in Sousa, 2002), a notícia e o acontecimento seriam interligados, mas a primeira seria um acontecimento que se debruça sobre outro. No entanto,

muitas vezes, a própria notícia funciona como acontecimento suscetível de desencadear novos eventos. Enquanto acontecimento, a notícia teria características específicas: seria discursiva, aconteceria no “dizer-se” e produziria qualquer coisa pelo fato de enunciar.

Neste sentido são importantes as considerações de Galtung-Ruge (in Wolf, 2005, p.210): para ser noticiável, o acontecimento deve ser significativo, ou seja, “interpretável dentro do contexto cultural do leitor”. E ainda é preciso levar em conta que os acontecimentos na contemporaneidade ocorrem sobre uma teia que mescla real e ficcional, dimensões de fronteiras já não tão fáceis de delimitar. Em função disso, o jornalista se vê forçado a pensar em formas alternativas de representação do acontecimento, muitas vezes estabelecidas sobre o argumento do consumo. Em função disso, Pierre Nora e Tudescq (in Sousa, 2002) puderam afirmar que nossa sociedade atual é uma espécie de “sociedade acontecedora”, que segrega diversificados acontecimentos. Para os autores, não existiriam “pseudo-acontecimentos” ou “acontecimentos mediáticos”, por exemplo, já que todos são uniformizados em função das representações jornalísticas. Para completar o quadro, os *news media* ainda começaram, na visão de Fontcuberta (in Sousa, 2002), a difundir relatos de não-acontecimentos, ou seja, aqueles construídos a partir de fatos não sucedidos, como o governo *não* se pronunciar sobre algo, por exemplo. Este movimento viria a minar as “bases tradicionais do jornalismo”, que se fiaria sobre a realidade, a veracidade e a atualidade.

Antes de continuarmos a discussão, acreditamos ser interessante comentarmos brevemente a “tipificação dos acontecimentos”, sistematizada por Traquina (2005b). Cabe ressaltar que partimos dela para aferir quantitativamente mais um item de nosso questionário metodológico, em torno do contexto noticioso no qual se incluem as fotos de ZH que formam o nosso *corpus*. Sendo assim, classificamos nossas fotografias como pertencentes às 1)

notícias ligeiras; 2) em desenvolvimento; 3) em continuação; 4) noticiosos localizados; 5) mega-acontecimento 6) de rotina/pseudo-acontecimento; 7) não intencional; e 8) mediáticos. Isso significa dizer que os acontecimentos poderiam ser respectivamente categorizados como aqueles que dizem respeito às fraquezas humanas; como apresentações factuais de ocorrências consideradas noticiáveis (podem ser súbitos, pré-anunciados ou não programados, mas fazem parte de um tempo/espaço específico já constituído); como intencionais, pré-planejados e promovidos pelo organizador; como ocorrências súbitas e não-planejadas; ou ainda, como ocorrências que tornam o ato de assistir obrigatório<sup>90</sup>.

Sendo assim, para a teoria da notícia, o acontecimento viria antes da foto. A fotografia, enquanto documento, existiria porque um acontecimento realmente se produziu, a menos que haja trucagem (como referiremos mais adiante). No entanto, a foto publicada na imprensa também poderia ser, ela mesma, um *acontecimento*, já que é notável, singular, suscita reações e pode ser, inclusivamente, origem de outros eventos. Além disso, é um acontecimento que parece prolongar a vida de outros acontecimentos, momentos estes que ela representa centrada na “imobilidade”, fazendo uso da condensação espaço-temporal que é característica do meio. Talvez em função disso, Lorenzo Vilches (1998), tenha dito que a foto de jornal traduz espacialmente o esforço humano de enganar a realidade cotidiana. Mas ela não poderia também construir, de certa forma, esta realidade? Quando a faz, não se constituiria num acontecimento, numa ruptura, de um mundo com regramentos específicos para a visualidade? Aqui propomos o pensamento em torno de outro nível, não somente considerando as foto-notícias - aquelas cuja cena/ação geram reportagens - mas sim as outras formas de ver um *acontecimento eventual* que acabam por criar rupturas e interpretações diversas sobre o tema.

---

<sup>90</sup> No entanto, o que diferencia o acontecimento mediático do mega-acontecimento seria o planejamento prévio, anunciado e de transmissão ao vivo, com câmeras colocadas no local onde o acontecimento terá lugar, além do enquadramento num tempo e espaço específicos e a existência de um elemento de grande drama ou ritual. A sistematização apresentada foi construída partindo-se dos estudos de Tuchman, Molotch e Lester, e Dayan e Katz mencionados em Traquina (2005) e Wolf (2005).

Talvez um nível no qual o acontecimento e o fato principal não sejam sinônimos, ou seja, no qual o acontecimento não seja meramente “a sombra projetada de um conceito construído pelo sistema da informação” como acredita Mouillaud (1997, p. 51). Um nível de proposta que assuma que a fotografia pode ser um *acontecimento icônico* (Alonso in Villafañe e Mínguez, 1996) sem necessariamente ter que representar fielmente os fatos; ao mesmo tempo em que pode ser um *comentário icônico* (uma ilustração interpretativa) e simultaneamente, fotos atentas para o fato de que “as fotografias de notícias são sobre conteúdos, não são impressões de imagens para uma exposição da associação fotográfica local” (Keene 2002, p. 200).

Os acontecimentos mais contabilizados em nosso *corpus* de fotografias de Zero Hora foram as notícias ligeiras e em continuação. Ou seja, a foto girou em torno das “fraquezas humanas” e de eventos intencionais e pré-anunciados que se estenderam ao longo de um tempo em momentos específicos (Traquina, 2005b). Ora, nos parece complicado realizar boas imagens desses “eventos” sem largar mão do uso de subjetividades e possibilidades interpretativas obtidas com a técnica, com o atento olhar do fotógrafo e com a busca de efeitos de semelhança/estranhamento. Primeiro porque a “fraqueza humana” assim é de acordo com a visão diferenciada de cada pessoa - ou seja, o repertório pessoal de cada fotógrafo importa muito, como iremos discutir no capítulo 4 -; e segundo porque, se o acontecimento é intencional e pré-anunciado, ele provavelmente também existe previamente na cabeça do fotojornalista, que já possui “modos de fazer” instituídos para lutar contra a pressão do *deadline*. No entanto, em alguns momentos, os acontecimentos ocorrem devido ao somatório do olho da câmera com o olho do fotógrafo: seria esse o momento que resultaria numa ruptura diferenciada, singular, observável, que possuiria/estabeleceria relações com outros espaços/fotos/visibilidades, que romperiam com as normas ao mesmo tempo em que são



comunicáveis a um receptor que participa/possui repertório para produzir sentido sobre a mensagem. E eles ocorreriam independentemente do tipo de acontecimento jornalístico referenciado.

Mas o que faz com que olhemos para uma fotografia e a consideremos um acontecimento mais fotojornalístico do que jornalístico, ou seja, que além de possuir os critérios de noticiabilidade já referidos no tópico 2.2.1, possua um *algo mais* visual que a faça ser chamada de capa e contracapa?<sup>91</sup> Acreditamos que este movimento pode ser percebido em função da tendência ao pictorialismo (copião 7); na forma diferenciada de se fazer a cobertura de um tema (copião 8), especialmente utilizando enquadramentos, ângulos e texturas diferenciadas; e no desafio aos cânones pré-estabelecidos da fotografia de imprensa (copião 9), que como referem alguns manuais e a pesquisa realizada por Sousa (1997) na agência portuguesa Lusa, prezam pela literalidade (e conseqüentemente, a superficialidade) da fotografia, muitas vezes para que sejam obtidos “bens” como a nitidez, o contraste e o conteúdo informativo da cena, que asseguraria uma abordagem realística e enfática e conseqüentemente a credibilização da fotografia noticiosa, devido ao efeito-verdade que gera e à atmosfera positivista que parece ser ainda identificável na sociedade de hoje, ao nível do senso-comum.

No entanto, em Zero Hora, acreditamos haver um movimento diferente, que ainda não se estende como uma tendência única, mas que muitas vezes não vai em direção ao “espelho da realidade”, mas sim procura enquadrar construções carregadas de valor estético.

---

<sup>91</sup> Embora nos centremos, para efeitos desta pesquisa, nas fotografias de capa e contracapa, é preciso referir que observamos também as tendências que estão sendo desenvolvidas neste tópico em algumas fotografias internas do jornal, como exemplificam as imagens reunidas no copião 10. Mas mesmo não estendendo nossos questionamentos a elas, cabe ressaltar: acreditamos que a discussão aqui proposta pode vir a ser considerada uma tendência que afeta todo o fotojornalismo do veículo, refletindo-se também em outros espaços do jornal.

---

Copião 7  
Acontecimentos fotográficos - pictorialismo

---



Capa, 27/11/05, Emerson Souza



Capa, 23/05/05, Tadeu Vilani



Capa, 21/01/05, Adriana Franciosi



Contracapa, 04/07/05, Tadeu Vilani



Contracapa, 29/07/05, Carlinhos Rodrigues



Contracapa, 16/06/05, Adriana Franciosi



Contracapa, 30/11/05, Adriana Franciosi



Contracapa, 21/12/05, Júlio Cordeiro



Contracapa, 13/05/05, Júlio Cordeiro

Copião 8  
Acontecimentos fotográficos – cobertura diferenciada



Capa, 12/02/05, Júlio Cordeiro



Contracapa, 01/12/05, Tadeu Vilani



Capa, 21/01/05, Adriana Franciosi



Capa, 03/05/05, Júlio Cordeiro



Contracapa, 18/03/05, Adriana Franciosi



Contracapa, 16/06/05, Adriana Franciosi



Contracapa, 30/11/05, Adriana Franciosi



Contracapa, 21/12/05, Júlio Cordeiro

---

Copião 9  
Acontecimentos fotográficos – desafio aos cânones

---



**Fúria ao volante**

*Especialistas em trânsito mostram que fatores como pressão social e impunidade transformam o brasileiro em um motorista agressivo e que jamais admite ser "barbeiro", por mais pontos que tenha na carteira. Páginas 42 e 43*

Contracapa, 10/04/05, Paulo Franken



**Nuvem de areia esconde Bagdá**

*Além da violência sempre presente, a capital iraquiana foi atingida por uma forte tempestade de areia. Os poucos moradores que saíram às ruas envoltos em nuvens amareladas, como os jornalistas (foto), pareciam fantasmas. Página 26*

Contracapa, 09/08/05, Karim Kadim/Reuters

**Tiros na volta da praia**



*Professora foi ferida na Estrada do Mar quando seu marido acelerou o carro para não virar refém de assaltantes. Página 51*

Capa, 21/01/05, Adriana Franciosi

**Saltos para o sonho olímpico**



*Acrobacias na cama elástica, a chamada ginástica de trampolim, deram a atleta da Ulbra vaga na Seleção Olímpica e no Mundial da Holanda. Esporte*

Contracapa, 16/06/05, Adriana Franciosi

Copião 10

Imagens internas que podem ser acontecimentos fotográficos



A sombra de projeções negativas, Tigre atribui o recuo a seca, juro alto e dólar baixo, mas reage com proposta de pacto de governabilidade e crescimento

P. 18, 07/12/05, Mauro Vieira



Anderson diante da barreira móvel usada para treinar faltas: jogador enfrenta o Vila Nova-GO e depois vai à seleção

Esportes, 26/08/05, Ricardo Duarte



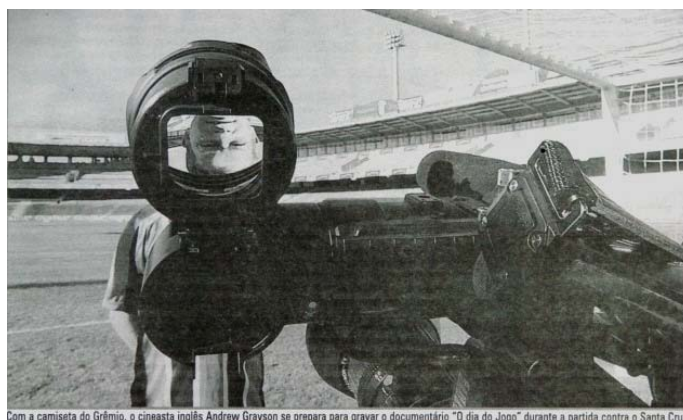
Veículos colidiram quando irmãos, uma amiga e duas crianças voltavam para casa, em Sarandi, depois de passar o feriado no interior de Libertado Salzano

P. 31, 22/09/05, Tadeu Vilani



ocupação: José Gencino usou o celular para tratar da eleição na Câmara

P. 13, 27/01/05, Arivaldo Chaves



Com a camiseta do Grêmio, o cineasta inglês Andrew Grayson se prepara para gravar o documentário "O dia do Jogo" durante a partida contra o Santa Cruz

Esportes, 13/08/05, Carlinhos Rodrigues

Como referimos no capítulo 2, o pictorialismo foi uma corrente ao longo da história da fotografia que pretendeu aproximar as construções fotográficas das executadas na pintura, a fim de elevar o *status* da primeira. E embora hoje os fotógrafos não procurem obsessivamente este objetivo, percebemos uma tendência, como revelam as imagens do copião 8, a explorar este tipo de remissão, seja apontando para imagens já fixadas no inconsciente coletivo (a primeira imagem não lembra uma certa área do teto da Capela Sistina?), seja no uso do contraluz (que valoriza a forma em detrimento do conteúdo perdendo informação para ganhar conotação e valor estético formal), da composição de cores, ou ainda na tentativa de criar texturas (a idéia de relevo, mesmo sobre superfícies planas), transparências, sombras, gradações e nuances somente antes realizadas com pincéis e outras ferramentas manuais. Estas construções fazem com que o receptor, ao se defrontar com novas imagens, selecione na memória uma estrutura perceptiva e uma cena visual que se adapte à foto e vice-versa. Como diz Vilches (1998), de alguma forma, recupera-se um *frame*, um “enquadramento contextual” anterior para aplicação ao novo acontecimento visualizado - o que remete ao movimento de reconhecimento atento que mencionamos anteriormente.

Como salienta Sousa (2002) em relação aos manuais profissionalizantes de fotografia, estes aconselham a compor encontrando um único ponto focal forte, utilizar a regra dos terços<sup>92</sup> e aproveitar o primeiro plano para (re)enquadrar o motivo dentro do próprio enquadramento, levando em conta as relações que se estabelecem entre o primeiro plano, o motivo e o plano de fundo. Sobre este último, os manuais aconselhariam sua não interferência. Estes constituem alguns dos cânones fotojornalísticos, que também atentam para uma preocupação constante com a nitidez e com a objetividade - pregando que os planos

---

<sup>92</sup> Consiste na divisão da imagem em terços verticais e horizontais, formando nove retângulos. Os pontos definidos pelo cruzamento das linhas seriam os chamados pólos de atração visual. Colocar o elemento principal em um destes pólos possibilita uma composição assimétrica e também interfere nos efeitos de nivelamento/aguçamento (Guran, 1995, Sousa, 2002).

detalhe, por exemplo, devem ser menos utilizados do que os gerais e os médios, pois enfatizam particularidades e não situam o contexto para o observador, sendo mais expressivos do que informativos - que chega a motivar hábitos no fazer fotojornalístico, como a obrigatoriedade de se ter pelo menos uma tomada vertical, uma horizontal, uma geral, uma da ação, um close dos envolvidos, etc. (Keene, 2002). No entanto, depois de seguir a cartilha - ou durante o processo de seguimento desta - o fotógrafo torna-se olho (ou torna-se câmera?) e consegue enxergar a pauta além de sua factualidade: atletismo, assaltos, o abandono de um cais, acidentes, um auditório destruído, posses e a falta d'água em uma cidade são assuntos reportados com enquadramentos inusitados, não só tecnicamente, mas também de conteúdo (ver copião 9), que pode tomar ares fortemente opinativos ou romantizados (ver copião 8) - e aqui nos parece ressoar as conclusões de McCombs e Shaw (in Traquina, 2005c, p. 34) na releitura da teoria de Cohen sobre o agendamento: “os mídia não só nos dizem em que pensar, mas também como pensar nisso, e conseqüentemente o que pensar”.

Continuando nosso raciocínio, ainda nos resta falar a respeito do desafio aos “cânones da fotografia de imprensa”. Poderíamos considerar que os acontecimentos fotográficos assim se constituiriam por também não se apegarem somente a quesitos técnicos como a necessidade de uma boa luz e poucos detalhes, que compensariam a baixa qualidade da impressão e a falta de branco do papel jornal (Keene, 2002). Pelo menos, é isso que nos faz pensar as imagens reunidas nos copião 10, que nos fizeram questionar que imagem era aquela, ou a que ela corresponderia. E mesmo que o leitor não saiba responder a esta pergunta - como iremos apresentar no capítulo 4 -, o que acreditamos tornar interessante o fotojornalismo de Zero Hora é que ela, de fato, pode ser feita. Afinal, os fotógrafos têm em mente conselhos como os de Keene (2002, p. 169): “o bom fotojornalismo consiste em mostrar aos leitores algo que ainda não viram e que, quando virem no jornal, os fará parar e olhar, como sendo

algo de novo”. No entanto, até mesmo em função do que já expusemos no tópico anterior, ainda nos parece presente no horizonte da fotografia jornalística a afirmação de Mouillaud (1997, p. 67): “a escolha de uma narrativa entre as diferentes narrativas possíveis depende dos posicionamentos da tela, mas ela não afeta o código (o modo do “fazer”) que serve para descrevê-la”.

### **3.3 Fotos de capa *versus* fotos internas: diferenças semelhantes ou semelhanças diferentes?**

Observemos as várias páginas que formam o copião 11: as fotografias, colocadas lado a lado, correspondem a pares de imagens de uma mesma matéria que figuraram na capa/contracapa e páginas internas de Zero Hora. À primeira vista, podemos dizer a qual espaço cada uma delas pertence? A olho nu, elas não possuem diferenças gritantes? São constatações como estas que mobilizaram, em princípio, a presente pesquisa, e com as quais surgiram dúvidas a respeito de que processos estariam envolvidos em tais escolhas.

Ora, parece ser também a olho nu a constatação de que estes movimentos se dariam em função da lógica do consumo; afinal, como diz Keene (2002, p. 196), “as pessoas podem comprar um jornal uma vez porque suas faces estão lá, impressas. Mas, irão comprá-lo todos os dias, ou todas as semanas, se tiver boas fotografias”. Sendo assim, a primeira impressão interessaria muito na venda do produto, e por isso a capa seria fundamental. No entanto, em função de um rápido olhar comparativo estendido a outros jornais - que será comentado na conclusão do presente texto -, poderíamos afirmar que esta regra não seria tão válida para os periódicos de circulação nacional quanto parece ser para Zero Hora. Ou seja, uma fotografia de capa sedutora, sobretudo em termos de composição, seria uma preocupação constante, diferenciada e característica da edição de fotografia do veículo. Mas nem sempre suas



imagens internas seguiriam a mesma lógica.<sup>93</sup>

Como comentamos no tópico anterior, por acreditar que a TV moldura diferentes gêneros, as idéias de Kilpp nos fizeram também repensar esta esfera na fotografia jornalística. Como referimos no item 2.3, pretendemos desenvolver aqui a questão de que os gêneros assumidos pela fotografia de Zero Hora poderiam se dar em função do espaço que estas ocupam, e não somente - ou não em função - dos reconhecidos gêneros fotográficos sistematizados por Sousa (2005). Especialmente se recuperarmos os postulados de Borelli (in Kilpp, 2003) para quem os gêneros estariam articulados às dimensões históricas do espaço em que são produzidos e apropriados; de Martín-Barbero (2003), para quem os gêneros constituem uma mediação entre as lógicas dos sistemas produtivo e de consumo; e de Machado (2000), para quem os eventos audiovisuais são produzidos com vistas a uma possibilidade de utilização e manejo de recursos e conceitos; gêneros seriam os modos de trabalhar a matéria visual. Por isso esta perspectiva de entender as fotografias de capa/contracapa e miolo do jornal como gêneros fotojornalísticos, nos parece idéia suficientemente lógica.

Mas como também já referimos anteriormente, nossas experiências quantitativas não apontaram tal contraste, da forma como esperávamos encontrar. Ou seja, a comparação do somatório obtido com nosso dispositivo metodológico, de fotografias capa/contracapa *versus* miolo do jornal, não resultou em diferenças significativas. Este dado, de início, perturbou nossa pesquisa, mas acabou revelando-nos outra perspectiva: podemos dizer que há lógicas

---

<sup>93</sup> Para não fugirmos diretamente dos números, pode-se dizer que em 40% das edições do jornal não foram percebidas diferenças entre os materiais apresentados na capa e páginas internas, como mostra o copião 12. Ou seja, a diferença entre capa e miolo que iremos sugerir talvez se constitua numa *tendência* e não numa *regra* (Gomes, 2000).

Copião 11

Capa e contracapa x páginas internas - diferenças



P.6, 05/12/05, Mauro Vieira



Contracapa, 05/12/05, Júlio Cordeiro



Além da violência sempre presente, a capital iraquiana é atingida por uma forte tempestade de areia. Os policiais seniores que vivem de mão estendida em ruas amareladas, como os jornalistas (foto) que ficam farruscos. Página 26



Contracapa, 09/08/05, Karim Kadim/Reuters



P. 29, 06/06/05, Ricardo Duarte



Contracapa, 06/06/05, Ricardo Duarte



Segundo Caderno, 03/05/05, Júlio Cordeiro



Capa, 03/05/05, Júlio Cordeiro

Copião 11 - continuação  
 Capa e contracapa x páginas internas - diferenças



Esportes, 30/04/05, Marcelo Ferreli/AE



Contracapa, 30/04/05, Marcelo Ferreli/AE



Capa, 28/08/05, Ronaldo Bernardi



P.4, 28/08/05, Ronaldo Bernardi



Contracapa, 18/03/05, Adriana Franciosi



P.51, 18/03/05, Adriana Franciosi



P. 36, 25/11/05, Tadeu Vilani



Contracapa, 25/11/05, Tadeu Vilani

Copião 11 - continuação  
 Capa e contracapa x páginas internas - diferenças



P. 34, 19/12/05, Mauro Vieira



Seu entregam os trilhões, hoje à tarde, a alça do viaduto que liga a BR-116 (via Rua Pereira Franco) à Rua Dom Pedro II. Página 28

Capa, 19/12/05, Mauro Vieira  
 DEZ BOLOS E UM SORRISÃO



Em Santos do Livramento, solidariedade recria sorriso de Gean, um aniversário com bolo aos, pedida de aniversário ao Papai Noel. Página 28

Contracapa, 19/12/05, Duda Pinto



Gean, que havia comemorado o aniversário pela última vez ao fazer um ano, passou o domingo assoprando velinhas

P. 26, 19/12/05, Duda Pinto



Na Grande: ressaca registrada durante o dia tem o mar até ao Arco de São Carlos. Página 28

P. 4, 03/09/05, Eduardo Beleske



Velocidade do vento chegou a 111 km/h no Estreito e transformou a rotina dos gaúchos, como a do pescador em bruto

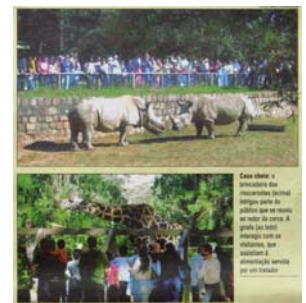
Capa, 03/09/05, Ronaldo Bernardi

Parabéns no zôo



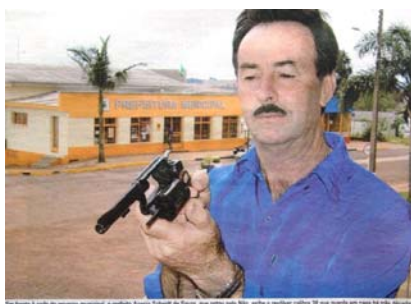
No foco de aniversário do zoólogo de Sapucaia, o elefante foi um dos mais procurados pelos visitantes que tiveram o local. Página 27

Contracapa, 02/05/05, Emílio Pedroso



Com o elefante e o rinoceronte, o zoológico de Sapucaia tornou-se um dos mais procurados pelos visitantes que tiveram o local. Página 27

P. 37, 02/05/05, Emílio Pedroso



Em frente à sede do governo municipal, o prefeito Acácio Scheidt de Souza, que agitou pelo Nô, sobe o melhor calce 28 que guarda em casa há três décadas

P. 4, 25/10/05, Jean Pimentel



Acácio Scheidt de Souza é o prefeito de Cooqueiros do Sul, onde 96,6% dos eleitores votaram 'Não' no referendo dos anos. Página 4 e 8

Capa, 25/10/05, Jean Pimentel

Copião 11 - continuação  
 Capa e contracapa x páginas internas - diferenças



Inverno com cara de inverno

Capa, 21/06/05, Tadeu Vilani



Passo Fundo: toucas e casacos saíram dos armários para enfrentar o frio  
 P. 32, 21/06/05, Tadeu Vilani



P. 33, 04/06/05, Miro de Souza



Verão em junho

Contracapa, 04/06/05, Tadeu Vilani



Saltos para o sonho olímpico

Contracapa, 16/06/05, Adriana Franciosi



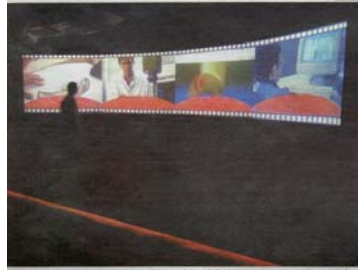
Esportes, 16/06/05, Adriana Franciosi



P. 43, 15/10/05, Mauro Vieira



Contracapa, 15/10/05, Mauro Vieira

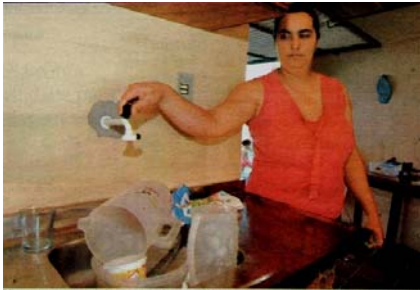


Capa, 20/05/05, Adriana Franciosi



Futebol: disputa entre robôs reuniu uma platéia atenta ontem, na arena cent  
 P. 27, 20/05/05, Paulo Franken

Copião 11 - continuação  
 Capa e contracapa x páginas internas - diferenças



Debra comemora venda de água no seu comércio, mas foi prejudicada na rotina doméstica pelo corte do abastecimento.

P. 36, 30/11/05, Adriana Franciosi



**TORNEIRAS SECAS**

Problema aflição em Estação de Tratamento de Caxias, em Caruaru, deixou 500 mil pessoas sem água na Região Metropolitana. Página 3

Contracapa, 30/11/05, Adriana Franciosi



**A bola rola na roça**

Contracapa, 15/08/05, Júlio Cordeiro



P. 6, 15/08/05, Júlio Cordeiro



Porto-alegrenses que circulam pelo Centro podem sofrer com o calor de 35°C registrado pelos termômetros de rua e que chegou ao pico de 35,5°C.

P. 32, 24/11/05, Genaro Joner



**RIO GRANDE DO SUL A 39,7°C**

Capa, 24/11/05, Júlio Cordeiro



**Eles estão de volta**

Capa, 12/08/05, Mauro Vieira



Rele humor: estudantes que protestaram ontem contra a corrupção não pouparam críticas a Luiz Inácio Lula da Silva.

P. 14, 12/08/05, Mauro Vieira



**Tragédia: temporal provocou morte em Santa Catarina**

P. 36, 19/05/05, Tadeu Vilani



**Um retrato do temporal**

Ventos de até 100 km/h destruíram uma dúzia de casas no município de Engenho Velho, no norte do Estado. Página 8

Capa, 19/05/05, Tadeu Vilani

Copião 12

Capa e contracapa x páginas internas - semelhanças



Capa, 04/10/05, Ronaldo Bernardi



P. 36, 04/10/05, Ronaldo Bernardi



P. 24, 10/10/05, Nauro Júnior



Contracapa, 10/10/05, Nauro Júnior



Capa, 06/04/05, Alessandro Bianchi/AP



P. 4, 06/04/05, Max Rossi/AP



P. 45, 19/08/05, Ronaldo Bernardi



Contracapa, 19/08/05, Ronaldo Bernardi



Contracapa, 13/11/05, Fernando Gomes



P. 28, 13/11/05, Fernando Gomes

Copião 12 - continuação  
 Capa e contracapa x páginas internas - semelhanças



Passos que frequentam a arte de Guello, nas proximidades da Usina do Gasbarrão, transformam obra de arte em novo projeto de arte do ar da Capital

P. 39, 07/12/05, Ricardo Duarte



Passos à Usina do Gasbarrão, na Capital, pedem-se já transformam pela escultura temporária elevada do passeio e coberto pela Sorell. Página 39

Capa, 07/12/05, Ricardo Duarte



Em árvore do bairro Soriano, na Capital, um casal de sibilá-laranjeira faz sua rotina para abrigar três filhotes. Página 28

Capa, 29/07/05, Ronaldo Bernardi



Na primavera, a época da reprodução, sibilá-laranjeira alimenta filhotes em árvores vizinha a apartamento na Capital

P. 28, 29/07/05, Ronaldo Bernardi



Assalto: danças da maracatu e festa de três quilômetros por ruas de Porto Alegre, o touro foi preso na Redenção

P. 33, 27/06/05, Genaro Joner



Prodígio logo do cal do porto antes de ir a laticínio, atravessa parte da Capital e é capturado próximo ao Brique. Página 33

Capa, 27/06/05, Genaro Joner



Fita bombástica, marreta e motosserra foram necessárias para salvar cão preso em um buraco na BR 386, em Nova Santa Rita. Página 25

Capa, 17/10/05, Emílio Pedroso



P. 25, 17/10/05, Emílio Pedroso



gerais de natureza e composição para a foto de ZH (independentes do espaço que ela ocupe), mas, ao mesmo tempo, o notório contraste entre o material interno e de capa talvez não ocorra em função do tipo de elemento enquadrado ou técnica utilizada, e sim do que a fotografia *dá a ver* com estes mesmos elementos/técnicas.

Antes de enumerarmos os motivos que nos levam a tal pensamento, conceituemos os diferentes gêneros fotojornalísticos sistematizados por Sousa (2005) de manuais como os de Keene (2002), Hedgecoe (2001) e Kobre (1980), entre outros. De acordo com Sousa, os gêneros da fotografia de imprensa poderiam ser enumerados como fotos de 1) *spot news*, “registros” únicos de acontecimentos duros frequentemente imprevistos; 2) *general news*, fotos com possibilidade de planejamento, geralmente pautadas (como coletivas, manifestações pacíficas, comícios, campanhas e eventos em geral); 3) *features*, imagens que valem por si mesmas e reduzem o texto complementar às informações básicas (geralmente são atemporais, de situações peculiares e instantes fluídos, que muitas vezes exploram o humor e tem uma leveza capaz de amenizar os espaços)<sup>94</sup>; 4) esporte, que precisariam possuir ação e suscitar emoção, muitas vezes exigindo que o fotógrafo preveja o que irá ocorrer; 5) retrato, que existiria “porque os leitores gostam de saber como são as pessoas que aparecem nas histórias” (Sousa, 2005, p.372); 6) *mug shots*, retratos que realçam um traço da personalidade do retratado; 7) foto-ilustração, utilizada em cadernos especiais como elemento visual ilustrativo

---

<sup>94</sup> As *features* podem ser de quatro tipos: *interesse humano* (pessoas retratadas com naturalidade e unicidade), *interesse pictográfico* (como a exploração do contraluz, por exemplo, que vale por sua força visual condensada), *animais* (que geralmente despertam riso ou ternura) e *esporte* (na qual interesse humano se sobreponha à ação esportiva). É interessante referir que, antes da reforma gráfica de Zero Hora, nos parece que a área inferior da contracapa de Zero Hora era justamente destinada a *uma feature photo* em função de suas temáticas e da colocação de uma legenda mais elaborada que apontava com mais detalhes o local e as personagens da ação. O espaço foi alterado após a reforma, que igualou as áreas superior e inferior, titulando da mesma forma ambas as fotos da contra.

ou para representar conceitos abstratos<sup>95</sup>; 8) foto-reportagem, que teria o objetivo de situar, documentar, mostrar a evolução e caracterizar uma situação real e as pessoas que a vivem (as imagens da peça devem formar um todo e não marcar pontos de vista); 9) paisagens, muitas vezes inspiradas em valores pictorialistas; e 10) vida selvagem, que geralmente retratam a natureza em ação.



Fig. 6 e 7 – Capa, 02/06/02 (arquivo Zero Hora); Capa Caderno Donna ZH, 06/11/05

Como comentamos no tópico 3.1, de acordo com as aferições de nosso dispositivo metodológico, a grande maioria das fotografias de Zero Hora encaixar-se-ia na classificação *general news* - dado que não nos surpreende (e é apontado em quase todas as fotos que usaremos como exemplos neste capítulo), uma vez que as notícias gerais seriam

(...) o pão nosso de cada dia do fotógrafo de imprensa, podendo ir do concurso “o mais magro do ano” ao carnaval local, um cliente que ganha um minuto de compras grátis num supermercado, a inauguração de uma fonte pelo presidente da Câmara, a demolição de um edifício até aos ensaios de um grupo de teatro, etc. (Keene, 2002, p. 135)

<sup>95</sup> Neste caso as foto-ilustrações podem ser classificadas como *foto-opinião* ou *foto-análise*, e seriam utilizadas sobretudo nos casos em que a imprensa precisa ilustrar previamente os acontecimentos (ver figuras nesta página). Aqui é interessante ressaltar: mesmo que a produção considere como pobre o uso da foto-ilustração, esse movimento nos parece revelar uma prática muito importante da edição de fotografia, uma vez que neste momento ela trabalha sem o acontecimento propriamente instituído, e daria a ver seus valores da “boa fotografia”. Outro dado interessante a ressaltar é que algumas fotos utilizadas em Zero Hora, mesmo não sendo “ilustrativas” poderiam ser consideradas como tais se levarmos em conta que suas composições muitas vezes trazem valorações abstratas, como comentaremos mais adiante.

Mas mesmo que possamos caracterizar as fotografias de jornal de acordo com uma tipologia de eventos, somente observar esta perspectiva nos parece um tanto insuficiente, uma vez que ignora suas construções no âmbito dos elementos e técnicas visuais. Um olhar para estas questões seria revelador para uma tipologia de gênero que leve em consideração o espaço ocupado pela imagem no veículo.

Para analisarmos a questão, fizemos um movimento qualitativo sobre nosso *corpus*: separamos, entre as 172 edições, aquelas que possuíam chamadas de capa com fotografias aparentemente construídas de forma diferente da imagem interna, localizada junto à matéria em questão. Tendo em vista que por *diferença* entendemos a “relação de alteridade entre as coisas que são idênticas sob um outro aspecto”, ou seja, “toda característica que distingue um conceito de um outro ou uma coisa de outra” (Lalande, 1996, p. 257-258); num primeiro momento a comparação pareceu revelar que as fotografias de capa/contracapa, ao contrário das internas, retratavam uma mescla de formas significantes e não significantes<sup>96</sup> (copião 13) - o que, a princípio, não as diferenciaria propriamente, mas apontaria direções que devem ser percebidas.

O sistemático olhar entre os pares de fotos nos lembrou de pelo menos três processos: o *highlighting* (Wolf, 2005) utilizado especialmente na linguagem televisiva, que seleciona os traços salientes dos acontecimentos, ações ou personagens com o cancelamento de tudo que não parece importante, novo e dramático (seria a prática de filmar/fotografar imagens que

---

<sup>96</sup> Sousa (2002) cita Veillard para quem interessariam ao fotojornalismo, primeiramente, as formas significantes (como uma pessoa recortada sobre um fundo), mas por vezes também as formas não significantes (aquelas comuns à fotografia abstrata). No entanto, é preciso salientar que “mesmo as formas significantes integram em si formas não significantes - tudo depende da perspectiva e do grau de afastamento do observador em relação à fotografia. A título exemplificativo, na fotografia de um rosto, um olho e sua zona envolvente é, sem dúvida, uma forma significativa; mas um espaço que contemple apenas uma zona do queixo será uma forma não significativa. O fotojornalista e os editores fotográficos precisam ter cuidado com estas questões, sobretudo ao reenquadrar, porque uma composição significativa poderá, por amputação, transformar-se numa forma não significativa” (*idem*, p. 342).

---

Copião 13  
Capa e contracapa x páginas internas – formas não significantes

---



Contracapa, 16/06/05, Adriana Franciosi



Capa, 30/09/05, Mauro Vieira



Capa, 03/05/05, Júlio Cordeiro



Capa, 25/10/05, Jean Pimentel

acompanham uma notícia já tendo em mente a montagem que será feita; ou seja, agir com base em valores estéticos e noticiosos); a ambigüidade na captura fotojornalística (Keene, 2002), que segundo os conselhos habituais dita que para as *hard news* o que importa é o conteúdo - e em seguida afirma que na maior parte dos casos mais vale procurar um ponto de vista diferente; e a capacidade de entretenimento (Golding e Elliott in Wolf, 2005), que mobilizaria uma interpretação do evento baseada no lado do “interesse humano”, do ponto de vista insólito e das pequenas curiosidades que atraem atenção. Em nossa opinião, de certa forma a ambigüidade na captura seria o primeiro motivador que estabeleceria a diferenciação entre a foto da capa e das páginas internas, gerando os processos de *highlighting* e entretenimento que nos parecem visíveis em grande parte das imagens da capa e contracapa.

Para Silva (1991, p. 114), o estilo brasileiro de se fazer primeira página seria “a maior contribuição do nosso jornalismo para o mundo”. O diferencial dos veículos nacionais seria a utilização de pequenos resumos das notícias, criados em função da percepção dos profissionais brasileiros frente às demandas do público leitor. Primeiras páginas, de acordo com a visão de Pereira Júnior (2006, p. 100-101) seriam “o território mais gritante da enunciação jornalística obtida pela programação visual, porque cumprem o papel de cardápio das diferentes notícias continuadas na edição”. O autor ainda afirma que a capa é, em geral, um espaço de “miscelânea” (diversidade de temas) e de hierarquização (ordenamento do que é mais importante), mas também seria o local “da emissão de um raciocínio pleno sobre a conjuntura, a temperatura editorial dos acontecimentos do dia, a leitura sobre o mundo traduzida pelo veículo”.

Até em função destas questões, torna-se lógico pensar que editar uma foto de capa é diferente de editar uma interna. Especialmente na capa e contracapa nos parece que o

movimento da edição “amplifica o fenômeno fotográfico, torna móvel o que é fixo, dá dinamismo ao que é congelamento de tempo” (Pereira Júnior, 2006, p. 114). E nesse sentido, poderíamos referir também outra diferença percebida entre os gêneros de imagens: o formato e construção do texto. Enquanto na capa geralmente a foto é acompanhada de um título diferenciado, que muitas vezes dialoga, situa e amplia a imagem (como já colocamos no tópico anterior), na página interna exige-se da fotografia um maior poder de especularidade, uma vez que ela serve ali como elemento constitutivo, conferidor de credibilidade para aquilo que se lê; como diz Camargo (2001, s/pg.), “relacionam-se aos contratos veridictórios” que serviriam para “ancorar o sentido daquilo sobre o que a matéria trata” e mostrar “como é a pessoa sobre a qual falamos, como é o local onde realizamos a reportagem, qual é a situação ambiental ou espacial do evento” etc. Admitindo que um procedimento de edição, contextual por natureza, interfere na enunciação, fazendo com que texto e imagem signifiquem em conjunto, nos parece notório nas capas de ZH a questão mencionada por Kossoy (2002, p. 54): pela composição da imagem-texto, a edição da foto promove “um conteúdo transferido de contexto”, pois um “novo documento” é derivado da foto original para provocar uma interpretação específica. Para Santaella e Nöth (2005), quando texto e imagem são dispostos de forma próxima, não há adição de duas mensagens informativas distintas, mas sim de uma nova interpretação. E pelo fato de os títulos que acompanham as fotos de capa serem, em sua grande maioria, não compostos por verbos<sup>97</sup>, poderíamos perceber aí mais um elemento da “documentação forjada” mencionada por Kossoy. De acordo com Pereira Júnior (2006) os títulos sem verbo – chamados também de referenciais ou anfóricos – são modelos que, em poucas palavras, congelam um parecer sobre o mundo. Mesmo quando não configuram uma

---

<sup>97</sup> Descrevemos alguns exemplos do que referimos, retirados aleatoriamente do jornal. Colocamos o título de capa/contras antes do utilizado na página interna: Dez bolos e um sorriso / Menino realiza sonho de bolo de aniversário; Rajadas a mais de 100km/h / Ventos sacodem o Estado; Parabéns no zôo / Feriado atrai multidões ao zôo; A capital gaúcha do não / Onde o não foi mais longe (referindo-se ao referendo sobre a comercialização de armas realizado em outubro de 2005); Inverno com cara de inverno / Frio só chegou na véspera do inverno; Água na pista / São Pedro, de novo, não colaborou (sobre a chuva no treino de kart do autódromo de Tarumã); Tecnologia por todos os lados / Feira desvenda o mundo microscópico; Fúria ao volante/ Porque o brasileiro dirige assim.

orientação sobre um acontecimento, têm o *status* de uma referência (Mouillaud, 1997). Enquanto os títulos com verbo formam uma frase com afirmação completa, sempre respondendo alguma coisa e dando conta de um único fato momentâneo que talvez não se repita, títulos sem verbos, para Pereira Júnior (2006, p. 149),

(...) não aparentam tomar partido nem necessariamente determinam o que se pensar sobre o assunto. Mas sinalizam que o assunto não se esgota na edição, remete a um processo em andamento, que continua a ter validade. É mais duradouro que uma notícia comum, mais consistente que efêmero, tem a perenidade dos títulos de obras que vencem o tempo. Tornam o assunto uma classe, um resumo da ópera mais definitivo que uma matéria noticiosa comum. Sinaliza que o veículo não trata mais de um processo em andamento, mas se fecha numa rotulação.

