

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO  
PRÓ-REITORIA ACADÊMICA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS

DIOGENES JOSÉ PEREIRA BARBOSA

Indústrias criativas e os processos de produção e pós-produção de fotojornalismo:  
análise de um jornal do Agreste pernambucano

Recife  
2020

DIOGENES JOSÉ PEREIRA BARBOSA

Indústrias criativas e os processos de produção e pós-produção de fotojornalismo:  
análise de um jornal do Agreste pernambucano

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Indústrias Criativas.

**Orientador:** Prof. Dr. João Guilherme de Melo Peixoto

Recife  
2020

B238i

Barbosa, Diogenes José Pereira.

Indústrias criativas e os processos de produção e pós-produção de fotojornalismo : análise de um jornal do Agreste pernambucano / Diogenes José Pereira Barbosa, 2020.

73 f. : il.

Orientador: João Guilherme de Melo Peixoto.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Católica de Pernambuco. Programa de Pós-Graduação em Indústrias Criativas. Mestrado Profissional em Indústrias Criativas, 2020.

1. Fotojornalismo. 2. Indústrias criativas. 3. Tecnologia.  
I. Título.

CDU 77.044

Pollyanna Alves – CRB4/1002

DIOGENES JOSÉ PEREIRA BARBOSA

INDÚSTRIAS CRIATIVAS E OS PROCESSOS DE PRODUÇÃO E  
PÓS-PRODUÇÃO DE FOTOJORNALISMO:  
ANÁLISE DE UM JORNAL DO AGRESTE PERNAMBUCANO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Indústrias Criativas.

Aprovada em: 31/08/2020.

Banca Examinadora:



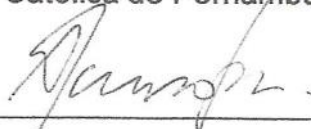
---

Prof. Dr. João Guilherme de Melo Peixoto (orientador)  
Universidade Católica de Pernambuco (Unicap)



---

Prof. Dr. Cláudio Roberto de Araújo Bezerra (membro interno)  
Universidade Católica de Pernambuco (Unicap)



---

Prof. Dr. José Afonso da Silva Junior (membro externo)  
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Recife  
2020

Àqueles que, incansavelmente, se esforçaram para me dar condições de continuar estudando, me inteirando e reconstruindo quem sou: Maria, minha mãe; José, meu pai; e Leonardo, meu abrigo.

## **Agradecimentos**

Inicialmente, agradeço ao professor Dr. João Guilherme de Melo Peixoto. Como orientador, demonstrou muita habilidade para me conduzir por um caminho de novas – e encantadoras – descobertas acadêmicas. Para realizar (re)construções importantes sobre o que penso e o que sei sobre o fotojornalismo. Com tranquilidade e uma vontade de contribuir para a construção, em vez da imposição de pensamentos, inspiradoras para quem admira a educação.

Ao professor Dr. Juliano Mendonça Domingues da Silva, coordenador do Programa de Pós-Graduação em Indústrias Criativas (PPGICriativas), que contribuiu com a revisão de literatura presente no primeiro capítulo deste trabalho. À professora Dra. Aline Maria Grego Lins, pela didática utilizada, por demonstrar envolvimento com cada um dos projetos que acompanhou na disciplina Metodologia de Pesquisa Aplicada.

Também aos membros da minha banca de qualificação. Ao professor Dr. Cláudio Roberto de Araújo Bezerra, com quem também tive a honra de cursar uma disciplina no próprio PPGICriativas. Pelas importantes referências, que perpassam não somente questões sobre o audiovisual mas também sobre a fotografia. Ao professor Dr. José Afonso da Silva Junior, da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), pelos apontamentos que permitiram aprimorar decisivamente o estudo.

Aos amigos de turma, com quem compartilhei informações, referências, inquietações e posicionamentos, dentro e fora da sala de aula. Que acabaram, direto ou indiretamente, sendo refletidos nesta produção. Em nome dos quais menciono: Felipe Costa Arnoso Leitão, Veralúcia Maria de Andrade França Austregésilo, Ana Flávia da Costa Ferreira, Carla Guedes Porfírio, Sueli Márcia Pereira Barbosa, Albérico Paes Barreto Barros e Mariana de Araújo Ribeiro.

Por fim, aos que integram a equipe de reportagem do Jornal Vanguarda. Que se prontificaram em participar da pesquisa e, conseqüentemente, contribuíram com a minha formação. Que abriram espaço para que suas práticas pudessem ser analisadas à luz das produções acadêmicas, possibilitando a construção de uma leitura crítica sobre procedimentos que, a partir dos indicadores deste estudo, poderão ser aprimorados.

Sem esquecer daqueles que me incentivaram a ingressar no mestrado. Inicialmente, a professora Ma. Rosangela Araújo de Souza e o professor Dr. Tenafloe

da Silva Lordêlo. Ex-professores que me provocaram, em diferentes momentos da formação, a seguir os estudos. Em paralelo, a dois dos amigos que conquistei através da docência: a professora Dra. Christiane Maria da Boa Viagem Oliveira e o professor Dr. Paulo Ricardo de Paiva e Souza.

*“Fotografar é colocar na mesma linha a cabeça, o olho e o coração”,*

**Henri Cartier-Bresson**

*“A fotografia sempre me espanta, com um espanto  
que dura e se renova, inesgotavelmente”,*

**Roland Barthes**



## Resumo

Recursos tecnológicos foram incorporados às rotinas de trabalho de diferentes empresas que produzem conteúdos informativos. Neste sentido, este estudo se propõe a investigar de que forma acontece a apropriação destas ferramentas por parte de profissionais que atuam no Jornal Vanguarda, no município de Caruaru (PE), nas etapas de produção e pós-produção de fotojornalismo. À luz da literatura especializada sobre comunicação, fotojornalismo e indústrias criativas, por exemplo, bem como de entrevistas semiestruturadas realizadas com os profissionais do veículo, é desenvolvida uma análise de conteúdo. Como resultados, aponta-se: o reconhecimento das mudanças ocorridas entre a sociedade pós-industrial e a moderna – e os próprios sistemas de trabalho –, além da forma como as pessoas têm se relacionado com o tempo e o espaço; aspectos sobre as mudanças no consumo, inclusive o de comunicação e de conteúdos informativos; fragilidades na estrutura que é disponibilizada para que os profissionais possam desenvolver imagens durante a rotina produtiva; bem como a necessidade investimentos para o aprimoramento da estrutura existente e na formação continuada dos colaboradores, permitindo que esses possam aprimorar e, claro, aprofundar os conhecimentos sobre a temática.

Palavras-chave: Fotojornalismo; Produção; Pós-Produção; Indústrias Criativas; Tecnologia.

## **Abstract**

The technological resources have been incorporated into the work routines of different companies that produce informative content. In this sense, this study aims to investigate how the appropriation of these tools by professionals working in *Jornal Vanguarda*, in the municipality of Caruaru (PE), occurs in the production and post-production stages of photojournalism. In the light of specialized literature on communication, photojournalism and creative industries, for example, as well as semi-structured interviews with vehicle professionals, a content analysis is developed. As a result, it is pointed out: the recognition of the changes that have occurred between post-industrial and modern society - and the work systems themselves -, in addition to the way in which people have related to time and space; aspects of changes in consumption, including the communication and information content; weaknesses in the structure that is made available so that professionals can develop images during the productive routine; as well as the need for investments to improve the existing structure and continuous training of employees, allowing them to improve and, of course, deepen their knowledge on the subject.

**Keywords:** Photojournalism; Production; Post-production; Creative industries; Technology.

## **Lista de Ilustrações**

Ilustração 1 – Representação da câmara escura.....	15
Ilustração 2 – Marco para os modelos de empresas criativas.....	49

## Lista de Tabelas

Tabela 1 – Pesquisas sobre fotojornalismo presentes na Revista da ComPós, nos últimos cinco anos.....	34
Tabela 2 – Artigos sobre fotojornalismo publicados na Revista Intercom, nos últimos cinco anos.....	35
Tabela 3 – Síntese das cinco hipóteses do fotojornalismo na convergência.....	42
Tabela 4 – Profissionais envolvidos na pesquisa.....	55

## **Lista de Abreviaturas e Siglas**

Capex	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
DCMS	Departamento de Cultura, Mídia e Esporte
NPPA	Código de Ética da Associação Nacional de Fotógrafos de Imprensa
ODAI	Observatório Iberoamericano do Direito Autoral
PPGCOM	Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Revista da ComPós	Revista da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação
Revista Intercom	Revista Brasileira de Ciências da Comunicação
RMR	Região Metropolitana do Recife
UEL	Universidade Estadual de Londrina
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
Unicap	Universidade Católica de Pernambuco

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>14</b>
1.1 Os processos de produção e pós-produção fotográfica: conceitos e usabilidades	14
1.1.1 Questões históricas importantes de serem consideradas na análise desses processos	14
1.1.2 Os conceitos de produção e pós-produção fotográfica	17
1.2 Jornalismo Pós-Industrial: relações de poder e consumo de imagens na contemporaneidade	22
1.2.1 Da sociedade pós-industrial à pós-moderna	23
1.2.2 A condição pós-moderna de tempo e espaço	24
1.2.3 Poder, consumo e transformações na comunicação	27
1.3 Jornalismo Local e Jornalismo Hiperlocal: Definição(ões)	30
<b>2 FOTOJORNALISMO</b>	<b>33</b>
2.1 Caracterizando o fotojornalismo para diferenciá-lo de outras práticas fotográficas	35
2.2 A capacidade de geração de sentido(s) na produção de imagens para a imprensa	38
2.3 Transformações na prática fotojornalística	39
2.4 Aspectos morais e éticos da produção fotojornalística contemporânea	43
<b>3 INDÚSTRIAS CRIATIVAS</b>	<b>47</b>
3.1 Conceituando as indústrias criativas	48
3.2 Processos criativos, comunicação e o cenário das indústrias criativas	50
<b>4 METODOLOGIA</b>	<b>53</b>
4.1 Referencial Teórico	53
4.2 Objeto de Pesquisa	53
4.3 Seleção da Amostra	54
4.3 Coleta os Dados	55
4.4 Estrutura da Análise dos Dados	56
<b>5 ANÁLISE</b>	<b>58</b>
5.1 Sobre a estrutura, em termos de equipamentos, disponibilizada pelo veículo para a produção fotojornalística	58
5.2 O domínio dos profissionais envolvidos sobre as ferramentas tecnológicas utilizadas para o desenvolvimento de imagens	59
5.3 A autonomia deles sobre os recursos tecnológicos disponibilizados para a pós-produção	60
5.4 Identificação das políticas utilizadas pela empresa para gerenciar os fluxos de produção de conteúdo	62
<b>6 CONCLUSÕES</b>	<b>63</b>



## **1 INTRODUÇÃO**

### **1.1 Os processos de produção e pós-produção fotográfica: conceitos e usabilidades**

Antes de iniciar uma incursão sobre os processos de produção e pós-produção fotográfica que pretende-se destacar nesta pesquisa, mostra-se importante reconhecer o percurso histórico que marcou os anos iniciais da técnica. Inclusive, como forma de observar aspectos que, desde os anos de iniciação da fotografia, demonstram a existência de processos comuns a muitos daqueles envolvidos no desenvolvimento de imagens.