Estas questões, em conjunto, são o que para nós parece sinalizar um *status* de “fotografia mais elaborada” para as capas do que para as páginas internas de Zero Hora. E outra questão que nos veio à mente foi a levantada por Barthes (1984) sobre o que ele considerou característica fundamental das fotografias jornalísticas: a unidade como regra básica de composição. Para o autor, a fotografia de imprensa seria *unária*, teria tudo para ser banal, transformaria a realidade sem a desdobrar, não causando nenhum distúrbio. Seriam dotadas de um bom *studium* sem *punctum*<sup>98</sup>: nunca haveria um segundo objetivo.

Ora, mesmo tendo em vista que o conceito de unidade colocado por Barthes é o mesmo mencionado por Dondis (2003), e que as imagens de Zero Hora apresentam um alto grau desta técnica, acreditamos que este postulado possa ser revisto, pelo menos em parte, na observação de algumas fotos do jornal. Parece-nos, de fato, que a imensa maioria das fotos jornalísticas *gritam*, como refere Barthes, sem *ferir*. E assim como o próprio autor sugere,

---

<sup>98</sup> Roland Barthes, em *A Câmara Clara*, conceitua *studium* e *punctum*: o *studium* de uma fotografia seria o gosto inconseqüente (gosto/não gosto) que nos liga diretamente às intenções do fotógrafo. Reconhecendo o *studium*, participo da foto de forma cultural. O *punctum*, ao contrário, não é buscado na foto, ele salta: são pontos, pormenores, que não são colocados intencionalmente. O *punctum* é aquilo que o observador acrescenta à foto, mas já estava lá. É através do *punctum* que a foto nos marca mais ou menos - chama a atenção de quem observa, mas é impossível nomear, apenas perturba.

uma vez ou outra – e talvez este movimento esteja se tornando mais freqüente na mídia impressa, bastaria nos *entregarmos* para a leitura da imagem jornalística – algo punge, como exemplificam as fotos do copião 14, especialmente quando vejo os fios de luz contrastando com a bucólica cena farroupilha, o homem que parece Saddam Hussein na primeira página do jornal iraquiano e a estampa de Che Guevara na camisa do sem-terra. Enfim, estes são, para mim, *pontos de expansão* (como refere Barthes) que me fazem acrescentar algo à foto. O que nos parece mais complicado na hora de fazer colocações em relação ao *punctum* é a dificuldade de se estabelecer hoje o que é ou não um “artifício do fotógrafo”, o que foi ou não colocado intencionalmente – até mesmo em função das questões já comentadas no primeiro capítulo. Além disso, o que consiste num estremecimento para mim, não é de forma alguma o que faz as fotos de Zero Hora “saltarem” para alguns leitores, como mostram os textos de *Foto comentada* que serão abordados adiante. Um exemplo: a fotógrafa que realizou a imagem da posse da polícia civil foi tomada pela visão do reflexo na mesa, assim como os vários leitores que comentaram a mesma imagem. No entanto, uma leitora por nós entrevistada, afirmou que o que chamou atenção dela na foto não foi o intencionalmente colocado reflexo, mas sim a postura das personagens alinhadas, todas com as mãos cerradas. Pode até ser que a fotógrafa tenha esperado também este momento para endireitar a composição. Ou o editor de fotografia tenha justamente escolhido esta imagem em função do elemento repetição. Mas aí repousa outro complicador da foto de imprensa em relação a sua “ausência” de *punctum*: a intenção nunca é uma, é sempre múltipla, como comentaremos no próximo capítulo. Assim, pode até ter sido intencional a colocação de um sem-terra que sorri no primeiro plano de uma imagem, mas o fato é que ela não pareceu, a mim, leitora, nada de mais. E além de querer buscar um segundo objetivo, acabou por alcançar um terceiro. Aí repousa outra diferença que acreditamos existir entre fotos de capa e internas: parece que nas primeiras há mais espaço para leituras diversas.



---

Copião 14

Capa e contracapa x páginas internas - *Punctum*

---



Capa, 13/09/05, Ricardo Duarte



Contracapa, 09/08/05, Karim Kadim/Reuters



Contracapa, 05/02/05, Tadeu Vilani

Como já chegamos a sugerir, talvez este movimento ocorra em função do que a fotografia *faz* com os mesmos elementos/técnicas valorizados na natureza da foto de ZH. Ou seja, a imagem, em geral, pode ser sim mais harmônica, mas cabe lembrar que, ao mesmo tempo, ela também é muitas vezes carregada de tensão. E nos parece que este contraste se daria justamente em função do olho do fotógrafo, que devido a abertura e a profundidade do plano, deixa o contexto a ser revelado para a parte interna do jornal, levando o leitor até a matéria; que dependendo da escolha do motivo assegura que estejam presentes expressões, relações, cores, iluminação, texturas e linhas, criando uma “boa” foto; e em função destas escolhas estabelece seu ponto de vista sobre a ação/cena, mostrando qual seria sua leitura do tema – que poderia ser a mesma do leitor. Tanto que este fica instigado justamente por estas construções.

Também pudera: no tópico anterior referimos que muitas vezes as fotos de capa e contra nos fizeram parar para questionar o que estaríamos vendo, devido a composições um tanto estranhas. Mas nos parece que a diferenciação entre capa e internas se dá também pelo estabelecimento de visões dualistas sobre as temáticas cobertas, como pudemos perceber nas relações entre as figuras do copião 15. Na primeira, o “azul argentino”, revela uma imagem tomada *antes* da partida, ao passo que o verde-amarelo interno é o resultado de *depois* do jogo; a segunda é a visão *negativa* de um processo que visaria a um direito *positivo*; e a terceira encerraria uma *particularidade* para depois apresentar a *generalidade* do contexto. Estas dualidades parecem dar a ver usos, muitas vezes opostos, justamente para estabelecer relações de complementaridade capa-miolo, um lado da moeda e outro: aberto x fechado, objeto x pessoa, estase x ação, profundidade x fundo desfocado, liso x texturado, e assim por diante. É o boneco, o pneu, a cama elástica, a parede que se tornam personagens centrais (copião 16); a existência de palavras diretamente colocadas que possibilita títulos sedutores

(copião 17); ou enquadramentos demarcados que sugerem palavras para o título - mapa, retrato, penúria, verão, acesso, polêmica, ritmo (copião 18). Muitas vezes, é somente dentro do jornal que o leitor poderá “ter um contato” com a dimensão das multidões, das ações e dos estragos que ocasionaram aquelas visões fortes e particulares que ele vê na primeira página<sup>99</sup>.

---

<sup>99</sup> É interessante referir que embora acreditemos que seriam estas relações as que mais impulsionam a diferença entre capa e internas, muitas vezes ela se dá também em função de critérios como a proximidade - por enquadrar elementos que referem diretamente o Rio Grande do Sul, por exemplo -, e também o design gráfico do espaço - mais preparado para construções horizontais do que verticais - relacionadas no copião 19. De acordo com nossa observação, o desenho de capa e contracapa como mostram as figuras do copião 20 são bastante raros em Zero Hora.

Copião 15

Capa e contracapa x páginas internas - Dualismos



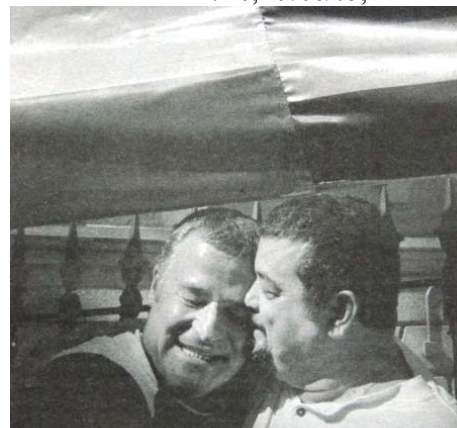
Capa, 29/06/05, Paulo Whitaker/Reuters



P. 46, 29/06/05, AP



Contracapa, 01/07/05, Jasper Juinen/AP



P. 35, 01/07/05, AP



Capa, 03/11/05, Ricardo Duarte



Caderno da Feira, 03/11/05, Ricardo Duarte

Copião 16  
Capa e contracapa x páginas internas – Personagens centrais

Saltos para o sonho olímpico



Acrobacias na cama elástica, a chamada ginástica de trampolim, deram a atleta da Ulbra vaga na Seleção Olímpica e no Mundial da Holanda. Esportes

Contracapa, 16/06/05, Adriana Franciosi

ÁGUA NA PISTA



Chuva não deu tréguas no Autódromo de Tarumã, deixando para hoje a definição do grid de largada da nona etapa da Stock Car. Esportes

Contracapa, 15/10/05, Mauro Vieira

Luta livre no Corinthians



Treino do milionário time paulista foi interrompido quando, depois de uma dividda, o zagueiro Marquinhos (E) e o atacante Tvez trocaram socos. Esportes

Contracapa, 30/04/05, Marcelo Ferreli/AE

BR-101 EM ESTADO DE ALERTA



Rodovia em obras, com trabalhadores e caminhões das empreiteiras, exige mais paciência e atenção dos motoristas. Páginas 4 e 5

Capa, 30/12/05, Arivaldo Chaves

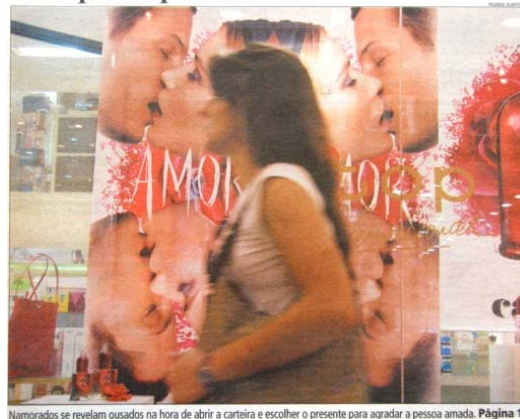
Copião 17

Capa e contracapa x páginas internas – Palavras na imagem



Capa, 29/06/05, Paulo Whitaker/Reuters

Compras apaixonadas



Capa, 11/06/05, Ricardo Duarte



Capa, 30/12/05, Arivaldo Chaves

Copião 18

Capa e contracapa x páginas internas – Palavras sugeridas pela imagem



Capa, 19/05/05, Tadeu Vilani



Contracapa, 18/03/05, Adriana Franciosi



Capa, 19/12/05, Mauro Vieira



Contracapa, 04/06/05, Tadeu Vilani



Capa, 03/11/05, Ricardo Duarte



Contracapa, 25/11/05, Tadeu Vilani



Capa, 30/09/05, Mauro Vieira

Copião 19

Capa e contracapa x páginas internas – Diferenças de noticiabilidade e layout



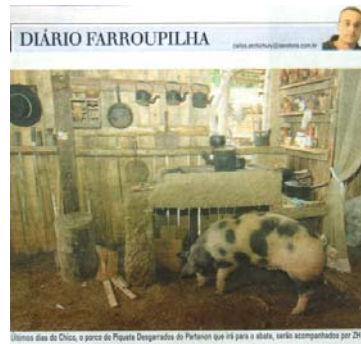
Capa, 13/09/05, Ricardo Duarte  
A PENÚRIA DA FISCALIZAÇÃO



Contracapa, 25/11/05, Tadeu Vilani  
Depois do furacão, inundações e saques



Contracapa, 31/08/05, Smiley N./AP



P. 28, 13/09/05, Ricardo Duarte



P. 36, 25/11/05, Tadeu Vilani



P. 31, 31/08/05, AP



Copião 19 - continuação  
Capa e contracapa x páginas internas – Diferenças de noticiabilidade e layout



Aventura no céu de Torres

Mesmo o dia de vento forte não privou o público das exibições no Festival Internacional de Balonismo que se realizou até domingo na cidade. Os pilotos aproveitaram uma trégua na ventania para fazer vôos de demonstração. **Página 40**

Contracapa, 22/04/05, Clara Miqueline/Especial



Gaúchos dão aula de patrulhamento aéreo

Grupamento de Polícia Militar Aérea do Estado é referência no país e vai ser a sede do primeiro curso de formação nacional de pilotos. Utilizando aviões como o Ximango (foto), o grupo realiza missões de patrulha e observação. **Página 66**

Contracapa, 10/06/05, Ricardo Duarte

Duro de frio



No dia mais frio do ano, o homem bancando estátua no centro da Capital contrastava com casacos e mantas. **Página 32**

Capa, 20/07/05, Genaro Joner



Memorização: seis dos 31 pilotos do festival fizeram breves vôos à tarde.

P. 40, 22/04/05, Clara Miqueline/Especial



Solenidade: o monomotor Corisco foi entregue ontem à Brigada Militar durante lançamento do curso em Porto Alegre

P. 60, 10/06/05, Genaro Joner



Desafio: Oliveira no centro da Capital

P. 32, 20/07/05, Genaro Joner

Copião 20  
 Capa e contracapa – construções não habituais de layout



Contracapa, 17/06/05



Contracapa, 24/04/05



Capa, 17/06/05



Capa, 13/10/05

### 3.4 Espaços de protagonismo da imagem em Zero Hora: o *Informe Especial* e as seções de leitores

Embora Zero Hora se caracterize por ser um veículo que preza por seu material fotográfico, podemos afirmar que o jornal não possui um espaço propriamente “de protagonismo” para a foto que produz. Ora, é fato que capa e contracapa poderiam ser estes espaços, uma vez que a fotografia ocupa grande parte da primeira e quase a totalidade da segunda. No entanto, o que referimos é a inexistência de uma seção fixa para fotos-ensaio, por exemplo, na qual os repórteres poderiam realizar matérias com exclusividade para o veículo. Além disso, as fotos-legenda e fotos-notícia são recursos muito pouco usados, com exceção da colocação de fotografias na página 3 (atualmente 3-4, ver copião 21), da coluna *Informe Especial* (e eventualmente nas páginas 10, 16 e 53, colunas de política, economia e esporte). No *Informe Especial*, o colunista responsável escolhe - geralmente no arquivo de ZH, ou ainda por meio da “venda”<sup>100</sup> dos fotógrafos de alguma imagem sua que achem interessante para o espaço - uma fotografia que fale por si só; ou seja, de acordo com Sousa (2005), uma *feature*. No entanto, o jornalista responsável pela página gosta de emitir sua opinião sobre a fotografia - ou, ainda, dar a ela um objetivo fora do esperado, como demonstra a primeira imagem do copião 22, o que muitas vezes acaba fazendo com que a *feature photo*, “fale” mais do que poderia, e não somente por si.

---

<sup>100</sup> O termo se refere a prática existente na redação do fotógrafo indicar, sobretudo para os editores e diretor de redação, uma fotografia que acredita que deva ser publicada. De acordo com nossa observação, nos parece que a prática da “venda” se dá mais com aqueles fotógrafos que criam vínculos e “trânsito livre” com hierarquias mais altas da redação. Este aspecto será discutido no próximo capítulo.

# Copião 21

## Informe Especial – antes e depois da reforma gráfica de Zero Hora



Informe Especial, 21/07/05



Informe Especial, 22/10/05

---

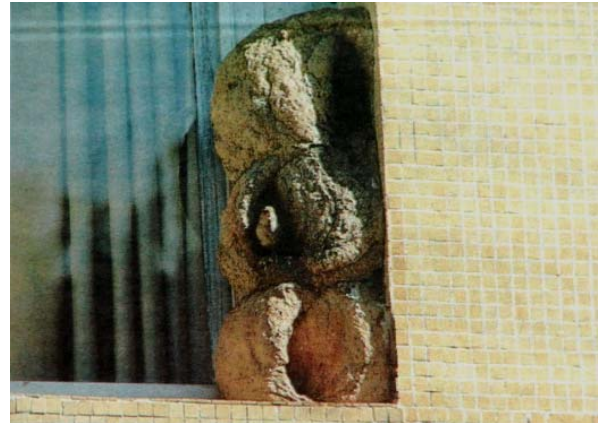
Copião 22  
Informe Especial – exemplos de foto-legenda

---



*Para alegrar um domingo em que a meteorologia prevê tempo cinzento e o clima político anuncia trovoadas em Brasília, a Página 3 oferece aos leitores a imagem de um belo e despreocupado pica-pau na Avenida Ipiranga, em Porto Alegre*

P. 3, 07/08/05, Júlio Cordeiro



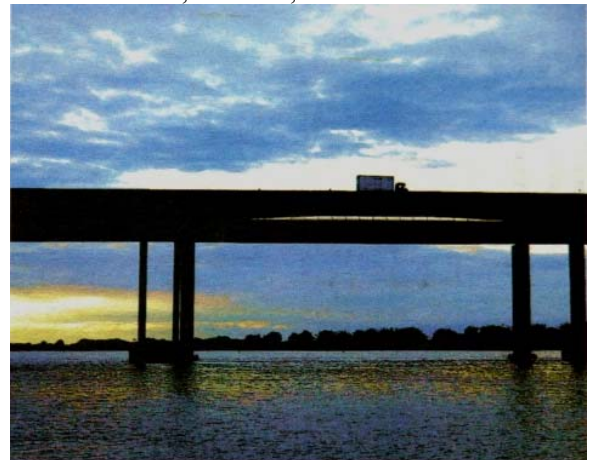
*O triplex do João-de-Barro anda causando inveja nas redondezas do Hospital de Clínicas, em Porto Alegre*

P. 3, 14/12/05, Júlio Cordeiro



*A devota busca no silêncio da igreja Divino Espírito Santo, no Bom Fim, a tranquilidade e a oração*

P. 3, 22/10/05, Ricardo Duarte



*O ritmo é de vento, chuva, frio e raro sol, mas o Gualba nunca se importa. É cartão-postal em qualquer estação, mesmo ao entardecer no inverno*

P. 3, 16/09/05, Dulce Helfer

---

Copião 22 - continuação  
Informe Especial – exemplos de foto-legenda

---



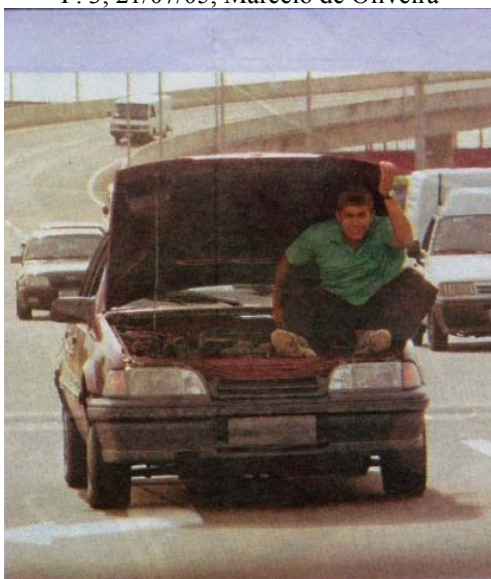
*Com o frio que anda fazendo, o jeito é pegar carona numa mochila quentinha*

P. 3, 21/07/05, Marcelo de Oliveira



*No meio do lixo na Vila Dique, em Porto Alegre,  
Carla Perez, faceira, saúda quem passa*

P. 3, 24/08/05, Adriana Franciosi



*Quando você acha que viu quase tudo, Porto Alegre  
exibe, perto do aeroporto Salgado Filho, um homem  
pegando carona embaixo do capô. É muito sol na moleira*

P. 3, 18/12/05, Emerson Souza



*Um estranho na estátua: ninguém sabe como este sapato apareceu em cima  
do Monumento a Bento Gonçalves, na Avenida João Pessoa, em Porto Alegre*

P. 3, 08/05/05, Ronaldo Bernardi

Além desse pequeno espaço fixo (que às vezes também pode aparecer até duas vezes ao longo da página), Zero Hora não destina locais onde a fotografia possa figurar como discurso principal. Elas sempre vêm acompanhadas de texto, gráficos, boxes, etc., como que feitas especialmente para funcionarem dentro de uma peça mais vasta. No entanto, em nosso dia de observação da editoria de foto de ZH, nos deparamos com algumas páginas de jornal coladas atrás da porta da sala dos fotógrafos. As páginas continham fotografias publicadas sob forma de ensaio, realizado em um bairro de Porto Alegre por um profissional de Zero Hora, morador do local. Junto com o jornal, um bilhete convocando os demais fotógrafos do veículo a realizarem intervenções semelhantes para os cadernos de bairro de ZH, que circulam somente no perímetro de Porto Alegre e são realizados com fotos feitas pelos repórteres de texto. Este seria um dos poucos exemplos de real protagonismo da foto no jornal, com pelo menos duas páginas da edição dedicadas sempre a ela e motivada, sobretudo, por seu discurso imagético. No entanto, este seria um privilégio dos leitores de Porto Alegre, o que não é o nosso caso. Ou seja, como não tivemos contato com estes jornais que circularam somente na cidade, não podemos afirmar que a iniciativa ainda permaneça. No entanto, pelo fato de Zero Hora não oferecer um espaço como este, ao alcance de todos os seus leitores, é possível afirmarmos que esta não se trata de uma iniciativa de valorização da foto como elemento de comunicação, mas sim que nasce com o intuito de ser mais uma das ferramentas para “fisgar” o leitor do jornal. Talvez por serem os leitores de Porto Alegre os que mais comentem fotos, o jornal tente responder com uma iniciativa que o agrade, oferecendo uma visão diferenciada do bairro que eles habitam e da cidade que os acolhe.

Sendo assim, Zero Hora parece buscar - mesmo que os fotógrafos e editores digam o contrário - reforçar constantemente os contratos de leitura<sup>101</sup> não somente ao nível do texto, mas também da imagem. Se a enunciação comporta a imagem de quem fala, daquele a quem o discurso é endereçado e também a relação entre enunciador e destinatário, proposta *no* e *pelo* discurso, “a presença ou ausência de uma posição de enunciação (...) não é só uma questão de *linguagem*, passa também pelos modos de tratamento da *imagem*” (Verón, 2004, p.229). E nos parece que todas as aferições por nós sistematizadas nos tópicos anteriores demonstram esta questão, não somente em função dos espaços dados a fotografia, mas também na maneira como o discurso fotográfico é construído. E se comentarmos ainda alguns elementos para os quais não chamamos atenção, como a notável incidência, nas fotos de nosso *corpus*, da presença de homens brancos e adultos junto a elementos que nos reportam a idéia de pobreza, este fator faz com que nos lembremos dos comentários de Sousa (2000) sobre os concursos fotográficos, onde foi percebida uma alta incidência de trabalhos que giravam em torno da negatividade. No entanto, em Zero Hora, esta negatividade pode ser lida de outra forma: não como constituída no elemento mais possuidor de atenção - uma vez que a maioria das *Fotos comentadas* não aponta para tais construções - mas sim pelo fato de que o homem branco adulto e de classe média, considerado o leitor médio de ZH<sup>102</sup>, *aparece e se vê* muitas vezes mais em situações nas quais o sofrimento e a dor são os sentimentos que mais chamam atenção, por atentarem para a idéia de proteção e sobrevivência (Damásio in Sousa,

---

<sup>101</sup> À medida que os dispositivos de informação vão criando estratégias inovadoras para se tornarem espelhos das manifestações da sociedade, vão sendo estabelecidas parcerias discursivas e contratos de leitura com receptor, que oferecem a identidade do jornal e pedem reconhecimento - via título, foto, cartas, e outros espaços. Regina Lima (2001) utiliza Fausto Neto para explicitar o conceito de *contrato de leitura*. Segundo o autor, este funciona a partir de enquadramentos internos e externos. Os enquadramentos internos seriam a hierarquia (distribuição espaço-temporal da edição, a diagramação, o sistema de paginação, distribuição das matérias, assimetria de fotografias com o texto e a simetria das diagramações). Já os externos, seriam as contribuições de outros saberes e discursos sobre a especificidade da enunciação da atualidade.

<sup>102</sup> O leitor médio foi assim exemplificado pela produção de Zero Hora: “é a classe média. Um professor, com segundo grau, ensino superior, renda familiar em torno de R\$ 2.500, R\$ 3 mil, tem um carro, paga prestação, geralmente compra carro usado”.



2000). Ou seja, muitas vezes, a escolha do editor – que também é a do leitor (e vice-versa?) – aponta para esta função, mas ela não é, por si só, a única e freqüente.

Mesmo assim, os leitores de ZH chamam atenção quase sempre para fotos que possibilitam uma recompensa mediata (Schramm in Sousa, 2000), que viria das notícias sobre educação, atividades públicas, saúde, ambiente e problemas sociais, e que talvez não ofereçam uma gratificação tão rápida quanto as recompensas imediatas - como as notícias de crimes, corrupção, violência e desastres -, mas possuem um valor manifesto suscetível de dar recompensas posteriores. Surpreende-nos, por exemplo, que quase a totalidade de fotografias apontadas pelos leitores (e também por grande parte de nosso *corpus*, como já foi referido) apresenta diferenças gritantes em relação aos estudos de Sousa (2000) sobre as fotografias vencedoras de concursos. A grande presença de elementos como iluminação natural, a referência ao contexto, maior presença de homens, predomínio de planos conjuntos, gerais e angulação normal também se salientam na produção de Zero Hora. No entanto, em contraste, as fotografias premiadas geralmente possuem convergências temáticas em torno da violência, são construídas em preto e branco e possuem como valor principal a oportunidade, o momento do acontecimento - tanto que somente uma entre as 40 fotos analisadas por Sousa (2000) valia mais pelo seu valor estético do que pela *intensidade* da informação.

Agora, por qual instância este movimento foi primeiramente instituído, não podemos averiguar com certeza, embora acreditemos que seja uma mobilização da recepção que reverbera na produção, talvez motivada por problemáticas enfrentadas pela própria produção de Zero Hora, como a escassez de “pautas de verdade”, “cavadas” por jornalistas que tivessem somente esta atribuição (a falta da figura do “pauteiro”, referida por um dos subeditores durante nossa observação de campo). A intervenção de *Foto comentada*, na qual

um menino de oito anos comemora a publicação “de uma imagem bonita na capa, em vez de fotos de políticos” (as *falas* do box serão comentadas no próximo capítulo), que trazia uma seqüência de fotos de um pássaro alimentando seus filhotes (copião 12), nos parece ser reveladora desta questão. E Zero Hora parece apoiar esta feita, no momento em que apresenta grande quantidade de *general news* (ou ainda o que chamamos de *acontecimentos fotográficos*), publica boxes justamente sobre esta questão e responde ao seu leitor com as idéias expostas abaixo, que a nosso ver, resultam num texto que vale a pena ser lido para a discussão aqui levantada. O texto foi publicado em 29 de outubro de 2006, portanto não abrange o período de nosso *corpus*. No entanto, podemos dizer que as práticas apontadas na observação do ano de 2005 foram de certa forma confirmadas pelo editor-chefe do jornal no ano seguinte (as imagens mencionadas podem ser vistas no copião 23).

Três leitores questionaram o uso da foto de um papagaio como imagem principal na capa da edição do dia 24 de outubro. O engenheiro Ciro Brum de Oliveira se disse surpreso negativamente e perguntou: “A quem interessa essa informação?”. O representante Sérgio D’Andréa observou que “se fosse a volta do outro ‘papagaio’ para o seu lar em Charqueadas talvez merecesse destaque na capa”. Outro engenheiro, José Henrique Hetzel, escreveu que a imagem “nada tem a ver com o momento importante de nosso país, em semana de eleições e em meio aos escândalos, problemas políticos e econômicos que o Brasil vive”.

Ricardo Stefanelli, editor-chefe de ZH, responde:

Uso a descrição do Brasil atual feita com propriedade pelo leitor José Henrique Hetzel para explicar o que nos levou, naquele dia, a apostar nesta imagem, do fotógrafo Genaro Joner, como a principal do jornal mais lido do sul do Brasil.

Cobrimos com dezenas de páginas, por exemplo, a recente tragédia do vôo da Gol com 154 mortes. Temos dedicado dezenas de páginas a escândalos em diferentes escalas, assim como a túneis cavados por criminosos no centro de cidades com o intuito de roubar bancos. Nossa cobertura eleitoral, ampla e prolongada, tem recebido inúmeras manifestações dos leitores, em especial por sua profundidade.

Mas a vida – a do país, de Ciro, de Sérgio, de José, e dos milhares de leitores de ZH – não pode ser só resumida a fatos supostamente relevantes. Não existem momentos em que desviamos a atenção das nossas preocupações, por alguns minutos, para sorrirmos ao ver uma criança brincando ou admirarmos as proezas do malabarista de rua? Muitas vezes precisamos abrir espaço em nossas agendas para acontecimentos prosaicos para tornar mais agradável (e saudável) o nosso dia-a-dia – até para enfrentarmos as agruras,

geralmente inevitáveis. Para nós, ZH é como seus leitores: às vezes, precisamos de uma “folga”, um descanso, um relax. Uma boa notícia, por menos importante que aparente ser.

Há quem diga que um jornal vive de notícias tristes e catástrofes. ZH não concorda.

A história simples de uma aposentada feliz ao reencontrar sua ave de estimação depois de um sumiço de 17 dias tem o dom de emocionar, mesmo em meio a tanta “notícia séria”. E também pode, quem sabe, ajudar a nós e aos leitores a dar valor às pequenas coisas, aquelas que estão ao nosso redor e, mesmo assim, passam incólumes e despercebidas.

Voltando ao uso da fotografia como elemento principal de comunicação, importa referir que esta só apareceu, no jornal, em 2005, devido a eventos considerados muito importantes, “carregados de noticiabilidade”, como o caso da morte do Papa João Paulo II e, a nível local, a Feira do Livro de Porto Alegre<sup>103</sup>. Os acontecimentos motivaram séries especiais (copião 24) que congregaram imagens marcantes, sob títulos como “para guardar na memória” e “feira em foco”, que apresentaram “imagens inesquecíveis” dos eventos. O que nos chama atenção neste caso é que mais uma vez nos parece que o uso da fotografia como recurso privilegiado de comunicação se daria somente em função da existência de outros critérios além da qualidade e da “necessidade discursiva” de iniciativas como essa: a publicação isolada de conjuntos de imagens só se daria em função de lógicas econômicas, como a existência de páginas a mais dos cadernos especiais e, conseqüentemente, a satisfação do público leitor. E, de certa forma, o espaço do *Informe Especial* também teria esta característica, uma vez que visa entreter o leitorado com imagens isoladas, na maioria das vezes conectadas com momentos e espaços sociais somente por meio de sua legenda.

---

<sup>103</sup> Consideramos para tal análise somente os espaços do jornal propriamente ditos, excluindo-se a atuação de cadernos como o *Donna* e *Viagem*. Os encartes realmente utilizam bastante a fotografia num formato semelhante ao ensaio, mas sempre como suporte para matérias de moda, cultura, comportamento e locais turísticos. *Viagem*, inclusive, reserva um espaço semanal para a foto, no quadro “a imagem da semana”, que geralmente é ocupado por uma fotografia de agência ou divulgador (ver copião 24). É interessante ressaltar que o encarte especial de retrospectiva em imagens, que circulou junto com Zero Hora no final de 2006, não foi publicado em 2005.

Copião 23  
 Matéria, capa e Carta ao Leitor – “papagaio”

**Mascotes**

### Papagaio que encantava a garotada desaparece

GUSTAVO SOUZA

A mobilização é geral. Desde o último dia 6, Lorinha, um papagaio-fêmea de três anos, está desaparecida, causando tristeza na criançada, que recebia frequentemente sua visita, e principalmente na dona, a aposentada Margarida Maria, 59 anos.

Lorinha é um papagaio extremamente comportado. Não diz palavras e assobia músicas clássicas, além de brincar com a garotada. Acostumada com tratamento de princesa, faz todas as refeições à mesa, com Margarida. Só come legumes cozidos e frutas. Em 22 de julho de 2005, foi tema de reportagem em Zero Hora, pelo encantamento que gerava nas crianças quando era levada para visitar creches e hospitais.

— Crianças que têm dificuldades de se alimentar são estimuladas vendo-a comer — conta Maria. Há mais de duas semanas, a ave desapareceu de casa, no bairro Pas-só D’Arela, na Capital. Na tarde do desaparecimento, a aposentada estava em uma consulta médica. Morando com um inquilino, ela acredita que não havia ninguém na residência, já que ele deveria estar trabalhando. Não houve sinais de arrombamento.

Maria recebeu duas ligações anô-nimas de Gravatá, avisando que o bicho teria sido visto no município, e mantém as esperanças.

— Ela não sabe buscar comida so-zinha — desabafa a dona, que tenta suportar a ausência do animal. O caso é investigado pela 9ª Dele-gacia de Polícia, mas a aposentada oferece uma recompensa à pessoa que encontrá-la: — Quem estiver com a Lorinha, sabe que ela está sofrendo. Informações sobre o paradeiro ou papapagaio podem ser repassa-das ao policiamento ambiental pelo telefone (51) 3339-4219.

Lorinha, conhecida em hospitais por alegrar as crianças, sumiu da casa da dona, em Porto Alegre, no dia 6 deste mês

Reportagem em 22 de julho de 2005

Zero Hora, 23/10/05

### CARTAS AO LEITOR

Três leitores questionaram o uso da foto de um papagaio como imagem principal na capa da edição do dia 24 de outubro. O engenheiro Ciro Bruem de Oliveira se disse surpreso negativamente e perguntou: “A quem interessa essa informação?”. O representante Sérgio D’Andrea observou que “se fosse a volta do outro ‘papagaio’ para o seu lar em Charqueadas talvez merecesse destaque na capa”. Outro engenheiro, José Henrique Hottel, escreveu que a imagem “não tem a ver com o momento importante de nosso país em termos de eleições e em meio aos escândalos, problemas políticos e econômicos que o Brasil vive”.

Ricardo Stefaneli, editor-chefe de ZH, responde: — Uma associação do Brasil atual não tem prioridade pelo leitor José Henrique Hottel para explicar o que nos levou, naquele dia, a apostar nesta imagem, do Sérgio Gerardo Joner, como a principal do jornal mais lido do sul do Brasil. ZH acredita que vem fazendo um acuriosamente pouco dos fatos que acontecem no Brasil. Cobrimos com dezenas de páginas, por exemplo, a recente tragédia do voo da Gol, com 154 mortos. Temos dedicado dezenas de páginas a escândalos em diferentes escalas, assim como a vários canais por criminosos no centro de cidades com o intuito de mudar bairros. Nossa cobertura eleitoral, ampla e prolongada, tem recebido inúmeras manifestações dos leitores, em especial por sua profundidade. Mas a vida — e do país, de Ciro, de Sérgio, de José, e dos milhares de leitores de ZH — não pode ser só resumida a fatos momentaneamente relevantes. Não estamos interessados em que desviemos a atenção das nossas preocupações, por alguns minutos, para acertarmos ao ver uma criança brincando no supermercado ao passar do molharista de rua! Muitas vezes precisamos abrir espaço em nossas agendas para acontecimentos pressuroso para tornar mais agradável (e saudável) o nosso dia-a-dia — até para enfrentarmos as agoras, gradualmente inevitáveis. Para nós, ZH é como uma lâmpada: há erros, precisamos de uma “bala”, um descanso, um relax. Uma boa notícia, por motivos importantes que apertem os olhos. Há quem diga que um jornal vive de notícias ruins e catastróficas. ZH não concorda. A história simples de uma aposentada feliz ao reencontrar sua ave de estimação depois de um mês de 17 dias tem o dom de emocionar, mesmo em meio a tanta “notícia séria”. E também pode, quem sabe, ajudar a não nos ceder a dar valor às pequenas coisas, aquelas por onde ao menos existe e, mesmo assim, temos incidências e desgracias.

### O PAPAGAIO QUE VOLTOU

Aposentada Margarida Maria reencontra a ave sumida havia 17 dias, recuperada com a ajuda de moradores da zona norte da Capital. Página 36

Capa, 24/10/05, Genaro Joner

Carta ao Leitor, P.3, 29/10/05

Copião 24  
 Protagonismo da fotografia – páginas de fotos



Caderno Especial, 04/04/05



Caderno Especial, 15/11/05



Caderno Viagem, 21/06/05



Caderno Viagem, 13/12/05

É interessante ressaltar aqui que é no espaço da página 3 que a construção foto-texto se dá de maneira mais visível no jornal. Observando os conjuntos publicados na seção, pode-se dizer que as relações entre a foto e a legenda giram em torno dos quatro tipos sistematizados por Alonso (in Villafañe e Mínguez, 1996): ela nos parece ora seguir um modelo de autonomia, ora de redundância, complementaridade ou contradição. Ou seja, pode não existir uma aparente conexão entre o sentido do texto e da foto; haver uma correspondência de reforço e valorização de um aspecto da imagem (ou mesmo de identificação de locais/personagens); produzir um resultado que ultrapassa o sentido de ambas as significações (ou mesmo, cria um efeito de parasitismo, quando o sentido de um fortalece o outro); ou pode gerar também uma relação contraditória se o sentido de ambas as peças for oposto. Acreditamos que os exemplos do copião 22 sinalizem os movimentos indicados. Estas mesmas funções foram designadas por Sousa (2002) como de ancoragem, complemento e atenção.

Voltando a questão da importância do leitor, é interessante acrescentarmos que Zero Hora não cria espaços fixos para o desenvolvimento de sua fotografia como elemento discursivo principal de uma temática, mas, ao mesmo tempo, funciona como veículo que confere visibilidade ao meio por ceder espaços para que seu leitor envie e veja sua produção fotográfica. Além de seções como *Álbum de família*, *Eu + meu ídolo*, e *Seu olhar*, encartadas nos cadernos *Meu Filho*, *TV+Show* e *Viagem*, o jornal mantém um e-mail exclusivo para o envio de fotos dos leitores - que especialmente a partir de 2006 começaram a ganhar terreno também no *Informe Especial*, com o carimbo “foto do leitor” -, que são publicadas não só em ocasiões especiais como a morte do Papa - quando a seção *Palavra do Leitor* publicou diariamente imagens do pontífice com seus “fãs” - mas também na freqüente utilização de fotos-flagrante, como mostra a primeira figura do copião 25, publicada na capa do jornal, realizada por um leitor (e também fotógrafo free-lance). É interessante atentar aqui para o

nível de interferência do leitor na fotografia, que nos parece maior do que em relação ao texto: as cartas são editadas, as matérias são realizadas por um repórter via sugestão; mas as fotos do leitor são publicadas diretamente, até em detrimento das imagens dos fotógrafos do jornal. Estes dados demonstram que não só ZH “é um dos jornais do mundo com mais janelas abertas para sua comunidade”<sup>104</sup> como faz desta prática um movimento há muito tempo constante no veículo, já que antes da popularização das câmeras digitais já mantinha um laboratório de revelação de negativo somente para atender o material vindo dos leitores, segundo relata o editor de fotografia. Além disso, Zero Hora foi um dos primeiros jornais do país a publicar o contato com os editores da empresa nas páginas da publicação, no início dos anos 90, o que sinaliza a possibilidade de um contato direto que já se estende por mais de uma década. Sendo assim, é pertinente afirmarmos que o editor edita, mas que o leitor tem também uma importante parcela nestas escolhas, como discutiremos no próximo capítulo.

---

<sup>104</sup> Rech, Marcelo. Um ano realmente fértil. Carta ao Leitor. *Zero Hora*, 31 de dezembro de 2005 e 1 de janeiro de 2006.

Copião 25  
 Protagonismo da fotografia - leitores



Choveu entre um caminhão e outro veículo na RS-122 provocou a explosão dos tanques de combustível, matando o motorista do carro. Página 2

Capa, 30/03/05, Guilherme de Almeida/Especial



P. 3, 04/04/05



Caderno Viagem, 13/12/05



Em visita aos céus da Capital, o leitor Eduardo Antonio Fanton manda sua visão da Ponte do Guaiuba erguida num perfeito dia de primavera

P. 3, 11/10/05



#### **4 PAPÉIS EM TORNO DO FOTOJORNALISMO DE ZERO HORA: AS HIERARQUIAS DE EDIÇÃO E OS PROCESSOS DE MÚLTIPLA ESCOLHA**

Após termos comentado as páginas do fotojornalismo de Zero Hora - especificando características do produto fotográfico e levantando outros possíveis critérios visuais de fotonoticiabilidade em torno de questões como os elementos de sintaxe, o gênero, o acontecimento e o protagonismo que a foto assume no jornal -, é chegado o momento de discutirmos os papéis desenvolvidos em torno da construção destas páginas, direcionando nossa observação para os movimentos que efetivamente executam a edição de fotografia.