Convencionou-se reconhecer, por exemplo, que desde a pré-história o homem demonstrou a necessidade de registrar os acontecimentos cotidianos (JUSTAMAND; MARTINELLI; OLIVEIRA; SILVA, 2017, p. 2). Inicialmente, através das pinturas rupestres feitas nas paredes das cavernas que serviam para abrigar os grupos. Gravando impressões sobre a organização daquelas sociedades, a divisão de tarefas e até mesmo de que forma se relacionavam com o ecossistema em que habitavam.

No decorrer dos séculos, encontrou-se na pintura – e em seus diferentes movimentos apresentados com o passar dos anos – novas formas de registrar as rotinas e o que as diferentes sociedades elegeram como memoráveis para a história (SILVA, 2016, p. 3). Neste cenário, acrescenta-se a riqueza de detalhes que poderiam ser garantidos pelas técnicas desenvolvidas neste intervalo de tempo, inclusive pelo uso de cores, pincéis e outros instrumentos.

Mesmo neste cenário de avanços e detalhamento da realidade, muitos demonstravam curiosidade pelo aprimoramento das técnicas, visando garantir que as imagens fossem cada mais fidedignas com as pessoas registradas, por exemplo (KOSSOY, 2001, p. 55). São iniciados experimentos que contribuíram significativamente para o desenvolvimento das técnicas de registro de imagens em distintas superfícies, mais tarde conhecida como fotografia.

#### **1.1.1 Questões históricas importantes de serem consideradas na análise desses processos**



Astrônomos e físicos observavam eclipses solares no que eles chamavam de câmara escura – neste caso, câmara deve ser entendida como um espaço. Tratava-se de um cômodo com um pequeno furo na parede, permitindo a entrada de uma determinada quantidade de luz. Que, conseqüentemente, era refletida na parede inversa (ver **Ilustração 1**). Trata-se do princípio que deu origem às câmeras fotográficas.

**Ilustração 1:** representação da câmara escura



**Fonte:** Hockney (2001, p.208)

Como registra Oliveira (2009, p. 1), ao discorrer sobre aspectos históricos importantes de serem considerados sobre a fotografia, muitos artistas da época utilizaram a câmara escura para aprimorar as suas técnicas. Principalmente no sentido de garantir riqueza de detalhes às suas produções, a medida em que tinham nas paredes representações, e até mesmo proporções, muito mais próximas da realidade:

A câmara obscura tornou-se acessório básico também para pintores e desenhistas, inclusive para o gênio das artes plásticas Leonardo da Vinci (1452-1519), que fez uso dessa ferramenta e deixou dela uma descrição minuciosa em seu livro de notas sobre os espelhos, publicado muito depois de sua morte, em 1797. Antes dessa data, as observações feitas em 1558 pelo cientista napolitano Giovanni Baptista Della Porta (1541-1615) também continham uma descrição detalhada da câmara obscura. A publicação do livro *Magia Naturalis sive de Miraculis Rerum Naturalium* impulsionou a utilização dessas câmeras, descrita por Della Porta como uma sala fechada para a luz com um orifício de um lado e uma parede pintada de branco à sua frente. Com o passar dos tempos, a câmara obscura foi sendo reduzida de tamanho, de modo que artistas e pesquisadores

pudessem carregá-la com facilidade por onde andassem. (OLIVEIRA, 2009, p. 1).

Em diferentes países, cientistas e artistas – na maioria das vezes em parceria – além de profissionais de outras áreas com interesse no registro de imagens, passaram a se dedicar às pesquisas, em busca da descoberta de uma técnica que permitisse gravar imagens em superfícies diversas. O que não limitou-se à Europa, demonstrando a importância dada para o campo em todo o mundo, já naquele recorte histórico.

No entanto, convencionou-se atribuir ao francês Joseph Nicéphore Niépce os primeiros registros de imagens em superfícies. Em 1816, Niépce dava início aos estudos sobre o assunto, com uso da câmara escura. Mas, somente em 1827, teria conseguido registrar a primeira imagem, utilizando um placa de metal coberta com betume da Judéia e, posteriormente, em uma segunda etapa, sais de prata (OLIVEIRA, 2009, p. 1).

Em 1828, Niépce cogitou apresentar a descoberta, denominada de heliografia, na *The Royal Society of London for Improving Natural Knowledge* (A Sociedade Real de Londres para a Melhoria do Conhecimento Natural), na Inglaterra. O que acabou não acontecendo, por medo de expor a descoberta em uma instituição que tinha como objetivo o desenvolvimento científico da Inglaterra – e, conseqüentemente, para diferentes outros pesquisadores.

Niépce acabou fazendo criando uma sociedade com o pintor francês Louis Jacques Mandé Daguerre, que desenvolvia um trabalho semelhante. Mas a parceria acabou não durando. Daguerre percebeu limitações do betume da Judéia e dos métodos empregados pelo sócio, e resolveu seguir sozinho nas pesquisas. E alcançou aprimoramentos que logo passaram a ser reconhecidos publicamente, assim como registra Oliveira (2009, p. 2):

[...] Suas experiências consistiam em expor, na câmara obscura, placas de cobre recobertas com prata polida e sensibilizadas com o vapor de iodo, formando uma capa de iodeto de prata sensível à luz.

A pesquisa de Daguerre acabou sendo reconhecida pela Academia de Ciências de Paris, em 19 de agosto de 1839, sendo batizada como daguerreótipo, um método de gravar imagens por meio de câmara obscura. O fato provocou protestos por parte do inglês William Fox Talbot (1800-1877). Ele gravava igualmente imagens com câmara obscura, utilizando um processo parecido ao de Daguerre e Niépce, que passou para a história com os nomes de *talbotipia* ou *calótipo*. Hippolyte Bayrd (1801-1887) também reivindicou a descoberta, tendo

tido responsável pela primeira montagem fotográfica da história, em 1840, quando simulou a própria morte em protesto pelo não-reconhecimento de sua invenção pelas autoridades francesas. (OLIVEIRA, 2009, p. 2).

Em paralelo, a fotografia também foi mote de diferentes debates entre artistas visuais. Principalmente aqueles mais resistentes ao uso da técnica, que não admitiam conceituá-la como arte, pelo fato de envolver processos físicos e químicos. O que mobilizou muitos deles a buscar novas formas de desenvolvimento de pinturas, dando origem ao movimento Impressionista, do qual participaram nomes como Claude Monet, Edouard Manet e Edgar Degas.

A invenção permaneceu mais de cem anos sendo regida pelos princípios ópticos originais. Na sequência, passou a ser utilizada em grande escala pela imprensa internacional, principalmente através de reportagens fotográficas e grandes produções na área. Fomentando não somente a demanda por equipamentos, mas também o aperfeiçoamento deles e das técnicas de uso por parte dos profissionais (OLIVEIRA, 2009, p. 3).

### **1.1.2 Os conceitos de produção e pós-produção fotográfica**

Assim como reforçam os apontamentos históricos, a fotografia desenvolveu-se, durante décadas, em um cenário de pioneirismo e acesso restrito a um grupo de pesquisadores e profissionais. Neste sentido, até mesmo durante o processo de popularização do acesso aos registros fotográficos, há exemplos de iniciativas que buscaram indicar procedimentos a serem adotados durante a manipulação dos equipamentos e na própria prática (KOUTSOUKOS, 2008, p. 2).

Tratava-se de um esforço para que os profissionais envolvidos tivessem subsídios para manipular adequadamente os equipamentos. Evitando os riscos de danos e/ou prejuízos, inevitáveis, considerando-se que muitos dos envolvidos eram iniciantes. Conseqüentemente, estimulava-se a criação de etapas a serem seguidas durante o processo de produção das imagens. O que não eliminava a criação de produtos ou a personalidade de seus autores.

Algo semelhante ao que acontece atualmente, com a adoção de etapas para a elaboração da fotografia produzida para a imprensa, por exemplo, independente dela estar sendo encabeçada por um profissional autônomo ou mesmo um que atue em

uma grande corporação. Na maioria dos casos, denominadas de: (1) pré-produção; (2) produção; e (3) pós-produção. Há ainda quem prefira separar a pós-produção em: edição e pós-produção.

Lógica que está presente em diferentes práticas jornalísticas, pensadas, inclusive, para variadas plataformas. É o caso das rotinas de produção de conteúdo para a televisão (tanto nos canais abertos, onde a grande maioria dos materiais trazem notícias factuais; quanto nos especializados, que valorizam as produções interpretativas como norteadoras da programação). É o que registra Zettl (2017, p. 3):

Não importa se você é parte do pessoal técnico ou não técnico ou se trabalha em uma grande equipe de produção ou sozinho, seu trabalho inevitavelmente o conduzirá a uma das três fases da produção ou a todas elas: pré-produção, produção e pós-produção. (ZETTL, 2017, p. 3).

Segundo esta linha de raciocínio: a pré-produção serve para realizar as preparações necessárias à transformação da ideia em um conceito ou mesmo roteiro – inclusive, definição do local de locação, quais equipes e equipamentos serão necessários; a produção para realizar as atividades previstas na etapa anterior – contemplando os ensaios e as gravações e/ou transmissões; enquanto que na pós-produção a edição dos vídeos e/ou áudios, seleção da trilha sonora ou até mesmo dos efeitos especiais (ZETTL, 2017, p. 3).

Em suma, trata-se de um processo comum à produção jornalística como um todo. Estando presente desde materiais audiovisuais, a exemplo dos videodocumentários elaborados para canais especializados e grandes redes de televisão; ou mesmo nas rotinas de produção de conteúdo da maioria dos jornais, mesmo que nestes apareçam de maneira quase que implícita à dinâmica comum de trabalho.

Incorporado às práticas de desenvolvimento de fotografias jornalísticas, por exemplo, uma vez que estas assimilaram muito da rotina geral do mercado – principalmente textual –, para estabelecer lógicas comuns à de imagens. Consequentemente, também contribuindo com a rotina dos próprios veículos (uma vez que estes passaram a considerar que a fotografia compõe o conteúdo produzido/veiculado).

Diferentes produções abordam como estas etapas materializam-se, especificamente, no campo fotojornalístico. Observando, inclusive, que mudanças significativas foram registradas nas últimas décadas, decorrentes de avanços

tecnológicos que permitiram o aprimoramento das ferramentas utilizadas, contemplando as duas destas etapas que são observadas nesta pesquisa: a produção e a pós-produção.