Tendo em vista que o resultado final de toda a experiência visual está na interação de polaridades duplas - primeiro das forças do conteúdo (mensagem e significado) e da forma (design, meio e ordenação); e em segundo lugar, o efeito do articulador (designer, artista ou artesão) e do receptor (público) -, para pensarmos o processo de edição é fundamental termos em mente que a forma é afetada pelo conteúdo e o conteúdo é afetado pela forma. Ou seja, a mensagem é emitida pelo criador e modificada pelo observador (Dondis, 2003). Ou ainda, as preferências do produtor podem ser modificadas pelo receptor, e vice-versa.

Em função disso, este capítulo concentra-se no estabelecimento da relação produção-recepção que se dá a ver nas falas de ambas as instâncias e, conseqüentemente, no produto - como já referimos no capítulo 3. Nas falas complexas e imbricadas dos receptores e produtores, o empírico revela ou desmonta o pensamento teórico e traz à tona diversas questões e situações que não poderiam ser pensadas sem uma investigação deste tipo (e que, inclusive, foram decisivas para que estabelecêssemos alguns pensamentos apontados no capítulo anterior).

Sendo assim, abordaremos primeiramente a recepção como instância editora, com seus processos de leitura, preferências e crenças em torno da fotografia e do fotojornalismo. O trabalho com a recepção se deu em dois momentos: na sistematização das falas do box *Foto comentada* e nas entrevistas com os leitores que comentaram fotos, para confrontarmos seu olhar não editado sobre as questões abordadas no box. Em função disso - e também por Zero Hora ser um jornal voltado para o atendimento de seu leitor, como apontamos no item 3.4 - faremos referência ao trabalho de observação realizado na editoria do leitor de ZH.

Num segundo momento, abordaremos as rotinas e processos em torno da instância produtora, a que *efetivamente edita*, particularmente em torno de quatro movimentos que nos parecem ser os mais fortes no ato de editar: o atendimento ao leitor, a questão dos gêneros, a atenção à equipe e os elementos de fotonoticiabilidade.

Por fim, em função da relação recepção-produção ser uma tônica constante em nosso trabalho, acreditamos ser interessante discutir o box *Foto comentada* na perspectiva da teoria do terceiro sistema, de José Luiz Braga - bem como debatermos o uso do termo “interatividade” partindo da discussão de Braga, Fragoso e Thompson, entre outros autores.

#### **4.1 Quando a recepção edita: o olhar publicado e não publicado do leitor**

Em nosso primeiro contato com o box *Foto comentada*, a primeira curiosidade que veio à tona foi o quanto daquele discurso publicado era efetivamente construído pela editoria do leitor de Zero Hora e o quanto os leitores, se confrontados ao vivo, poderiam dizer a mais sobre a fotografia do veículo. Tendo em vista que não poderíamos tomar o discurso do box somente como palavras da recepção, fizemos um trabalho de recuperação da opinião do leitor e observamos as rotinas produtivas da editoria responsável pelo material - que também

responde pelas seções *Palavra do Leitor*, *Opinião ZH*, *Sobre ZH* e os boxes *O Rio Grande Quer Saber* e *Minha ZH*; além de ocupar o papel de ferramenta que mede a audiência do jornal em termos qualitativos, expedindo um relatório anual de questões e atendimento aos leitores tal qual um *ombudsman* disfarçado que revela o que leitores buscam, reclamam, sugerem e aprovam em todas as demais editorias do jornal.

A opinião do leitor ocupou em Zero Hora, até 1992, pequenos parágrafos de colonistas, não existindo como uma editoria específica. O setor somente foi criado em 1992 sob o título *Espaço Livre*, ocupando a página 70 da edição. Em finais de 1994, a seção foi realocada na página 2, passando antes pela página 4. A partir de 2002, a editoria foi rebatizada de *Palavra do Leitor*.

O box *Foto comentada*, por sua vez, não partiu da iniciativa do veículo, mas sim do leitorado: criado em janeiro de 2002, em função de um comentário de fotografia que chegou a redação, o espaço se tornou permanente por decisão do diretor de redação. Até dezembro de 2005, foram publicados 148 boxes e o jornal não possui levantamento de quantas imagens já foram comentadas (já que houve casos de duas fotos serem republicadas em um mesmo dia).

O formato do espaço não variou muito ao longo dos anos, embora tenha dobrado de tamanho para depois ser novamente reduzido em setembro de 2005, adequando-se à reforma gráfica de Zero Hora. De 500 a 1100 toques com espaço, o box ocupa hoje 300 a 500 caracteres da colunagem. No entanto, o espaço para republicação da foto aumentou e esta passou a ser colorida (ver copião 26).

---

## Copião 26

### Foto comentada – antes e depois da reforma gráfica do jornal

---

#### Foto comentada

"Um retrato do temporal", fotografia de Tadeu Vilani publicada na capa de Zero Hora de 19 de maio, foi destacada pela leitora Maria Julia Medeiros.

A imagem de Vilani mostra as consequências de um temporal, com ventos de mais de 100km/h, que atingiu o norte do Estado na quarta-feira, dia 18 de maio. Enquadrada na janela de uma residência, a foto retrata uma das 12 casas destruídas no município de Engenho Velho. Maria Julia, advogada em Porto Alegre, gostou dos detalhes que a foto consegue revelar e da composição de cores: os azulejos na parede, a camisa vermelha da pessoa, o verde do pátio, o azul da casa e os tons das nuvens pesadas.



– Apesar de mostrar uma tragédia, a imagem transmite ternura. Parece um quadro de artista e podemos imaginar que talvez o fotógrafo nem tenha notado a quantidade de pequenos detalhes que revela. Cada vez que olho a capa do jornal encontro alguma coisa nova na foto – diz a leitora.

P. 2, 22/05/05

#### FOTO COMENTADA



Os leitores Cari Ramos, Clair Valin, Helenita Gallera, Liliane Lazaris e Luiz Carlos Félix elogiam a foto da capa do dia 4 de outubro, de Ronaldo Bernardi. Ramos diz que a imagem iluminou a sua semana. Félix salienta que a foto é uma homenagem à natureza, pois ilustrou a capa no dia de São Francisco de Assis, santo protetor dos animais.

– É um grito de alerta para a preservação de espécies nativas – completa Félix.

P. 2, 09/10/05

Para abordarmos as falas de *Foto comentada*, no entanto, é necessário primeiramente contextualizarmos sua produção, que é bastante próxima da rotina de tratamento empregada com os mais de 100 textos recebidos (que elege somente 16 para publicação no veículo). Interessa-nos chamar atenção para dois filtros da editoria, aplicados às cartas e e-mails:

1) Leitores “nossos” - É dada preferência, para publicação, de cartas dos leitores já cadastrados na seção, em função da empresa incentivar o corte de gastos com telefone. Uma vez que a checagem dos dados é obrigatória, a preferência é sempre pelo cadastro já feito. Porém, caso a carta tenha um conteúdo muito bom, o editor avalia para liberação da checagem.

2) Quarentena - As opiniões de um mesmo leitor só podem ser republicadas em Zero Hora, mesmo que de outro tema, com pelo menos 30 dias de intervalo. Assim que o leitor é publicado, é posto na “quarentena”. Caso ele escreva novamente neste período, a carta é imediatamente descartada.

Após estes cuidados, as cartas já “aptas”, que integram as retranscas 1 e 2, passam a ocupar a retransca 3 e daí são selecionadas pela editora assistente. Durante o processo ainda são descartadas cartas com fortes juízos de valor, linguagem chula e agressiva ou que defendam questões pessoais. O editor dá a palavra final sobre a publicação das opiniões e as aloja na retransca 4. A página ainda deve passar pela autorização do diretor de redação para entrada na

rotativa. As cartas publicadas são arquivadas por um período de 90<sup>105</sup> dias e preferencialmente publicadas no prazo de 48 horas.

De acordo com o editor, as cartas somente são modificadas para publicação em função de regras de estilo e espaço. O leitor é convidado a diminuir e cortar o próprio depoimento, coisa que nem sempre faz. Daí os jornalistas editam a carta, sendo que já receberam diversas reclamações por “falsearem” depoimentos, modificarem o sentido ou, ainda, suprimirem “idéias essenciais” na visão do leitor. No entanto, a editoria não reconhece tal atitude como prática freqüente. E os quatro leitores por nós entrevistados ratificam as informações de Zero Hora: não possuem reclamação a respeito da edição de comentários e cartas. É interessante referir inclusive, que no dia de nossa intervenção, a editoria já somava mais duas *Fotos comentadas* enviadas por uma das leitoras entrevistadas, às quais tivemos acesso. No manuscrito em letra cursiva, decorado com figurinhas, a leitora chamava os jornalistas de “amigos ocultos” e mandava beijos a todos.

E embora a editoria restrinja o uso do telefone, os comentários sobre foto podem ser obtidos também por este meio: caso o setor esteja precisando de material e alguma opinião da pesquisa diária do setor de atendimento<sup>106</sup> chame atenção, os jornalistas ligam para o assinante para obter mais informações, como de fato ocorreu com um de nossos leitores entrevistados. No entanto, a abordagem por telefone do leitor seria, segundo os jornalistas, bastante “objetiva”: procura-se questionar até a pessoa “dizer o que se quer ouvir”. De acordo com os jornalistas, os leitores ficariam muito contentes em participar, mas muitas vezes dizem

---

<sup>105</sup> O cuidado com o arquivo redobrou após Zero Hora ter sofrido um processo judicial que a acusava de “inventar” cartas.

<sup>106</sup> O setor de Atendimento ao Assinante / Leitor realiza uma pesquisa diária com as pessoas que entram em contato com o jornal por telefone. O serviço questiona, ao final do atendimento, “o que chamou atenção em ZH” daquele dia. O resultado é enviado às editorias no final do dia e atualmente é publicado em Zero Hora dominical, numa média semanal.

apenas “gostei” ou “achei a foto bonita”. Em função disso, os profissionais procuram “tirar” algo que “renda” uma opinião mais “consistente”. Como se pode perceber, o processo de trucagem - que mencionaremos mais adiante quando abordarmos os critérios de fotonoticiabilidade segundo a produção - começa, também na editoria do leitor, na etapa de pré-produção e não somente na construção final. Este processo foi confirmado pelo leitor entrevistado, que disse no começo somente ter achado a foto bonita. Depois, com as sucessivas perguntas do jornalista da editoria, o leitor comentou com o repórter o mesmo que opinou conosco sobre a foto: ela teria chamado atenção, pois transmitiria alegria - principalmente e função do colorido - e a idéia de jovens estudando para conquistar um lugar na vida. Quando questionado sobre o que achava da foto interna publicada na mesma matéria, o leitor disse que a interna “não estava ruim”, mas achou a da contracapa melhor, pois ela “aproximaria” ao ponto de fazer com que ele pudesse “imaginar o que estão fazendo”. Abaixo, as duas imagens as quais nos referimos.



Fig. 8 - P. 29, 06/06/05, Ricardo Duarte



Fig. 9 - Contracapa, 06/06/05, Ricardo Duarte

Mas um fato que diferencia a produção de *Foto comentada* do processo realizado com as demais cartas e e-mails recebidos é que o descarte de material opinativo é muito menor - até mesmo porque os colaboradores costumam enviar mais opiniões para a seção de cartas do que comentários para foto. Até em relação aos filtros a lógica muda: não há necessidade de checagem dos dados ou entrada na “quarentena”. Afinal, é preciso ter o box todo o domingo,

mas nem sempre há comentário sobre foto. Mesmo que a editoria mantenha, quando possível, um arquivo, quase sempre o editor não tem material suficiente que justifique ou motive uma escolha<sup>107</sup>. Além disso, para as fotos se tornarem *comentadas* precisam ter sido realizadas ao longo do respectivo mês de publicação. Em função disso, podemos dizer que o discurso publicado não difere do discurso que chega até a redação, mas que o box apresenta não a generalidade das opiniões dos 900 mil leitores da grande Porto Alegre (Índices Marplan 2005), e sim a visão de não mais do que 30 leitores<sup>108</sup>. E mesmo que a “quarentena” não seja efetivamente um recurso estabelecido para a edição de *Foto comentada*, ele é observado pelos jornalistas da editoria, especialmente em alguns casos específicos de pessoas que costumam escrever continuamente para a redação (como o caso de dois entrevistados nossos), demonstrando um processo de “fetiche” pela visibilidade da participação, como atestam as falas a seguir. Os leitores comentam o que sentem com a publicação (ou não publicação) de seus comentários<sup>109</sup>.

(...) sinto uma felicidade muito grande, é tão gostoso! Quando vem a Zero Hora de domingo (...) eu abro bem devagarinho... Aí quando eu vejo que é o meu, ah! Eu fico muito feliz.

(...) algumas coisas magoam bastante... (...) tem dias que penso, hoje vai sair três coisas minhas nos jornais. Daí eu olho e nenhum deles saiu. Parece que meu dia acaba de manhã, 6h30, 7h... Ou quando olho na Internet e não saiu nada hoje. Vou só esperar o dia de amanhã, pois meu dia de hoje acabou. Tem outras coisas também, mas aquilo, o mais importante, não aconteceu.

---

<sup>107</sup> Só um caso de escolha foi lembrado pelo editor: um dia em que o diretor de redação, que libera a página, trocou o box que comentava a foto de um pássaro em função de seu texto da Carta ao Leitor responder sobre a publicação da foto de um gato preto no estádio do Inter. Com a observação que seriam “muitos bichos num dia só” o diretor ordenou a troca da foto comentada por outra que havia no arquivo.

<sup>108</sup> No período de janeiro a dezembro de 2005 foi computada a participação de 89 leitores em 52 boxes. No entanto, o somatório é impreciso, pois em um dos boxes, o jornal identificou a participação de “mais de 10 leitores”, além dos 89 contabilizados. Até setembro de 2005, antes da reforma gráfica de ZH, era constante a citação do local de onde partia o comentário, prática que foi quase abandonada a partir de outubro do mesmo ano. Sendo assim, até este período foram contabilizadas 29 opiniões de moradores de Porto Alegre e região metropolitana. Passo Fundo e Rio Grande apareceram com duas participações cada e as cidades de Canoas, Encantado, Marau, Arroio dos Ratos, Camaquã, Sarandi, Novo Hamburgo, Sapucaia, Tramandaí, Alegrete, Torres, Dom Pedrito, Guaporé, Santo Antônio do Palma, Santa Cruz e São Leopoldo foram computadas com uma participação cada.

<sup>109</sup> Complementando ainda o uso da expressão “fetiche”, interessa referir que utilizamos a palavra em função dos hábitos de dois leitores entrevistados: um deles escreve para a imprensa desde 1986, sendo que a partir de 2000 passou a contabilizar e arquivar suas cartas publicadas (466 no total); outra leitora começou a escrever para os jornais em 1993 e desde então arquivava suas participações, entre elas, as 23 *Fotos comentadas* de Zero Hora.



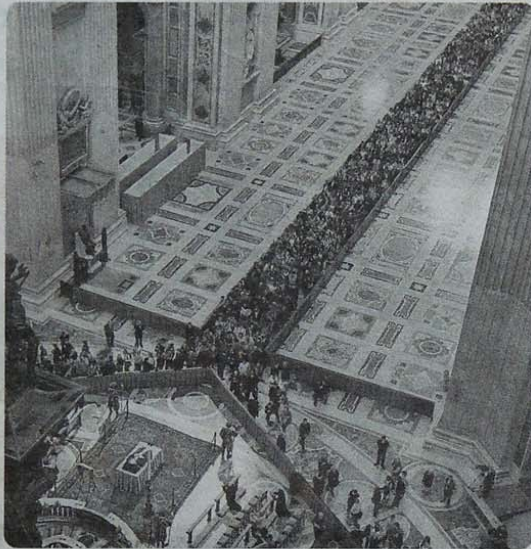
E embora não observem muito as escolhas dos leitores, os jornalistas da editoria percebem que *Foto comentada* é um espaço de discussão da *foto como foto*: “às vezes o jornalista pensa em passar informação, mas não é isso que o leitor quer ver”, diz um dos responsáveis pelo box. Talvez em função disso, o espaço não gere muitos comentários na editoria de foto, para qual o box, ao contrário do que pensam os leitores entrevistados, acaba não servindo como enriquecedor ou valorizador do trabalho do fotógrafo.

A edição de foto, aliás, só é chamada a participar de *Foto comentada* quando é questionada diretamente pelo leitor sobre o tema ou técnica da fotografia. Ou ainda, quando é imprescindível que seja republicada uma foto de agência (evitadas, no box, por serem fotos “vistas no mundo todo”). Somente assim, os produtores são chamados a ver os comentários e comentar o que produziram. No entanto, é preciso salientar que, principalmente em função da diminuição do espaço de texto, este movimento pedagógico (ver exemplos do copião 27) que explicava como a foto foi feita e dava informações sobre seus bastidores, foi se perdendo a partir da reforma gráfica do jornal. O que confirma, de certa forma, que o box não pretende ser uma ferramenta de “fortuna crítica” como discutiremos no tópico 4.3, mas sim aparenta ser mais um dispositivo que, embora demonstre boas percepções da recepção, serve somente para conferir visibilidade aos leitores e referencialidade ao trabalho do veículo.

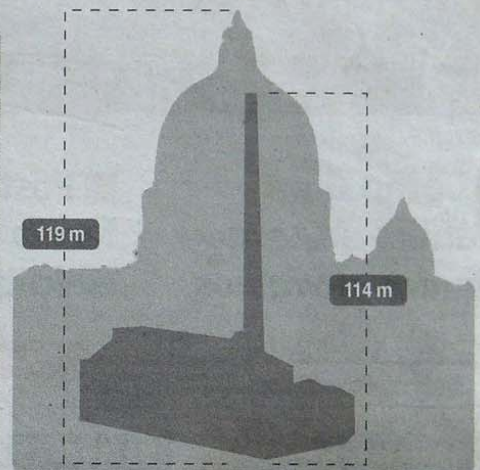
## Copião 27

### Box Foto comentada – movimentos pedagógicos

#### Foto comentada



A foto publicada na capa de Zero Hora de quarta-feira, sob o título "Mais de 1 milhão já deram adeus ao Papa", de autoria do fotógrafo Alessandro Bianchi, da agência Associated Press, foi destacada pelo leitor Ivan Batista do Canto, de Porto Alegre, que disse ter ficado impressionado com a grandiosidade da Basílica de São Pedro.



Para fazer a imagem, o fotógrafo só tinha um lugar possível: o anel interno da cúpula a que o público tem acesso. E que está bem acima do Baldaquino (em primeiro plano) que tem 29 metros de altura

A Usina do Gasômetro com sua chaminé, que segundo a prefeitura tem 114 metros de altura, caberia dentro da Basílica de São Pedro.

P.2, 10/04/05

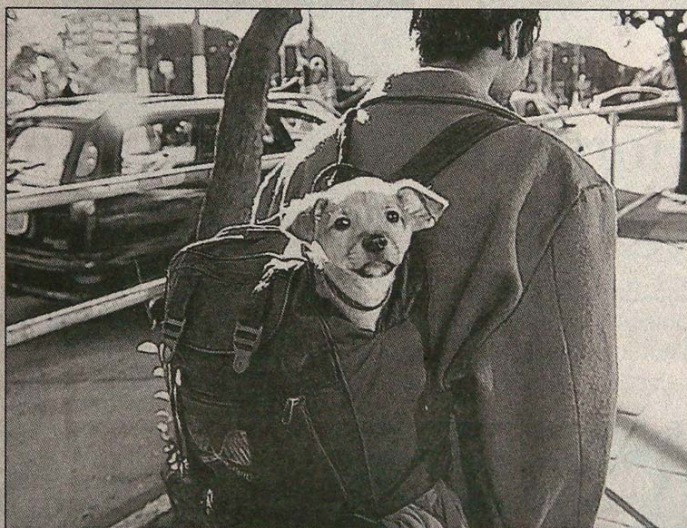
#### Foto comentada

**Fotografia publicada na página 3 de Zero Hora no dia 21 de julho chamou a atenção do leitor Jairo Alcides Vivian, de Porto Alegre.**

A imagem, do fotógrafo Marcelo de Oliveira, do Diário Gaúcho, mostra um cachorro que pegou carona na mochila do seu proprietário. Vivian comenta que gosta de ver algo interessante e diferente nas páginas do jornal e questiona como o fotógrafo chegou ao registro inusitado.

Marcelo de Oliveira, que trabalha no DG há cinco anos, relata que estava chegando ao jornal depois de fazer algumas fotos para reportagens quando foi alertado por um colega sobre o rapaz que estava caminhando na rua com o cachorro na mochila.

– Imediatamente sai atrás dele e registrei a cena – conta Oliveira.



P.2, 24/07/05

Copião 27 - continuação  
Box *Foto comentada* – movimentos pedagógicos

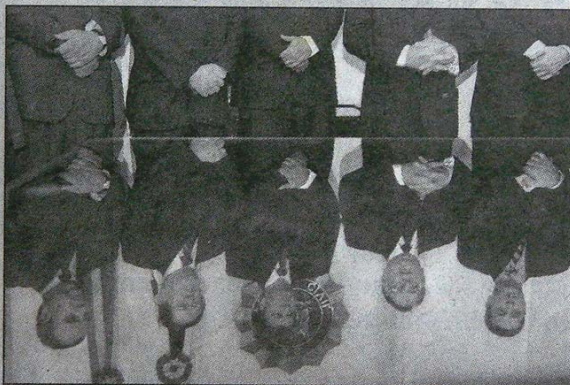
### Foto comentada

Pelo menos 10 leitores telefonaram para a Redação de Zero Hora comentando a foto publicada na contracapa da edição de sexta-feira, sob o título “Posse polêmica”, de autoria de Adriana Franciosi. Alguns pediram que o jornal fizesse uma correção, pois achavam que a foto estava invertida, outros consideraram o ângulo escolhido muito estranho. Dois leitores elogiaram a qualidade da imagem.

O editor de Fotografia de ZH, Ricardo Chaves, comenta o efeito obtido pela imagem:

“Inaugurações, cortes de fita, solenidades de posse, assinatura de acordos, encontros entre autoridades são sempre acontecimentos de previsível resultado visual. Se tudo acontecer dentro do protocolo, restará ao fotojornalista encarregado de cobrir o fato contar exclusivamente com a sua criatividade individual para conseguir uma abordagem interessante. É com essa expectativa que os melhores profissionais deixam a Redação em busca de boas fotos.

Foto boa é, portanto, aquela que, além de fisgar o leitor, pela sua plasticidade ou surpresa, acrescenta informação, se possível interpretando o que ocorre. Foi o que fez Adriana Franciosi esta semana em mais essa virada que atingiu a cúpula da polícia gaúcha”.

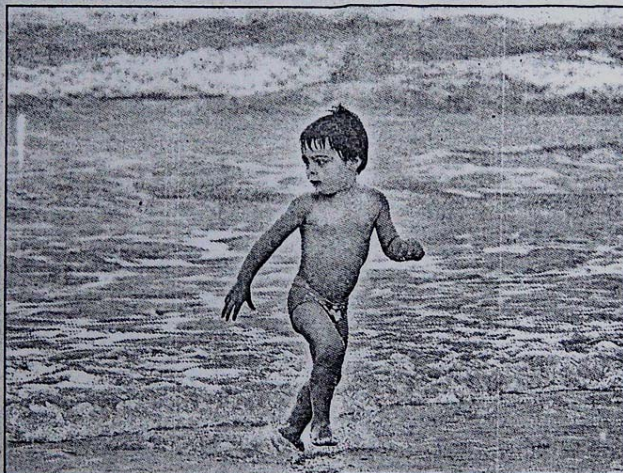


P.2, 18/03/05

### Foto comentada

A foto publicada na página 24 de Zero Hora de 4 de janeiro, que mostra o menino Pedro Henrique, de dois anos, correndo do mar na beira da praia de Capão da Canoa chamou a atenção da leitora Hortência Crespó, de Camaquã.

– A imagem faz com que a gente fique imaginando o que está passando pela cabeça daquela criança. A fotógrafa conseguiu registrar perfeitamente a expressão do menino – diz Hortência.



Adriana Franciosi, a autora da imagem, está na sucursal de praia de Zero Hora. A fotógrafa foi designada para encontrar uma imagem que ilustrasse o final de semana de mar gelado no Litoral. Chegando na beira da praia, ficou alguns minutos observando a movimentação de Pedro Henrique: “Ele ia até o mar e a cada onda que chegava, corria em direção à praia. Achel que aquela cena representava bem o quão fria estava a água.”

P.2, 09/01/05

Mas mesmo pouco aproveitado e observado pela produção, como abordaremos no tópico 4.2, *Foto comentada* pode revelar acertos e limites nos quais o fotojornalismo de Zero Hora incorre e, inclusive, aponta lógicas da produção que não são explícitas e mesmo assim são percebidas pela recepção (como demonstram as mobilizações das falas do box que iremos abordar em seguida). O dispositivo, que é pioneiro nos periódicos nacionais, revela indiretamente uma produção também preocupada com sua audiência de fotografia, uma vez que o box é uma tentativa do jornal de chamar atenção para sua produção imagética satisfazendo, por tabela, um consumidor sedento por participação.

E além da escolha de determinadas fotografias, o fator que torna o box um objeto interessante como estudo da recepção sobre a produção e vice-versa é, em si, a percepção “crítica” do leitor em relação a imagem (e aqui é importante salientar que usamos o termo “crítica” pensando em seu uso corrente, de uma fala *sobre* algo). Os comentários dos leitores - a maioria deles em primeira pessoa<sup>110</sup> - revelam uma forte identificação com o produtor, uma valorização da estética, uma visão da fotografia como fontes de ação social ou individual e também uma visão da imagem como ativadora de sensibilidades emocionais e técnicas<sup>111</sup>.

Antes de descrevermos os *sentidos* ou *mobilizações* mapeados nas falas do box *Foto comentada*, é necessário salientar que estes imbricam-se uns com os outros constantemente. A tentativa de categorizar as falas não ocorre no intuito de quantificar ou reduzir as subjetividades da recepção a um punhado de categorias, mas sim de organizar os comentários num formato revelador dos mais fortes direcionamentos da recepção, quando esta fala da

---

<sup>110</sup> O discurso direto é extremamente presente no *Foto comentada*. Foram computados 41 boxes com falas em 1ª e 3ª pessoa, nove deles somente com discurso direto e apenas dois sem a fala do leitor (que foi substituída pela do fotógrafo ou editor).

<sup>111</sup> Quantitativamente, os sentidos ou mobilizações mapeados foram assim computados (quanto ao número de aparições nos boxes): identificação com o produtor – 23; ação social – 23; sensibilidade técnica – 20; ação individual – 20; sensibilidade emocional – 19 e estética – 14.

fotografia de Zero Hora.

Chama atenção nos comentários do referido box a forte identificação do receptor com a produção especialmente na pessoa do fotógrafo. Elogios ao trabalho do profissional - que pode ou não ser nomeado pelo leitor - e menções ao acompanhamento de uma produção específica são muito recorrentes. Os exemplos abaixo demonstram essa tendência e servem para revelar uma recepção atenta à produção.

O leitor (...) também aprecia muito as imagens feitas por Tadeu Vilani.  
- Ele sempre tem um ângulo diferenciado, uma maneira inusitada de fotografar. (ZH, 02/01/05)

A fotógrafa conseguiu registrar perfeitamente o menino. (ZH, 09/01/05)

(...) É preciso ter em nosso meio pessoas como o fotógrafo, que admiram a natureza e a presença de belos animais! (ZH, 20/02/05)

(...) Vilani consegue, ao captar pequenas imagens, provocar nos leitores uma imensidão de significados. (ZH, 05/06/05)

O leitor relata que admira o trabalho de Vilani, especialmente o esmero que nota nas fotos que retratam as situações por ângulos diferenciados e acaba premiando os leitores com belas imagens. (ZH, 10/07/05)

- Parabéns pela sensibilidade do editor e pela plasticidade que o fotógrafo conseguiu dar à foto. (ZH, 23/10/05)

A fotografia de Zero Hora também é vista freqüentemente como acionadora de questões sociais e individuais da recepção. A *ação social* se referiria a leitura de que a foto “demonstra” ou “chama a atenção” da sociedade frente às questões ambientais, econômicas e culturais. De forma oposta, a *ação individual* colocaria a imagem como “causadora” de sentidos internos ao receptor em função de seu repertório pessoal: o “sensibilizaria”, o “faria pensar” ou o “emocionaria”. Da mesma forma, a *sensibilização emocional* também seria um tipo de ação individual. No entanto, achamos interessante quantificar as falas de forma diferenciada, apenas para identificar o número de citações que remetem diretamente a

potencialidade emotiva da imagem. As falas abaixo exemplificam as três mobilizações referidas.

- A imagem faz com que a gente fique imaginando o que está passando pela cabeça daquela criança. (ZH, 09/01/05)

- A fotografia daquela criança desolada deve ter contribuído para sensibilizar as pessoas que se dispuseram a ajudá-la. (ZH, 16/01/05)

- Essa foto demonstrou o espírito de generosidade do gaúcho. (ZH, 23/01/05)

- A foto mostra todo o choque gerado pela violência que nos assola. Estamos todos fragmentados e estilhaçados, já vitimados ou na fila de espera de nossa vez. (ZH, 30/01/05)

- O fotógrafo conseguiu captar todo o sofrimento do cão através de seus olhos. Realmente me sensibilizou. (ZH, 06/02/05)

(...) A irreversível poluição do Arroio Dilúvio nos privará, no futuro, de um espetáculo tão bonito. (ZH, 20/02/05)

- Impressionante a foto do Rio Gravataí onde aparece a sujeira que o ser humano deposita na natureza. Não seria Deus nos dando a chance de limparmos a sujeira que fizemos na Terra? Só espero que as pessoas se conscientizem de que a natureza não é um grande depósito de lixo e sim o nosso lar. (ZH, 13/03/05)

(...) a foto retrata o quanto a orla pode ser melhorada. - Uma área tão nobre, bonita e valorizada não pode ficar estagnada com seus velhos galpões - diz. (ZH, 24/04/05)

- Aquela fotografia consegue transmitir a sensação de liberdade que as pessoas no balão deviam ter, flutuando sobre tudo. Assim, a imagem vai além do simples registro. (ZH, 01/05/05)

(...) imagens sensíveis e bonitas como as de Vilani fazem com que se esqueça por alguns instantes as más notícias e se acredite que a vida ainda vale a pena. (ZH, 05/06/05)

- A foto aqueceu o meu coração e trouxe uma grande saudade da minha Passo Fundo e dos finais de tarde em família, nas rodas de chimarrão. (ZH, 10/07/05)

O leitor diz que a imagem expressa a crença no trabalho. (...) - A cena é uma homenagem à dignidade humana, pois neste momento, em que o país vive sob as freqüentes manchetes de corrupção, e que a cidade está infestada de meliantes, um homem enfrentando o frio e usando suas habilidades artísticas mostra que se pode viver com dignidade, basta querer. (ZH, 07/08/05)

- Parabenizo o fotógrafo pelo momento mágico do vôo do João-de-barro em busca da sua segurança. (...) traz o questionamento se ainda

temos heróis nos quais buscar proteção: - Nosso país trilha um caminho muito perigoso e estamos entregues as “traças”. Com a proximidade do desarmamento (da população) vão faltar estátuas para nos proteger. (ZH, 04/09/05)

Outros dois sentidos percebidos nas falas dos receptores são aqueles que apontam para uma *sensibilização técnica* e *valorização estética*. Os leitores mencionam enquadramentos, luz, ângulos, linguagem, diagramação, plasticidade e beleza das imagens de Zero Hora. É importante salientar, no entanto, que mesmo estas leituras revelando uma atenção do receptor para aspectos técnicos da fotografia, a estética continua sendo sinônimo de beleza - leitura que descomplexifica o sistema<sup>112</sup>. Abaixo, alguns exemplos que atestam as questões referidas.

- O fotógrafo conseguiu um belo ângulo e a luz perfeita de um entardecer. (16/01/05)

(...) o que chamou atenção foi a estética da foto. (ZH, 23/01/05)

(...) a foto dispensa qualquer texto (...) (ZH, 30/01/05)

- À primeira vista, parece a cena de algum filme épico, onde é inevitável o confronto entre duas forças fictícias, de um lado uma comunidade oprimida e de outro as forças do poder, com detalhe das armas em primeiro plano. (ZH, 13/02/05)

(...) A foto está muito bonita, a ave parece uma obra de arte. (ZH, 20/02/05)

- Sob um imenso “m” formado por duas pontes – “m” de morte e “m” de medo nas estradas – um corpo sendo resgatado das águas e, por trás, uma luz divina que resgata uma alma. A imagem registra este momento trágico e triste com rara beleza. (ZH, 27/02/05)

(...) a foto captou bem a luminosidade e o reflexo do Pôr-do-sol na água, criando um conjunto que realça a beleza do local. (ZH, 24/04/05)

(...) diz que gosta muito de reportagens fotográficas, pela possibilidade de eternizarem os momentos registrados. Para ela, a foto publicada em ZH se destaca pela plasticidade e pelas cores. (ZH, 01/05/05)

---

<sup>112</sup> Para Kant, a estética seria relativa ao belo. A beleza, por sua vez, seria aquilo que agrada universalmente e sem conceito. No entanto, a palavra “agradar” não deve ser entendida no sentido de “proporcionar prazer”, mas sim no de “preferência”. (Lalande, 1993). É interessante colocar também a fala de Sontag, que lembra Da Vinci: o olhar do artista deve ser impiedoso. “A imagem deve estarrecer e nessa *terribilità* reside um tipo contestador de beleza” (2003, p.55).

(...) gostou dos detalhes que a foto consegue revelar e da composição de cores: os azulejos na parede, a camisa vermelha da pessoa, o verde do pátio, o azul da casa e os tons das nuvens pesadas. - Apesar de mostrar uma tragédia, a imagem transmite ternura. Parece um quadro de artista e podemos imaginar que talvez o fotógrafo nem tenha notado a quantidade de pequenos detalhes que revela. Cada vez que olho a capa do jornal encontro alguma coisa nova na foto. (ZH, 22/05/05)

- Com esta onda de Bienal, os pássaros aproveitaram para mostrar que a natureza também consegue fazer arte moderna. (ZH, 24 e 25/12/05)

Todas estas mobilizações servem para exemplificar o que diversas pesquisas revelam (Sousa, 1997): que os padrões de escaneamento humano são tão individuais e únicos quanto nossas impressões digitais. Assim como o fotógrafo trabalha a partir de suas motivações próprias, o receptor identifica a imagem partindo de “conhecimentos laterais”, no dizer de Jean-Marie Schaeffer. Segundo o autor, a imagem não poderia “transmitir informações inéditas, a não ser que seja, por outro lado, parcialmente redundante quanto à memória e aos conhecimentos do receptor” (1996, p. 81). Os indivíduos lêem imagens partindo então de dois contextos: um icônico (os aspectos semelhantes à realidade) e um simbólico (os aspectos abstratos da cultura). Para Dondis (2003), expressaríamos e receberíamos mensagens visuais em três níveis: um representacional (que identificamos com base na experiência), um abstrato (a qualidade reduzida a seus componentes visuais básicos e elementares, enfatizando a emoção) e um simbólico (que inclui todos os sistemas e símbolos codificados aos quais o homem atribuiu significados). Já para Lorenzo Vilches (1998), o leitor teria uma série de competências que seriam atualizadas em cada nova imagem observada: a iconográfica, a narrativa, a estética, a enciclopédica, a lingüístico-comunicativa e a modal. Estas competências justamente o auxiliariam a identificar, interpretar, estabelecer seqüências narrativas entre os diversos elementos das fotos, atribuir a elas determinado sentido (ou simplesmente desfrutar da sua beleza eventual), criar relações com outras informações que



possua sobre a situação representada e interpretar a foto como representação de espaços e de tempos - da obtenção, da foto em si, da difusão e da leitura.

As lógicas apontadas por estes autores se refletem nas falas de nossos entrevistados, uma vez que a relação dos leitores com o jornal, com a fotografia e com o fotojornalismo de Zero Hora se dá muito em função de seu consumo midiático e de imagens, além de seus interesses pessoais<sup>113</sup>. Sendo assim, acreditamos que os leitores entrevistados só estariam aptos para comentar as fotos de ZH porque possuem uma relação próxima com a fotografia - por já terem sido fotógrafos, possuírem o hábito de constituir álbuns de família ou simplesmente por interessarem-se pelo meio - e também por terem contato com outras mídias, sobretudo impressas, já que todos costumam ler outros jornais como O Sul, Correio do Povo, Jornal do Comércio, Diário Gaúcho, Folha de São Paulo, Jornal do Brasil, O Estado de São Paulo e as revistas Veja, Isto É, Caras, História Viva e Quatro Rodas. Um deles, inclusive, costuma ler jornais internacionais como o New York Times, o Los Angeles Daily Times e a revista Newsweek. Em função disso, embora não sejam profissionais da área, os receptores por nós entrevistados que comentam a fotografia de Zero Hora pertenceriam a um nível diferenciado do leitorado comum, que permitiria comentários como os descritos abaixo, por leitores diferentes.

Eu acho a Zero Hora ainda um jornal fraco por ser sucinto, muito resumido. A Zero Hora não se compara a Folha de São Paulo. (...) Eu percebi que tem notícias no Correio do Povo e no O Sul que não saem na Zero Hora. (...) Acho boas as fotos da Zero Hora, mas deveria ter mais coloridas como O Sul, que só tem fotos coloridas. Eu gosto do O Sul, mas falta organizar o jornal, diagramar melhor. (...) Não noto semelhança entre a foto da Zero Hora e da Folha de São Paulo.

---

<sup>113</sup> Importa colocarmos aqui um pequeno perfil dos entrevistados: conversamos com dois homens e duas mulheres - uma dona-de-casa, uma professora de história e geografia, um auxiliar administrativo e um médico - todos aposentados, com idades entre 58 e 72 anos. Dois deles se identificaram como pertencentes à classe média-baixa, dois como classe média-alta. Os quatro leitores apontam como hobby a leitura de jornais e revistas, embora uma das leitoras tenha intensa vida social e exerça uma ampla atividade voluntária junto a entidades de apoio social. Entre os interesses dos leitores encontram-se a educação, os animais, a natureza, a economia e a segurança pública - temas que abordaram em *Foto comentada*.

Sabe, eu preferia o [layout] anterior. Porque eu acho que agora se sobressaiu a propaganda. Mas a qualidade de impressão melhorou muito. E ela [a Zero Hora] está sabendo dosar o uso das fotografias dentro do jornal. O Sul às vezes te cansa. (...) E depois começou a aparecer também a concorrência. O Sul começou a aparecer de mansinho. (...) Às vezes eu pergunto para as minhas amigas ‘o que vocês estão achando do O Sul?’, e elas, ‘ah, é tão agradável da gente ler porque tem várias fotos’. Eu acho que a Zero Hora percebeu isso. (...) Tem muita gente como eu que assina os dois jornais. (...) Acho até que a Zero Hora copia a Folha de São Paulo, nas fotos e nas matérias. Mas em relação aos jornais que nós temos, ela é que prima mais pela fotografia, se preocupa com a qualidade. (...) Mas o principal jornal do Estado, pra mim, é o Correio do Povo. A Zero Hora é mais ampla, atinge mais a população, principalmente por causa dos cadernos, dos classificados...

Considero a Zero Hora um jornal bastante completo. (...) Geralmente o fotógrafo de Zero Hora tem muita sensibilidade, ele procura retratar aquilo de uma maneira que a pessoa sinta e não só veja. (...) Eu não gravei o nome dos fotógrafos, mas vejo que eles têm uma sensibilidade de colocação maior do que os de outros jornais. (...) Eu vejo que O Sul comete um crime bárbaro: eles falam de um crime e põem uma tremenda foto do delegado e a gente fica assim, será que esse é o assassino? Fica uma coisa perigosa, houve até uma ameaça de processo do ex-presidente do Grêmio, o Guerreiro, que ameaçou O Sul. Eles colocaram [na legenda] ‘empresário será preso se não se apresentar’ e a foto era do Guerreiro e eles estavam se referindo ao Serena, empresário do Roberto Carlos que tinha alguma coisa do caso do Grêmio, da parceria e desvio de dinheiro. Então é uma irresponsabilidade na hora de colocar a foto certa. (...) Tem que ser condizente com o texto e não pode deixar de ser sensível.