Ao relacionar a produção do fotojornalismo às mudanças, principalmente após o período descrito pelo autor como convergência das mídias, Fávares (2013, p. 106) defende que as transformações em questão abriram espaço para alterações que têm como base desde questões tecnológicas, até mesmo socioculturais e políticas – movimentos que influenciam a relação dos profissionais e dos públicos com as novas dinâmicas de veiculação de imagem:

Com a informação e a comunicação cada vez mais onipresentes no cerne da revolução digital e a globalização da internet ganha maior destaque nos meios de comunicação. Com o desenvolvimento das novas tecnologias da informação a fotografia se destaca como linguagem universal, percorre novos caminhos e se reinventa. Não se trata, contudo, de uma simples questão do progresso tecnológico; ela também é significativa para a nova matriz de forças políticas e culturais que suporta.

Os recursos tecnológicos de informação e comunicação estabelecem as condições para as novas possibilidades que esse novo momento da fotografia oferece, tanto para os fotógrafos profissionais (na divulgação de suas fotografias) quanto para os aficionados (na circulação de suas fotografias); estes começam a dispor cada vez mais de diferentes aparatos que lhes possibilitam a produção e a circulação de conteúdos visuais, textuais e sonoros em qualquer momento e lugar. (FÁVARO, 2013, p. 106).

Peixoto e Silva Junior (2013, p. 2) consideram aspectos sobre as etapas da produção fotojornalística na atualidade. Acrescentando conceitos que se concentram no campo da edição – que, na maioria das vezes é incorporada à pós-produção, e não observada como uma etapa distinta –, mas também sobre a pós-produção e de que forma ela costuma materializar-se neste segmento de atuação jornalística.

Consideram, por exemplo, as transformações registradas na forma de produção de imagens. Indicando a convergência digital, as novas tecnologias de captação, o aprimoramento de *softwares* utilizados para a edição e as ferramentas de armazenamento e veiculação como impulsionadores dessas mudanças (PEIXOTO; SILVA JÚNIOR, 2013, p. 1). Com diferentes contribuições neste a serem apontadas neste sentido.

As considerações da referida publicação envolvem a primeira das etapas listadas anteriormente: a produção. Principalmente no sentido de destacar o desenvolvimento

e a respectiva disponibilização de equipamentos fotográficos cada vez mais compactos, capazes de registrar imagens em cada vez menos tempo. O que garante aos profissionais da área maior viabilidade de registrar instantes importantes durante uma cobertura.

Os equipamentos mencionados também dão a possibilidade para que os repórteres fotográficos ou mesmo fotojornalistas, como preferem adjetivar os veículos atualmente, tenham uma melhor mobilidade durante as práticas cotidianas. Dependendo do contexto, isso pode figurar como um diferencial para alcançar registros ainda mais aprimorados sobre uma determinada cena ou mesmo acontecimento.

Em paralelo, considera-se que equipamentos auxiliares à própria câmera também passaram por um igual processo de melhoria. Neste caso, as lentes são tomadas como exemplo para indicar que nesta nova configuração dos processos de produção possibilita-se aos profissionais compor registros com aparelhamentos de especialização avançada, para acontecimentos distantes do fotojornalista (a exemplo da maioria das práticas esportivas) ou mesmo macroscópicas.

Também apontam-se questões sobre a pós-produção. Que, nesta pesquisa, será compreendida assim como define Zettl (2017, p. 3), mencionado anteriormente. Neste sentido, Peixoto e Silva Júnior (2013, p. 4) indicam novas configurações na seleção e na própria edição das imagens – realizada, atualmente, através de softwares especializados, a exemplo do Adobe Photoshop e do Adobe Lightroom.

Possibilitando desde o reenquadramento<sup>1</sup> digital das fotografias (para dar ênfase a determinados aspectos da imagem), o que acaba por influenciar a nova composição do produto; ou até mesmo valorização de cores ou mesmo mudança proposital dos tons, com o intuito de equilibrar a imagem ou garantir uma estética semelhante para um grupo delas. Em outros casos, para a retirada de objetos indesejados que aparecem em um dos planos.

Na maioria dos mercados, são os próprios profissionais da área quem selecionam, entre as imagens produzidas, quais serão fornecidas para o veículo de comunicação. Considerando, entre outros aspectos: o enfoque que o repórter pretende garantir à matéria ou reportagem; acontecimentos que possam ser

---

<sup>1</sup> A pesquisa se debruçará sobre o enquadramento e outros aspectos técnicos mencionados no parágrafo, com mais profundidade, no capítulo '2 Fotojornalismo'.

destacados dentro da temática; e/ou que figuram como potenciais para redirecionamento do enquadramento proposto inicialmente.

Todo esse processo pode acontecer no próprio local do acontecimento – com o uso de computadores portáteis e acesso remoto à internet, as imagens podem ser enviadas para a redação, onde são incorporadas aos demais conteúdos. Ou mesmo na sede do veículo de comunicação, nas chamadas ilhas de edição, com o uso de computadores apropriados para a prática (com configurações mais avançadas e adequadas). Peixoto e Silva Júnior (2013, p. 6) registram:

Um dos temas mais delicados quando falamos em fotojornalismo contemporâneo é o da edição de imagens. Tal processo de pós-produção faz parte da rotina dos fotojornalistas desde que a atividade foi instituída. De fato, a idéia de submeter uma imagem a recortes e retoques (sejam eles físico-químicos ou digitais) já é bastante conhecida e difundida não só no ambiente jornalístico, mas tal procedimento está atrelado à própria história da fotografia. E, atualmente, com a disseminação dos softwares de manipulação e o desenvolvimento das tecnologias de rede, o processo de edição fotojornalística não se mostra mais atrelado a idéia de economia de espaço nas publicações ou a necessidade de sabotagem, de mascaramento do real. (PEIXOTO; SILVA JÚNIOR, 2013, p. 6)

Neste sentido, Peixoto e Silva Júnior (2013, p. 4) indicam que o armazenamento das imagens atualmente está relacionado a própria veiculação da produção, propondo uma reflexão sobre as mudanças registradas também na pós-produção, no decorrer das últimas décadas. Do compartilhamentos dos conteúdos em pastas nos computadores da redação, para a chamada nuvem (espaço online para o arquivamento de materiais):

Porém, como sugere o trecho acima, não foi simplesmente a transposição do modelo de produção para o digital que norteou uma mudança significativa nas redações, no que diz respeito ao ofício fotojornalístico, nos últimos anos. A digitalização da produção está atrelada profundamente a idéia de disponibilização de conteúdo. (PEIXOTO; SILVA JÚNIOR, 2013, p. 4).

Em paralelo, defendem que não somente as ferramentas existentes atualmente redefiniram os processos de produção e pós-produção, mas também a forma como os profissionais que desenvolvem imagens precisaram passar a lidar com os demais, dentro da mesma empresa. Chamando a atenção, por exemplo, para o desenvolvimento de conteúdos muito mais integrados às demais produções (PEIXOTO e SILVA JÚNIOR, 2013, p. 5).

## 1.2 Jornalismo Pós-Industrial: relações de poder e consumo de imagens na contemporaneidade

A comunicação passa, por um momento de plenas transformações (REGATTIERI, 2015, p. 10). Resultado, principalmente, do surgimento de novas plataformas e tecnologias, que permitem, por exemplo: a construção de conteúdos com base nas demandas de grupos ou indivíduos; ou ainda na disponibilização de conteúdos utilizando dados que são gerados enquanto estes indivíduos acessam plataformas digitais, para oferecer-lhes materiais igualmente especializados e individualizados.

Trata-se de um cenário novo, assim como são novos outros desdobramentos das evoluções de ferramentas e recursos que possibilitam, com uma frequência antes inimaginável, as transformações tratadas inicialmente. Neste cenário, incluem-se: o conteúdo transmídia (JENKINS, 2009, p. 138; CARDOSO, 2016, p. 2); a produção multiplataforma (CASTRO e FREITAS, 2010, p. 3; XAVIER, MELO e VIERA, 2016, p. 3) e a horizontalização do conteúdo (FERNANDES; KNEIPP, 2015, p. 3), por exemplo.

Toma-se como questionamento norteador para as considerações que aparecerão a seguir: “Como as relações de poder influenciam nos padrões de consumo de comunicação/e através da comunicação, na atualidade?”. Busca-se elencar questões que contribuam para uma compreensão sobre as principais influências (caracterizadas pelas relações de poder de que tratam este tópico) e o reflexo destas nos padrões de consumo (com ênfase no de comunicação). Mudanças evidenciadas, inclusive, no próprio conceito de Jornalismo Pós-Industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 74).

Neste percurso, recorre-se a: Kumar (1997), ao observar, com suas novas teorias sobre o mundo contemporâneo, ao analisar as mudanças no sistema e nas condições de trabalho (consequentemente, nas experiências e na produção de conteúdo); Harvey (2003), com considerações sobre novas formas das pessoas se relacionarem com o tempo e o espaço; e à produção *O poder da comunicação*, de Castells (2015), para traçar um panorama sobre as relações de poder na contemporaneidade, principalmente pela capacidade relacional da produção específica com o cenário que a tematiza.



### 1.2.1 Da sociedade pós-industrial à pós-moderna

Compreender as influências das relações de poder para o consumo de comunicação exige, inicialmente, uma análise das transformações sociais registradas do período pós-industrial ao pós-moderno (com vistas a fundamentar uma apreciação sobre as influências histórico-sociais de tal cenário).

A princípio, deve-se considerar, assim como indica Kumar (1997, p. 27), as mudanças de perfil do sistema de trabalho (e, conseqüentemente, das condições de trabalho), antes e durante a pós-modernidade (com apontamentos para questões que subsidiaram rupturas em diferentes escalas/instâncias). Assim, contribui-se para concentrar a discussão entorno das questões de poder e consumo.

Ao indicar a informação como uma das bases para a sobrevivência humana, Kumar (1997, p. 19) acaba por listar uma série de estudos (WIENER, 1968, p. 19; BELL, 1987, p. 11) que relacionam a informação (inclusive, passando de conceito para ideologia), entre a década de 1940 e 1950, com o desenvolvimento do computador, durante a Segunda Guerra Mundial (1939 a 1945) e no período posterior a ela: “E o computador também, como ‘símbolo principal’ e ‘motor analítico’ da mudança, que Daniel Bell coloca no centro de sua versão do advento da Sociedade da Informação”.

Registra-se, então, uma reflexão sobre mudanças estruturais, socialmente falando – de uma sociedade que, na Primeira Revolução Industrial, teve como marco a mecanização do trabalho, através das estruturas fabris; para a Segunda Revolução Industrial, caracterizada pela eletrização do maquinário (antes, a vapor) e pelo método defendido por Frederick Winslow Taylor, inventor do Taylorismo (que indicava a experimentação de tempos e movimentos e a posterior execução de tarefas pré-definidas pelos trabalhadores); para, na Terceira Revolução Industrial, dar lugar à informação.

Recorrendo a subsídios deixados por James Beniger, Kumar (1997, p. 30) registra que:

A Revolução Industrial, argumenta Beniger, acelerou de tal modo o “sistema de processamento material” da sociedade que precipitou uma crise de controle. Os sistemas de processamento de informação e as tecnologias de comunicação se atrasaram em relação à geração e uso da energia. A aplicação, inicialmente do motor a vapor e, mais tarde, da eletricidade, forçou inovações em comunicação e controle em todas as esferas da sociedade. Trens velozes a vapor, devido a razões inadiáveis de segurança, tiveram que ser cuidadosamente monitorados e controlados. A aceleração da distribuição de bens,

como resultado do advento de trens e navios a vapor, impôs mudanças abrangentes nas empresas atacadistas e varejistas. O ritmo de produção material nas fábricas exigiu a criação da linha de montagem (fordismo) e a “administração científica do trabalho” (taylorismo). Superando todas elas e modelado quase sempre no sistema centralizado, sistematizado, das estradas de ferro que constituíam a reação pioneira à crise de controle, ocorreu o crescimento de uma burocracia weberiana formal nas empresas e nas repartições públicas. Em 1939, no máximo, demonstra de forma convincente Beniger, os elementos estruturais da sociedade da informação – incluindo os princípios básicos do computador – já estavam firmemente instalados. Os fatos do pós-guerra foram em grande parte ampliações e aplicações das técnicas de controle – a revolução do controle –, elaboradas por um grupo muito criativo de cientistas, tecnólogos e especialistas em marketing no período transcorrido entre as décadas de 1880 e 1930. (KUMAR, 1997, p. 30).

Entre muitas outras considerações realizadas ao decorrer do segundo capítulo de *Da Sociedade Pós-Industrial à Pós-Moderna – Novas teorias sobre o mundo contemporâneo*, intitulado *A Sociedade da Informação*, Kumar (1997, p. 35) destaca o cenário do “trabalhador do conhecimento”, indicando:

O conhecimento, segundo os teóricos da sociedade da informação, progressivamente influencia o trabalho de duas maneiras. A primeira é o aumento no conteúdo de conhecimentos do trabalho existente, no sentido de que a nova tecnologia adiciona mais do que retira da qualificação dos trabalhadores. A outra é a criação e expansão de novos tipos de trabalho no setor do conhecimento, de modo que trabalhadores em informação serão predominantes na economia. Além disso, supõem-se que os trabalhadores de informação mais qualificados e melhor preparados constituirão o núcleo da economia de informação. (KUMAR, 1997, p. 35).

E, quase que de forma a complementar o raciocínio, Kumar (1997, p. 44) aponta:

O principal argumento da crítica à ideia de sociedade da informação é que o desenvolvimento e difusão da TI não implementaram nenhum princípio ou direção fundamentalmente novos na sociedade. [...] A nova tecnologia, porém, está sendo aplicada em uma estrutura política e econômica que confirma e reforça padrões existentes, ao invés de gerar outros. O trabalho e o lazer são ainda mais industrializados, ainda mais submetidos a estratégias fordistas e tayloristas de mecanização, rotinização e racionalização. As desigualdades sociais existentes são mantidas e ampliadas. (KUMAR, 1997, p. 44).

### **1.2.2 A condição pós-moderna de tempo e espaço**

Diante de tais pressupostos, mostra-se pertinente também compreender a condição pós-moderna de tempo e espaço. Neste sentido, Harvey (2003, p. 257)

busca traçar as influências do que o autor chama de “aceleração generalizada dos tempos de giro do capital” (do fordismo para a acumulação flexível), considerando as dimensões do pensar, do sentir e do agir neste novo recorte histórico.

Destacam-se as considerações realizadas por Harvey (2003, p. 258), sobre “a volatilidade e efemeridade de modas, produtos, técnicas de produção, processos de trabalho, ideias e ideologias, valores e práticas estabelecidas”, quando acaba por problematizar as origens do comportamento pós-moderno:

No domínio da produção de mercadorias, o efeito primário foi a ênfase nos valores e virtudes da instantaneidade (alimentos e refeições instantâneos e rápidos e outras comodidades) e da descartabilidade (xícaras, pratos, talheres, embalagens, guardanapos, roupas, etc.). A dinâmica de uma sociedade “do descarte”, como a apelidaram escritores como Alvin Toffler (1970), começou a ficar evidente durante os anos 60. Ela significa mais do que jogar fora bens produzidos (criando um monumental problema sobre o que fazer com o lixo); significa também ser capaz de atirar fora valores, estilos de vida, relacionamentos estáveis, apego a coisas, edifícios, lugares, pessoas e modos adquiridos de agir e ser. (HARVEY, 2003, p. 258)

[...] Por intermédio desses mecanismos (altamente eficazes da perspectiva da aceleração do giro de bens no consumo), as pessoas foram forçadas a lidar com a descartabilidade, a novidade e as perspectivas de obsolescência instantânea. (HARVEY, 2003, p. 258)

E acaba por compreender a aceleração das rotinas cotidianas, vivenciadas por aquelas e pelas gerações posteriores. Harvey (2003, p. 259) destaca que esta grande quantidade de estímulos gera “problemas de sobrecarga sensorial”:

[...] que tornam a dissecação dos problemas da vida urbana modernista na virada do século, feita por Simmel, insignificante em termos comparativos. Contudo, precisamente por causa das qualidades relativas da mudança, as respostas psicológicas se enquadram mais ou menos no intervalo identificado por Simmel - o bloqueio dos estímulos sensoriais, a negação e o cultivo da atitude *blasée*, a especialização míope, a reversão a imagens de um passado perdido (daí decorrendo a importância de memoriais, museus, ruínas) e a excessiva simplificação (na apresentação de si mesmo ou na interpretação dos eventos). Neste sentido, é instrutivo ver que Toffler (p. 326-329), num momento bem ulterior da compreensão do tempo-espaço, faz eco ao pensamento de Simmel, cujas ideias foram moldadas num período de trauma semelhante há mais de setenta anos. (HARVEY, 2003, p. 259).