Todos os leitores que conversaram conosco têm em comum a busca pela informação - é para isso que lêem os jornais. Embora dois deles utilizem os veículos como meio de preservar uma memória social (inclusive de suas famílias, por meio de recortes das colunas sociais) e outros dois inscrevam-se no “uso” do jornal como veículo de reconhecimento pessoal e social - bem como forma de expressão para subjetividades peculiares por meio da publicação de cartas - os quatro leitores comentam que o que lhes mobiliza a ler o jornal é a necessidade de estar bem informado. Ou seja, ocorre o movimento citado por Christa Berger: “O leitor de jornal inscreve-se numa relação de consumo em que estão presentes elementos ideológicos e econômicos. Ao comprar seu exemplar, ele busca suprir a necessidade (de informação) e encontrar a satisfação de ‘saber das coisas’ para ‘estar no mundo das relações’”

(2003, p. 76). Blumer (in Sousa, 2002) também vai nesta linha, ao comentar que os motivos que levariam as pessoas a consumirem os meios de comunicação seriam a orientação cognitiva (que corresponderia à necessidade de se obterem determinados conhecimentos por meio da informação jornalística); o desejo de entretenimento e a identificação pessoal (que apontaria para o consumo de produtos que mais se adequem às crenças, aos valores e às expectativas do receptor). Como disseram duas leitoras por nós entrevistadas, a sua utilização da mídia se daria, principalmente, “para ver se o que a gente pensa está certo” ou ainda porque “especialmente em tempos de globalização, a pessoa não pode ficar numa gaveta, ela tem que se abrir, tem que expor sua opinião, tem que estar por dentro do que está acontecendo”. Para um dos leitores, a informação seria “a colocação do acontecimento de maneira isenta” e para outro “estar informado é não só receber a notícia, mas também ouvir o comentário sobre ela. Quer dizer, o noticiário fica pobre sem nenhum comentário”. Estas falas apontam uma visão comum também aos quatro leitores: a valorização da opinião. E de certa forma também nos lembram os postulados das teorias do agenda-setting, da tematização, da espiral do silêncio e da dependência dos meios de comunicação<sup>114</sup>. No entanto, em função de alguns leitores também utilizarem a imprensa com outros fins, a teoria dos usos e gratificações poderia ser mencionada, já que pressupõe uma relativização do poder dos meios

---

<sup>114</sup> As pesquisas foram realizadas, respectivamente, por McCombs e Shaw (1972), Luhman (1978), Noelle-Neumann (1973) e Ball-Rokeach e DeFleur (1976). A teoria do agenda-setting destaca que os meios têm a capacidade não intencional de agendar os temas que serão objeto de debate público em cada momento, estabelecendo agendas. A teoria da tematização é próxima aos conceitos desenvolvidos pelo agenda-setting, mas apresenta diferenças especialmente por vincular-se às transformações tecnológicas e políticas em curso – marco ignorado pela teoria do agendamento. O conceito de tematização pretende traduzir o processo de definição, estabelecimento e reconhecimento público dos grandes temas através da comunicação social. Ou seja: a atenção pública orbitaria tendencialmente em torno das temáticas propostas pelos media. A teoria da espiral do silêncio estabelece o pressuposto de que as pessoas temem o isolamento, buscam a integração social e gostam de ser populares; em função disso, elas ficam atentas às opiniões majoritárias e procuram expressar-se dentro deste grupo. A formação das opiniões majoritárias seria o resultado das relações entre os meios de comunicação, a comunicação interpessoal e a percepção que cada indivíduo tem de sua própria opinião. Já a teoria da dependência dos meios de comunicação, que procurava explicar a centralidade dos meios na sociedade, nos níveis macro-social e individual. A teoria abordou a relação que se estabeleceria entre a sociedade, o público e os meios a modelar os efeitos destes últimos. Entre outras prerrogativas, os autores destacaram que a sobrevivência e o desenvolvimento eram as motivações que mais levavam as pessoas a dependerem do consumo mediático em função da busca de satisfação em três níveis: compreensão (para entender a história, antecipar o futuro, etc.), orientação (como votar, comprar coisas, comportar-se em sociedade) e *play* (a comunicação como socializadora e fonte de entretenimento e aprendizagem). Sobre as pesquisas ver Sousa (2002), Wolf (2005) e Traquina (2005a).

sobre as pessoas, colocando mais atenção no indivíduo, especialmente nos seus hábitos de consumo mediático, procurando entender os usos que as pessoas fazem da comunicação social para satisfazer suas necessidades e serem gratificadas.

Três dos quatro leitores que entrevistamos são assinantes de Zero Hora há bastante tempo. Dois deles se dizem envolvidos com o jornal, ligando para a redação, conhecendo os profissionais e arriscando algumas lógicas de edição. Como diz um dos leitores, “(...) eu gosto de escrever coisas sobre o cotidiano, mas parece que eles não gostam disso, eles gostam é que fale mal do Lula. (...) Eles estão evitando, filtrando mais, deixando só sobre política, mensalão, Severino... coisas do jornal também, mas é mais sobre política mesmo”. A outra leitora, de certa forma, concorda: “o jornal explora o que ele vai vender. E não são as iniciativas de recuperação, por exemplo, mas sim o roubo sei lá do que, pois chama mais a atenção. E tem a filosofia do jornal, o que pode e o que não pode. É a mesma coisa quando tu vais contar uma história: tu dá uma entonação”. No entanto, nenhum deles arrisca pensar como se dá o processo de escolha das fotografias que são publicadas no veículo.

Mesmo atentos à questão da imagem, para três dos quatro entrevistados o texto é mais importante do que a foto em um jornal. “A função da foto é colaborar para a plasticidade do jornal e também para torná-lo menos cansativo, mais atraente”, “ela serve para reforçar o que está escrito, para dar a dimensão das coisas, para chamar a atenção e para valorizar o jornal” dizem dois leitores. No entanto, todos eles acreditam que a foto chama primeiro a atenção do que o texto, excluindo-se o poder da manchete. E mesmo admitindo que uma imagem possa ser manipulada, para todos os entrevistados a fotografia seria “real” e “espelhará” a realidade. Como disse uma leitora “isto aqui existe”, apontando para a fotografia de um pássaro que voa em direção a uma estátua. E aqui ecoam as palavras de Flusser, do receptor não querer “saber

sobre causas ou efeitos da cena, porque é esta e não o artigo que transmite realidade. (...) E como tal realidade é mágica, a fotografia não a transmite; é ela a própria realidade” (2002, p.67). Para o filósofo, o observador confia nas fotografias tanto quanto confia em seus olhos. Quando as critica, o faz pensando em visões de mundo. Talvez até em função disso, somente um dos entrevistados soube captar o que a foto invertida sobre a posse da polícia quis transmitir. Como disse o leitor,

Talvez queira dizer o seguinte: isso é uma pose que representa nossa polícia, (...) o abandono da segurança pública, numa situação precária... Então com essa pose fica em evidência que a nossa polícia está completamente de pernas pro ar. Ela [a fotógrafa] vinha com aquele pensamento na cabeça e quando ela viu aquilo ali, tudo levou a fazer a foto. (...) Será que é isso?

Outra leitora também compreendeu em parte o enunciado icônico: “a foto demonstra o machismo, eu acho que tem que ter mais abertura porque isso aqui fecha [mencionando as mãos das personagens]. (...) Isso representa que a polícia tem que estar unida, e não sozinha”. Para a leitora, a imagem é uma boa fotografia porque lhe chamou atenção. Os leitores, aliás, arriscam outras características das fotos que comentam: elas “encheriam os olhos”, seriam “perspicazes”, “coloridas”, “de silhuetas”, com “movimento” e “bonitas”. Enfim, aquelas que emocionam e “dizem tudo sem dizer”.

Finalizando nossas considerações sobre a recepção como instância editora, vale a pena transcrever nosso diálogo com uma das leitoras sobre a foto da posse da polícia:

- Quando a senhora olha para essa foto, sem ler a legenda, o que lhe vem à cabeça?
- Que ela está virada.
- E lhe deu vontade de ler a matéria?
- Ah sim, eu ia ler a matéria sim, ainda mais pra saber que confusão é essa aí!
- E porque a senhora acha que a Zero Hora publicou essa foto, desse modo?
- Mas tu sabe que eu não sei, essa foto não me fez muito a cabeça. Eu acho que foi bem pra chamar a atenção mesmo, pra dizer ‘vamos a

fundo pra ver'. Porque é tão diferente, né? Aí tu fica curiosa pra saber da historinha!

#### 4.2 Quando a produção edita: o sistema de “colegiado” em Zero Hora

Assim como já foi forte a idéia de que os jornalistas transmitem a informação das fontes ao público num processo linear, a visão de um movimento em linha reta e vertical também pôde ser pensada para a manufatura da notícia. De fato, algumas instâncias do jornal funcionam mesmo dessa forma, como o exemplo da editoria do leitor que mencionamos no tópico anterior: o jornalista seleciona, o editor atesta e o diretor de redação libera a publicação do material. No entanto, se pensarmos a edição de fotojornalismo veremos que, como afirmam Schlesinger e Gans (in Wolf, 2005, p. 234), o processo ali é circular: “(...) fontes, jornalistas e público coexistem num sistema que se assemelha mais a um jogo de puxar a corda do que um organismo funcional inter-relacionado”. E acreditamos que este fator se torne acentuado na editoria de fotografia por esta possuir uma lógica diferente das demais editorias do jornal, já que, embora exista também com o intuito de buscar notícias, funcione mais como um setor que alimenta outras seções já instituídas. Ou seja, funciona de acordo com um paradoxo: além de ser uma editoria, propriamente, *sem página* também *serve a todas as páginas*. E mesmo que os fotógrafos eventualmente coloquem os repórteres “para correr” atrás do texto em torno de um evento que fotografaram, na grande maioria das vezes, os profissionais da fotografia recebem pautas a serem cumpridas. Como disse um dos fotógrafos entrevistados, “se trabalha muito com o que a gente chama de *case*. A gente já sai para a pauta sabendo que vai encontrar uma determinada situação”.

Andrew Jaspan (in Pereira Júnior, 2006) define sete critérios para a edição de fotografia em uma página de jornal: 1) as fotos devem contar histórias; 2) deve-se privilegiar

o estabelecimento de contrastes (grupos contra indivíduos, planos gerais contra pormenores, rostos contra gestos e a diagramação levando em conta, na mesma página, o corpo inteiro, o retrato e a paisagem, por exemplo – se for necessária a publicação de mais fotos); 3) a edição de detalhes em tamanhos grandes (para acentuar a dramaticidade); 4) o corte no centro da atividade retratada; 5) uso de alto contraste entre o preto e o branco; 6) uso de apenas uma foto (a melhor) por página e 7) a realização de escolhas colegiadas entre editor, fotógrafo, diagramador e chefe de reportagem.

Este último critério é o que nos chama atenção, em especial, para a construção deste tópico - até mesmo porque acreditamos já ter abordado no capítulo anterior os demais elementos enumerados por Jaspan. Centraremos então nossa atenção na rotina produtiva de Zero Hora, um processo de seleção de fotografias que acaba sendo realizada, simultaneamente, por conjuntos de profissionais, como mencionaremos mais adiante.

Antes de iniciarmos propriamente a discussão da questão citada, é importante que esclareçamos alguns pontos sobre a metodologia utilizada para construção deste tópico. É importante referir que faremos menção às entrevistas e observações por nós realizadas (especificadas no item 2.2) e também nos serviremos das entrevistas e acompanhamento de rotinas descritas no trabalho de Beatriz Sallet<sup>115</sup>, desenvolvido entre 2004 e 2006, sobre o fotojornalismo de Zero Hora. Como o período de entrevistas realizadas pela pesquisadora confere com nossa observação do produto do jornal, interessantes questões puderam ser colhidas desta dissertação, e acabaram se tornando também parte de nosso *corpus*. Outro dado que importa mencionar é a forma como estruturaremos a apresentação de nossa discussão, que deve girar em torno de quatro preocupações percebidas como muito frequentes

---

<sup>115</sup> SALLET, Beatriz. **Histórias e “estórias” fotográficas: afirmação e rompimento das rotinas produtivas no fotojornalismo de Zero Hora**. Dissertação de mestrado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2006.

no discurso da produção quando esta fala da edição de fotografia: a formação/direcionamentos da equipe, a questão dos gêneros, os critérios de fotonoticiabilidade e o atendimento ao leitor. Porém, antes de entrarmos propriamente na discussão destes tópicos, cabem algumas considerações em torno do processo de “escolha colegiada” existente em Zero Hora.

Como refere Sousa (1997) sobre a Agência Lusa, o processo fotojornalístico acaba sendo, em grande medida, resultado de sucessivas avaliações e escolhas; um processo de *gatekeeping* no qual “(...) o resultado final é, em vários aspectos, algo que ‘ninguém’ especificamente quis, mas o resultado de várias intervenções de *gatekeepers* (selecionadores) dispostos em seqüência” (*idem*, s/p). O autor se refere justamente a existência de *gatekeepers* no meio externo (leitores, pauteiro), interno (editores-chefes, editores de página, editor de foto, diretor de redação, diagramadores) e no próprio fazer fotográfico, pois os fotojornalistas fazem e escolhem determinadas fotos e as tratam de determinadas maneiras. Sendo assim, recuperando o já citado “processo circular” no qual girariam as rotinas de edição, podemos referir que nossa observação apontou pelo menos quatorze combinações (enumeradas abaixo) de profissionais que poderiam se dar no momento de escolha e colocação de uma fotografia no jornal, que de forma alguma representam movimentações estanques e podem depender do acaso, da matéria ou do acontecimento em questão.

- fotógrafo/editor de página;
- fotógrafo/editor de foto/editor-chefe/diretor de redação;
- fotógrafo/diretor de redação;
- fotógrafo/editor de página;
- fotógrafo/repórter;
- editor de fotografia/editor de página;



- editor de fotografia/editor-chefe/diretor de redação;
- leitor/repórter;
- leitor/editor de foto/editor-chefe/diretor de redação;
- leitor/editor de foto;
- editor de arte/editor de foto;
- editor de arte/editor de página;
- editor-chefe/editores de página/editor de foto;
- diretor de redação/editor de foto e assim por diante.

Especulando sobre os possíveis motivos que levam a tais hierarquizações, poderíamos apontar as considerações de Silva (1991), que compara os fotojornalismos brasileiro e norte-americano: grande parte das fotos publicadas pelos diários dos EUA é produzida por terceiros, enquanto no Brasil os jornais ainda mantêm equipes relativamente grandes de fotógrafos. Além disso, o autor comenta que

(...) há também fatores culturais que explicam a resistência das redações brasileiras à organização e ao método. A atividade jornalística é vista como uma espécie de parente da artística. A improvisação e os rompantes criativos são valorizados mais do que o planejamento e o previsível. Ser considerado um “gênio” e se sentir com “liberdade de criar” são mecanismos de escape que às vezes funcionam como compensação para baixos salários ou pequeno poder de influência em decisões editoriais (1991, p. 140).

Ainda assim, Silva observa que no jornalismo brasileiro, apesar de estar valendo a divisão formal em editorias e setores há pelo menos 50 anos, há uma necessidade de centralização que é tipicamente nossa: “enquanto nos EUA o setorista trabalha basicamente sem pauta, no Brasil ele recebe todos os dias uma tarefa específica para desempenhar” (1991, p. 142). Esta questão é de fato verificada também no fotojornalismo de Zero Hora, mediante

duas instâncias: além do repórter fotográfico receber uma ferramenta de pauta<sup>116</sup> todos os dias, algumas falas dos profissionais refletem as diferentes tensões entre hierarquias que rondam o trabalho na redação, e inclusive atestam uma certa aculturação e aprendizado por osmose, como discutiremos mais a frente.

Estas tensões revelam o trabalho de equipe, que por saber/perceber a transformação do fotojornalismo em torno de seus gêneros - e pela própria complexidade no desenvolvimento da tarefa “fotografar para jornal”<sup>117</sup> - acarreta a necessidade de um discurso voltado para a instituição de critérios de fotonoticiabilidade, que estão intimamente ligados com o atendimento do leitor/consumidor. Ou poderíamos dizer que a transformação/percepção dos gêneros acarretaria a preocupação com a formação de uma equipe voltada para o atendimento do leitor mediante o seguimento de determinados critérios de fotonoticiabilidade? Acreditamos que ambas as relações podem ser tomadas como verdadeiras. Em função disso, passamos a desenvolver cada um destes elementos.

#### **4.2.1 A formação/direcionamentos da equipe de Zero Hora**

Zero Hora é um dos poucos jornais do sul do país - se não o único - a demonstrar uma preocupação e certo refinamento com o aspecto visual, tanto em sua diagramação quanto na edição de fotografia - e este aspecto é observável pelo simples olhar descompromissado sobre

---

<sup>116</sup> A ferramenta de pauta seria, no dizer de um dos fotógrafos, apenas um “clima da matéria, um guia para evitar da gente pegar um personagem importante fora do contexto - por exemplo, uma arquiteta que construiu um enorme prédio sentada de braços cruzados sobre uma mesa”. Os profissionais comentam que não costumam seguir a ferramenta à risca e que esta foi uma demanda da própria equipe, que “estava cansada de chegar num lugar sem saber nada do assunto e acabar trazendo uma coisa nada a ver”. Os fotógrafos dizem também que a ferramenta de pauta facilita o processo de indexação, uma vez que traz palavras-chave, observações e dados como a editoria e o status da pauta, se já aprovada ou não. Uma reprodução da ferramenta encontra-se no anexo 5.

<sup>117</sup> Referimo-nos à construção de um discurso que se torna ainda mais complexo em função dos processos próprios do campo jornalístico, como as questões em torno da noticiabilidade, do fator tempo, dos pendores da empresa *versus* serviço social, etc.

os diversos veículos disponíveis (mas falaremos mais sobre esta comparação na conclusão do presente trabalho). No entanto, estas características são internas à mentalidade da produção: segundo a direção de redação de Zero Hora, esta possuiria a capacidade e responsabilidade de realizar uma “revolução” em termos de uso da linguagem visual e, em especial, da fotografia. De certa forma, as idéias da diretoria do jornal ecoam nas palavras de Dondis, talvez na procura por antecipar um momento cultural que resultará em ganhos econômicos.

(...) nossa cultura dominada pela linguagem já se deslocou para o nível icônico. Quase tudo em que acreditamos, e a maior parte das coisas que sabemos, aprendemos e compramos, reconhecemos e desejamos, vem determinado pelo domínio que a fotografia exerce sobre nossa psique. E esse fenômeno tende a intensificar-se. (2003, p. 13)

No intuito de acompanhar estes posicionamentos, a direção de redação de Zero Hora investe não só na digitalização para captura de imagens, mas na qualidade de edição - que seria o segredo para uma boa política visual na imprensa. O apelo para o fim do “conservadorismo” é comentado pelo diretor de redação, que diz ser muito difícil “mudar uma mentalidade”:

Nós estamos passando por um processo de renovação, até na equipe, alguns tem mais dificuldade de se adaptar, outros menos. (...) Veja bem, a France Presse distribuía, há 10 anos, 150 imagens por dia. Hoje manda 1500 a 2000. Então o problema não é mais a captação, mas sim a edição, a seleção da imagem. Sem falar na tecnologia envolvida: a máquina fotográfica vai virar câmera de vídeo, ela vai ser a única máquina de registro de imagem. Então você vai gravar um take e selecionar o frame, vou tirar dali uma expressão do rosto, entre duas mil opções, com a qualidade de uma digital. Isso vai ser uma revolução. E tem gente que diz que isso vai tirar o charme da coisa, mas é a realidade, é a troca da luz de lampião pela elétrica. Vai acontecer independente do nosso desejo. Então temos que estar preparados pra viver esse novo mundo.

É também em função destes pensamentos que a direção de Zero Hora instituiu duas modificações na rotina de produção visual do jornal: em setembro de 2005, foi realizada a já citada reforma gráfica, pois “se pretendeu limpar o jornal, clarear e ampliar o espaço da imagem. O resto é firula, é acessório”, como comentou o diretor de redação. Outra

modificação é a constante preparação da redação - e também de todos os outros seis veículos da rede RBS - para pensar a fotografia, a edição e o uso dos diversos tipos de imagem. Além de atualmente a equipe estar passando por um processo de renovação, o editor de fotografia realiza periodicamente palestras nas quais são discutidos temas como tecnologia, tipos e usos das fotos ilustrativas e do fotojornalismo - além da necessidade dos jornalistas pensarem sobre suas práticas. Este posicionamento talvez vise invalidar, de certa forma, antigas colocações de Ivan Lima, para quem a função do fotógrafo não seria criar nem gerar influências: "os fotógrafos de imprensa, por seu próprio ofício, são os que menos têm o hábito de refletir. O fotojornalismo é basicamente prático" (1989, p.29). E mesmo que não seja uma prática constante, poderíamos colocar também como uma modificação na rotina de produção visual um certo tipo de anúncio aos leitores e a própria redação por meio da publicação de matérias e intervenções justamente sobre este aspecto, como atestam os exemplos organizados no copião 28, sobre a publicação de páginas negativas no jornal como parte de um trabalho da 5ª Bienal do Mercosul; a promoção conjunta de Zero Hora com a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) na organização de um "desafio fotográfico" aos estudantes e a preocupação do veículo em anunciar sua participação em congressos que debatem o jornalismo e o design gráfico.

Para a discussão deste tópico, nos centremos nos workshops realizados na redação, que acabam sendo uma ferramenta de transmissão sobre a qualidade e unidade da linguagem visual. Embora os workshops sejam também espaços únicos para a "discussão" da importância da imagem na imprensa, eles seriam um recurso que auxilia na "aprendizagem por osmose" e no processo de aculturação dos jornalistas e fotógrafos, como referem os estudos de Breed (in Sousa, 2005 e Traquina, 2005). A realização dos workshops - e também a avaliação diária que uma das editoras-chefas encaminha aos e-mails de toda a redação –

Direcionamentos da política visual de Zero Hora – anúncio via publicação de matérias no jornal



**MARCELO RECH**  
Diretor da Edição

Se você descartou o exemplar deste sábado de Zero Hora, trate de recuperá-lo. Ele é uma obra de arte que faz parte da 5ª Bienal do Mercosul – e alguns dias ainda deverá ser peça disputada por colecionadores de todo o mundo.

Onde está a obra? Dêbe de novo. São quatro páginas que tiveram suas cores invertidas. A inusitada intervenção foi proposta pelo artista plástico mexicano Erick Beltran, que há dois meses procurou a RBS para apresentar sua ideia. Erick já fez outras interferências em jornais mundo afora. No Het Parnol, de Amsterdã, a capa foi publicada sem a letra "w". No acordo com ZH, havia duas combinações: o artista não interferiria no conteúdo jornalístico.

Justiça das páginas e o jornal não poderia abertar na leitura sobre o que iria ocorrer.

E assim a edição de sábado trouxe, junto com o noticiário, as colunas e os cadernos, uma obra de arte que se completará com a construção de um cubo gigante emoldurado pelas páginas invertidas. A obra finalizada será exposta na Usina do Gasômetro.

Caso você ainda não tenha percebido, eis onde encontrar os pedaços da obra: página 39 da edição de Esportes, página 3 do Segundo Caderno e as contracapas do Segundo Caderno e do caderno Vida.

– A página em negativo faz com que, de alguma maneira, se veja o que nunca se vê – diz o artista mexicano.

Estranho, não? Coisas da Bienal. Aproveite, guarde e visite sua obra sem precisar sair de casa.



Zero Hora, 1º, 2 e 3 de outubro de 2005



**Imprensa** Representantes de 66 países participam de encontro em Buenos Aires

## Jornais traçam inovação para jovens leitores

As aberturas da 6ª Conferência Mundial de Jovens Leitores, em Buenos Aires, na Argentina, presidida pelo Conselho de Administração da RBS, foram marcadas por debates sobre inovação, qualidade, credibilidade e comprometimento para atender leitores mais jovens.

A abertura, segundo Sotolongo, não deve ser encarada como simples reunião de negócios, mas sim como um momento de reflexão sobre o futuro da imprensa. Cada participante trouxe propostas de inovação, desde a criação de novos produtos até a melhoria da qualidade do conteúdo.

O diretor geral do jornal argentino, Carlos Víctor Arellano, afirmou que não há fórmula universal para conquistar jovens leitores. Cada editor deve buscar suas próprias soluções.

A importância do momento de troca de ideias foi reforçada pelo diretor geral da RBS, Jaime Siviero, que destacou a importância de usar de forma inovadora a tecnologia para melhorar a experiência do leitor.

Um dos grandes pontos de discussão foi a criação de novos produtos para jovens leitores. Sotolongo mencionou o lançamento do jornal 'Jovens' e o lançamento de novos produtos digitais.

Em paralelo, o diretor de Redação de Zero Hora, Marcelo Rech, apresentou as iniciativas do jornal para conquistar leitores jovens. Entre elas está o projeto que desenvolveu para...

**Como foi**  
915 pessoas se inscreveram no concurso, enviando três fotos de sua autoria. Foram selecionados 30 para a última etapa, no dia 18. Entre 1300m e 1900m, os competidores tiveram 1h30m e 1h40m para escolher e enviar suas fotos.

**Os prêmios**  
1º lugar: Canon EOS 300D Digital Rebel, 8,3 megapixels, Lente EF-S 55mm, com grande ângulo de captação da imagem.  
2º lugar: Canon PowerShot G6, 7,1 megapixels, Lente com zoom de 35 mm até 140 mm (4x).  
3º lugar: Canon PowerShot A620, 3,9 megapixels, Lente com zoom de 35 mm a 140 mm (4x).

Zero Hora, 20/09/05



**CONCURSO** Autores dos três melhores trabalhos selecionados receberão câmeras hoje na ESPM

## Desafio Fotográfico entrega prêmios

Serão entregues hoje os prêmios aos três vencedores do concurso Desafio Fotográfico, promovido por Zero Hora e pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

O vencedor foi Maurício Berra, de Porto Alegre. O segundo e o terceiro colocados, respectivamente, foram Roberto Diógenes Medeiros e Marco Antonio Vianini Gonçalves, ambos de Curitiba.

Para a ESPM, o concurso foi uma forma de chamar a atenção do mercado para o Centro de Inovação da instituição no Rio Grande do Sul. Semestre na área de fotografia, foram investidas recentemente R\$ 2,5 milhões em estrutura física, móveis para produção de fotos com luz natural e equipamentos.

O júri selecionou 30 fotografias para a final, no dia 18 de junho. Em uma tarde de sol, os competidores tiveram duas horas para fotografar os melhores ângulos do Parque Farroupilha, na Capital, tema da segunda etapa. Os vencedores foram definidos por um júri formado pelo editor de fotografia de ZH, Ricardo Chaves, e pelo fotógrafo Rogério Soares e Raad Kreibitz.

Para a ESPM, o concurso foi uma forma de chamar a atenção do mercado para o Centro de Inovação da instituição no Rio Grande do Sul. Semestre na área de fotografia, foram investidas recentemente R\$ 2,5 milhões em estrutura física, móveis para produção de fotos com luz natural e equipamentos.



Zero Hora, 06/07/05

assegurariam que a linha político-editorial do jornal vá sendo imposta, sobre um processo de socialização dos jornalistas dentro da redação. Como diz uma das editoras-chefas,

(...) nós estamos emitindo esses conceitos, dizendo o que nós queremos da fotografia para o fotógrafo que está tirando a foto, para o editor que está direcionando e definindo as páginas, para o subeditor que está ajudando a escolher a foto e para o repórter, para que ele saiba da importância da fotografia dentro do jornal; ou seja, ele não pode mais escrever tanto porque nós queremos fotos maiores. (...) Os fotógrafos são muito incentivados a “vender” sua foto, fazer propaganda do seu material. Eles são incentivados a “encher o saco”, dizer “olha aqui o que eu fiz, isso não estava na pauta”.

E mesmo que os workshops sejam uma alternativa mais explícita ao invés do “boca-a-boca” ou da “tentativa acerto-erro” que ocorre cotidianamente na osmose da atividade jornalística, estas palestras ainda se configuram como ferramentas para prevenção do caos, cuja “aplicação dos critérios relativos às notícias requer consenso entre os jornalistas e, sobretudo, uma organização hierárquica em que aqueles com mais poder possam impor sua opinião sobre os critérios relevantes para uma determinada notícia” (Gans in Wolf, 2005, p. 204).

Além disso, de acordo com Breed (in Pena, 2005), o jornalista acaba se socializando com a política editorial da organização através de uma lógica de recompensas e punições, causada por 1) autoridade institucional, 2) sentimento de dever com os chefes, 3) aspirações de mobilidade profissional, 4) existência de um senso comum na redação, 5) caráter prazeroso da atividade e 6) necessidade de uma busca incessante pela notícia. Afinal, como um fotógrafo afirma em seu manual, “quer seja grande ou pequena, a seção de fotografia tem o mesmo fim - planificar e supervisionar o trabalho dos fotógrafos do jornal e fazer que seu esforço sirva aos objetivos do diretor” (Keene, 2002, p. 191). No entanto, é importante referir que, em se tratando do fotojornalismo de Zero Hora, o terceiro fator mencionado por Breed não é verificado, uma vez que “(...) o problema da foto é que você não tem possibilidade de

crescimento dentro do jornal”, como diz uma das fotógrafas entrevistadas por Sallet (2006, p. 73). E aqui é interessante referir à fala de um fotógrafo que, a nosso ver, revela as liberdades consentidas e não consentidas do processo de socialização que o profissional sofre na redação.

Diferentemente do que a esquerda intelectual pensa da gente, nunca - e eu tenho uns 30 anos de profissão - alguém me disse: vai lá e faz essa foto pra detonar esse cara, ou, vai lá e livra esse cara, faz uma fotinho mais amena. Não, nunca. Esse poder de decisão está na mão de quem aperta o dedo.

Quando perguntamos ao mesmo fotógrafo se alguma foto sua já havia sido vetada para a publicação, este respondeu que

Sim, mas foi por veto estratégico. Foi uma matéria sobre a Via Campesina que acabou em quebra-quebra. Fotografei o nosso carro - com o logo da RBS - com o vidro todo quebrado. E essa foto não foi publicada. Se fosse, também, o que iriam dizer? Que estávamos fazendo campanha contra os movimentos sociais...

Duas falas do editor de fotografia demonstram também os constrangimentos do fotógrafo dentro da redação:

Tem um amigo meu, fotógrafo, que trabalhou comigo na Veja do Rio e foi demitido porque ele e a revista nunca se entenderam muito. Ele dizia que odiava foto útil, gostava só das inúteis. Ele não queria nem legendar porque entendia que se a foto fosse boa, a relação se dava de forma tão plena - e ele é um excelente fotógrafo - que não precisava legendar, ele dizia que isso é coisa de jornalista. Ele entregava uma foto como quem entregava uma poesia... Cada um é livre pra interpretar o que quiser daquilo ali, sensacional. Tu estabeleceres uma comunicação daquilo ali. E não está errado. Mas para dizer isso numa redação, tem que ter uma certa cara-de-pau. Fica todo mundo te olhando “bah cara, sai pra lá com esse papo-cabeça”.

(...) eu uso um recurso que acho um tanto sacana, mas enfim... Eu digo, “olha, mesmo que você queira ser super criativo, revolucionário, isso não está ao nosso alcance, nós somos muito medíocres. Não somos nós, com uma proposta revolucionária, que vamos decidir nada”. Se a gente está tendo uma idéia, até dá pra ousar, pois as nossas ousadias são pequenas... As ousadias geniais ficam na mão do Chaplin, do Einstein... E nós certamente não somos nenhum deles.

Ainda sobre a socialização, há também falas dos fotógrafos no trabalho de Sallet (2006) que valem a pena ser referidas:

(...) [a fotógrafa] comenta conosco, logo após visualizar a foto no monitor de sua câmera fotográfica, que estava certa de que aquela fotografia ali não seria publicada nem na capa nem na contracapa do jornal por razões editoriais (*idem*, p.189).

O diretor de redação da Zero Hora, (...) que acha o *The New York Times* o melhor jornal do mundo, expõe três ou quatro quadros com capas desse jornal com assuntos importantes. Entre essas capas está a da foto do balão que eu fiz (*idem*, p. 94).

(...) o trabalho do repórter fotográfico vai até um limite. E o limite é a linha editorial do jornal, está no que os editores pretendem (*idem* p. 81).

A última fala, de uma fotógrafa que também conversou conosco, pode ser completada com o trecho abaixo.

Eu acho que o poder do fazer a foto é do fotógrafo. Agora, a publicação da foto, de forma alguma está sob o poder do fotógrafo. Aliás, não tem poder nenhum. Se qualquer um dos editores disser “não vai sair”, a foto não sai de jeito nenhum. Por isso é importante tu contares com alguns editores que apostem no teu trabalho, ou que procurem entender o quê tu está querendo dizer com aquilo.

A “parceria” entre editores e fotógrafos seria uma das ferramentas por meio das quais os jornalistas buscam sua autonomia, mesmo em conformidade com o veículo. Além disso, como refere Breed (in Pena, 2005), os profissionais também conquistariam liberdades por meio da incapacidade de acompanhamento, pelos chefes, de toda a rotina de produção da notícia, da pressão pela concorrência e da especialização - ou *status* de estrela - obtida pelo repórter. As pesquisas também esclarecem (in Wolf, 2005) que, na seleção, as referências do grupo de colegas e do sistema de fontes prevalecem sobre as do público. O contexto profissional-organizacional-burocrático exerce uma influência decisiva nas escolhas dos *gatekeepers*. Falaremos mais a respeito destas questões quando abordarmos separadamente o papel do fotógrafo como um dos primeiros editores de fotografia do jornal.

Antes de entrarmos nestas discussões, cabem ser referidos dois conjuntos de apontamentos. O primeiro foi sistematizado a partir do *Manual de Ética, Redação e Estilo de*



*Zero Hora* (1994) e refere os postulados que podem ser aplicados ao fotojornalismo do veículo. Além disso, as citações representam a primeira ferramenta para socialização do repórter-fotográfico. Já o segundo conjunto de apontamentos foi pinçado (às vezes, repetidamente) das falas dos produtores entrevistados, e resumem os processos de escolha colegiada, aculturação e socialização dos profissionais de *Zero Hora* em torno da formação e direcionamentos da equipe, que já foram apontadas. Acreditamos ser importante citar estas duas sistematizações porque elas permanecem sempre no horizonte do processo de edição de fotografia, e serão recuperadas, de certa forma, nos próximos tópicos que iremos desenvolver: os papéis do editor e do fotógrafo dentro da equipe, a questão dos gêneros fotojornalísticos, dos critérios de fotonoticiabilidade e do atendimento ao leitor.

Abaixo, as diretrizes do manual de ética, redação e estilo de *Zero Hora* que podem ser relacionados à fotografia:

- nenhum jornalista pode manifestar publicamente sua preferência partidária ou inclinação ideológica;
- *Zero Hora* não manipula, distorce, apaga ou corrige fotografias no todo ou em parte (salvo os casos de distorção para efeito artístico, que deve ser anunciado para o leitor);
- para as fotos de arquivo exige-se legenda que indique banco de dados com data da foto;
- “a publicação de fotografias com imagens desagradáveis ou que possam chocar os leitores deve se limitar aos casos em que acrescentem informação à notícia, com o nítido sentido de ajudar a sociedade a conhecer-se melhor” (p. 17);
- rostos de menores envolvidos em crimes devem conter uma tarja;
- todas as pessoas envolvidas na foto devem ser identificadas, e toda foto deve conter legenda;
- nunca se deve usar uma personagem em primeiro plano sem identificá-la;
- é proibido cortar a testa de fotografados em bonecos, e bonecos em seqüência devem ter o mesmo tamanho;

- todas as fotos devem trazer assinatura no canto superior direito;
- em bonecos a legenda deve ser composta como o exemplo ‘PC: interrogado’. Não utilizar verbo em legendas de bonecos;
- “os leitores não conhecem necessariamente os antecedentes de um fato. Uma regra crucial para conquistar o leitor é proporcionar, o quanto antes, informações básicas sobre o assunto publicado anteriormente” (p. 67);
- “a matéria-prima do jornalismo é o ser humano. Um personagem com nome e sobrenome provoca muito mais impacto que uma figura sem identidade. As reações, o ambiente, o tom de voz, a roupa são informações que enriquecem qualquer texto” (p. 67);
- “quando o tema for amplo, uma saída é recorrer à individualização para simbolizar a história. Jamais se esqueça de que pessoas se identificam com outras pessoas e não com números” (p. 68).

Nos discursos dos produtores, por sua vez, são muito freqüentes as seguintes afirmativas:

- a divisão das pautas deve levar em conta o talento do fotógrafo;
- o fotógrafo pode ser convidado a participar da construção da pauta (principalmente em casos de reportagens especiais ou séries);
- é da editoria de fotografia a responsabilidade de julgamento frente à utilização e criação de fotos-ilustração;
- especialmente as decisões de capa e a contracapa competem ao conjunto de editores e são referendadas pela direção de redação;
- mesmo não concordando com determinada utilização da fotografia, o fotógrafo deve lembrar-se que faz parte de uma equipe, portanto, deve ser solidário às decisões do grupo;
- nos seis jornais da rede a política visual indicada é a mesma, em função dos workshops realizados nas redações, visando a integração de um pensamento comum sobre o que seria a “boa foto” e como a fotografia se configura no cenário atual da mídia impressa;
- até mesmo em função do desaparecimento do “fotógrafo flagrantista” (devido as facilidades impostas pela tecnologia digital aos fotógrafos amadores), o fotojornalista é incentivado a ter iniciativa e trazer materiais não pautados;
- o editor de fotografia tem a obrigação de ouvir a sua equipe e deixar os canais sempre abertos entre esta e os demais profissionais da redação;
- ao editor de foto cabe uma demanda cada vez mais indispensável

para o bom funcionamento da política visual: a observação de outros veículos e agências;

- devido ao fator tempo e a pressão do fechamento, cada vez mais os editores de página e repórteres assumem o papel do editor de fotografia na seleção de imagens (até mesmo em função disso a redação é preparada com os workshops);

- o fotógrafo seria o primeiro editor em função do poder do clique e da incumbência de “fazer a foto definitiva”;

- o fotógrafo trabalha procurando a aprovação de seus pares na redação (e não no leitorado);

- o diretor de redação é o responsável pela política visual do jornal (que por sua vez responsabiliza o editor de foto e os editores-chefe a repassá-la);

- em função da editoria de foto ser seleta (em relação ao número de repórteres de texto) cada fotojornalista possui um estilo perceptível e algumas vezes demandas específicas;

- o fotógrafo tem liberdade para “vender” seu material junto a redação;

- o fotógrafo deve se sentir empolgado por seu trabalho, ao ponto de sempre trazer uma capa (se achar que o assunto pode permitir);

- é necessário haver um casamento entre quem fotografa e quem escreve;

- repórteres e editores reconhecem que a foto é o primeiro elemento a ser pensado na manufatura da matéria;

- o fotógrafo utiliza, principalmente, a sua visão de mundo para compor a fotografia (e não o pensamento no leitor);

- ocasionalmente o fotógrafo estabelece parcerias de valoração junto ao editor, diretor de redação ou repórteres de maior *status*;

- os fotógrafos devem estar a par das regras do manual de ética e da política visual do jornal;

- a editoria de arte deve se preocupar com o corte, sobretudo de capa e contra, procurando chamar o editor de foto em caso de dúvidas na colocação da imagem.

Em síntese, pode-se dizer que a (foto)noticiabilidade, a seleção e a hierarquização informativa de acontecimentos e dados sobre esses acontecimentos passam por critérios que parecem partilhar das influências pessoais, do pendor organizacional, do pendor ideológico e da ação do meio físico e tecnológico. Inicialmente, poderíamos pensar que o que é difícil de

fotografar tende a ser desprivilegiado na cobertura fotojornalística dos acontecimentos, por complicar os processos de fabrico da foto-informação (Sousa, 2005). No entanto, devido às novas questões em torno do gênero, em parte já apontadas no capítulo anterior, o trabalho do fotógrafo e dos editores parece estar re-configurando estas noções.

#### **4.2.1.1 O papel do editor**

De acordo com Pereira Júnior (2006, p. 111), “a fotografia na imprensa é a expressão de um acaso controlado”. Boa parte do controle deste acaso se dá pelo já citado movimento de socialização do fotojornalista, e nas próprias escolhas que ele faz com sua objetiva (que serão abordadas mais à frente). O restante do controle se daria justamente pelo papel dos editores que montam a “cara final” ao material, escolhendo, hierarquizando e determinando páginas, textos e fotografias, tendo em vista que “a edição traz fragmentos congelados, mas confere lógica própria à imagem. Expõe a cena e, simultaneamente, o trabalho estético e profissional. É construção e também flagrante, é registro e artifício, testemunho e invenção” (*idem*, p. 112). Para Altheide (in Wolf, 2005, p. 260), o principal fundamento da atividade de edição nos noticiários é “transformar o acontecimento numa história com um início, uma parte central e um fim”.

Inicialmente, quando imaginamos nossa pesquisa, pensamos que a edição de fotografia era um assunto do editor de foto, afinal, é exclusivamente dele este rótulo. No entanto, ao abordar a questão, percebemos que a edição deste tipo de material compete ao profissional que ocupa o cargo de editor, seja ele chefe, de página ou de foto. Em função disso, neste tópico nos reportaremos aos três cargos, diferenciando-os quando assim for necessário.

Por editor, Sousa (2005) entende os jornalistas responsáveis por uma determinada editoria dentro da redação, bem como pelo fechamento da respectiva página. Caberia aos editores coordenar o trabalho dos jornalistas de sua seção; rever ou até re-elaborar textos; decidir, a um primeiro nível, sobre a publicação ou não de textos e definir, em conjunto com a direção e os editores-chefes, os temas a tratar e a hierarquização do material nas páginas. Poderíamos acrescentar, às funções do editor enumeradas por Sousa, a necessária avaliação sobre uma notícia em relação ao público-alvo do jornal. Como os fotógrafos trabalham muito em função das valorações impostas por seu *staff* (e não podemos esquecer que o editor de foto é também fotógrafo), nos parece que cabe aos demais editores - especialmente ao editor-chefe - a constante lembrança do atendimento ao leitor<sup>118</sup>. De acordo com Keene (2002), se alguma coisa é importante para ser incluída em um jornal, isso depende da percepção que os editores e o diretor de redação têm em relação aos seus leitores e interesses.

Voltando-nos mais propriamente à figura do editor de fotografia, é interessante perceber que sua importância dentro da redação dos jornais cresceu muito ao longo dos anos, principalmente se contrapormos as afirmações de Westley (1980) com a mecânica do jornalismo atual. Para o autor, caberia ao editor-chefe a função de tomar decisões a respeito da relação palavra-imagem, sobrando para o editor de foto somente a tomada de decisões técnicas sobre a fotografia e o gerenciamento da equipe.

---

<sup>118</sup> O editor de foto revela que muitas vezes lhe foge à compreensão sobre as atitudes do receptor, lembrando em especial a ocorrência da publicação de uma fotografia de agência, que mostrava uma senhora idosa vítima dos estragos de uma guerra civil. A personagem estava maltrapilha, ferida, em meio aos destroços de uma bomba. O editor comenta que a foto era chocante e sensível, que denunciava uma violência sem mostrar “uma pasta de sangue”. Diz o editor que até esperava manifestações dos leitores - positivas ou negativas. No entanto, sua surpresa e certa indignação se deram em função daqueles não comentarem a crueza ou o horror da fotografia e seu contexto, mas sim criticarem o fato de uma parte do sutiã da senhora da foto estar à mostra, “expondo” a intimidade de uma pessoa idosa. Por isso o editor de foto às vezes acredita que o leitor é incompreensivo diante do jornalismo que procura “denunciar a realidade”.

Se observarmos a lista de atividades enumeradas por Westley, que seriam exclusivamente da atividade do editor de fotografia, é possível perguntarmos hoje o que faria um profissional nesta posição, uma vez que muitas de suas incumbências foram extintas na processualidade tecnológica atual - como supervisionar o laboratório, por exemplo. O autor também acreditava que a quantidade e a qualidade do material fotográfico de um jornal dependiam mais da competência e da posição dos fotógrafos do que da existência de um editor de fotografia - que somente possuiria alguma responsabilidade nestas questões por trazer o trabalho dos *free-lancers* (profissionais frequentemente reconhecidos em premiações) para a publicação.

E embora as obras de Westley e Kobre (1980) datem do mesmo período, o segundo acredita que o fotojornalismo efetivo começa no editor de fotografia e não no fotojornalista. A figura do editor nortearia as decisões na relação notícia verbal-visual, definindo quais valem à pena ser acompanhadas de uma reportagem visual, de uma foto-ilustração ou de uma arte. Além disso, a figura do editor não é vista por Kobre como um mero “selecionador”: ele deve também sugerir histórias pictóricas a serem desenvolvidas pelo jornal, exigir que o fotógrafo interprete o acontecimento por meio da imagem e ter a capacidade de “prever o futuro” dos eventos. Como diz o autor, “sometimes the picture editor develops photo essay ideas that might not have a news-peg, but will produce informative, lively picture stories” (*idem*, p.205).

Ao editor de fotografia caberia a tarefa de evitar a publicação de imagens vazias ou redundantes - responsáveis pelo excesso de visualidade no qual estamos mergulhados. Como diz Baeza “la contraparadoja - más es menos -, consiste en que para conseguir que la prensa funcione con menos imágenes - las necesarias, las buenas -, es preciso más edición gráfica” (2001, p. 80).

Outra função do editor de foto salientada por Kobre também parece se revelar muito forte na concepção atual do pensamento sobre imagem: o direcionamento dos trabalhos para a equipe levando em consideração a percepção e sensibilidade de cada fotógrafo. É o que faz o editor de foto comentar que “o pessoal da *hard news* nem é convocado a fazer foto-ilustração”, uma vez que, de maneira informal, “a gente procura, na medida do possível, colocar a pessoa certa no lugar certo, adequar o perfil do fotógrafo”. Estas medidas são aprovadas pelos próprios fotógrafos, como comenta um dos profissionais, acostumados a cobrir esportes: “de tanto repetir o mesmo assunto, a gente acaba conhecendo os jogadores até no jeito deles correrem. Então, já se sabe o que vão fazer” (Sallet, 2006, p. 60). Talvez em função disso seja preciso “variar” os temas entre os fotógrafos, como ocorreu no caso de uma pauta que acompanhamos no dia de nossa observação, a da feira de tecnologia *Globaltech*. Para o fotógrafo escalado, que nunca tinha ido ao evento, tudo parecia novidade; no entanto, ao comentar com outro colega as fotos que havia feito, este dizia que já tinha visto a mesma coisa na feira passada. Em função disso, o fotógrafo comentou: “viu, por isso que tem que mandar outro... se a gente for todo o ano não consegue ver nada”.

Ou seja, atitudes acertadas do editor na escolha do fotógrafo acabam por resultar em bons produtos visuais, que serão mais “negociáveis” no momento em que o editor precisar “brigar” por espaços adequados de publicação. E mesmo com toda esta gama de atribuições do editor de foto que elencamos, ainda falta comentar a principal delas: a seleção de fotografias. Kobre (1980, p. 221) sintetiza assim o dilema na qual o editor de foto está inserido:

The photographer has no adjectives or adverbs. The picture captures only one moment in time, one set of circumstances, one expression or action. If the newspapers managing editor has allotted space for just one picture illustrating a complicated story, then the photo editor is faced with a task as difficult as if the writer had to tell a multifaceted story in one sentence. Of the two hundred or so exposed frames shot on a story, which single picture tells the whole story?

Finalizando nossas observações acerca do editor de fotografia, vale a pena mencionar uma função sua que nos parece ser a mais fundamental na concepção do fotojornalismo atual: a observação de outros veículos, especialmente a internet e os jornais concorrentes. Esta tarefa consome grande parte do tempo do profissional, que teria “a obrigação de identificar algo visualmente interessante”. Como comenta o editor de Zero Hora:

É minha obrigação ver também o que foi produzido diariamente pela Agência Estado, France Press, Folha, EFE, Radiobrás, Globo, Associated Press e Reuters. Isso significa que boto o olho em três mil fotos por dia. (...) às vezes eu vejo que aquele jornal que tem a mesma agência que a minha escolheu outra foto, eu escolhi mal... Mas isso raramente acontece, pra minha saúde profissional. Normalmente é ao contrário, a gente fica muito feliz de ver no dia seguinte que escolhemos a mesma foto que está na capa do [jornal O] Globo...

Alguns autores como Sousa (2005) e Keene (2002) acreditam que enquanto os editores de página usualmente trabalham em ligação direta com os editores-chefes, o editor de fotografia e o editor gráfico normalmente trabalhariam mais em associação com os editores de página, devido à necessidade de combinação das tarefas a executar (sintonia entre textos e imagens, paginação dos espaços reservados a cada editoria, etc.). No entanto, em Zero Hora, isso não ocorre somente neste formato: além de trabalhar também com os editores das seções, o editor de fotografia transita igualmente - talvez até mais – entre a direção e os editores-chefes. Mas é bem verdade o que afirma Sousa (2005, p.43-44): “enquanto as relações inter-editoriais redatoriais são marcadas por alguma competição por um espaço escasso, as editorias redatoriais e as editorias gráfica e de fotojornalismo são de natureza essencialmente cooperativa”.

Em termos de processo de *gatekeeping*, o editor-chefe tem um papel bastante ativo na pré e pós-construção da agenda da fotografia: *pré* no sentido de que atua nas reuniões de pauta referendando o que deve ou não ser publicado com atenção especial da foto e dos



infográficos (inclusive indicando, algumas vezes, fotógrafos específicos para determinadas coberturas); *pós* porque a construção das alternativas de capa e contracapa (que serão depois autorizadas pelo diretor de redação) é formulada no diálogo constante que ele mantém (ou que é mantido) junto ao editor de foto. Além disso, os editores-chefe constantemente reorganizam a distribuição de pautas entre as editorias, confundindo até mesmo os fotógrafos, que na volta da pauta acabam indexando<sup>119</sup> o material designado para a economia na seção digital, por exemplo. E mesmo que o fotógrafo também atue na construção de capa e contra, trazendo materiais propícios para estas páginas (como iremos referir mais adiante) a seleção de fotos depende muito das “apostas” do editor-chefe. Nas restantes etapas do processo, seu papel é mais passivo, até porque os enunciados fotojornalísticos (as legendas, a escolha do material para *hard* e *soft news*) são um tanto convencionalizados e padronizados (como comentaremos mais adiante), ou seja, as chefias têm pouco a dizer sobre a foto em si, a forma como ela foi realizada e a sua seleção. Até mesmo porque, como diz Sousa (1997, s/p.),

(...) muito provavelmente, os chefes não fotografariam de forma substancialmente diferente. Enraíza-se, desta maneira, a idéia de que a atividade fotojornalística, livre de pressões diretas potencialmente rejeitáveis por força do profissionalismo, é um espaço de liberdade e criatividade, quando na realidade é uma atividade enquadrada dentro das fronteiras dos interesses da organização e do *statu quo*.

De acordo com Keene (2002), Zero Hora tem o comportamento esperado pela imprensa tablóide, na qual o editor de fotografia e os editores-chefes envolvem-se mais com as principais fotografias do veículo, e não com todo o conjunto. Até mesmo em função dos workshops realizados na redação, os editores sentir-se-iam mais tranquilos para deixar a escolha de fotos de assuntos menores a cargo dos editores de página, chefes de reportagem e repórteres. Mesmo que um fotógrafo tenha comentado conosco que “a gente nem tem muito contato com eles [a redação], baixa a foto e eles escolhem lá”, Sallet (2006, p. 211) anotou em

---

<sup>119</sup> Quando o fotógrafo retorna da pauta, a ordem é indexar – fazer *download* do seu material e identificá-lo – nos computadores da redação, que vai buscar ali o material para fechar as matérias. Dependendo da rotina do dia, o material também pode ser indexado pelos auxiliares da editoria.

suas saídas de campo que um repórter chegou a pedir para a fotógrafa “uma daquelas fotos que ela está acostumada a fazer”, ou seja, pede-lhe um bom retrato da entrevistada”. Como nos disse uma editora de página,

É aquela velha máxima: a imagem tu não consegues recuperar, o texto tu recuperas depois. Garante a imagem, porque se tu não tens repórter pra fazer na hora, com um ou outro tu consegues fazer a matéria, enquanto que com a imagem tem que ser na hora. Para os repórteres é importante saber que imagem puxa a matéria, abre a tua matéria. Por exemplo, uma notícia sobre praia: volta e meia, no verão, o dia está bonito, as crianças estão brincando na praia, o repórter manda um textinho sobre a criança fulana de tal, fazendo tal coisa e o fotógrafo manda uma foto que não tem nada a ver. Por isso o repórter precisa conversar com o fotógrafo e os dois devem pensar como é que vai ser a matéria. O fotógrafo quer que apareça bem a foto e o repórter quer que apareça bem o texto. Se tu tens uma imagem que chama a atenção, certamente a pessoa vai olhar aquilo ali e vai ler a matéria, não vai ficar só na imagem.

Sendo os profissionais da redação conscientes da política de imagem do veículo, o editor-chefe e o editor de fotografia voltam-se para o “filé” do jornal, ou seja, para as matérias especiais e principalmente, para o estabelecimento do “menu” de capa e contracapa. Entre as reuniões de editores<sup>120</sup>, acompanhamos a “venda” das fotografias de capa para o editor-chefe, que se limitou a receber as sugestões do editor de foto, sem apontar outro assunto<sup>121</sup>. No dia em questão, a grande notícia era a chegada da seleção brasileira de futebol a cidade de Weggis, na Suíça, para os jogos da Copa do Mundo. E mesmo tendo um fotógrafo cobrindo o assunto no exterior, o editor ainda preferiu uma imagem da agência Folha. No entanto, “essa nós vamos ter que comprar” disse o editor de foto, “por isso vamos ter que ir lá vender”. Uma das estratégias que utilizou para argumentar sobre a compra (desta vez, monetária) da fotografia foi levar junto a melhor imagem que Zero Hora tinha do tema. Devido a isso, o

---

<sup>120</sup> Acompanhamos as três reuniões do dia, realizadas às 10h30minh, às 14h35minh e às 19h40minh. Sobre a dinâmica destas, nos chamou atenção que as pautas não mudaram muito ao longo dia (talvez por se tratar de uma segunda-feira) e que os assuntos projetados para o domingo também “vingaram”. O mesmo pode-se dizer das projeções de capa e contracapa para o dia em questão: como já mencionamos em outro momento, as possibilidades previstas não foram derrubadas, só mudaram de lugar. Abordaremos mais o assunto no item 4.2.3, quando falaremos a respeito dos critérios de seleção das fotografias.

<sup>121</sup> Aqui é importante mencionar que esta venda se deu por volta das 17h45minh, ou seja, o editor-chefe da tarde, que “aterriça” o jornal, já contava com as apostas do editor-chefe da manhã, que deu início aos trabalhos.

editor-chefe se convenceu, e permitiu o *download* da foto indicada como “peixe do dia”.

Na ocasião, o editor-chefe contou com outras quatro temáticas icônicas para definir a primeira e quarta capas, além da Copa, que sem pestanejar foi para frente do jornal, sobrando então dois assuntos para as “janelinhas” da capa e outras duas imagens para a contra. Sendo assim, o editor-chefe pôde montar três opções de “menu” para a escolha final do diretor de redação (os possíveis critérios para tais escolhas serão apontados mais adiante). No momento em que o diretor determinou o “invólucro” do jornal do dia seguinte, o editor de foto ainda tinha mais uma tarefa: redistribuir as duas fotos restantes - que até então tinham sido guardadas para uma possível capa -, aos editores responsáveis pelas páginas das matérias, que já trabalhavam com a “sobra”. Ao liberar as fotos, o editor de foto recomendou: “esta é melhor”. Mesmo com poucas mudanças, a troca entre imagens foi feita (ver copião 29).

Toda esta mecânica, por sua vez, não é acompanhada pelo diretor de redação, a quem detalhes internos ora passam despercebidos, ora são notados - como aconteceu no dia de nossa entrevista, por exemplo, quando o diretor riscou um boneco de uma página interna por estar “horrível”, comentando que chamaria atenção da redação sobre o fato. O editor de foto lembra de outra intervenção do diretor na fotografia: a derrubada de uma imagem por conter a sigla PCC (da facção criminosa *Primeiro Comando da Capital*). No evento em questão, a foto tinha sido escolhida para “conversar” com o título da matéria *Pacote contra o crime*. No entanto, o diretor não achou interessante a construção.

No dia de nossa observação, o diretor também foi o responsável por um alerta ao editor de foto na segunda reunião do dia: em uma das matérias previstas para o domingo, a presença do fotógrafo no local havia sido vetada. O trabalho seria então um “desafio pra

editoria pensar a foto”, que acabou resultando numa solução que mescla o estético e o informativo. E para o leitor desavisado, é impossível perceber que o fotógrafo não esteve lá (copião 30). Encerrando nossas observações sobre a influência da direção na edição de fotografia, cabe ainda referir um aspecto: para evitar ainda mais os “deslizes” em relação às imagens, o diretor nomeou um dos fotógrafos do *staff* de Zero Hora como porta-voz dos colegas especialmente em casos de cortes mal-feitos e falta de crédito nas fotos<sup>122</sup> – o que demonstra aí mais modificações em torno dos papéis de editor e fotógrafo.

No entanto, mesmo ocorrendo deslizes, a equipe de Zero Hora vive sendo preparada para evitar “de separar o joio do trigo e imprimir o joio”, como ironiza Stevenson (in Pena, 2005) ao mencionar o trabalho do editor. Além de pensar na questão da proximidade - um dos mais relevantes critérios de noticiabilidade utilizados pelos jornais - percebemos que o editor também baseia sua seleção em aspectos técnicos da fotografia, como alguns dos elencados por Pereira Júnior (2006). Aspectos estruturais da composição fotográfica, como a presença do extraquadro (quando a personagem fotografada remete para algo fora da imagem), do assujeitamento (quando o objeto encara a objetiva e esta se nega frente ao objeto), da sutura (quando a foto inclui o leitor na cena), do jogo de linhas e seus efeitos, do ângulo da tomada e da perspectiva nos parecem ser aspectos percebidos especialmente por quem compõem a capa, contracapa e as primeiras páginas dos cadernos. E devido ao fato do instante decisivo não ser o momento mais presente do fotojornalismo atual, poderíamos dizer que o aspecto significativo de uma imagem não mais é recortado somente pelo fotógrafo, mas também pelo editor.

---

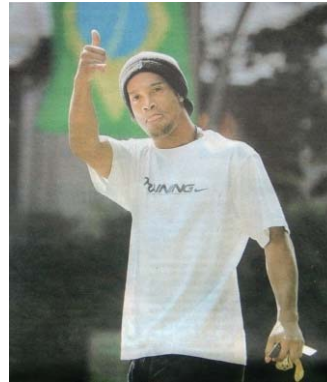
<sup>122</sup> Os fotógrafos comentam que, geralmente, falta de crédito é problema dos editores, enquanto cortes mal-feitos devem ser reclamados para a diagramação. Um dos profissionais relembra o caso de uma foto encomendada com câmera *skank* (submersa) que teria sido arruinada com um corte desavisado. Por isso ele afirma “às vezes a gente tem que fazer o corte aqui, se não eles estragam a foto”, enquanto outro fotógrafo pondera: “às vezes nem é culpa deles, eles tem um espaço reduzido onde tem que colocar ‘trocentas’ matérias e achar um espaço pra fotografia. Só que às vezes se perde essa noção, que se tu cortares um pouquinho demais certa foto, tu perdes o centro dela, tu perdes a referência”.

Copião 29

Edição de fotografia – trocas entre as fotos, antes e depois da escolha de capa



P. 46, 23/05/06, André Feltes



P. 46, 23/05/06, Alaor Filho/AP



Capa, 23/05/06, Antônio Gaudério/Folha Imagem



Roni Rigon, fotografia não publicada



P. 30, 23/05/06, Roni Rigon



#### 4.2.1.2 O papel do fotógrafo

Já se tornou senso comum no meio jornalístico afirmar o fim do fotojornalismo de flagrante, do “instante decisivo” que concedeu credibilidade à imprensa. Em função disso, em Zero Hora, a busca de “coisas novas” em termos de linguagem visual, que cativem o leitor e diferenciem o trabalho profissional dos produtos amadores é constante<sup>123</sup>. Os editores já pensam duas vezes antes de mandar um fotógrafo em uma viagem de cobertura – e muitas vezes, a foto do evento chega antes do repórter sair da redação. Mas o que nos parece ser importante discutir sobre a questão não seria em si o momento que “chega ao fim”, mas sim que outros movimentos aí se configuram. Como disse uma fotógrafa

(...) o factual hoje em termos de Zero Hora entra bastante com as fotos dos amadores, pois a evolução tecnológica está permitindo que todo mundo tenha uma máquina digital. (...) Não vejo isso como competição, porque este momento do factual não é mais do fotojornalismo moderno (Sallet, 2006, p. 74).

Ainda sobre seu campo de trabalho, a profissional afirma: “encontramos [na imprensa], cada vez mais, uma construção, uma representação da realidade, que é permeada pela própria visão do fotógrafo” (*idem, ibidem*). Uma realidade que não é nova, mas parece, no momento atual, começar a ganhar contornos mais visíveis. Afinal, não é segredo, como diz Keene (2002, p. 157) que regras de composição não são rígidas e podem (ou devem?) ser quebradas em nome de melhores resultados. “E a maneira como o fotógrafo obtém a fotografia, usando ou quebrando regras, faz parte do seu próprio estilo”. Até mesmo porque, se não fossem necessárias estas ações, porque se justificaria o fato de que “o fotógrafo

---

<sup>123</sup> Sobre a questão da “morte do flagrante” não podemos deixar de inserir uma brevíssima provocação em torno da questão: a popularização da câmera digital não representaria, na verdade, uma recuperação do flagrante? Uma vez que o fotógrafo (amador ou profissional) não precisa se preocupar em “poupar filme” ou “utilizá-lo bem” - pois uma câmera digital nos possibilita que disparemos o botão sem olhar para depois verificarmos instantaneamente o resultado, e refazer o trabalho, se preciso for - a captura de fragmentos, de acasos surpreendentes, não se tornaria mais freqüente (ou facilitada) pela tecnologia digital? Acreditamos que sim, mas este é um tema para outra discussão.

necessita ter espírito curioso, conhecimentos gerais vastos, uma boa idéia do que interessa aos leitores atuais e do que lhes virá a interessar na próxima semana” (2002, p. 11)? O “fotójornalismo moderno” é assim comentado por Keene, que faz remissões a sua prática cotidiana (*idem*, p. 15):

Ser fotógrafo de imprensa ainda desperta a paixão de muitos jovens, que se revêem a cobrir guerras e conflitos sociais por este mundo a fora ou, então, a conviver com os ricos e famosos, em locais de sonho. Infelizmente, a vida não é tão fácil e é mais provável acabar a fotografar o secretário de Estado que inaugura mais um fontanário, ou um banal acidente de automóvel.

O trabalho se complica se levarmos em consideração que “na maior parte das situações, é ao fotógrafo que compete ter as idéias e os adereços necessários”, o que obriga os profissionais a criar métodos engenhosos para “transformar as fotografias banais de pessoas a entregar cheques (...) em algo com mais animação” (Keene, 2002, p.158). Como diz Sallet (2006, p. 262),

(...) é difícil os repórteres fotográficos, que cumprem uma agenda de quatro a cinco pautas por dia, chegarem aos locais das pautas já sabendo do curto tempo para cumprir a produção e encontrarem a situação dada naturalmente. Então, o que fazem? Elaboram, criam, interferem sobre algum detalhe do referente que irão capturar.

É nestes momentos – que se tornam cada vez mais freqüentes – que o fotójornalista assume o papel de editor, não na seleção final propriamente dita, mas na escolha do que é ou não (ou como se torna) jornalístico em termos visuais, o que acarreta tomada de decisão e ponto de vista.

Como já mencionamos anteriormente, a ideologia da objetividade - que parece ainda bem entranhada na atividade jornalística, basta observarmos o uso de aspas e a necessária oposição de fontes - não parece existir (pelo menos no formato que conceituamos) na atividade fotójornalística. Por ser “naturalmente objetiva”, abre-se espaço para que na



fotografia reine a opinião e o ponto de vista. Além disso, a ideologia do profissionalismo, uma das responsáveis pela busca da objetividade em função dos benefícios à carreira, também não é necessariamente seguida pelos fotojornalistas, como anteriormente comentamos, já que eles não têm tantos postos a galgar.

Pensando em sua atividade como jornalista, Felipe Pena (2005) admite: é impossível evitar a influência das idéias pessoais sobre o trabalho, sendo que o máximo que se poderia fazer é encará-las, porque a mera consciência dos estereótipos não nos livraria deles. “Estereótipos produzem estereótipos, em um ciclo interminável”, diz o autor. E continua: “Talvez fosse mais honesto se os meios de comunicação publicassem o perfil de cada um de seus jornalistas. Pelo menos, o público teria uma pequena noção de quem são os construtores da notícia” (*idem*, p. 94-95). Ora, se pensarmos na fotografia de imprensa, poderíamos dizer que há tempos os jornais se beneficiam, de certa forma, desta postura, uma vez que publicam mais rigorosamente os créditos à fotografia do que ao texto (no caso de Zero Hora, há muito mais textos sem assinaturas pessoais do que imagens). Este fato talvez se dê em função do que afirma Keene (2002): os créditos são importantes para estabelecer a identidade dos fotógrafos do jornal no que tange ao contato com leitores, mas também podem ser usados como uma forma do veículo mostrar sua competência na recolha de fotografias. Como diz o autor, “um crédito feito a um fotógrafo do jornal é uma forma de dizer aos leitores ‘estamos aqui’” (*idem*, p. 211). E devido às questões que enumeramos no início deste capítulo, da identificação do leitor com o repórter fotográfico em *Foto comentada*, a estratégia parece funcionar. Talvez esteja aí um dos motivos pelos quais a editoria de fotografia de Zero Hora é um dos setores com mais baixa rotatividade de profissionais. Como nos disse um dos fotojornalistas,

São 180 repórteres na redação. Se trocar quatro ou cinco a redação não sente, agora o fotógrafo... Até o editor pegar confiança e mandar fazer uma viagem, uma foto, demora um tempo. Então,

fotógrafo profissional, não é bem assim para estar trocando. Além do que, é uma coisa técnica e de sensibilidade também.

Voltando à questão do ponto de vista, nos chama atenção a forte presença das visões de mundo e da opinião que o fotógrafo de Zero Hora nos permite ter acesso a partir do *corpus* de pesquisa publicado (ver copião 31), no qual ele dá a ver imagens que colocam o espectador como uma das personagens da cena, valoriza uma situação ou personagem em função do contraste figura-fundo e opina sobre eventos utilizando recursos de enquadramento. De acordo com a perspectiva de Sousa (1997, 2002), é mais visível a percepção de um fotojornalista como “neutro” (canal de transmissão de informações) ou participante (que desenvolve uma história) em função da escolha de angulação do plano: se usa ângulos normais (enquadramento ao nível dos olhos, muito presente em ZH) ou ângulos que forneçam um ponto de vista, como o *plongée* (valorizador do motivo, de baixo para cima) e o *contra-plongée* (desvalorizador, de cima para baixo). No entanto, como atestam as imagens do copião 31, nos parece que não seria somente em função do ângulo que o repórter fotográfico nos daria seu ponto de vista. Podemos aproximar também da questão as falas dos fotógrafos, listadas abaixo.

Sinceramente, este secretário [da segurança] é muito ruim. Ele é pior que o Bisol. O Bisol tinha um projeto, este sequer projeto tem. Então, se tu visualizas isso e tem uma visão do que está em jogo ali, tu tem condições de elaborar uma foto (in Sallet, 2006, p. 77).

Gosto de competir com a televisão. Gosto de fazer coisas que a TV não mostra. E aproveito quando há chance de mostrar as peculiaridades da linguagem fotográfica. Um exemplo é congelar um momento da natação, isso tu nunca vê na televisão, a água respingando (*idem*, p. 101).

Penso sempre em ajudar a vida das pessoas com as minhas fotos (*idem*, p. 114).

As pautas fora do agendamento estão acontecendo mais quando estamos mesmo saindo pra cumprir a agenda. (...) ganho uma pauta pra fotografar um carro, uma pessoa, um consultório médico. A chance que tenho é de, durante esse trajeto, um fato cair no meu colo (*idem*, p. 60).

A melhor forma de fazer jornal é quando a coisa está acontecendo, quando está tenso, quando dá tiroteio, quando se tem bastante ação (*idem*, p. 56).

Eu penso que sempre estou perdendo momentos de fotografia. Então, o que eu faço é resgatar alguns desses momentos. (...) Parar para olhar também é importante. Registrar na memória também é legal, faz parte do teu trabalho psicológico, cultural, neurológico (*idem*, p. 87).

Talvez aqui seja interessante aproximar as considerações de Lester (in Sousa, 2002, p. 80-82) sobre sua “filosofia de defesa ética para o fotojornalista”, que mesmo não sendo conhecida, parece ser seguida pelos profissionais de Zero Hora. O autor enumerou seis princípios que podem ser balanceados e contrapostos dependendo da ocasião: 1) o imperativo categórico kantiano - o que está certo para um, está certo para todos no sentido de que reportar as notícias “é uma regra universal que não pode ser quebrada”; 2) o utilitarismo, formulado por Bentham e Mill, que reside na idéia do maior bem para um maior número de pessoas; 3) o hedonismo – a possibilidade de insistência do fotógrafo na publicação daquele que ele considera seu melhor trabalho; 4) o equilíbrio, ou seja, o “compromisso entre dois pontos de vista extremos ou de duas ações extremas; 5) a transferência, pregando que o fotojornalista deve sempre se colocar no lugar do fotografado; e 6) o cristianismo, que repousa na idéia do amor ao próximo e na conseqüente minimização de danos para os fotografados.

No entanto, a filosofia de Lester pode bater de frente com a questão da socialização profissional que, para Breed (in Sousa, 2002), concretiza-se mais na gratificação pelo alcance de uma boa posição entre colegas e superiores do que na capacidade de influenciar o público ou defender seus ideais profissionais. A questão aparece, respectivamente, nas falas de dois fotógrafos e do editor de foto:

Copião 31  
Edição de fotografia – pontos de vista do fotógrafo



**ocupação:** José Genoíno usou o celular para tratar da eleição na Câmara  
P. 13, 27/01/05, Arivaldo Chaves

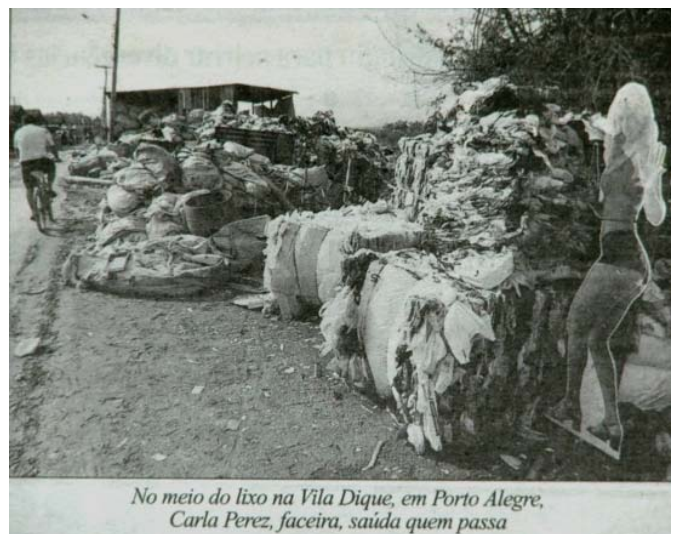


**Tiros na volta da praia**  
Professora foi ferida na Estrada do Mar quando seu marido acelerou o carro para não virar refém de assaltantes. **Página 51**  
Capa, 21/01/05, Adriana Franciosi



**Posse polêmica**  
Refletida na mesa, a cerimônia de posse da nova direção do Detec e da Corregedoria de Polícia Civil. Da esquerda para a direita: o chefe de gabinete da chefe de Polícia, Joel Souza de Oliveira, o desembargador Ranolfo Vieira, o secretário José Otávio, o chefe de Polícia, Acelino Marchisio, e o secretário adjunto da SJS, Fábio Medina. **Página 51**

Contracapa, 18/03/05, Adriana Franciosi



**No meio do lixo na Vila Dique, em Porto Alegre,**  
**Carla Perez, faceira, saúda quem passa**

P. 3, 24/08/05, Adriana Franciosi

Eu, quando estou fazendo a foto, sinceramente, eu nem penso no leitor. Eu faço conforme a minha visão. É claro que eu tenho uma preocupação básica da mensagem ser compreendida, embora isso nem sempre seja possível.

(...) a gente trabalha para os colegas. É difícil ter contato com o leitor, assim, diretamente. A gente trabalha pra redação, se a redação não disser “olha, o fulano arrebitou com essa foto!”, não vale muito. Tu até acha legal o leitor ligar: “ó, bacana a tua foto!”. Eu costumo agradecer, pra não ficar uma coisa meio antipática. Mas na realidade tu te preocupas com a opinião aqui da redação, porque aqui está o público especializado nisso. (...) Tu queres ter uma *Foto Comentada*, faz uma do cachorrinho com o gatinho, que não morde o gatinho... E aí vai, vai ter um leitor que vai dizer “que coisa mais querida!”. E esta foto vai ser a comentada.

A fotografia tem essa característica, até bem infantil eu diria, de quem coleciona figurinha. É inevitável que alguém chegue da rua, tenha feito uma foto boa, e ponha ali pendurada... E aí vem outro e diz que tem uma melhor... Tem essa discussão normal, saudável. Mas não se chega a fazer ranking: quando a foto é boa, o reconhecimento é unânime.

Sendo assim, é razoável pensar que cada (foto)jornalista tem seus próprios procedimentos de rotina, noticiando determinados assuntos sempre da mesma forma. Ou ainda, porque as pessoas contam histórias de forma semelhante (Schudson in Sousa, 2002). Estas questões nos levam a concordar com Sousa (1997, s/p.), quando este utiliza a perspectiva de Janis (1983) para referir que a socialização, a aculturação e a crescente integração dos fotojornalistas da agência Lusa levariam ao estabelecimento de uma comunidade interpretativa onde se notam “pensamentos de grupo”. Aproximando a questão do âmbito de Zero Hora, talvez não possamos dizer que se forma ali um *groupthink*<sup>124</sup> propriamente dito - até mesmo porque as falas dos fotógrafos sobre suas ações, referidas anteriormente, atestam o contrário -, mas sim que percebemos sentimentos como a estima pelo poder e moralidade do grupo (quando o editor avisa que “quem faz jornal é jornalista” e que o “jornal não é um sabonete”, por isso não se deve ceder às pressões do marketing), a mentalidade fechada (quando os fotojornalistas consideram-se os únicos avaliadores do que

---

<sup>124</sup> O termo referiria ao modo das pessoas pensarem quando estão profundamente envolvidas num grupo coeso e quando os esforços dos membros no sentido da unanimidade ultrapassam sua motivação para avaliarem formas de ação alternativas (in Sousa, 1997).

fazem) e as pressões intergrupo com tendência à uniformidade (quando os profissionais centram sua atenção na observação/imitação dos colegas, como podemos perceber pelas remissões ocasionais que formariam os “mundos fotográficos”).

Sousa (1997), ao analisar a agência Lusa, percebeu que os fotojornalistas da agência não precisavam pensar muito na abordagem a realizar: a forma de atuar já estaria pré-definida na sua mente, devido à socialização que havia sofrido dentro do ambiente profissional. Isso é perceptível também no *staff* de Zero Hora, devido às ferramentas de pauta e ao trabalho dos editores em “anunciar” para a redação como seria a foto do jornal. Em função disso, o fotógrafo não só “enxerga” a cena antes de chegar ao local – como disse um profissional a Sallet (2006, p. 88), “fui torcendo para que isso acontecesse, fui desenhando a foto na minha cabeça” -, como também busca fotonotícias que possam gerar assuntos de interesse. Mas ao contrário do que Sousa percebeu na Lusa, nos parece que a personalidade do fotojornalista de ZH não tende sempre a “apagar-se” no ato fotográfico devido à onipresença das rotinas - o que geraria uniformidade e pobreza expressiva -, mas sim se torna mais saliente em função da constante busca pelo diferencial.

De acordo com nossa observação, podemos afirmar que o fotógrafo se tornaria editor em momentos como os descritos por Keene (2002, p.145):

Durante uma seca os jornais estavam fartos das fotografias de reservatórios vazios, e tentou-se encontrar algo que fosse um ‘bocadinho diferente’. Pensei que uma fotografia de jovens lavando-se, com água tirada por meio de uma velha bomba manual, mostrasse que estavam a dar o seu contributo para a poupança de água. Muitas pessoas sabiam de velhas bombas ou poços, mas foram precisos três dias para encontrar uma que funcionasse.

Ou seja, na falta de pautas mais interessantes, o fotojornalista é obrigado a “tirar leite de pedra”, como comentou um dos subeditores de Zero Hora ao voltar da reunião das 14h

com as pautas do jornal de domingo. Os fotógrafos muitas vezes têm que agir sobre pautas que não poderiam ser valoradas como ruins, mas que também não tem o elemento surpresa que “já caracterizou” o acontecimento jornalístico. Em função disso, os profissionais precisam se cercar de determinados critérios (que abordaremos mais adiante) e apelar para outras estratégias. Como nos disse um fotógrafo, “vale tudo pela plasticidade, às vezes até perco por causa disso. Mas não gosto de mandar fazer coisas, é como assinar de novo algo já assinado”.

A fala do repórter fotográfico nos indica também uma questão bastante discutível no fotojornalismo que, a nosso ver, é mais um fator que aproxima o fotógrafo do editor: as imagens encenadas. De acordo com Keene (2002), estas cenas são discutíveis, mas justificáveis na medida em que o fotógrafo não monte a ação por completo, e sim peça para que esta seja repetida, se ele a viu e perdeu o momento de fotografá-la. “Há puristas que dizem que ter pessoas a olhar para a fotografia não é natural, mostrando que o fotógrafo está a interferir nos acontecimentos” (*idem*, p. 157), diz o autor, revelando uma preocupação dos fotógrafos em campo<sup>125</sup> que não é atual, mas sim remonta a criação da fotografia cândida por Solomon, na década de 30, quando este fotografava pessoas desavisadas, sem o suporte da pose. De acordo com Freund (2006, p. 103), “de esse modo comienza el fotoperiodismo moderno. Ya no será la nitidez de la imagen la que marque su valor, sino su tema y la emoción que suscite”. Por isso, como diz Sallet (2006, p. 176), em uma de suas saídas um fotógrafo

(...) usara de uma tática especial para incentivar os meninos a subirem na cerca que circundava o campinho de futebol. Como prefere interferir minimamente nas situações reais para criar suas fotografias, ao avistar um menino solitário em cima da cerca, iniciou com este uma sessão fotográfica. Logo, logo, um a um, iam subindo os meninos. E as fotografias iam sendo construídas. No final, um resultado tido como satisfatório: a foto do grupinho.

---

<sup>125</sup> Como expõe Sallet (2006, p. 198), “a repórter fotográfica insiste em sua construção (...) Conversa com os grevistas, orientando-os para que não olhem para ela enquanto fotografa”.

Quando organiza a composição de uma fotografia, o fotojornalista deve ter em mente os vários fatores que levam determinados pontos ou áreas de uma imagem a cativar mais atenção, como a intensidade dos estímulos (provocada pela cor, por exemplo), a incongruência, o isolamento, a repetição, o contraste cromático, o contraste luz-sombra, etc. Deve manter-se também vigilante, evitando que motivos secundários se transformem no foco de atenção, que poderiam distorcer a mensagem (Sousa, 2005). Qualquer repórter, ao ter em mente as “regras” de uma boa fotografia noticiosa sabe também que deve fotografar um plano geral para localizar a ação, vários planos médios para mostrar a ação, um ou dois closes para dramatizar, etc. Sendo assim, algumas práticas de manipulação da imagem também vão se tornando convenções profissionais, como a acentuação do contraste figura-fundo e os re-enquadramentos. É preponderante que o fotógrafo aprecie imagens dentro de imagens, como aconselha Hedgecoe (2001), e procure encontrar o nunca visto, como salienta Sousa (2005). De certa forma, a objetividade do jornalista pode repousar aí, de uma forma não muito destra, mas ainda sim, uma maneira de objetivação, já que, ao sair para uma pauta, o fotojornalista parece seguir o manual, sabendo de antemão que “frequentemente as pessoas insistem em ter a fotografia formal: tire-a, mas depois obtenha a fotografia que não só sairá no jornal como será vista pelos leitores” (Keene, 2002, p. 158). Como revela Sallet (2006, p. 183), ao editar seu material um fotógrafo comenta que “(...) sempre faz fotos comuns, oficiais, ‘mais normais’ - por vezes, um ou outro editor as exige para a publicação - mas também o ‘diferencial’. Isto é, a fotografia ‘temática’, ‘autoral’, ou ‘conceitual’, que marca o repertório cultural seu e próprio de cada repórter fotográfico”. Ao indexar seu trabalho, o fotógrafo entrevistado por Sallet também sabe que de 250 imagens, ele deve disponibilizar cerca de 10 para que talvez três saiam em uma página de matéria. E ao observarmos seu trabalho de indexação, os fotógrafos nos revelam um trabalho que mescla a técnica fotográfica e jornalística, dando atenção a quesitos como luz, cor, presença de elementos simbólicos e



também aos formatos horizontais, verticais, boneco e “cena completa”. Como revela uma profissional,

Muitas vezes sou eu que faço a pré-seleção das fotos. Normalmente, de um assunto, tu indexas umas seis ou dez fotos, até menos, às vezes, quando são assuntos menores, porque na verdade tu sabes que vai sair uma, duas ou três fotos, se muito. Então, tu já deixa um leque de opções mais reduzido, até porque o editor de foto não tem só o teu trabalho pra cuidar, ele tem o trabalho de todo mundo. E quanto mais reduzidas as opções, mais chance tu tens de entrar aquela foto que tu achas interessante.

Na fala da profissional, por mencionar o filtro a que submete suas fotos antes de disponibilizá-las para os editores<sup>126</sup>, fica mais saliente o papel do fotógrafo como primeiro selecionador. Mas também a necessidade que os profissionais possuem de “sair só depois da concorrência” (assim como o editor de foto que a monitora constantemente) e a característica que alguns fotógrafos têm de construir a matéria em conjunto com os repórteres – seja em função da “venda”, seja nas saídas de campo – também são exemplos do processo de edição. No dia de nossa observação testemunhamos duas dessas ocorrências, quando um fotojornalista buscou no arquivo do jornal uma imagem para conferir com o editor de página a possibilidade de não ter que refazer a pauta; e quando outra fotógrafa, retornando da rua, foi diretamente oferecer a um colunista um material inédito que recolheu em sua saída. Como nos disse um profissional,

Liberdade de discutir a gente tem. O que a gente não tem muito, às vezes, é saco e tempo. Às vezes tu passas oito, dez horas no jornal... Quando tu voltas da rua e arquiva o teu material, tu não tens mais saco pra nada. Se for uma foto legal, fantástica, que só eu tenho, aí tu tens mais cuidado, negocia... Tu tens que te embrenhar com todo esse pessoal [da arte, das editorias]. Um quer botar na capa, o outro diz que tem uma foto mais legal... Isso vai da manhã até as oito horas da noite, hora em que começa a fechar o jornal.

---

<sup>126</sup> Entre os filtros podemos mencionar também o corte, na maioria das vezes realizado pelo próprio fotógrafo. Como disse a entrevistada, “(...) muitas vezes se faz aqui no photoshop [da editoria de foto] o corte, onde o próprio fotógrafo escolhe qual é o enquadramento... Tu tiras os excessos, limpas a foto, coisas que de repente não foi possível porque a lente que tu escolheste na hora não era adequada. Isso se faz normalmente”.

Outras falas sobre o assunto puderam ser colhidas também do trabalho de Sallet (2006):

O fotojornalista hoje é aquele que pensa a matéria junto com o repórter, que tem de elaborar uma foto, criar aquele material (*idem*, p.75).

(...) repórter fotográfico não é tiracolo de repórter de texto. Nós somos colegas de trabalho e ambos somos repórteres (*idem*, p. 114).

(...) gosto de conversar bastante antes da pauta com o repórter, com o editor, com o diagramador, com todo mundo que está envolvido na produção do material a fim de pegar um *briefing* bem legal (*idem*, p. 87).

[o fotógrafo] não se mantém alheio à entrevista nem restrito aos registros fotográficos (...) é o tipo de iniciativa que confirma o perfil de um iniciador/selecionador, escolhendo o que será ou não publicado pelo jornal e ainda a forma de abordagem. (*idem*, p. 159)

No entanto, autores como Baeza (2001) e Kobre (1980) não acreditam que os fotógrafos possam ser bons editores, uma vez que sua visão sobre o material imagético não seria imparcial, mas sim “interessada”, baseada mais em questões técnicas - como escolher uma foto só porque seu processo de captura foi muito complicado, por exemplo - do que visando uma boa interpretação na relação verbal-visual. No entanto, é sabido que, assim como o repórter que escreve um texto está mais por dentro do assunto do que seu editor, a lógica deve ser a mesma para o fotógrafo. Além disso, os fotojornalistas percebem que há diferenças entre determinadas seções do jornal em termos de uso da fotografia. Por isso afirmam que o jornal de domingo é mais propício para a arte, pois seria o dia no qual “as pessoas param mais para olhar”; ao voltar da rua, sabem que os flagrantes que trazem saíram “no padrão da página 3” (Sallet, 2006, p.130) e que Zero Hora contribuiu para o estabelecimento de uma construção fotográfica mais interpretativa. Como disse um fotógrafo a Sallet (*idem*, p. 86), “se tu tens uma foto bacana chamando o acontecimento, ela emplaca como capa ou como contracapa, mas a foto tem que ter diferencial”. Quando questionamos os profissionais a respeito de suas

percepções em torno das diferenças de capa e páginas internas do jornal, uma repórter fotográfica respondeu:

Pra começar, se pressupõe que as fotos de capa e contracapa são as melhores... Nem sempre, mas é pra ser. Primeiro porque é o local nobre do jornal, lugar de maior visibilidade do público. Depois porque elas são mais elaboradas. (...) Eu acho que nos últimos anos está havendo uma mudança de linguagem, em que se exige do fotógrafo um pouco mais de interpretação. Isso representa que eu tenho que fazer alguém parar e olhar por um segundo a minha foto. A pessoa pode detestar, mas alguém tem que parar, porque existe tanta banalidade hoje, que uma foto comum não vai te chamar a atenção. Então, a função do fotógrafo é tentar fazer uma imagem interpretativa e ao mesmo tempo informativa que faça com que o leitor pare e reflita por um segundo. Muitas vezes eles entendem, muitas vezes não. Mas o fazer a foto é uma coisa complicada, porque tu não consegues fazer milhares de fotos legais e interpretativas o tempo todo. Tu faz a foto mais comum e tenta fazer essa outra que é mais um pouco elaborada, isso em qualquer pauta. Normalmente, aqui na ZH, eles estão optando por essas fotos mais interpretativas. E a melhor vai pra capa, a segunda e a terceira melhores, pra contracapa.

No entanto, somente perceber que existem diferenças entre as diversas seções não constituiria, de forma propriamente dita, num trabalho de edição. Mas sair para uma pauta com a intenção de trazer uma capa ou uma contracapa, seja lá qual for o assunto, já nos parece uma atitude de seleção. Sallet (2006) comenta um caso desses em sua dissertação: a estória de um fotógrafo que saiu para “fazer”<sup>127</sup> um buraco de rua e se convenceu de que traria uma capa - o que de fato acabou conseguindo, devido ao enquadramento que utilizou pra “registrar” o buraco. Neste aspecto o repórter fotográfico é o primeiro editor de fotografia do jornal, que busca, quando acredita ser possível, oferecer um atraente “menu” na folha de rosto de seu produto – mesmo que ele não seja diretamente voltado para seu consumidor. Como nos disse um fotógrafo,

Todo repórter fotográfico quer ter a sua foto na capa ou na contracapa do jornal. Eu não acredito que um dentista, depois de dez anos de profissão, vai abrir uma boca e dizer “bah, mas que dente maravilhoso!”. Já nessa profissão é assim: a cada dia tu renovas a esperança, até as oito e meia. Até as oito e meia [da noite, hora de fechamento do jornal] tu tens a chance de fazer uma baita foto e brigar

---

<sup>127</sup> A autora utiliza em seu trabalho os jargões clássicos do meio, que apresentam explicitamente a construção dos temas via fotografia.

por ela. (...) Esse tesão não se perde, o nervoso de roer unha... O que faz tu ires pra casa e ligar pra redação: “e aí, a foto vai pra capa ou não?”.

#### 4.2.2 A questão dos gêneros

Como comentamos no capítulo 3, a comparação das fotografias de capa/contracapa com as dispostas internamente em Zero Hora nos fizeram aproximar a noção de gênero vinculada ao local de colocação da fotografia no jornal. Sendo assim, ao invés de produzirem *general news*, *features*, *spot news* e fotos de esporte, os fotojornalistas de ZH partiriam para suas pautas e agiriam na rua em busca de fotografias de capa/contracapa, fotos mais comuns, fotos para a página 3, fotos para colunas especiais do jornal, etc. No tópico anterior, ao abordarmos o papel do fotógrafo como editor, acreditamos ter reafirmado estas construções.

No entanto, em função da falas da produção, é preciso voltar à questão dos gêneros para discutirmos uma classificação muito freqüente sobre o material fotográfico da imprensa: a ilustração *versus* o jornalismo. Como comentam, respectivamente, o diretor de redação, o editor de foto, a editora-chefa e um fotógrafo de Zero Hora,

Cada vez mais o flagrante está nas mãos dos amadores, cabendo as equipes de produção de imagem das redações fazer fotos que interpretem fenômenos e situações. As fotos são produzidas pensando num apelo estético diferenciado. (...) Aquela foto invertida é uma foto interpretativa, nitidamente. Nós buscamos essa linguagem, surpreendente, impactante, esteticamente atraente, até um pouco quase beirando o revolucionário, mas no limite da ousadia. Também não vamos fazer uma coisa estilo bienal. Alguns fotógrafos já tem essa visão, e é isso o que a gente quer lançar aqui dentro.

Fotojornalismo é quando tu estás cobrindo alguma coisa, por exemplo, tu tens uma idéia de pauta, ou um evento a ser coberto. É o caso clássico da foto de futebol, de polícia, de política. Mas o jornal também é feito muito em cima do que a gente chama de foto-ilustração, aí entra essa coisa de que o discurso precede a foto. Quer dizer, nós vamos fazer uma capa do [caderno] Donna sobre divórcio, por exemplo. Então primeiro tem o discurso e depois a gente vai partir

pra imagem. Vamos em busca de uma coisa simbólica... Um casal numa estrada, numa bifurcação, indo um pra cada lado... Uma coisa qualquer que simbolize o que a matéria propõe. (...) Também é foto ilustração essa coisa de fotografar um produto, um serviço, um prato de comida para o [caderno] Gastronomia, por exemplo. Ela serve pra informar, mas é totalmente acessória.

A fotografia jornalística (...) é cada vez menos a fotografia do flagrante, do instante jornalístico (...) e cada vez mais uma fotografia que antecipa tendências ou ilustra o que vai acontecer de uma forma até mais trabalhada e mais plástica, mais bonita, mais moderna e mais gráfica, que provoque uma sensação de coisa estética no leitor.

O fotojornalismo trabalha muito com a foto ilustrativa, ou seja, uma foto mais trabalhada de alguma coisa que vai acontecer (Sallet, 2006, p. 86).

Estas falas de certa forma revelam o momento histórico-social em que vivemos, de eclosão da virtualidade, de saturação visual banalizada e de apagamento das fronteiras entre jornalismo, publicidade e arte. Em função deste contexto, de acordo com Baeza (2001) o fotojornalismo vem amargando uma crise que resulta em produção acrítica. O autor relaciona pelo menos cinco causas para tal momento: a falta de credibilidade nos modos de representação; a crença de que o uso da imagem reflete somente os interesses de determinados grupos político-econômicos; a descrença dos próprios jornalistas frente ao potencial de uma fotografia; a substituição da foto por *frames* televisivos e o temor que os fotógrafos possuem do enfrentamento de violentas realidades.

E embora a imagem na imprensa seja utilizada como “um curinga” que permitiria construir páginas de forma cômoda e uma marca gráfica que romperia com a monotonia do texto (Baeza, 2001), a fotografia, na maioria dos jornais, não é considerada como instrumento de análise e deleite estético. Segundo Baeza, os grandes veículos seguiriam hoje uma dupla via no que diz respeito ao uso da imagem: ou vendem a persuasão como se fosse informação, ou buscam exaustivamente a eficácia das mensagens visuais no sentido de determinar a atitude do receptor. No entanto, em Zero Hora, a escolha de determinadas fotografias não

parece apontar para as motivações enumeradas pelo autor. É percebido no veículo, mesmo que eventualmente, o uso da imagem como instrumento de deleite estético capaz de gerar certas análises sobre as situações das quais “falam” – basta conferirmos algumas citações da recepção dispostas anteriormente.

E mesmo que Baeza (2001) afirme que classificar as imagens de imprensa é aventurar-se por um terreno resvaladiço, o autor acredita que, assim como a produção de Zero Hora, podem-se estabelecer dois tipos básicos de imagens usadas no jornalismo impresso (excluindo-se a publicidade): o fotojornalismo e a foto-ilustração.

Para o autor, fotojornalísticas seriam as imagens produzidas ou adquiridas pela imprensa com conteúdos editoriais próprios, que se vinculam a valores como informação, atualidade e notícia. Estas imagens também seriam relevantes desde uma perspectiva social, política e econômica, sendo assimiladas pelas classificações habituais que a imprensa confere por meio de suas seções ou editoriais. Para Baeza, pode-se dizer também que o fotojornalismo é um tipo de imagem de imprensa profundamente influenciado pelos estilos e modos de fazer do fotodocumentalismo, principalmente em função do compromisso com a realidade. No entanto, como coloca Smith (in Baeza, 2001, p. 35), o fotojornalismo seria um documentalismo com “un propósito definido por el encargo y por la voluntad mediática de difusión”.

Além disso, poderíamos dizer que as fotografias jornalísticas, de acordo com Rosenblum (in Sousa, 1997, s/p.) seriam assim reconhecidas somente em função de uma situação e tempo específicos que as insere no contexto de um jornal. Diz a autora que em função dos fotógrafos de notícias serem geralmente reconhecidos pelos limites aos conteúdos

das suas fotos na representação de acontecimentos noticiáveis, leríamos essa fotografia como uma imagem contendo dados e informação.

Já fotos-ilustração seriam todas aquelas imagens compostas por fotografias (ou pela combinação com outros elementos gráficos) que cumpram uma função de ilustração, ou seja, aquelas que têm como finalidade melhorar a compreensão de um objeto ou de um conceito, que pode ser representado mimeticamente ou interpretado por meio de procedimentos de retórica visual e simbolização. Sendo assim, a foto-ilustração se caracterizaria também por depender de um texto prévio que marca e origina a imagem.

Por ser um jornal com grande número de cadernos, que possui um caráter noticioso centrado no jornalismo de serviço com uma identidade visual direcionada para o revistamento (e também possuidor de um bom parque tecnológico), Zero Hora seria o tipo de veículo que, segundo Baeza, contribuiria para o crescimento no uso e na importância da foto-ilustração.

Até aqui a visão do autor não seria tão inovadora se este não tivesse desenvolvido quatro pólos de definição para a foto-ilustração, cercando-a por seus usos, tipo de noção representada, modos básicos de representar e pelos estilos, temáticas e origem dos autores. Ou seja, para Baeza, uma foto-ilustração poderia ser classificada dessa forma se procura descrever ou interpretar um motivo, que pode ser tangível ou intangível, representado de forma realista ou abstrata (ou, devido à configuração tecnológica atual, realista ou virtual), dentro de um contexto e uso específicos. E vale a pena referir que a categorização do autor não implica em uma hierarquização qualificativa das polaridades interpretativo/descritivo ou real/abstrato. Nas palavras de Baeza (2001, p. 37),

Estas dos categorias coincidem normalmente, pero no necesariamente, con el tipo de motivo a ilustrar. Es decir, el hecho de

representar un objeto físicamente tangible, limitado, preciso, no obliga al autor de la imagen a hacerlo desde la descripción de la totalidad de sus partes (...). A la inversa, un concepto abstracto, sin imagen previa propia, puede representarse aludiendo a niveles implicativos de interpretación y recurriendo, por ejemplo, a estereótipos visuales o a signos y símbolos muy establecidos (...).

Sendo assim, os usos mais interpretativos da foto-ilustração se dariam em relação às noções abstratas – e é perfeitamente possível produzir abstração através de procedimentos fotográficos não realistas, como elementos, sínteses visuais, cores e outras formas de simbolização. Afinal, por meio de recursos como a metáfora, é possível representar uma noção abstrata a partir de elementos da realidade tangível. Como diz Baeza (2001, p. 38),

Es preciso aclarar que realismo, en este esquema, no se refiere necesariamente a analogia de la imagen respecto al referente. Hablamos de realismo como se habla en pintura de figurativismo, es decir, a partir del reconocimiento en sus formas, como facultativamente reales, de los elementos visuales de la imagen, sin llegar por ahora a la implicación de exigir que además sean referenciales fotográficamente, es decir, registro técnico simultáneo de un espacio y un tiempo.

Sendo assim, se aproximarmos as observações do autor das fotografias de Zero Hora, poderíamos dizer que boa parte delas – sobretudo as imagens de capa e contracapa – seriam, em seu cerne, ilustrativas. Mas tendo em mente que a produção quase sempre fala das fotos-ilustração em sentido pejorativo, estas quase nunca são abordadas partindo-se de seus próprios princípios. Como diz o editor de foto de Zero Hora,

É um tipo de foto que eu não gosto tanto, não gosto nem um pouco, pra ser bem sincero, mas acho que hoje é impossível de fazer jornal e revista sem lançar mão deste tipo de foto. Cabe a nós fotógrafos ter um mínimo de controle sobre isso pra que as idéias não sejam tão de mau-gosto. Seguramente, eu acho este o tipo menos nobre de fotografia.

Ora, é fato que grande parte das fotos-ilustração se desenvolvem em função das estratégias de espetacularização dos conteúdos da imprensa, mas também é preciso considerar a possibilidade destas imagens oferecerem qualidade, rigor e experimentação - que podem vir



a favorecer o avanço do pensamento visual *na* e *da* imprensa. Uma visão assim como a de Baeza (2001, p. 35), que percebe em algumas fotos-ilustração “una vocación didáctica y divulgativa, pero también se abre a la posibilidad de experimentación por parte de los autores que la practiquen y al avance de la riqueza visual de los médios que la difunden”.

A princípio, pareceria um tanto criminoso - no sentido de enganar o leitorado - chamar boa parte das fotografias de um jornal de ilustrativas. No entanto, se levarmos em conta os quatro usos tópicos que Baeza estabelece para a colocação das fotos-ilustração na imprensa, a questão torna-se até óbvia e “licitamente” possível. De acordo com o autor, os usos se dariam como 1) de carácter espetacular, realizada pela fotomontagem digital, por exemplo; 2) de carácter mais “invisível” que serve para mostrar o aspecto físico do que se está falando na matéria; 3) da espetacularização impactante e vazia, geralmente aplicada como estratégia a conteúdos que exploram medos e angústias; e 4) correspondente à foto-ilustração de autor, que seria singular por responder a um encargo concreto e basear-se na imaginação para conceituar imagens e realizá-las com técnicas e estilos próprios de seus autores.

É justamente o quarto tópico apontado por Baeza que acreditamos ser o *locus* onde podemos encaixar algumas imagens de Zero Hora, em função de que estas implicariam “poner en juego la subjetividad em todo el proceso y por tanto la necesidad de centrar y adecuar el análisis a cada caso concreto. No facilita una decodificación rápida ni sencilla y, sin embargo, a diferencia de la imagen estereotipada (agotada em si misma)” (2001, p. 119).

Sendo assim, o autor defende a imagem na imprensa como uma forma de pensamento, que deveria se responsabilizar, até socialmente, pela criação de referências visuais distintas daquelas que podemos verificar na televisão. Enfim, não a defesa de uma imagem que não

seja “ilustrativa”, mas sim aquela construída criticamente levando em conta as rotinas próprias do campo jornalístico, sem abrir mão da estética e da produção de sensações. Atitudes como estas estariam sim nas mãos dos fotógrafos, mas também dependeriam da abertura dos editores frente a novas realidades. Com atitudes como estas se poderia, inclusive, mobilizar a recepção para um possível alfabetismo visual, uma vez que as fotos que nos fazem parar desafiam o repertório simbólico que possuímos. Mais ou menos como revela a fala de um fotógrafo entrevistado por Sallet (2006, p. 85):

Eu tento enxergar aquilo que um leigo não enxerga, fazer pontos de vista diferentes, valorizar a cor, a composição, porque uma coisa vem atrás da outra. (...) as fotos que um amador faz hoje são as fotos que há 20, 30 anos atrás seriam fotojornalismo (...) o diferencial está em se fazer fotos que não são tão óbvias, que o leitor ligado em imagem dê uma paradinha, porque não entendeu muito bem.

#### **4.2.3 Os critérios de fotonoticiabilidade e o atendimento ao leitor no discurso da produção**

Assim como Baeza (2001) acredita ser importante a abertura da imprensa atual para outras instâncias de utilização e criação da imagem, o autor afirma que não seriam somente receitas prontas, como “só dar o bom e dá-lo grande”, “duas boas imagens juntas somam zero” ou “deve-se complementar os planos gerais com planos detalhe”, que resultariam em bons critérios para a seleção das fotografias de um jornal. No entanto, frases como estas são freqüentes no discurso dos produtores de Zero Hora, e acabam por revelar uma quantidade de critérios não explícitos de fotonoticiabilidade que, em sua grande maioria, tem como efeito motivador o atendimento ao leitor, não no sentido de “realizar seus desejos”, mas sim de atingi-lo de alguma forma, especialmente como consumidor. Observemos as falas do diretor de redação, da editora-chefa e do editor de foto de ZH:

Eu costumo dizer o seguinte: a Zero Hora cobre o engarrafamento pela perspectiva do motorista e o Diário Gaúcho pela perspectiva do passageiro de ônibus. No carnaval, por exemplo, a cobertura da ZH não é pelo desfile ou pela preparação das escolas de samba, mas pelas celebridades. Mas isso não significa que ela só trate dos assuntos da classe média. A obrigação do jornal também é trazer diferentes realidades para este público. (...) Nenhum leitor faz passeata pedindo reforma gráfica. Mas nós temos que dar uma coisa nova sem que ele peça. (...) E outra coisa, eu não quero mais fotos, quero menos fotos mais abertas. E aí minha filosofia é simples: foto medíocre fecha, foto boa abre. O que é foto boa? É aquela que você acha que é boa. Aquela que te enche o olho, produz uma sensação.

A gente efetivamente busca algumas imagens que sabe que vão render. Se amanhã tem Globaltech, sabemos que vai render umas fotos modernas, que as pessoas podem parar e dizer “meu Deus, o que é que é isso?”. Então, nós vamos lá e buscamos de propósito. (...) Mas não deixamos de cobrir os bloqueios das estradas, a Seleção chegando a Weggis, que são coisas jornalísticas do dia que a gente tem que cobrir. Também não se pode ignorar as notícias. Mas se nós temos uma foto maravilhosa, como a que publicamos no sábado - “vida de pescador” -, que tinha um peixe sendo lançado no ar, num dia que não tinha uma foto jornalística que se impunha, então aquela foto vai pra capa. Porque nós também temos que dar um fresco pro leitor, nós temos que surpreendê-lo. Nós buscamos esse olhar sobre outras coisas que fazem o leitor ter um momento de parada. Coisas como crianças na Feira do Livro, por exemplo. Uma coisa positiva, local.

Cada vez mais temos mais ou menos preciso quem é o leitor que a gente atende. Por exemplo, bicho de um modo geral a gente sabe que as pessoas adoram, mas isso não quer dizer que a gente vá botar bicho todo dia no jornal. Muito pelo contrário, o pessoal comenta “ah, mais uma do mundo animal, não”. Às vezes a gente reage ao contrário, “não vamos colocar bicho de novo hoje, pois já botamos bicho ontem”. São critérios subjetivos, mas valem. (...) Cada vez mais a tal da interatividade é valorizada, cada vez mais se criam canais para saber do leitor se o jornal está indo bem ou mal. Claro que isso não vai mudar o nosso rumo editorial, mas serve como uma das referências. As reações do leitor em relação ao que a gente faz, não é a única coisa que se deve levar em conta. Eu cada vez acredito mais nisso: quem faz jornal é jornalista. A gente tem também que dar o que a gente acha que a pessoa deva ver, o que a gente acha que as pessoas devam ficar sabendo.

Estas afirmativas dos profissionais acabam por revelar uma tensão entre a estética e o jornalismo no momento da escolha das fotografias de imprensa, uma certa disputa entre o que é noticiável e fotonoticiável. Revela-se aqui, mais uma vez, o debate que abordamos no tópico anterior: a da aparente impossibilidade, ainda existente em algumas instâncias da produção, em admitir que um discurso aparentemente “mais plástico do que jornalístico” possa resultar

em ganhos para o campo. As falas dos produtores também apontam para o crescente papel do leitor como critério de seleção, mesmo que este permaneça como valor implícito.

Neste sentido, vale a pena trazer para a discussão alguns resultados da pesquisa funcionalista<sup>128</sup>, que a partir dos anos 30 iniciou a tentativa de desvendar como um leitor observa o jornal e se seria possível prever o gosto da audiência por determinadas fotografias. De acordo com um estudo desenvolvido pela *Associated Press Managing Editors Photo Survey*, os editores de fotografia, mesmo a par de informações sobre seus leitores (como classe social, sexo e idade), não seriam capazes de prever suas preferências. No entanto, a pesquisa concluiu que basta os editores “verem” o gosto de seus leitores para o índice de acerto crescer. Ou seja, identificando quais fotos foram escolhidas no passado, poder-se-ia saber quais serão as preferidas no futuro. Neste sentido, ao contrário do que afirma o editor de fotografia de Zero Hora, as preferências do leitorado poderiam sim interferir no rumo editorial do jornal, de uma forma mais indireta.

De acordo com as pesquisas, seria muito difícil um editor acertar as preferências individuais de um leitor, mas ele seria capaz de reconhecer o gosto das “massas”. A divergência total entre as duas instâncias se daria no uso dramático das imagens de notícia: o leitorado não só descartou de suas preferências as fotos violentas, como acredita que imagens grotescas não deveriam ser publicadas. No entanto, um editor de fotografia participante de uma das pesquisas deixou o alerta (e o discurso é paralelo ao referido pelo editor de fotografia de Zero Hora):

Newspapers have to be all things to a lot of different people. The editors must print what people want and also what the editors think is significant. I guess a paper in the end has to publish both some dogs kissing kids and some violent Bangkok student pictures in order to present a complete picture of the world. (In Kobre, 1980, p.211)

---

<sup>128</sup> Os trabalhos de Swanson, Harrison, Ungaro e MacLean e Kao são mais explicitados em Kobre (1980).

Trabalhos de linha funcionalista<sup>129</sup> também foram realizados visando clarear as estratégias de seleção das fotografias pelos editores. Inicialmente, os pesquisadores tentaram estabelecer uma fórmula matemática para determinar o interesse de leitura de uma imagem, classificando-a em três níveis: grau do valor-notícia, notoriedade do assunto e quantidade de ação retratada na fotografia. Não satisfeitos com os resultados, os pesquisadores acrescentariam que uma foto somente pode ser selecionada possuindo “*eye-stopping appeal*” (*idem*, p.208), ou seja, bons modelos retratados em fortes contrastes tonais - o que faria o receptor literalmente “parar” seu olhar quando este entra em contato com a imagem.

No entanto, as fórmulas propostas pelos pesquisadores nunca foram levadas muito a sério no meio profissional, já que não apontavam para algo essencial na visão dos editores: a proximidade. Como disse um profissional citado por Kobre, “pictures must report something about the community. These pictures might not win photo contests but they serve to tell the local reader a visual story about the events in his city” (1980, p.208). Mais de 20 anos depois, o discurso permanece o mesmo: mencionando novamente a fala de Keene (2002, p. 200), “fotografias de notícias são sobre conteúdos, não são impressões de imagens para uma exposição da associação fotográfica local”. Caberia a fotografia ser somente “âncora de sentido” do texto e da relação simbiótica entre o verbal e o visual da qual a mídia não pode prescindir. A fotografia de imprensa não poderia ser “artística”, mas também não precisaria, necessariamente, como coloca Camargo (2001) ser “figurativa” - no sentido comumente utilizado para o termo. Como refere Sousa (2005, p. 289-290), num discurso muito semelhante ao da produção de Zero Hora,

(...) o que é desinteressante não vinga (...) se uma fotografia for de difícil interpretação e leitura é preferível usar outros recursos que não os fotográficos (...) uma fotografia deve ser substituída se for pobre no conteúdo e na forma, se os seus elementos forem de difícil

---

<sup>129</sup> Ver as colocações de Kobre sobre o trabalho de Vitray, Millis e Ellard, e Kalish e Edom.

identificação e/ou se for de tal forma trivial que não promova o título ou o texto, aos quais, em princípio, deve estar associada (...) excetuam-se, obviamente, as fotografias que são “documentos únicos” (...) se uma fotografia for legível, se tiver um forte conteúdo informativo, se puder dar origem a legendas e títulos correlacionados, fortes e incisivos, que a integrem melhor no conjunto da informação impressa, então essa fotografia deve ser usada.

Mas embora a edição de uma fotografia na imprensa se dê muito em função de sua ligação estreita com a notícia e com os processos da rotina jornalística, é visível a função de conotação como elemento fundamental para o estabelecimento da escolha e hierarquização dos elementos visuais na imprensa. E mesmo que não pretendamos realizar uma análise propriamente semiótica, cabem aqui os comentários acerca dos processos de conotação, sistematizados por Barthes (1984), que podem ser aproximados do fotojornalismo de Zero Hora. A trucagem, a pose, os objetos, a fotogenia, o esteticismo e a sintaxe foram citados pelo autor como processos que, além do texto, suportariam códigos de natureza sócio-cultural advindos da fotografia.

A trucagem consiste na introdução, modificação ou supressão de elementos na fotografia - como apagar uma lata de coca-cola de uma foto para evitar a publicidade gratuita, por exemplo, o que de fato ocorre na imprensa. No entanto, é importante salientar que este movimento, pelo menos em Zero Hora, seria realmente evitado no nível de pós-produção, até porque se percebe que a trucagem é realizada no ato pré-fotográfico, com a alteração de cenários ou enquadramentos realizada pelo fotógrafo justamente para evitar a publicidade gratuita. O mesmo nos parece em relação à pose: fixado a uma estética da naturalidade, dificilmente um fotojornalista registra poses<sup>130</sup>, que teriam a função de construir fotograficamente as pessoas representadas. Mas o valor da pose - ainda bastante freqüente nos álbuns pessoais - já começa também a ser percebido como “negativo” pelos sujeitos

---

<sup>130</sup> Excetuamos aqui os casos de realização de fotografias ilustrativas ou para cadernos de moda e decoração.

fotografados. Poderíamos citar dois exemplos para a questão: a quantidade de fotos espontâneas que recheiam atualmente os *fotoblogs* e o comportamento diferenciado de algumas celebridades perante a presença dos fotógrafos de imprensa, que ao invés de posar em coletivas, facilitam o acesso dos profissionais a momentos não oficiais. Ou ainda comportam-se numa “eterna pose”, até mesmo recriando expressões. Um comportamento que talvez ocorra por uma relação de osmose fotografado-fotógrafo, que pede ao seu motivo naturalidade, evita o uso do *flash*, fotografa em seqüência, etc.

Já o uso dos objetos e da fotogenia seriam largamente utilizados no fotojornalismo de Zero Hora, sobretudo em suas imagens de capa. Como já referimos, a presença de elementos inanimados que contribuem para construção de sentidos, associada ao embelezamento da cena (principalmente pelo recurso da iluminação) são formas freqüentes na construção fotográfica do jornal, que se fazem ouvir na recepção, sobretudo nas falas do box *Foto comentada*. Poderíamos dizer também que o esteticismo e a sintaxe, por sua vez, são recursos também utilizados pelo periódico. Como já mencionamos, a exploração estética da fotografia com referências diretas a pintura rendeu interessantes momentos em 2005. Já a publicação de conjuntos de fotografias visando a formação de seqüências foi utilizada em pouquíssimos casos - especialmente no esporte - que não fazem parte de nosso *corpus*. No entanto, a justaposição de fotografias para conferir uma disposição orientada e significativa nos parece nítida, mas mais em relação a grandes acontecimentos da agenda do que no contexto gráfico de uma página. A publicação das fotos relacionadas no copião 32 são exemplos do que referimos: a inserção de construções como estas parecem ganhar vida e sugerir sentidos em momentos de discussão sobre o desarmamento e a corrupção.

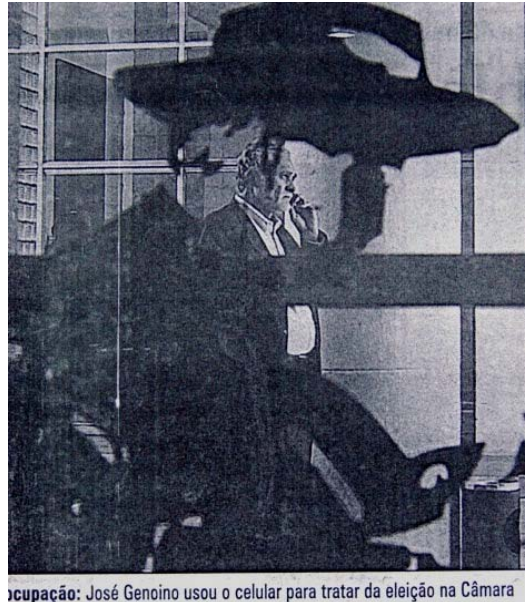
Copião 32

Edição de fotografia – justaposição de fotografias na agenda midiática



Em apenas uma semana, Lula fez quatro visitas a trabalhadores. Ontem, na Refag, mais uma vez trocou a cruz das denúncias de corrupção pelo amparo dos braços do povo

Capa, 28/08/05, Ronaldo Bernardi



ocupação: José Genoíno usou o celular para tratar da eleição na Câmara

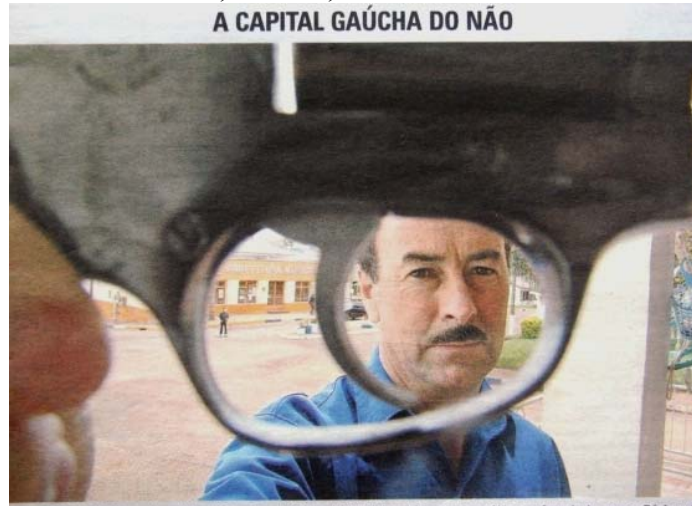
P. 13, 27/01/05, Arivaldo Chaves



Sob a proteção de um herói

Um casal de joões-de-barro elegeu o ombro da estátua do Brigadeiro Sampaio, no centro da Capital, como local ideal para construir seu ninho. Páginas

Contracapa, 19/08/05, Ronaldo Bernardi



A CAPITAL GAÚCHA DO NÃO

Acacio Scheidt de Souza é o prefeito de Coqueiros do Sul, onde 96,6% dos eleitores votaram Não no referendo das armas. Páginas

Capa, 25/10/05, Jean Pimentel



Os critérios de fotonoticiabilidade utilizados em Zero Hora para seleção de fotografias revelariam, então, justamente um momento diferenciado do jornalismo que, como já afirmamos, não é novo, mas se torna muito presente no momento em que a imprensa começa a perceber as vantagens de se utilizar largamente os processos de sentido em consonância com o cotidiano/perfil de seu leitorado. As falas da editora-chefa, de uma fotógrafa e do editor de foto de Zero Hora revelam algumas “regras” da política editorial do jornal em termos de fotografia, que lembram esta tendência.

Nós evitamos colocar bandidos na capa, salvo se ele estiver em desvantagem. Nós não queremos endeusar os bandidos ou fazer apologia do crime. Nós cometemos, há uns 10 anos, talvez mais, um erro numa capa de domingo. Colocamos um jovem muito novinho e todo armado, com fuzis, numa posição de Rambo. E aquilo que tinha o objetivo de ser uma denúncia, de dizer: “olhem só que absurdo! (...) foi visto ao contrário: “olha só como o crime compensa!”. (...) Nós também evitamos o merchandising de graça. Claro, se é uma foto fantástica, num jogo de futebol e num lance atrás tem “Vivo”, ok. Mas se tivermos uma outra possibilidade, a gente troca. Porque é uma coisa que interfere na imagem. O objetivo não é fazer propaganda de uma empresa, que dá a impressão ao leitor de que colocaram a foto aqui porque é anunciante. (...) As greves não cobrimos muito sob o ponto de vista que ela traz prejuízo à população. Desde que a greve não seja, por si só, muito extensa. (...) Se nós temos um movimento grevista dos metroviários, qual é o nosso enfoque? É o prejuízo que isso vai causar à população. Não que dentro da matéria a gente não vá colocar o que os metroviários estão reivindicando. Mas o nosso leitor, na sua grande maioria, não é metroviário, então o nosso enfoque tem que ser o enfoque do leitor. E nesse sentido, a fotografia segue essa linha.

Por exemplo, suicídio. Assassinato. A gente tem como regra fotografar de longe. Porque a regra do jornal é tentar não ser um jornal sensacionalista. O jornal não publica corpos decepados, esse tipo de coisa. Mas tu sabe, eu chego no local do crime, o corpo tá lá jogado, eu vejo o corpo ocre. Estou vendo sangue, estou vendo tudo... Não posso fazer exatamente como eu vejo, porque a foto é impúblicável nos parâmetros do jornal Zero Hora. Tem jornais populares em São Paulo que escancaram a foto do bandido morto, a Zero Hora não. Então todos os fotógrafos já sabem que é pra fazer de longe, fazer de uma forma que não choque tanto o leitor.

A gente dá preferência sempre pela foto da coisa. (...) se tivermos a foto da hora em que o furacão está passando, é essa que vamos usar. (...) Eu sempre falo que no dia 12 de setembro de 2001 ninguém tinha dúvida de qual foto iria estampar as capas dos jornais do mundo todo. Nós tínhamos lá os aviões entrando nas torres gêmeas. (...) Ninguém ousaria propor outra foto que não aquele flagrante. Mas nem todos os dias a gente tem um fato desta relevância e nem sempre

quando há um fato relevante a gente tem exatamente a imagem que precisaria pra transmitir e compartilhar com os leitores essa experiência. (...) Evitamos colocar, por exemplo, pastas de sangue na capa do jornal. Levamos em conta coisas do tipo, “pô, nós vamos entregar isso de manhã, o cara vai estar tomando café, até que ponto isso é justo?”. Agora, se tiver que estampar um acidente, na véspera de um feriadão onde morrem 30, 40 pessoas, a gente não exita em colocar um carro retorcido na capa do jornal, até como um alerta para as pessoas baixarem a bola.

Levando em conta todas as questões apresentadas, para tornar mais pontual nossa discussão a respeito dos critérios de seleção da fotografia de Zero Hora, fizemos uma tentativa de sistematização das preferências em torno da edição, pinçadas do discurso da produção, não com o intuito de forçar uma rota linear para um processo que foge deste direcionamento, mas sim para tornar mais visíveis as ações e mobilizações em torno do processo. Sendo assim, os profissionais de Zero Hora levariam em conta, ao fazer, escolher e hierarquizar uma fotografia, as seguintes questões:

- Busca do incomum, se possível amparado a elementos contextualizadores da cena/local;
- Preferência pela presença de movimento/ações e de elementos humanos;
- Obrigatoriedade de bonecos em caso de falas ou personagens muito importantes na matéria;
- Preferência, em caso de retratos, por uma construção que ligue texto e imagem (quase sempre através da colocação/proximidade de elementos simbólicos);
- Em casos de locais/personagens com a presença de marcas patrocinadoras, a ordem é fazer sempre pelo menos uma cena “limpa” – e é dada preferência a esta cena;
- As fotos de esporte devem resumir os elementos da ação e trazer a expressão dos jogadores (e de preferência, também ângulos/cenas inusitadas);
- A determinação das matérias com foto ou sem geralmente segue os critérios de noticiabilidade, ou seja, acontecimentos que possam render “confusões” ou que sejam intrinsecamente “curiosos” podem render boas fotos;

- A escolha entre o uso de arte (caricaturas) ao invés de fotografias é mais usual no jornal de domingo, ou quando a imagem da personagem encontra-se num período de saturação noticiosa;
- A preferência é sempre pela soma de plasticidade e conteúdo, ou seja, a combinação dos acontecimentos com idéias/expressões visuais que gerem sensações;
- Equilíbrio entre local e nacional: pelo menos uma das imagens da contracapa deve ser de evento local. Se for possível, a fotografia da capa também deve ser de um acontecimento próximo do leitorado (ou ainda dividida para atender as duas demandas, se muito importantes). O mesmo vale para a colocação de personagens muito conhecidos localmente;
- Equilíbrio entre disputas esportivas – como é muito forte no sul a rixa entre os times Grêmio e Internacional, é de praxe que a capa/contracapa sempre estampem uma foto de cada um dos times, ou equilibre com o uso de fotos-janela e manchetes laterais. Assim o jornal se mantém numa posição de imparcialidade;
- Observação da página para colocação de fotos coloridas: se a cor é o elemento principal que distingue a imagem, o editor de fotografia pode vir a se certificar ou pedir a reorganização de páginas;
- Foto boa é foto cedo: em casos de eventos muito importantes que batam com o horário de fechamento, a preferência é sempre dada à imagem que chega primeiro;
- Procurar sempre ter a foto que os outros jornais não vão ter. A máxima vale principalmente para eventos oficiais, feiras e conferências que devem resultar em fotos com pelo menos ângulos diferentes;
- A preferência para fotos de capa e contra é sempre dada para a produção dos fotógrafos de Zero Hora;
- A validade da foto em relação ao dia de publicação deve ser observada, especialmente em casos de matérias “engavetadas” que são publicadas posteriormente (por exemplo, cenários externos em dia de chuva: a foto perde seu caráter factual em conjunto com o texto e fica inutilizável);
- Dar preferência à entrada de anúncios.

Para encerrarmos nossas considerações acerca dos critérios de fotonoticiabilidade, vale a pena comentarmos que algumas das valorizações citadas foram de fato observadas no dia em que acompanhamos a rotina de edição de ZH. Por exemplo, no caso da Copa, o motivo mais forte que fez o editor de foto dar preferência a uma foto de agência para a capa ao invés

de uma de seu enviado especial, foi a presença de Ronaldinho Gaúcho ao invés de Ronaldo Nazário (copião 29). Mais tarde, a existência de um diferencial curioso – o beijo de um fã em Adriano – motivou a compra de uma foto que acabou estampada também na capa de outros jornais. Mas ainda assim, a foto do profissional de Zero Hora foi publicada na parte interna do jornal, mesmo que fizesse parte da “turma do ângulo do carro” como disse o subeditor. A foto de Ronaldo<sup>131</sup>, em especial, teria sido escolhida no lugar de outras duas em função de trazer uma expressão do jogador, que parece ser diretamente direcionada para o fotógrafo do jornal.

Já na avaliação da contracapa, o diretor de redação levou em consideração o equilíbrio da peça em conjunto com a capa, tendo o cuidado de não colocar um assunto “muito pesado” - a morte de cinco crianças em Vacaria - mas atentando para a reserva de um espaço de manchete na capa sobre o assunto. Além disso, naquele dia, se as pautas “frio” e “Vacaria” fossem selecionadas para a contra, o jornal sairia sem nenhuma imagem dos profissionais de ZH (além de ambas as pautas terem sido realizadas pelo mesmo fotógrafo, empregado pelo jornal O Pioneiro, da rede RBS, e centrarem-se no interior, reduzindo a importância do “elemento local”). Sobre a escolha da fotografia de abertura da matéria “Vacaria”, em particular, o editor comentou que sua escolha se baseou na preferência da “foto da coisa” - o incêndio - e também na presença de uma ação policial - com os PMs mais visíveis em primeiro plano, saindo do local. A presença de ação e de elementos em primeiro plano, aliás, seriam também os critérios que levaram o editor de foto a escolher uma e não outra fotografia da pauta “frio”: as imagens são muito semelhantes, mas a aparência de “flagrante” na foto da personagem de costas, aliada ao leve efeito “borrado” do movimento dos cachorros no campo, aumentaram a bucolia e ação da cena. No caso da escolha da imagem da pauta “Globaltech”, a foto de capa teria sido selecionada por conter a “cara da exposição”, estampando o nome da mostra e ainda o significado “da coisa” - a montagem da feira. Já para a abertura da matéria, o

---

<sup>131</sup> A comparação das fotos escolhidas e não escolhidas pode ser conferida no copião 33.

editor teria indicado a foto com “a composição de cores mais interessante”. Além disso, as outras fotografias do mesmo motivo estariam num “ângulo meio torto”, o que motivou seu descarte.

Encerrando este tópico de discussão – e aproveitando para direcionar nossa última questão de debate – vale a pena chamarmos atenção para um aspecto interessante entre produção e recepção: os critérios seleção de fotografias não seriam os mesmos para ambas as instâncias? Ora, nos parece que sim, uma vez que as justificativas dos leitores no interesse por determinadas fotografias seriam muito semelhantes às mencionadas pelos profissionais de Zero Hora para escolha e hierarquização de seu material fotográfico. Estariam presentes aí os processos de interação, de tal forma tão sutis, que não pareceriam conferir, para a produção, um papel determinante da recepção sobre suas decisões fotojornalísticas? Mesmo com a tentação de respondermos afirmativamente, como já mencionamos, este seria um ato de julgamento apressado, ao qual não nos parece interessante (e válido) ocorrer. No entanto, acreditamos ser interessante discutir a questão da “interatividade”, em relação a fotografia, existente em Zero Hora, já que o termo é muito recorrente nas falas da produção.

---

Copião 33  
Edição de fotografia – fotos escolhidas e não escolhidas pela produção

---



Contracapa, 23/05/06, Roni Rigon



Fotografia não publicada



Fotografia não publicada



P. 30, 23/05/06, Roni Rigon



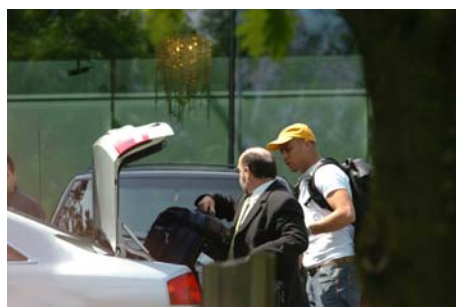
Fotografia não publicada



P. 46, 23/05/06, André Feltes



Fotografia não publicada



Fotografia não publicada



Contracapa, 23/05/06, Paulo Franken



P.4, 23/05/06, Paulo Franken



Fotografia não publicada

### **4.3 Sobre a crítica e a interação em *Foto comentada*: pistas para o pensamento em torno de um terceiro sistema**

Ao expormos a diversa gama de movimentações entre os campos da produção e da recepção, ecoam dois termos que necessitam ser explicitados: crítica e interatividade. De certa forma, a discussão destas ações acaba por resultar no pensamento geral sobre as questões que apresentamos até o momento através das perguntas: seria *Foto comentada* um meio de percebermos o quanto a edição de fotografia de um jornal impresso está atrelada a estas duas ações? E como estas ações ocorrem, no interior deste processo? Interessa salientar que, neste tópico, muitas vezes repetiremos idéias e questionamentos, no intuito de deslocar nossa visão para outro ângulo próximo, reforçando assim as idéias apresentadas. E como já mencionamos, iremos recorrer aqui aos posicionamentos de Braga, Fragoso e Thompson, entre outros autores, sobre estas questões.

Se partirmos do princípio que a edição existe em um jornal para assegurar a compreensão das notícias por determinado viés ideológico da empresa - e, afinal de contas, os jornais precisam ser editados para que possam ser vendidos (leia-se criação de estratégias de qualificação como meios abertos para manifestações “críticas” e, conseqüentemente, “interativas”, que podem resultar em venda) - pode-se dizer que sim, *Foto comentada* revela estes movimentos.

No entanto, se partirmos de determinadas e rígidas conceituações, em *Foto comentada* não pode haver nenhuma destas ações, uma vez que, na configuração da grande mídia, não haveria espaço para a constituição de atividades como estas, que requerem certas especificidades de suporte e tempo.

Começamos pela polêmica confusão, na imprensa, entre os termos *interatividade* e *interação*. Em meio ao quadro constante de “evolução” do capitalismo, simultaneamente, cresce nos estudos de comunicação a discussão sobre o uso, a eficácia e a transformação das relações de interação e interatividade.

De acordo com César Steffen (documento online, s/data) - que se baseia nas idéias desenvolvidas por Alsina e Verón, entre outros autores -, um meio de comunicação social não deve ser entendido somente como suporte técnico, mas sim como um agente de comunicação a serviço de subjetividades, identidades e processos de dupla via, promovidos através da tecnologia.

Esta esteira de pensamentos vem sendo reforçada, ao longo dos anos, com estudos sobre a “potencialidade comunicativa” dos *meios*. Durante muito tempo, a idéia da interação face a face como a única possibilidade de uma “verdadeira” comunicação foi muito utilizada, sobretudo por servir de modelo para análise dos processos comunicacionais da TV, rádio e jornal. Aos poucos, as visões foram se modificando, mas é com o advento da computação que surge a forte discussão sobre a *interatividade*, conceituada muitas vezes sob o viés da *interação*.

De acordo com Braga (2000), por exemplo, determinados processos histórico-sociais é que responderão, para um mesmo meio de comunicação, por uma melhor ou pior interatividade. De certo modo, César Steffen faz eco às proposições de Braga ao afirmar que todos os meios de comunicação possibilitariam a interação e a interatividade, já que através de seu uso ocorre uma negociação de sentidos entre instâncias que agem e reagem - sobre e para a outra - em diferentes formas, suportes e canais. Para o autor, a interação ocorreria através



dos meios, dos suportes dos enunciados, enquanto que a interatividade ocorreria sobre e a partir dos enunciados, criados e disponibilizados pela produção, cujo trabalho é intensionado. A interatividade estaria condicionada pelas estratégias e necessidades da instância produtora e pelas subjetividades dos receptores.

Suely Fragoso, por sua vez, afirma que a “interatividade é uma atribuição da interface, ou seja, do produto midiático” (2001, p. 91). De acordo com a autora, a palavra surgiu para esclarecer uma diferença qualitativa entre possibilidades de interação humano-computador. *Interatividade* seria derivada do neologismo *interactivity*, cunhada especialmente para denominar uma qualidade específica do processo de “diálogo” entre o homem e a *Central Unit Processing*. Sendo assim, a adoção da expressão, a rigor, só se justificaria em relação a um tipo específico de interação. “Extrapolando seu sentido original, bastante restrito, o neologismo interatividade perde completamente razão de ser” (*idem*, p. 87).

Mas, se não são de interação - principalmente no sentido da psicologia social (Marc e Picard, 1992) - e nem de interatividade as relações que ocorrem na esfera da mídia impressa, o que acontece então entre a produção e a recepção? Como poderia ser nomeado este processo? De certa forma, John B. Thompson procurou clarear a questão classificando-a como *quase interação* e *quase interação mediada*. Para o autor, o desenvolvimento dos meios de comunicação cria novos tipos de ação, interação e relacionamentos sociais,

(...) formas que são bastante diferentes das que tinham prevalecido durante a maior parte da história humana. Ele faz surgir uma complexa reorganização de padrões de interação humana através do espaço e do tempo. Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a interação se dissocia do ambiente físico, de tal maneira que os indivíduos podem interagir uns com os outros ainda que não compartilhem do mesmo ambiente espaço-temporal. (2001, p. 77)

Mas de acordo com Thompson, na quase-interação tecnicamente mediada, produção e recepção interagiriam ainda de maneira muito estanque, uma vez que as formas simbólicas seriam produzidas em um contexto e recebidas em outros. Cada um destes contextos teria suas próprias regiões e o fluxo seria predominantemente de sentido único. Sendo assim, para o autor, a quase-interação careceria de reflexividade e reciprocidade; por isso seria melhor descrever o envolvimento de produtores e receptores como uma “quase-participação”: ambos não se obrigariam a levar em consideração as respostas um do outro.

Este último pensamento de Thompson é encarado como o primeiro problema do conceito de quase-interação mediada, na crítica realizada por José Luiz Braga (2000). O autor entende que o sociólogo, embora tenha avançado no debate sobre a caracterização da interação, comete um equívoco frente aos processos comunicacionais midiáticos ao dar para estes uma mera concessão do modelo conversacional, subentendendo que só neste haveria efetiva interação.

Para Braga (2005), desde as primeiras interações mediatizadas, a sociedade *age e produz* sobre os seus produtos, redirecionando-os e atribuindo-lhes sentido social, sendo que este fenômeno não seria privilégio das redes informatizadas. Ao fazer isso, a sociedade chega a desenvolver, a partir de práticas de uso, novos objetivos e funções para as tecnologias inventadas inicialmente a serviço da produção/emissão.

De acordo com o autor, as relações entre produtor e produto são de interatividade à medida que este “interage, na sua produção, com fatos sociais como os objetivos do produto, as expectativas sociais e culturais sobre o tipo de produto que elabora e as competências já desenvolvidas sobre o gênero” (2000, p.11) - movimentos, de certa forma percebidos, nas

falas da produção de Zero Hora, por exemplo, sobre suas rotinas.

Além disso, para “seduzir” seu leitorado, como já comentamos, o jornal apela para fotos que buscam a estética, a subversão da pauta e a quebra de cânones fotojornalísticos, resultando em comentários de uma recepção muito identificada com a produção que, por sua vez, parece ver a fotografia como mobilizadora de uma série de sentidos. Os participantes do box *Foto comentada*, além de interagirem com os produtos - nas formas de seleção, leitura e interpretação - acabariam por interagir também sobre eles, nas supostas conversas e re-interpretações em conjunto com outros receptores e também na própria publicização do comentário - gerador de outras releituras. As ações de “retorno”, então, poderiam repercutir sobre o sistema de produção, via interpretações, seleções, críticas ou aceitação dos receptores. Estas ações implicariam, no entanto, segundo Braga (2000), um conhecimento anterior, na produção, de características, expectativas, atitudes e reações da escuta para qual se fala; de hipóteses sobre o que parece ser a escuta; de ações dos usuários e de compartilhamento de semelhantes mediações entre produção e recepção.

No entanto, a lógica apontada por Thompson de certa forma é também verificada nas relações de interação entre produção-recepção de Zero Hora: conforme coloca o autor, para os receptores, os produtores são personalidades com as quais eles podem simpatizar ou antipatizar, de traços normalmente não controvertidos. Embora a recepção acredite que a participação em *Foto comentada* influencie o modo de produção e pensamento do fotógrafo, tal movimento não ocorre por parte dos produtores. Estes últimos pensam sua recepção *antes* do processo, sob a lógica econômica da rotina produtiva, mas não levam muito em conta as opiniões posteriores sobre seu trabalho. Ou seja,

(...) os produtores olham os receptores não como parceiros co-presentes num diálogo, mas como espectadores anônimos a quem eles devem agradar, persuadir, entreter e informar, cuja atenção eles podem ganhar ou perder e cuja audiência é a condição *sine qua non* da existência de suas atividades. (Thompson, 2001, p.92)

Mas a despeito destas incongruências na relação produtor-receptor é importante - e talvez seria um dever da imprensa, até mesmo para sua melhor subsistência futura? - estimular a “autonomia interpretativa” do receptor com o desenvolvimento de dispositivos críticos, não com o objetivo de “(...) ensinar o usuário a se defender da mídia, ou dizer-lhe como deve interpretar (...), mas sim (...) estimular uma cultura de opções pessoais e de grupos, que qualifique os usuários a fazerem sua própria crítica, por sua conta e risco” (Braga, 2000, p.16), até mesmo porque, seguindo o raciocínio de Braga, quanto menores as competências sociais para interação com o produto, maiores os riscos de incompreensão e manipulação sobre este. “Os produtos serão menos valoráveis socialmente e menos competentes para estimular uma boa interatividade (capacidades de edição)” (*idem, ibidem*).

Talvez em função desta necessidade de “estímulo gerador” de uma audiência competente em relação à edição, vêm se tornando habitual a criação de produtos comunicacionais que admitem certa inteligência do receptor. No entanto, é preciso questionar aqui o uso deste movimento como mera estratégia de consumo: as mídias não estariam buscando uma forma de seduzir seus consumidores, apelando para estímulos lúdicos que precisam de interpretação? Dentro desta perspectiva, as idéias de Sfez (1992), sobre a interatividade como argumento de venda, vêm à tona.

E talvez haja aí também outras implicâncias: como já mencionamos, participar da mídia, para a recepção, não significa somente a possibilidade de responder sobre ela ou alterar seu fluxo, mas sim fazer parte de uma rotina valorizada. A idéia de resposta, nesse caso, ainda

poderia ser colocada como social? Não atenderia simplesmente a caprichos individuais de parte da sociedade que possui um gosto de ser “vista”? No entanto, mesmo com todas as problemáticas citadas, ainda seria de extrema relevância que os processos de interação *na*, *sobre* e *pela* mídia fossem melhor desenvolvidos. Neste ponto, torna-se interessante iniciarmos nossa discussão sobre a “crítica” contida em *Foto comentada*, partindo de José Luiz Braga (2006) e sua conceituação sobre o terceiro sistema - que, ao lado dos habitualmente reconhecidos de produção e recepção, completaria a processualidade midiática num sistema de circulação *diferida e difusa*.

A partir de suas observações de campo, Braga constata determinadas ações e processos desenvolvidos por dispositivos desencadeadores de ações críticas (interpretações e objeções interpretativas, seleções qualitativas, etc.) e de retorno (*feedback*, retroalimentação do sistema de produção, indicações para revisão, criação, redirecionamentos) que revelariam modos “de a sociedade interagir sobre (e portanto com) sua mídia” (2006, p.39).

O autor elenca uma série de características que definiriam um “dispositivo social de crítica mediática”; sendo assim, pretendemos olhar para *Foto comentada* atentando para estas angulações - não na tentativa de “aplicar” uma “teoria sobre o objeto”, mas sim porque acreditamos ser proveitoso tensionar as idéias de Braga com um espaço que parece muito próximo dos casos tratados pelo autor.

Mas antes de iniciarmos a observação do box sob o olhar dos parâmetros propostos na teoria do terceiro sistema, é interessante questionar a dualidade de *Foto comentada* ora como dispositivo crítico, ora como acrítico (mesmo que, para Braga, este fator não se revele como um *a priori*). Se

(...) críticas mediáticas são trabalhos explícitos sobre determinadas produções da mídia; baseados em observação organizada de produtos, com objetivos (expressos ou implícitos) determinados por motivações sócio-culturais diversas e voltados para o compartilhamento, na sociedade, de pontos de vista, de interpretações e/ou de ações sobre os próprios produtos (ou tipo de produtos), seus processos de produção e/ou seu uso pela sociedade (...), (Braga, 2006, p. 71)

o box pode sim ser visto como dispositivo crítico. No entanto, se depender de sua capacidade “produtiva” - geradora de boa fortuna crítica e fortemente disseminada na sociedade -, a “potencialidade” do dispositivo é diminuída, uma vez que por meio dele não são reconhecidos e elaborados comentários pontuais em seu âmbito. Ou, ainda, este tipo de movimento não é percebido (publicizado) no ambiente da “crítica”.

*Foto comentada* também poderia ser considerado um dispositivo “potente” à medida que fornece aos seus usuários “um instrumental crítico-interpretativo que possa ampliar sua competência de ‘leitura’, de escolha, de ‘edição” (*idem*, cap. 6, p.2). Mas é importante salientar que o box não revela tanto sua potencialidade em função das falas geradas pelos leitores (até mesmo porque o formato do dispositivo, que já foi referido, não auxilia para esta questão), mas sim pelas boas escolhas dos leitores sobre imagens que serão republicadas - e, portanto, revistas - com um certo destaque. Este movimento pode contribuir para uma proto-alfabetização da recepção sobre a linguagem visual, apoiada na identificação e valorização da “boa imagem”.

Partindo de sua “produtividade”, *Foto comentada* acaba por ser julgado como uma “coleção de comentários”. No entanto, se a mesma produtividade for lida como aquela que traz à tona objetos, os desvenda e reflete sobre eles, o box acaba por ser “classificado” como potencialmente produtivo e crítico, já que chama atenção para o fotojornalismo e seus processos. E mesmo que os comentários dos leitores sobre a foto não ultrapassem o acordo ou

autodefesa da informação disponibilizada por meio da imagem, o texto gerado no dispositivo vai além, no momento em que descreve uma leitura do receptor sobre o produto - o que não ocorre nas cartas de opinião, por exemplo.

Esta questão nos leva ao movimento necessário de tentar diferenciar as lógicas do box frente aquelas do local maior onde ele está inserido: enquanto na página de cartas do leitor, grande maioria dos comentaristas trabalha sobre os fatos aos quais se referem as matérias e não sobre elas mesmas, em relação à foto, a dinâmica é diferente. Por mais que o leitor fale da imagem e não se refira à matéria a qual esta “pertence”, o comentário sempre será sobre o produto, sobre o fotojornalismo, sobre a mídia.

Braga coloca como um de seus dez casos empíricos estudados, as cartas de leitores publicadas nos jornais. Em função de *Foto comentada* estar situado em um destes espaços, nos pareceu proveitoso comparar estes dois dispositivos, localizando semelhanças e diferenças. De acordo com o texto do autor, então, entre os diferenciais dos produtos poderíamos apontar as questões do controle editorial, da indicação de referência e da resposta do jornalista.

A comumente citada reduzida eficácia das colunas do leitor, motivada pelo controle e edição das cartas, não parece ocorrer nas dinâmicas do box, uma vez que a editoria do leitor recebe muito pouco material para produção do comentário e o leitor se adequa ao espaço “escrevendo pouco”. Ora, a interação jornal/leitor é sim, desigual; no entanto, a edição das cartas, a transformação do “texto” em “nota” não ocorre com as opiniões sobre foto.

Já a indicação de referência, comumente deixada de lado pelos leitores que escrevem cartas, não *pode* ser esquecida pelos comentaristas de foto: embora alguns leitores apostem que determinadas imagens “dispensam texto”, a informação verbal é necessária para a compreensão da imagem no ambiente jornalístico. Sendo assim, torna-se obrigatório, para o leitor, referir a foto e a página onde ela foi publicada - até mesmo para não haver confusão na republicação. Para contextualizar o “leitor do leitor”, o jornal também lança mão de estratégias temáticas, referindo-se à matéria e para que a foto “serviu”. O movimento parece recolocar a fotografia, vista momentaneamente como uma imagem segunda, de volta para um sistema maior, (foto) jornalístico. Importa salientar que comentar uma foto não é como comentar uma matéria escrita: mesmo que a foto pareça invisível em relação a sua “função”, ela está sempre presente como produto, como suporte diferenciado que chama atenção e motiva uma “resposta social”, também diferenciada.

Por fim, na seção de cartas dos leitores, Braga também constata que é comum a existência de respostas dos jornalistas, geralmente em tom defensivo às “críticas”. Esta lógica, no entanto, não é verificada em *Foto comentada* - a não ser no caso da foto invertida, já citada anteriormente. Mas este processo não se daria em função de uma mudança de hábitos dos jornalistas, e sim resultado da falta de comentários que requisitem “respostas”. Como foi comentado, muitas vezes o leitor buscou, quando opinou sobre foto, saber *sobre* ela ou elogiá-la.

Mesmo com estes diferenciais, há também características semelhantes entre o box e as demais participações dos leitores da página 2. O conteúdo de alguns comentários eventualmente sofre de superficialidade, redundância ou ingenuidade de opiniões.



Braga ainda coloca que é válido observarmos os dispositivos críticos seguindo alguns parâmetros de investigação. O autor sustenta que analisar o *ponto de vista* de onde o comentário se faz - bem como as *articulações* entre comentário-coisa comentada e as *contigüidades e tensões* desta posição -, além dos *objetivos* e os *interlocutores* envolvidos no processo, esclareceria as lógicas básicas de funcionamento do trabalho crítico.

Observando *Foto comentada* sobre estes parâmetros, o *ponto de vista* seria de usuário, individual, de pura fruição e apreciação - até mesmo porque não há motivação ou espaço para o diálogo: o formato é reduzido, o texto tem um padrão maquinal (com exceção das manifestações efusivas dos leitores, quando mantidas) e privilegia-se a republicação da foto. No entanto, aparece também o interesse e a busca de conhecimento sobre o objeto - no momento em que o leitor-crítico procura saber sobre o *making of* da imagem.

Os *elementos de articulação* entre leitor e foto do jornal direcionam, então, ângulos de *tensionamento e proximidade* que, dependendo do tipo de envolvimento do ponto de vista, pode se revelar interno ou externo ao objeto. Sendo assim, como elementos de contigüidade observamos no box a presença de proximidades profissionais (quando fotógrafos e artistas plásticos comentam imagens), de ambiente (por disparar memórias e subjetividades) e de relevância para fruição e aprendizagem. Elementos tensionadores não são muito usuais - a não ser no já citado caso de pedido de correção da posição da fotografia ou, ainda, num tipo de tensão “indireta”, a partir da “cobrança” que os comentaristas fazem “da sociedade” por esta “não perceber” que as fotos publicadas em Zero Hora “apelam” para questões sócio-culturais urgentes (como a ambiental e econômica, por exemplo). E aqui retorna a dualidade da definição de *Foto comentada* como dispositivo crítico ou não, uma vez que não atende ações

tensionadoras (interpretativas sim, embora nem sempre) que demarcam os critérios mínimos para definir uma atividade como “crítica”.

Em relação aos *objetivos e motivações* - as “pretensões da sociedade sobre sua mídia” (Braga, 2006, p. 292) - a forte presença do pedido de correção e aperfeiçoamento, muitas vezes freqüente nas cartas dos leitores, não é percebido no box. Como já foi mencionado, há certa inexistência de autodefesa da mídia frente às apreciações pessoais dos leitores (quase sempre positivas), que revelam interesses variados de usuário, desde valorações estéticas até questionamentos informacionais. Afinal, segundo os leitores, a foto poderia ser usada como “veículo de ensino” para a sociedade.

A cobrança de atendimento é forte, mas por nós é lida como um requerimento da recepção por “interatividade”, por espaços de participação, por cobrança na publicação de suas opiniões. Mas também foi percebido no box, mesmo que por um curto período de tempo (conforme já referimos), um sutil movimento de formação do usuário para a mídia, calcado no “tom pedagógico” da produção (que seria instigada pela recepção), mas também na visão da foto como motivadora de ação social (capaz de mobilizar a sociedade que “vê” a também “fazer” algo -, embora esse fazer não sirva para o campo midiático, a não ser no caso único de tensionamento já citado).

O procedimento parece ser sempre o mesmo: iniciativas individuais que manifestam acordo, trabalho interpretativo, requerimento de vocabulário e até mesmo mobilização de ações militantes (embora não sobre a mídia, mas sim sobre o que a mídia *mostra* sobre a natureza, por exemplo). Os critérios não parecem explícitos ou realizados - uma vez que a negociação entre os lados participantes é praticamente nula. O diálogo entre produção e

recepção apareceu apenas quatro vezes em doze meses de publicação do box. Para os produtores, o pressuposto é da necessidade de um comentário de uma foto atual; para os leitores a meta é dar opinião, publicar sua visão, elogiar um produto que agrada.

Sobre o processo de *interlocução* acionado pela crítica é possível presumir que o destinatário seja o próprio leitorado, difuso, mas que tem sua atenção chamada muitas vezes e encarada como pouco participativa e observadora. No entanto, o desejo de atingir a produção é muito forte - até mesmo em função da já citada presença de elogios aos fotógrafos -, mas não parece uma mobilização efetiva.

Pensando sob a perspectiva dos enfrentamentos - que mobiliza a teoria de resposta social -, nos parece que *Foto comentada* não reflete sobre a mídia, não se põe de frente a questões da sociedade mediatizada. No entanto, esta visão - que ocorre em função da quase única presença de “críticas positivas” à foto de Zero Hora -, é logo derrubada se pensarmos que os leitores são capazes - e mostram essa capacidade - de “ver” o objeto foto segundo ângulos diferenciados que acabam por circular num âmbito maior da sociedade.

E mesmo com todas as limitações apresentadas, *Foto comentada* revela uma recepção que parece aproveitar as fotografias da imprensa para saber coisas sobre o motivo de onde partem, sobre o autor das fotos e sua forma de criação e também sobre o jornal que as transmite. Por meio de *Foto comentada* também se percebe que a recepção do jornal ainda não se sente capaz de abrir-se a novos tipos de imagem; no entanto, é possível arriscar que, em Zero Hora, os leitores demonstram a possibilidade de ainda existir certa curiosidade e sentido crítico na observação da fotografia de imprensa.

Como exemplo da questão, finalizamos nosso pensamento com a exposição de um comentário não publicado sobre a foto invertida, já apresentada. O texto foi obtido junto à fotógrafa que fez a imagem e recebeu o comentário por e-mail. A opinião do leitor foi referida pelo editor de fotografia de Zero Hora como “o maior papo-cabeça” que ele já tinha ouvido sobre a produção de foto do jornal. E este “papo-cabeça” acaba por revelar estratégias da edição de fotografia: “embora a gente fique com pudores, sempre se pode ir mais adiante. Em vez de subestimar o leitor, devemos valorizar. Apostar na capacidade deles de entender, pois não somos tão espertos assim. Tudo bem, um ou outro não vai entender, mas dá pra ousar”.

Raras são as imagens que cumprem a função de quebrar convencionalidade no fotojornalismo atual. Quando isso acontece, imagem ganha uma dimensão que extrapola, muitas vezes, o próprio conceito de fotojornalismo. E disso que nos fala, com eloquência, a fotografia da contracapa do jornal Zero Hora do dia 18 de março, da repórter fotográfica Adriana Franciosi.

A fotografia nada mais é, nas suas múltiplas aplicações, a captura de um reflexo. Paradoxalmente, na “foto-reflexo” de Adriana, o reflexo apresentado ainda é utilizado como elemento catalisador da atenção do leitor. A injunção entre os instrumentos de conotação formados pela manchete e legenda e a própria imagem, fazem desta fotografia opinativa. Os personagens identificados aparecem de cabeça para baixo e com as mãos postas remetendo diretamente ao estado de descordenação e apatia em que se encontra a cúpula da polícia gaúcha.

A fotografia em questão demonstra criatividade no recorte do acontecimento, rotineiramente trivial, que é uma posse, transformando-o em um momento de reflexão através de um reflexo. Tal qual Narciso morrendo afogado em busca de seu próprio reflexo no rio, a foto representa um certo narcisismo do Estado preso ao seu próprio reflexo e acéfalo em sua realidade. (leitor de Zero Hora, por e-mail, sem data).

## CONCLUSÃO

Na introdução de um de seus trabalhos, Pereira Júnior (2006) diz que muito ainda será dito sobre a edição, uma vez que o assunto gira em torno de uma atividade que luta contra o relógio, angustia-se com o reduzido espaço e fica obsoleta em pouco tempo. De acordo com o autor, nas redações as pessoas não param mais para refletir sobre o ofício. As reuniões de pauta seriam orientadas para o fazer, para a funcionalidade técnico-empresarial a que devem responder. Em função disso, frear o fluxo seria hoje uma obrigação e uma necessidade.

Mas para Renata Lobato (2006), algumas fotografias de imprensa promoveriam uma apuração estética, desenvolvendo a capacidade de investigação e transformação do leitor, uma vez que tais imagens transitariam entre o lugar do fotojornalismo (espaço de redundância e complementação) e da arte (espaço de transcendência e provocação do indivíduo). Textos visuais com estas características seriam também aqueles responsáveis pelo “freio” na banalidade e indiferença do qual sofre o fotojornalismo atual, como afirma Baeza (2001, p.174) em seu “epitáfio prematuro da imprensa”.

Aliado aos pontos levantados pelos autores, é preciso referir também que pensamentos como os de Andión (in Sousa, 1997), ainda que nos pareçam lógicos, tornam-se questionáveis no seguinte sentido: mesmo sendo pós-televisivos, os jornais - para a recepção e a produção -

ainda “vêm” além, geralmente superando o que a TV pode informar. Afinal, como diz Nascimento (2001), com a diminuição da importância do registro documental - uma vez que a TV é notavelmente mais ágil neste quesito - é percebida em alguns jornais uma tendência à estetização das fotografias, muitas vezes potencializando-as como ferramentas para uma possível alfabetização visual.

Acreditamos que boa parte desta “visão” dar-se-ia em torno do uso crítico-interpretativo da fotografia de imprensa, que ocorreu em alguns momentos do fotojornalismo de Zero Hora no ano de 2005, tendo em vista que observamos construções como as referidas por Nascimento (2001, s/p.): “algumas imagens, por si sós, constroem mini-narrativas que referendam e, às vezes, trazem preciosos enriquecimentos aos textos verbais, quando o leitor se deixa apanhar por elas e adentra em seus universos plástico e icônico”. No entanto, cabe aqui a citação extraída de Pereira Júnior (2006, p. 124):

O historiador Peter Burke, em *Como confiar em fotografias*, afirma que, para não sermos enganados por fotos, devemos “prestar atenção à mensagem e ao remetente”, perguntar quem está a nos dizer o quê e quais as suas razões de dizer, as técnicas utilizadas e as intenções não manifestas. Isso exige uma pedagogia visual, que deve ser promovida nos próprios veículos, pois dificilmente se multiplicaria entre os leitores na mesma velocidade com que uma foto é consumida na mídia. Uma crítica à informação visual feita nos meios – e apesar deles – é um estágio de evolução para a cidadania. Se a fotografia na imprensa é, nesse sentido, opaca, cabe à edição apostar em sua efetiva transparência.

Em função destas questões, estudar a edição de fotografia em um jornal de grande circulação pareceu-nos uma tarefa imprescindível e bastante enriquecedora para o campo. Acreditamos que nosso principal objetivo, de identificar os “elementos definidores” da natureza e das lógicas do uso da fotografia em Zero Hora, utilizando a “crítica” da imagem realizada no box *Foto comentada* como *corpus* principal, serviu para descortinarmos uma lógica até então tida unicamente como *feeling* exclusivo de uma produção atenta. E a despeito

da motivação “solidária” (da possibilidade de mostrar o que *deve* ser visto) que muitos jornalistas acreditam ser a principal razão de suas escolhas, a constatação de Benette (2002) sobre o jornal impresso diário - de que em branco, ele não sai - significa dizer que a própria visualidade do veículo determina espaços que precisam ser preenchidos todos os dias, independente daquilo que venha ou *deva* preenchê-los.

Neste sentido, torna-se muito visível o papel da edição, pois o conteúdo deve chegar ao leitor de forma que ele saiba “ver” (para poder ler) o objeto com base naquilo que mantém em sua memória. Ou seja, conforme afirma Benette, o fato de uma edição estar de um modo e outra de outro não se deve, como muitos profissionais gostam de afirmar, a simples “intuição”. As escolhas são sim baseadas no estoque comum de informações acumuladas e compartilhadas entre os membros do processo. Ao longo de nossa pesquisa acreditamos ter identificado algumas dessas “informações de estoque”, que mobilizaram as escolhas e hierarquização das fotografias de Zero Hora.

Ao “aplicarmos” então nosso questionário metodológico às fotografias do jornal, percebemos uma quase inseparável relação dos valores de fotonoticiabilidade e de noticiabilidade, sobretudo em elementos percebidos (no texto ou no conjunto dos textos) como a proximidade, a disponibilidade, a personalização e a formação/tipo de acontecimento. Mas como se trata de fotografia, não é possível deixarmos de relevar que grande parte da fotonoticiabilidade também esteve associada a valorações plásticas e estéticas conservadas em uma memória ligada a história da arte, da fotografia, da comunicação e da cultura. E ao investigarmos questões como os gêneros, o contraste e a harmonia, a cor, os elementos e suas formas, os critérios de fotonoticiabilidade utilizados em Zero Hora para seleção de fotografias acabaram por revelar, de acordo com nossa visão, um momento diferenciado do jornalismo no

qual a imprensa percebe e proporciona vorazmente processos de sentido em consonância com o cotidiano/perfil de seu leitorado – e muitas vezes faz e refaz estes movimentos “sem sentir”.

Sendo assim, algumas vezes a edição de fotografia de ZH ganhou ares de opinião ilustrativa, travestida de informação objetiva, atendendo a uma recepção sedenta por “comentários” que, se não puderam ser realizados por meio do texto (que *deve* ser objetivo e imparcial), acabaram por encontrar liberdade na fotografia, muitas vezes possibilitando a cobertura de problemáticas e não de acontecimentos - movimento inverso ao do campo jornalístico, segundo Traquina (2005b). Pois mesmo que o jornalista não possa manifestar publicamente suas inclinações ideológicas, acreditamos que o fotojornalista de Zero Hora pôde assim fazê-lo pelo simples fato de estar lidando com a imagem: texto aberto para múltiplas interpretações e argumentações, portanto aparentemente livre de regramentos oficializados.

Para Lotman e Uspenskij (in Guimarães, 2000, p. 90) “a história da destruição de textos, da sua exclusão das reservas da memória coletiva, move-se paralelamente à história da criação de novos textos”, o que nos parece ocorrer no cenário fotojornalístico da atualidade. Tendo em vista que abordamos neste trabalho a edição de fotografia de Zero Hora - cuja produção anunciou o fim do fotojornalismo de acontecimento - como mais voltada para a escolha de fotografias interpretativas, torna-se perceptível o efetivo crescimento e maturação de um tipo de fotojornalismo como ilustração, no sentido de Baeza (2001), como uma ferramenta importante para o desenvolvimento de um alfabetismo visual que obviamente não permitiria uma estreita gama de interpretações da linguagem, mas em função do tipo de visibilidade que a mídia impressa proporciona a um grande e diverso número de pessoas, possibilitaria a tomada de conhecimento de variados processos perceptivos, que regem a



resposta aos estímulos visuais e intensificam o controle do significado (Dondis, 2003). Ora, se a produção de Zero Hora já possibilita movimentações como as percebidas em *Foto comentada* - que mesmo ainda incipientes no sentido profundamente crítico, constituiriam os primeiros passos para uma atenção mais demorada à comunicação visual - que dirá daqui a alguns anos, com uma recepção “educada” por iniciativas como as do CD-ROM *Isto é uma foto?* Como diz Dondis (2003, p. 26) “a câmera, o cinema, a televisão, o videocassete e o videoteipe, além de meios visuais que ainda não estão em uso, modificarão não apenas a nossa definição de educação, mas da própria inteligência”. Em função disso, movimentos como os realizados pela edição de fotografia de Zero Hora, em direção a uma “revolução” em termos visuais, também se constituiriam numa estratégia necessária ao bom desempenho e sobrevivência do veículo.

Para além destas questões, pesquisar o processo de edição fotojornalística de Zero Hora acabou por revelar, assim como sugere Pereira Júnior (2006), o “caráter” de quem assume determinada escolha, especialmente se colocada num campo jornalístico atendo à concorrência. Ou seja, uma vez dando visibilidade a processos que ocorrem no âmbito de um veículo em particular, poderíamos também revelar a tônica para a mesma ação em outros periódicos. Em função destes fatores é que o diretor de redação de Zero Hora, no dia de nossa entrevista, fazia um pequeno exercício sobre o jornal Folha de São Paulo, riscando outro corte na foto de capa, fechando e limpando o plano. E também em função disso, incongruências são percebidas no discurso da produção, que afirma que os critérios de fotonoticiabilidade seriam valorações individuais de cada equipe, ao mesmo tempo em que confessa não perceber diferenças entre as escolhas fotográficas dos mais variados jornais.

Ora, tendo em vista que há “propensão à pausterização” dos jornais, como refere Pereira Júnior (2006), com estes se tornando cada vez mais parecidos, é preciso considerar que este fenômeno, no âmbito da fotografia, ocorreria em função do fotojornalismo ser uma das atividades onde mais se nota a existência de uma cultura profissional mundializada (Sousa, 1997), cujas raízes podem ser buscadas na história frequentemente compartilhada, no caráter internacional da atividade, nos jornais e revistas da especialidade e na elevada mobilidade dos profissionais, de país para país e de organização para organização.

Além disso, como comenta Felipe Pena (2005), nosso tempo é regulado de acordo com a organização social na qual vivemos, que privilegia a sincronia e a não a diacronia, fazendo com que vivamos sempre um eterno presente em função da repetição de enredos pela ânsia exagerada da novidade. Ao trabalhar com a periodicidade num tempo cada vez mais veloz, os jornalistas acabam povoando as páginas dos jornais com personagens de mesmas características e histórias. Como sugere o autor, se pegássemos um jornal do mesmo dia, em anos diferentes, ou de dez anos atrás, poderíamos dizer quais seriam as pautas: “crise na economia, corrupção na política, violência nas ruas, agenda do presidente da República e do governador, o domingo de sol na praia e notícias sobre os times de futebol” (*idem*, p. 38).

Ou seja, partilhando de uma história comum, carregando o peso de ideologias e de uma cultura que molda a civilização dominante, os veículos de imprensa têm valores e critérios de noticiabilidade frequentemente comuns. Sendo assim, poderíamos afirmar que as lógicas da edição levantadas por nós poderiam ser pensadas não só para a fotografia de Zero Hora, mas para uma variedade de veículos nos cenários local e nacional? Devido a uma brevíssima observação de outros jornais, arriscamos dizer que sim. E mesmo que nosso trabalho não tenha sido construído pensando-se em aspectos comparativos, fomos motivados

pela curiosidade em estender nosso olhar para outros veículos – o que nos auxiliou também, de certa forma, a ver nosso objeto.

Na tentativa, então, de “sanar” esta curiosidade, comparamos a edição de fotografia de Zero Hora do dia 23 de maio de 2006 (que foi construída sob nossa observação) com as edições do mesmo dia dos jornais locais Correio do Povo, O Sul e Jornal do Comércio, e também com dois periódicos do centro do país: Folha de São Paulo (SP) e O Globo (RJ). Somente neste dia, identificamos dez temáticas fotográficas comuns entre os veículos, algumas delas iguais (dos mesmos fotógrafos ou de profissionais diferentes) e outras guardando pequenas diferenças de corte ou uso da cor, como apresentam alguns exemplos do copião 34. E como o diretor de redação de Zero Hora afirmou que a *Folha* seria “uma inspiração” em termos de fotografia, estendemos um pouco mais nossa observação, até o dia 28 de maio de 2006, somente entre estes dois jornais. Alguns exemplos das semelhanças que percebemos encontram-se no copião 35.

Observando as imagens sistematizadas nos dois copiões poderíamos afirmar então que os critérios de fotonoticiabilidade dependeriam mais do estoque comum de informações que possuem os profissionais – tanto os editores quanto os fotógrafos – (não esquecendo da relação com seus leitores) do que das especificidades de cada equipe. No entanto, há pelo menos um elemento que diferencia estes jornais (excluindo-se o uso da cor) que *daria a ver e diria* sobre a edição de foto - ou “caráter” - de um veículo: o corte ou o enquadramento (e portanto, o papel do fotógrafo?). Ora, é claro que a questão mereceria ser mais aprofundada e investigada. No entanto, para fins desta pesquisa, este breve exercício de comparação serviu para confirmar a fala do editor de fotografia de Zero Hora, e apontar complexidades do processo de edição:

A mecânica de edição é cada vez mais parecida entre os veículos. Há quem critique isso. Tem o lado negativo da padronização, mas aí, mesmo que todo mundo tenha colocado as Torres Gêmeas, houve capas extremamente criativas e outras menos. Teve os aviões com [as palavras] “terror”, “caos” e também teve idéias geniais. O cara usou a mesma foto, mas botou um título surpreendente... Ou ao invés de colocar a foto sangrada pra todos os lados, colocou a capa toda preta e abriu só uma janelinha com os edifícios queimando... Um outro impacto visual, um outro diálogo com o teu leitor.

A fala do editor acaba por revelar a importância e a valorização da edição: numa atividade na qual é inevitável “copiar” para não “levar furo”, um fotojornalismo articulado como comunicação interpretativa, pedagógica, vigilante, sensível, criativa e esteticamente trabalhada faz com que a edição de fotografia, de uma “mera” ação de trazer à luz, constitua-se em arte de bem comunicar com imagens. Tendo em vista que este parece ser o caminho que a mídia impressa poderá trilhar, com mais firmeza, em um futuro próximo, acreditamos que as reflexões apontadas no presente trabalho sejam de grande valia para o estudo da atividade (foto)jornalística.

Copião 34

Edição de fotografia – comparação entre os jornais locais e do centro do país em 23/05/06



O Globo, capa, Ivo Gonzalez - Zero Hora, p. 46, André Feltes - O Sul, p.22, Antonio Scorza/AFP - Zero Hora, André Feltes, fotografia não publicada.



O Globo, p. 40, Ivo Gonzalez - O Sul, contracapa, Marcelo Régua/AE - Correio do Povo, contracapa, Antonio Scorza/AFP - Zero Hora, p. 46, Alair Filho/AP



Jornal do Comércio, p.5 - Correio do Povo, p.9, fotos de Aizar Rades/AFP - Folha de São Paulo, p.B5 - Zero Hora, p.28, fotos de Martin Alipaz/EFE



Correio do Povo, p. 12, AFP - O Globo, p. 28, David Mercado/Reuters - Jornal do Comércio, capa, Aizar Rades/AFP



Folha de São Paulo, capa – Zero Hora, capa, foto de Antônio Gaudério/Folha Imagem – Zero Hora, p.30 – O Globo, p.10, foto de Roni Rigon



Copião 34 - continuação  
 Edição de fotografia – comparação entre os jornais locais e do centro do país em 23/05/06



O Sul, p. 15 – Correio do Povo, p. 18, foto de Jacques Gosch/On – Correio do Povo, p. 17, Fabiano Nunes/Especial – Zero Hora, p. 30, Roni Rigon



O Globo, p.27 – Folha de São Paulo, p. B3, foto de MMAurílio Cheli/EFE – O Globo, capa – Folha de São Paulo, p. C3, foto de Keny Andrade/Folha Imagem



Correio do Povo, p.3 – Jornal do Comércio, p. 21, foto de Antônio Cruz/ABR – O Globo, p. 12, Ailton de Freitas – Folha de São Paulo, p.A10, Alan Marques/FI



Correio do Povo, contrecapa – O sul, p. 22, foto de Antonio Scorza/AFP

Copião 35

Edição de fotografia – comparação entre Zero Hora e Folha de São Paulo



26/05/06: Zero Hora, p. 42, Antônio Cruz/ABR – Folha de São Paulo, p. A11, Sérgio Lima/Folha Imagem



26/05/06: Zero Hora, p. 69 – Folha de São Paulo, p. D2, foto de Fernando Llano/AP 27/05/06: Zero Hora, capa, AP – Folha de São Paulo, capa, div. CBF/Reuters



24/05/06: Zero Hora, p.51, AP – Folha de São Paulo, p. D1, Antonio Gaudério 27/05/06: Zero Hora, p. 42 – Folha de São Paulo, capa, foto de Sergei Chiricov/Efe



27/05/06: Zero Hora, capa e p.37, André Feltes – Folha de São Paulo, capa, Flávio Florido/FI e p. D1, Paulo Whitaker/Reuters, Antonio Scorza/FP, Antonio Gaudério/FI, Flávio Florido/FI

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson (org). **Ensaio sobre o fotográfico**. Porto Alegre: Unidade Editorial, 1998.

ACKER, Leonardo Van. **A filosofia bergsoniana**. São Paulo: Martins Editora, 1959.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 1999.

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

AUMONT, Jacques. **O olho interminável [cinema e pintura]**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

BACELAR, Jorge. Linguagem da visão. Lisboa: Universidade da Beira Interior, 1998. Acesso em [http://bocc.ubi.pt/pag/bacelar\\_linguagem.html](http://bocc.ubi.pt/pag/bacelar_linguagem.html)

BAEZA, Pepe. **Por uma función crítica de la fotografia de prensa**. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

\_\_\_\_\_. **O Óbvio e o Obtuso**. Lisboa: Edições 70, 1982.

BAUDRILLARD, Jean. **A arte da desapareição**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

BAUER, M.W & GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2004.

BECKER, Howard S. Métodos de pesquisa em ciências sociais. São Paulo: Hucitec, 1999.

BENETTE, Djalma L. **Em branco não sai: um olhar semiótico sobre o jornal impresso diário**. São Paulo: Códex, 2002.



- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- BERGSON, Henri. **Matéria e memória**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- \_\_\_\_\_. **A evolução criadora**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BERNARDO, Gustavo e MENDES, Ricardo (orgs.). **Vilém Flusser no Brasil**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.
- BOLTER, J. David; GRUSIN, Richard. **Remediation – Understanding New Media**. 1999.
- BONIN, Jiani Adriana. Nos bastidores da pesquisa: a intância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos Sociais de Crítica Midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.
- \_\_\_\_\_. **Interatividade & Recepção**. Anais da Compós, 2000.
- CAMARGO, Isaac Antonio. **A construção do objeto noticioso na edição da mídia impressa: fotografia, legenda e texto**. Anais da Compós, 2001.
- CAMPS, Sibila e PAZOS, Luis. **Así se hace periodismo**. Barcelona: Paidós, 1996.
- CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da comunicação visual**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- \_\_\_\_\_. **A cidade polifônica**. São Paulo: Estúdio Nobel, 1997.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- COELHO NETO, J. Teixeira. **Semiótica, informação e comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- COUTINHO, Pedro. O leitor interpelado: movimentos diante do Outro no fotojornalismo. In VAZ, Paulo Bernardo (org.). **Narrativas fotográficas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- DELEUZE, Gilles. **Bergsonismo**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- DERRIDA, Jacques; STIEGLER, Bernard. **Ecografías de la televisión**. Buenos Aires: Eudeba, 1998.
- DERRIDA, Jacques. Notas sobre desconstrucción y pragmatismo. In MOUFFE, Chantal (comp.) **Desconstrucción y pragmatismo**. Buenos Aires: Paidós, 1998.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FERREIRA JUNIOR, José. Capas de Jornal. **A primeira imagem e o espaço gráfico visual**. São Paulo: Senac, 2003.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo: Hucitec, 1985.

\_\_\_\_\_. **Pós-história – Vinte instantâneos e um modo de usar**. São Paulo: Duas Cidades, 1983.

FRAGOSO, Suely. **De interações e interatividade**. Revista Fronteiras de Estudos Midiáticos. São Leopoldo: Editora Unisinos, Vol. III, nº 1, setembro de 2001.

FREUND, Gisèle. **La fotografía como documento social**. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.

FRUTIGER, Adrian. **Sinais e Símbolos**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

GLENADEL, Paula. Desertos, senhas e miragens: a tradução e o pensamento derridiano. In NASCIMENTO, Evando (org.). **Jacques Derrida: pensar a desconstrução**. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

GOMEZ, Guillermo Orozco. **La investigación em comunicación desde la perspectiva cualitativa**. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata; Guadalajara: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, 2000.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003.

\_\_\_\_\_. **A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2004.

GURAN, Milton. **Linguagem fotográfica e informação**. Rio de Janeiro: Gama Filho, 1999.

HALL, Stuart. **Da diáspora – Identidade e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HANKE, Michael. **Implicações epistemológicas da teoria dos media de Vilém Flusser**. Anais da XIV Compós, 2005.

HEDGCOE, John. **Guia completo de fotografia**. São Paulo, Martins Fontes, 2001.

HENN, Ronaldo. **Pauta e Notícia: uma abordagem semiótica**. Canoas: Ulbra, 1996.

JAMESON, Frederic. **Espaço e Imagem. Teorias do pós-moderno e outros ensaios**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

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

KEENE, Martin. **Fotojornalismo – Guia profissional**. Lisboa: Dinalivro, 2002.

KILPP, Suzana. **Ethnicidades televisivas**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

\_\_\_\_\_. **Mundos televisivos**. Porto Alegre: Armazém Digital, 2005.

\_\_\_\_\_. Audiovisualidades de TV: Apontamentos Preliminares sobre Imagem-duração. Mesa temática: Devires audiovisuais. **Anais 2005**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2005.

\_\_\_\_\_. **Acontecimento, memória e televisão**. Originais cedidos pela autora, s/ data.

\_\_\_\_\_. **Deleuze, 1985. A imagem movimento (excertos)**. Texto de circulação restrita à disciplina Audiovisualidades nas Mídias. São Leopoldo: PPGCC Unisinos, 2006/1.

KOBRE, Kenneth. **Photojournalism - the professionals' approach**. Boston: Focal Press, 1980.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & História**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

\_\_\_\_\_. **Realidades e Ficções na trama fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

LACLAU, Ernesto. Desconstrucción, pragmatismo y hegemonia. In MOUFFE, Chantal (comp.) **Desconstrucción y pragmatismo**. Buenos Aires: Paidós, 1998.

LALANDE, André. **Vocabulário técnico e crítico da Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

LIMA, Ivan. **A fotografia e a sua linguagem**. Rio de Janeiro : Espaço e Tempo, 1988.

\_\_\_\_\_. **Fotojornalismo brasileiro - realidade e linguagem**. Rio de Janeiro: Fotografia brasileira, 1989.

LIMA, Regina. **Espaço do leitor. A expressão velada do discurso jornalístico**. Anais da Compós, 2001.

LOBATO, Renata. Navalhas do olhar: o processo de construção do Outro olhar. In VAZ, Paulo Bernardo (org.). **Narrativas fotográficas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MACHADO, Arlindo. **O quarto Iconoclasmo e outros ensaios hereges**. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001.

\_\_\_\_\_. **A ilusão especular**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

\_\_\_\_\_. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2000.

MARC, Edmond. PICARD, Dominique. **La interacción social – Cultura, instituciones y comunicación**. Barcelona: Paidós, 1992.

MARTÍN BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Identidade e representação: as marcas do fotojornalismo na tessitura da alteridade. In VAZ, Paulo Bernardo (org.). **Narrativas fotográficas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MOLES, Abraham Antoine. **La imagen: comunicación funcional**. Mexico: Trillas, 1991.

MORAES, Cybeli Almeida. **Fotojornalismo e migração no Jornal Folha de São Paulo**. São Leopoldo: Unisinos, 2004. Monografia de conclusão (curso de Jornalismo). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Ciências da Comunicação. 2004.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

\_\_\_\_\_. **O Método I – A natureza da natureza**. Lisboa: Europa-América, 1987.

MOUILLAUD, Maurice. **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.

NASCIMENTO, Geraldo Carlos do. **Presença de uma ausência – leituras de uma foto jornalística**. Anais da Compós, 2001.

OLIVEIRA, Paulo de Salles (org.). **Metodologia das Ciências Humanas**. São Paulo: Hucitec, 1998.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

PINTO, Milton José. **A imagem e seus mitos**. Anais da Compós, 2003.

PLAZA, Júlio. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado e CAUDURO, Flávio Vinicius. **Algumas características das imagens contemporâneas**. Anais da XIV Compós, 2005.

REZENDE, Luiz Augusto. Cinema e televisão – heterotopias e heterocronias. In: **SOCINE II E III: Estudos de cinema**. São Paulo: Annablume, 2000.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social – Métodos e Técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

ROLNICK, Suely. Cartografia sentimental. In HERKENHOFF, Paulo; PEDROSA, Adriano. **Roteiros. Roteiros. Roteiros. Roteiros. Roteiros. Roteiros. Roteiros**. São Paulo: A Fundação, 1998.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. A via da complementariedade: reflexões sobre a análise de sentidos e seus percursos metodológicos. In **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SALLET, Beatriz. **Histórias e “estórias” fotográficas: afirmação e rompimento das rotinas produtivas no fotojornalismo de Zero Hora**. Dissertação de mestrado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2006.

SAMAIN, Etienne (org.). **O fotográfico**. São Paulo: Hucitec, 1998.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

\_\_\_\_\_. **Matrizes da linguagem e pensamento – sonora, visual, verbal**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SANTOS, Antônio Raimundo. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

SANTOS, José Rodrigues dos. **O que é comunicação**. Lisboa: Difusão Cultural, 1992.

SCHAEFFER, Jean-Marie. **A imagem precária**. Campinas: Papyrus, 1996.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora. A influência americana sobre o jornalismo brasileiro**. São Paulo: Summus, 1991.

SILVA, Franklin Leopoldo e. **Bergson: Intuição e discurso filosófico**. São Paulo: Loyola, 1994.

SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1992.

SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das letras, 2003.

\_\_\_\_\_. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das letras, 2004.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo performativo - o serviço de fotonotícia da Agência Lusa**. Tese de doutoramento. Biblioteca Virtual de Ciências da Comunicação, 1997. Disponível em: <<http://ubista.ubi.pt/~comum/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo-tese.htm>> Acesso em: 28 mai. 2004.

\_\_\_\_\_. **Elementos de jornalismo impresso**. Florianópolis: Letras contemporâneas, 2005.

\_\_\_\_\_. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó/Florianópolis: Argos e Letras contemporâneas, 2002.

\_\_\_\_\_. **News Values nas “Fotos do Ano” do World Press Photo: 1956-1996**. Cadernos Mediáticos II. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2000.

\_\_\_\_\_. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Chapecó: Grifos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.

STEFFEN, César. **Onde as lógicas se cruzam: a navegação como instrumento estratégico de comunicação e informação**. BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação – [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt). Acesso em dezembro de 2005.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

\_\_\_\_\_. **Teorias do jornalismo volume I: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005a.

\_\_\_\_\_. **Teorias do jornalismo volume II: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005b.

\_\_\_\_\_. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2005c.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.

VILLAFANE, Justo e MÍNGUEZ, Norberto. **Princípios de Teoría General de la Imagen**. Madri: Ediciones Pirámide, 1996.

VILCHES, Lorenzo. **Teoria de la imagen periodística**. Barcelona: Paidós, 1998.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

WATTS, Harris. **On camera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC**. São Paulo: Summus, 1990.

WESTLEY, Bruce H. **News Editing**. Boston: Houghton Mifflin Company, 1980.

ZERO HORA (org.). **Manual de ética, redação e estilo**. Porto Alegre: LP&M, 1994.

Anexo 1  
Telas do aplicativo *Isto é uma foto?*



---

Anexo 2  
Características das fotografias de Zero Hora – somatórios brutos

---

<b>Gênero</b>	<b>total</b>
General news	62
Spot news	22
Features de animais	22
Features de interesse pictográfico	21
Features de interesse humano	18
Features de esporte	9
Paisagens	8
Foto-reportagem	3
Ação esportiva	2
Mug shot	2
Retrato ambiental de grupo	2
Retrato individual	1
Retrato de grupo	0
Retrato não-ambiental de grupo	0
Retrato não-ambiental individual	0
<b>Total</b>	<b>172</b>

<b>Página/tipo</b>	<b>Comentada</b>	<b>Escolhida</b>	<b>Total</b>
Capa	24	17	41
Contra	28	14	42
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>31</b>	<b>83</b>

<b>Página/tipo</b>	<b>Comentada</b>	<b>Escolhida</b>	<b>Aleatória</b>	<b>Total</b>
2 a 10	6	13	11	30
31 a 40	1	9	13	23
21 a 30		3	12	15
41 em diante	1	4	6	11
11 a 20	2	3	5	10
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>32</b>	<b>47</b>	<b>89</b>



Anexo 2 - continuação  
Características das fotografias de Zero Hora – somatórios brutos

<b>Contraste</b>	<b>total</b>	<b>Harmonia</b>	<b>total</b>
distorção	5	exatidão	167
fragmentação	32	unidade	140
profundidade	49	planura	122
instabilidade	51	equilíbrio	120
justaposição	68	singularidade	100
atividade	76	estase	93
espontaneidade	71	previsibilidade	78
profusão	85	economia	70
complexidade	99	simplicidade	68
ênfase	70	neutralidade	50
assimetria	129	simetria	42
agudeza	63	difusão	41
variação	3	estabilidade	40
episodicidade	1	repetição	29
transparência	4	opacidade	28
irregularidade	40	regularidade	19
ousadia	20	sutileza	13
acaso	67	sequencialidade	8
exagero	36	minimização	4
<b>Total</b>	<b>969</b>	<b>Total</b>	<b>1232</b>

**Outros elementos**

**Enquadramento**

Centralizado - 114 Alto - 47 Baixo - 11

**Linhas**

Horizontal - 114 Vertical - 112 Curva - 97

**Fundo**

Claro - 96 Escuro - 20

**Direção da linha**

Ascendente - 101 Descendente - 29

**Formas**

Circular - 90 Quadrada - 81 Triangular - 63

**Iluminação**

Lateral - 88 Superior - 80 Inferior - 4

**Estrutura**

Aguçamento - 86 Nivelamento - 85 Ambiguidade - 1

**Pontos**

Atração - 75 Competição - 72

**Profundidade**

1 plano - 59 2 planos - 73 3 planos - 38

**Ângulo**

Normal - 89 Plongée - 35 Contra-plongée - 48

---

Anexo 2 - continuação  
Características das fotografias de Zero Hora – somatórios brutos

---

**Linguagem**

Ângulo esquerdo inferior - 76    Textura – 63  
Desfocado - 48    Contraluz - 19    Saturação – 16

**Plano**

Conjunto - 64    Geral - 51    Médio - 27  
Americano - 8    Detalhe - 22

**Contraste**

Escala - 54    Cor - 46    Forma - 33    Tom - 9

<b>Acontecimentos</b>	<b>Total</b>
Notícias ligeiras	40
Em continuação	40
Em desenvolvimento	33
De rotina / pseudo-acontecimento	25
Noticiosos localizados	20
Não-intencional (acidentes)	7
Mega-acontecimento	5
Mediáticos	2
<b>Total</b>	<b>172</b>

<b>Colunagem ocupada</b>	<b>Total</b>
Quatro	87
Duas	44
Três	33
Cinco	5
Uma	3
<b>Total</b>	<b>172</b>

<b>Principais fotógrafos</b>	<b>Total</b>
Tadeu Vilani	19
Ricardo Duarte	17
Júlio Cordeiro	17
Ronaldo Bernardi	13
Emílio Pedroso	10
Genaro Joner	10
Mauro Vieira	10
Adriana Franciosi	10

---

Anexo 2 - continuação  
Características das fotografias de Zero Hora – somatórios brutos

---

<b>Valores de seleção</b>	<b>Total</b>
Proximidade	154
Relevância	83
Tempo	78
Notabilidade	57
Conflito	30
Surpresa	27
Novidade	24
Morte	12
Notoriedade	10
Infração	6
<b>Valores de contexto</b>	<b>total</b>
Disponibilidade	163
Visualidade	153
Equilíbrio	78
Concorrência	65
Dia noticioso	55
<b>Valores de construção</b>	<b>total</b>
Personalização	101
Relevância	87
Dramatização	68
Amplificação	65
Consonância	40
Simplificação	34
<b>Contexto gráfico</b>	<b>Total</b>
Fotógrafo de ZH	139
Box	126
Fios	98
Cartola arte	81
Foto titulada	81
Anúncios	79
Cartola letra	70
Logotipo ZH	65
Infografia	55
Externo	31
Box de entorno foto	30
Selo	15

---

Anexo 2 - continuação  
Características das fotografias de Zero Hora – somatórios brutos

---

<b>Cores principais</b>	<b>Total</b>
PB	44
Azul	38
Verde	26
Amarelo	21
Preto	17
Branco	16
Vermelho	10
<b>Total</b>	<b>172</b>

<b>Cores secundárias</b>	<b>Total</b>
Branco	50
Azul	37
Amarelo	36
Preto	31
Verde	30
Vermelho	20
<b>Total</b>	<b>172</b>

<b>Colocação/tipo</b>	<b>Total</b>
Superior direita	54
Inferior esquerda	39
Centro superior	22
Inferior direita	19
Superior esquerda	16
Centro esquerda	9
Central	5
Centro direita	5
Inferior central	3
<b>Total</b>	<b>172</b>

<b>Total de fotos de apoio</b>	<b>Total</b>
Duas	73
Quatro	27
Uma	18
Três	12
Cinco	3
Seis	1
Doze	1

Anexo 2 - continuação  
Características das fotografias de Zero Hora – somatórios brutos

<b>Páginas</b>	<b>Total</b>
Capa/contra	83
Par	49
Ímpar	40
<b>Total</b>	<b>172</b>

<b>Cor da logo</b>	<b>Total</b>	<b>Cor do fio</b>	<b>Total</b>
Vermelho	56	preto	55
Azul	25	vermelho	23
Bandeiras	2	azul	20
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>Total</b>	<b>98</b>

<b>Cores das fotos de apoio</b>	<b>total</b>	<b>Cores do box</b>	<b>total</b>
PB	51	PB	64
Amarelo	25	amarelo	34
Azul	25	verde	26
Verde	19	azul	19
Branco	16	vermelho	18
Vermelho	9		

<b>Cores dos anúncios</b>	<b>total</b>	<b>Cor infografia</b>	<b>total</b>
PB	44	PB	25
Azul	24	vermelho	13
Amarelo	23	azul	12
Vermelho	14	amarelo	10
Verde	13	verde	5

<b>Cor foto-janela</b>	<b>total</b>	<b>Cor cartola</b>	<b>total</b>
PB	36	azul	58
Amarelo	34	PB	54
Azul	32	vermelho	29
Vermelho	23	amarelo	20
Verde	20	branco	14
Branco	14	verde	10

---

Anexo 2 - continuação  
Características das fotografias de Zero Hora – somatórios brutos

---

<b>Elementos</b>	<b>Total</b>
Espaço urbano	140
Espaço aberto	121
Objetos inanimados	112
Branco	104
Cotidiano/eventos especiais	94
Roupas comuns	93
Homens	88
Calor	86
Adultos	60
Espaço fechado	51
Jovens	48
Frio	44
Mulheres	42
Animais	41
Alegria	36
Dor/tristeza	34
Crianças	33
Espaço rural/praias	32
Negros	28
Roupas típicas/de uso específico	28
Tema social/educação	27
Pobreza	23
Sentimento/valor dado pela legenda	23
Tema ambiental	20
Estátuas/monumentos/arquitetura	17
Tema político	13
Tema esportivo	12
Idosos	10
Solidariedade	9
Raiva	8
Riqueza	8
Medo	6
Tema econômico	6
Amarelos	5
Coragem	1
<b>Personagem principal</b>	<b>Total</b>
Pessoa	72
Objeto inanimado	67
Animal	33
<b>Total</b>	<b>172</b>

---

Anexo 3  
Instrumento metodológico – fotografias de Zero Hora

---

**Instrumento de análise – Fotografias de ZH**

**Identificação e gênero**

- |   |   |
|---|---|
| 1 Identificação                           | 13 ( ) Features de esporte              |
| 2 Data                                    | 14 ( ) Retrato individual               |
| 3 Palavra-chave                           | 15 ( ) Retrato de grupo                 |
| 4 ( ) Foto comentada (cor)                | 16 ( ) Retrato ambiental individual     |
| 5 ( ) Foto comentada (PB)                 | 17 ( ) Retrato ambiental de grupo       |
| 6 ( ) Não é foto comentada                | 18 ( ) Retrato não-ambiental individual |
| 7 ( ) Spot news                           | 19 ( ) Retrato não-ambiental de grupo   |
| 8 ( ) General news                        | 20 ( ) Mug shot                         |
| 9 ( ) Features de interesse humano        | 21 ( ) Foto-ilustração                  |
| 10 ( ) Features de interesse pictográfico | 22 ( ) Foto-reportagem                  |
| 11 ( ) Features de animais                | 23 ( ) Paisagens                        |
| 12 ( ) Ação esportiva                     | 24 ( ) Vida selvagem                    |

---

**Elementos/técnicas de sintaxe visual**

**Contraste:**

- 25 ( ) Instabilidade
- 26 ( ) Assimetria
- 27 ( ) Irregularidade
- 28 ( ) Complexidade
- 29 ( ) Fragmentação
- 30 ( ) Profusão
- 31 ( ) Exagero
- 32 ( ) Espontaneidade
- 33 ( ) Atividade
- 34 ( ) Ousadia
- 35 ( ) Ênfase
- 36 ( ) Transparência
- 37 ( ) Variação
- 38 ( ) Distorção
- 39 ( ) Profundidade
- 40 ( ) Justaposição
- 41 ( ) Acaso
- 42 ( ) Agudeza
- 43 ( ) Episodicidade

**Harmonia:**

- 44 ( ) Equilíbrio
- 45 ( ) Simetria
- 46 ( ) Regularidade
- 47 ( ) Simplicidade
- 48 ( ) Unidade
- 49 ( ) Economia
- 50 ( ) Minimização
- 51 ( ) Previsibilidade
- 52 ( ) Estase

- 53 ( ) Sutileza
- 54 ( ) Neutralidade
- 55 ( ) Opacidade
- 56 ( ) Estabilidade
- 57 ( ) Exatidão
- 58 ( ) Planura
- 59 ( ) Singularidade
- 60 ( ) Seqüencialidade
- 61 ( ) Difusão
- 62 ( ) Repetição

**Outros elementos:**

- 63 ( ) Nivelamento
- 64 ( ) Aguçamento
- 65 ( ) Ambigüidade
- 66 ( ) Ângulo esquerdo inferior
- 67 ( ) Pontos de atração
- 68 ( ) Pontos de competição
- 69 ( ) Fundo claro
- 70 ( ) Fundo escuro
- 71 ( ) Desfocado
- 72 ( ) Linhas descendentes
- 73 ( ) Linhas ascendentes
- 74 ( ) Linhas verticais
- 75 ( ) Linhas horizontais
- 76 ( ) Linhas diagonais
- 77 ( ) Linhas curvas
- 78 ( ) Forma interna triangular
- 79 ( ) Forma interna quadrada

- 80 ( ) Forma interna circular
- 81 ( ) Luz Lateral
- 82 ( ) Luz Superior
- 83 ( ) Luz Inferior
- 84 ( ) Saturação
- 85 ( ) Textura
- 86 ( ) Contraluz
- 87 ( ) 1 Plano
- 88 ( ) 2 Planos
- 89 ( ) 3 Planos
- 93 ( ) Contraste de tom
- 90 ( ) Contraste de cor
- 91 ( ) Contraste de forma
- 92 ( ) Contraste de escala
- 93 ( ) Plano geral
- 94 ( ) Plano conjunto
- 95 ( ) Plano médio
- 96 ( ) Plano americano
- 97 ( ) Plano detalhe
- 98 ( ) Plongée
- 99 ( ) Contra-plongée
- 100 ( ) Normal
- 101 ( ) Enquadramento alto
- 102 ( ) Enquadramento baixo
- 103 ( ) Enquadramento centralizado
- 104 Cor predominante:
- 105 Cores secundárias:

---

Anexo 3 - continuação  
Instrumento metodológico – fotografias de Zero Hora

---

**Contexto noticioso**

**Quanto aos acontecimentos**

- 106 ( ) noticiosos localizados
- 107 ( ) em desenvolvimento
- 108 ( ) em continuação
- 109 ( ) mega-acontecimento
- 110 ( ) notícias ligeiras
- 111 ( ) de rotina / pseudo-acontecimento
- 113 ( ) não-intencional (acidentes)
- 114 ( ) mediáticos

---

**Quanto aos valores-notícia**

**De seleção**

- 115 ( ) Morte
- 116 ( ) Notoriedade
- 117 ( ) Proximidade
- 118 ( ) Relevância
- 119 ( ) Novidade
- 120 ( ) Tempo

**De contexto**

- 121 ( ) Notabilidade
- 122 ( ) Surpresa
- 123 ( ) Conflito
- 124 ( ) Infração
- 125 ( ) Disponibilidade
- 126 ( ) Equilíbrio
- 127 ( ) Visualidade
- 128 ( ) Concorrência
- 129 ( ) Dia noticioso

**De construção**

- 130 ( ) Simplificação
  - 131 ( ) Amplificação
  - 132 ( ) Relevância
  - 133 ( ) Personalização
  - 134 ( ) Dramatização
  - 135 ( ) Consonância
-



---

Anexo 3 - continuação  
Instrumento metodológico – fotografias de Zero Hora

---

**Contexto gráfico:**

136 Página:	146 Cores da infografia:	156 ( ) Selo
137 ( ) Foto titulada:	147 Total de fotos-janela:	157 Fotógrafo:
138 Palavra-chave do título:	148 Cores das fotos-janela:	158 ( ) de ZH
139 Colocação da foto:	149 ( ) Logotipo ZH	159 ( ) Externo
140 Colunas ocupadas:	150 Cor da logo:	160 ( ) Box
141 Total de fotos:	151 ( ) Fios	161 Cores do box:
142 Cores principais das fotos:	152 Cor do fio:	162 ( ) Box de entorno foto
143 ( ) Anúncios:	153 ( ) Cartola arte	163 Cores do entorno
144 Cores dos anúncios:	154 ( ) Cartola letra	
145 ( ) Infografia	155 Cores da cartola:	

---

**Elementos registrados**

164 ( ) Mulheres	180 ( ) Estátuas/arquitetura	197 ( ) Dor/tristeza
165 ( ) Homens	181 ( ) Roupas de uso específico	198 ( ) Alegria
166 ( ) Crianças	182 ( ) Roupas comuns	199 ( ) Raiva
167 ( ) Idosos	183 ( ) Calor	200 ( ) Medo
168 ( ) Jovens	184 ( ) Frio	201 ( ) Coragem
169 ( ) Adultos	188 ( ) Tema social	202 Outro sentimento/valor:
170 ( ) Brancos	189 ( ) Tema político	203 ( ) Sentimento/valor dado pela legenda
171 ( ) Negros	190 ( ) Tema ambiental	<b>Personagem principal</b>
172 ( ) Amarelos	191 ( ) Tema econômico	204 ( ) Pessoa
173 ( ) Espaço aberto	192 ( ) Tema esportivo	205 ( ) Animal
174 ( ) Espaço fechado	193 ( ) Cotidiano/eventos especiais	206 ( ) Objeto inanimado
175 ( ) Animais	194 ( ) Pobreza	
176 ( ) Objetos inanimados	195 ( ) Riqueza	
177 Quais:	196 ( ) Solidariedade	
178 ( ) Espaço urbano		
179 ( ) Espaço rural/praias		

---

## Anexo 4

### Roteiros para entrevistas com a produção e a recepção de Zero Hora

---

#### **Editor de fotografia**

- 1 Dados da editoria – quantos fotógrafos, nome de cada um, equipamento, quem fotografa o que.
- 2 O que é foto boa? E o que é uma boa foto de jornal? Dá pra diferenciar isso hoje?
- 3 Como é a foto de ZH? Dá pra sintetizar os principais “valores” da imagem privilegiados pelo jornal?
- 4 Para que serve uma foto num jornal e para que ela é realmente usada?
- 5 Primeiro quesito de uma imagem no jornal hoje: estética ou informação?
- 6 Qual é o perfil do fotógrafo de ZH?
- 7 Meu interesse maior é no processo de edição da foto no jornal, quando ela chega na redação. Sempre me pergunto como é que determinada foto é escolhida e não outra, quais são os critérios observados? Por exemplo, porque se opta por uma ilustração e não por uma foto?
- 8 Estes critérios são para a edição geral de fotos ou somente para ZH?
- 9 Na tua opinião como fotógrafo e editor, o que pesa mais: uma boa foto ou uma boa escolha?
- 10 Tu pensas no leitor quando escolhe uma foto? Que leitor é esse?
- 11 Tu percebes uma preferência dos leitores por determinado tipo de foto? Ou de foto de capa?
- 12 Como as fotos de capa são escolhidas? O que é escolhido primeiro, o assunto ou a foto? Como deve ser uma imagem para esta ser capa?
- 13 Como se dá o diálogo com o editor de foto e a diagramação do jornal? Como são feitos os acordos entre estas duas partes da produção?
- 14 Como funciona a interferência de outros setores da produção do jornal na editoria de foto? Diretor de Redação, chefes de reportagem, repórteres... Como se dá esse diálogo, diretamente com os fotógrafos, ou todos recebem a mesma pauta, ou ela vai para o editor primeiro...
- 15 Alguma vez já aconteceu de “vetarem” alguma imagem escolhida, por qualquer motivo – por ela ser complexa demais, ou motivos políticos, econômicos...
- 16 O receptor interfere na fotografia assim como interfere em outras áreas da produção do jornal (por exemplo, sugerindo pautas, criticando matérias)?
- 17 Os fotógrafos e editores tem feedback da recepção por outras vias fora o box foto comentada? E por meio do box, ele gera discussão na editoria, entre os fotógrafos?
- 18 Eu tenho um jogo comigo mesma: toda semana eu olho o jornal e aposto em duas ou três fotos que talvez possam ser “as comentadas”. Quase sempre acerto. Fico me perguntando porque será...
- 19 Lembra-te quando criaram o box? Como foi a recepção dele pela editoria, pelos fotógrafos?
- 20 Acompanhas o box? Qual é tua opinião sobre ele – a diagramação, o conteúdo, formato, importância.
- 21 Tenho a impressão de que os leitores falam quase sempre da imagem em si e não da matéria que elas “ilustram”, como se a foto falasse por si só e os leitores olhassem para isso, para sua subjetividade e gosto pessoais. É isso que te passa também, ao ver o box?
- 22 Pra responder como fotógrafo e editor: o que vem primeiro - imagem ou palavra? Para o leitor, para o jornal...
- 23 E sobre a ZH colorida e com nova diagramação (mais espaçosa, fotos maiores)? Quais foram as mudanças percebidas, vantagens e desvantagens. O que mudou no fazer e escolher a foto?

---

Anexo 4 - continuação  
Roteiros para entrevistas com o a produção e a recepção de Zero Hora

---

**Diretor de Redação**

- 1) Poderia falar um pouco da relação de Zero Hora com o leitor? Quem é esse leitor, porque a Zero instiga a participação dele?
  - 2) Quem é o leitor médio de ZH?
  - 3) Qual é a sua visão em relação a importância e edição de Fotografia no jornal?
  - 4) A Folha de São Paulo é uma inspiração para Zero Hora, em termos de linguagem visual?
  - 5) A reforma gráfica do jornal revela uma preocupação com a fotografia? Qual?
  - 6) Como funciona o teu olhar sobre o produto do jornal? Delegas funções, há editorias para as quais demanda mais atenção?
- 

**Chefe de redação**

- 1) Quais seriam os principais direcionamentos da política visual de Zero Hora? Ela é explícita na redação?
  - 2) Quais seriam as características da “foto boa”?
  - 3) E quanto às políticas da empresa, em relação a anunciantes, ou a manifestações sociais, por exemplo. Como acontece isso na fotografia? Há regras, limites a seguir?
  - 4) Quem define mais a questão da edição de fotografia no jornal?
- 

**Editor de arte**

- 1) Fale um pouquinho do papel da arte nas reuniões de editores. Como tu definirias as tuas atribuições?
  - 2) E quem define questões como que tipo de arte usar, onde usar...
  - 3) O pessoal da fotografia comenta que vive batalhando por mais espaço. Na arte também é assim?
  - 4) Fale um pouco do novo projeto gráfico, o que mudou para o trabalho de vocês...
  - 5) Especialmente em relação a cor, influenciou muito o processo?
- 

**Editor de página**

- 1) Quais seriam os teus critérios pra escolher uma foto pra uma matéria? E pra definir qual matéria vai foto ou não?
- 2) Como tu vê essa política de fazer palestras sobre imagem dentro da redação?
- 3) Fale um pouco do teu processo de rotina pra construir as páginas.
- 4) Como é que funciona a “venda” de imagens pelos editores e fotógrafos?

---

Anexo 4 - continuação  
Roteiros para entrevistas com o a produção e a recepção de Zero Hora

---

### Fotógrafos

- 1) Tu te lembras como foi o teu processo de entrada aqui na redação? Como é que tu ficaste sabendo do processo da fotografia, das regras da redação...
- 2) Quais seriam as características da linguagem fotográfica da ZH?
- 3) O que tu achas do box *Foto comentada*?
- 4) Tu dirias que as melhores fotos do dia sempre vão pra capa e contracapa?
- 5) O que tu achas que pesa mais na escolha de capa e contracapa?
- 6) E o diálogo com o pessoal da arte, como é? Vocês têm liberdade pra discutir, pedir espaço ou algo mais verticalizado?
- 7) Ainda é importante conseguir uma capa ou uma contracapa? Ou é indiferente?
- 8) E o diálogo com o repórter, como é?
- 9) Na hora de fazer a foto, no que tu mais pensas: no leitor, no editor, no diretor ou interessa mais a tua visão de fotógrafo?
- 10) Como é o diálogo com os editores e com o diretor de redação?
- 11) E a “venda” das fotos, acontece de ela ocorrer direto com os editores de página?
- 12) E o corte da foto, quem define mais?
- 13) Já aconteceu de haver algum impedimento da redação em relação as tuas fotos, por exemplo, vetarem alguma coisa...
- 14) Existem algumas regras da redação no fazer a fotografia? Quais seriam?
- 15) Estas regras estão oficializadas ou fica tudo subentendido?
- 16) Tu percebes diferenças entre as fotos de capa e fotos internas? Quais?
- 17) Quanto a legenda, tu achas que muda muito da tua indexação até a publicada no jornal?
- 18) O que é mais importante, a estética ou o conteúdo informativo?

-----

### Receptores

#### 1) Eixo Receptor – mídia:

- Nome completo, idade, cidade natal, onde mora atualmente, classe social, escolaridade, trabalho, quantos membros na família (escolaridade dos membros), mora sozinho? Tempo de lazer, hobby?

- Contato com mídias: lê outras publicações – revistas, livros, jornais -, Internet, TV, rádio. Para que usa cada uma destas mídias? O que é estar informado? Qual é sua opinião sobre cada uma destas mídias – vantagens e desvantagens. Sempre teve contato com mídias – tempos atrás, lia mais jornal, via mais TV, ou ouvia mais rádio? Comenta assuntos partindo do que leu ou ouviu na mídia? Com quem?

---

Anexo 4 - continuação  
Roteiros para entrevistas com o a produção e a recepção de Zero Hora

---

**2) Eixo Receptor – foto:**

- Como iniciou sua relação com a fotografia? Tem câmera? Qual é a relação com a fotografia – tira muitas fotos? Na sua opinião, para que serve a fotografia – não no jornal, mas na vida diária? O que é uma foto – é realidade ou não?

**3) Eixo Receptor – ZH**

- É assinante? Há quanto tempo e porque escolheu a ZH? Como costuma ler o jornal, de trás pra frente ou o contrário? Editorias favoritas, dia da semana favorito, caderno preferido, colunistas? Lê o jornal inteiro ou somente partes dele – quais? Como o jornal está inserido no seu dia-a-dia – que hora lê, como costuma ler – calmamente, mais apressado, várias vezes por dia? Quantas pessoas lêem o jornal na sua casa? Como é dividido o jornal entre os membros – ele é desmembrado, alguém lê somente um caderno? Costumam conversar sobre matérias do jornal, o jornal motiva alguma discussão na família?

- Avaliação da ZH – opinião sobre a qualidade do jornal, das matérias, das fotos. Sugestão para alguma melhora? O que mais gosta e não gosta no jornal?

**4) Eixo Receptor – foto de ZH**

- Para que serve a foto no jornal? A foto chama mais atenção que o texto? Acompanha o trabalho de algum fotógrafo em especial – de ZH ou outro? O que o motivou a falar sobre a fotografia em questão?

Anexo 5  
Editoria de foto de Zero Hora - Ferramenta de pauta

RBS - Ferramenta de Pauta Página 1 de 1

**Relatório de Fotografia**

<b>Usuário: Genaro Joner JONER</b>		<b>Data/Hora: 25/05/2006 21:42</b>	
------------------------------------	--	------------------------------------	--

<b>Veículo</b>	ZERO HORA	<b>Edit/Pgm</b>	SEGUNDO CADERNO
<b>Data/Hora</b>	26/05/2006 - 26/05/2006 10:30	<b>Status</b>	Aprovada
<b>Assunto</b>	Entrevista com a escritora Monique Revillion	<b>Hora da Foto</b>	10:30
<b>Descrição</b>	Vamos entrevistar a escritora Monique Revillion, cujo livro de estréia, Teresa, que esperava as uvas, foi muito bem aceito pela crítica. A idéia é elaborar um perfil da autora para o caderno Donna.		
<b>Cidade</b>	Porto Alegre	<b>Bairro</b>	Petrópolis
<b>Endereço</b>	Rua Borges do Canto, 186		
<b>Palavra-Chave</b>	Monique Revillion, literatura		
<b>Observações da Foto</b>	Vamos fotografar a escritora Monique Revillion, que fez sua estréia na literatura este ano com o livro Teresa, que esperava as uvas. O romance tem sido bem comentado e a idéia é fazer um perfil para o Donna desse novo talento feminino nas letras do Estado. O repórter é Carlos André Moreira		

---

<b>Veículo</b>	ZERO HORA	<b>Edit/Pgm</b>	ECONOMIA
<b>Data/Hora</b>	26/05/2006 - 26/05/2006 14:00	<b>Status</b>	Sugestão
<b>Assunto</b>	Globaltech	<b>Hora da Foto</b>	14:00
<b>Descrição</b>	Pautas várias, para sábado, domingo e segunda, no Caderno Globaltech, com Rodrigo, Martiane e Vanessa		
<b>Palavra-Chave</b>	globaltech 2006		
<b>Observações da Foto</b>	Pautas várias para economia e caderno Globaltech, com Rodrigo, Martiane e Vanessa. No Centro de Eventos da Fiergs.		