Interferir neste contexto de produção volátil demanda, diretamente, “a manipulação do gosto e da opinião pública”. O contexto da comunicação acaba sendo considerado por Harvey (2003, p. 264), a medida em que descreve a utilização de

satélites, por exemplo, e a construção de novas possibilidades e experiências na transmissão de imagens (que acabam por interferir, diretamente, nos processos de produção e acesso a estes conteúdos). Também, claro, nas experiências vivenciadas pelos telespectadores, que passaram a ter acesso a notícias e conteúdos dos mais diversos, a partir de novas perspectivas.

Harvey (2003, p. 264) destaca que criaram-se condições para que pessoas de todo o mundo pudessem acompanhar grandes eventos e a momentos histórico-sociais determinantes para os rumos da humanidade:

A imagem de lugares e espaços se torna tão aberta à produção e ao uso efêmero quanto qualquer outra. [...] Em suma, testemunhamos outra difícil rodada do processo de aniquilação do espaço por meio do tempo que sempre esteve no centro da dinâmica capitalista. (HARVEY, 2003, p. 264).

Encontra-se na produção de McLuhan (1982, p. 17) um recorte sobre as comunicações que acaba por abordar o debate sobre a forma como esta sociedade pós-moderna passa a lidar com o tempo e o espaço (o que chega a ser citado na obra de Harvey), nas comunicações a partir da metade dos anos 60:

Após três mil anos de explosão, por meio de tecnologias fragmentárias e mecânicas, o Mundo Ocidental está implodindo. No decorrer das eras mecânicas, entendemos os nossos corpos no espaço. Hoje, passado mais de um século de tecnologia eletrônica, estendemos o nosso próprio sistema nervoso central num abraço global, abolindo, no tocante ao nosso planeta, tanto o espaço como o tempo. (MCLUHAN, 1982, p. 17).

Outras duas questões devem ser consideradas para a continuidade deste raciocínio. A primeira, indica que a queda das barreiras espaciais não necessariamente simboliza a perda de sentido da chamada "significação do espaço". A segunda, prevê um caminho inverso: um aumento na sensibilidade das pessoas em relação ao que "os espaços do mundo contêm". Neste sentido, Harvey (2003, p. 265) indica que:

Embora o controle do trabalho sempre seja central, há muitos outros aspectos de organização geográfica que assumiram uma nova proeminência sob condições de acumulação mais flexível. A necessidade de informações precisas e comunicações rápidas enfatizou o papel das chamadas "cidades mundiais" no sistema financeiro e corporativo (centros equipados com teleportos, aeroportos, ligações de comunicação fixas, bem como um amplo conjunto de serviços financeiros, legais, comerciais e infra-estrutura). A diminuição de barreiras espaciais resulta na reafirmação e

realinhamento hierárquicos no interior do que é hoje um sistema urbano global. (HARVEY, 2003, p. 265).

### **1.2.3 Poder, consumo e transformações na comunicação**

Buscando conceituar o poder – a medida em que também relacionar com as rotinas contemporâneas –, Castells (2015, p. 57) coloca-o como: “o processo mais fundamental da sociedade”. Estabelece-se a seguinte relação: primeiro, que a sociedade atual é definida por valores e instituições, ou seja, as rotinas diversas que possam ser descritas são norteadas por um destes dois agentes; segundo, que tudo aquilo que é, assim como registra o autor, “valorizado e institucionalizado”, é definido pelas relações de poder; seguindo este raciocínio, o poder torna-se – para ser enfático – “o processo mais fundamental da sociedade”:

O poder é a capacidade relacional que permite a um ator social influenciar assimetricamente as decisões de outro(s) ator(es) social(is) de formas que favoreçam a vontade, os interesses e os valores do ator que detém o poder. O poder é exercido por meio de coerção (ou a possibilidade de coerção) e/ou pela construção de significado com base em discursos por meio dos quais os atores sociais orientam suas ações. As relações de poder são marcadas pela dominação, que é o poder entranhado nas instituições da sociedade. A capacidade relacional do poder está condicionada, mas não determinada, pela capacidade estrutural de dominação. Instituições podem se envolver em relações, de poder, que dependem da dominação exercida sobre seus sujeitos. (CASTELLS, 2015, p. 57).

A medida em que contextualiza-se a essencialidade de considerar as relações de poder durante uma leitura sobre as relações sociais contemporâneas e, mais especificamente, do exercício do poder por um ator social, não se está colocando os demais em uma condição de passividade. Observa-se que: em uma relação de poder, há consentimento e aceitação; e, quando não aparecem estes dois fatores, essas relações de poder são transformadas institucional ou estruturalmente (CASTELLS, 2015, p. 58).

Castells (2015, p. 29) propõe que: “[...] as relações de poder, base das instituições que organizam a sociedade, são amplamente construídas na mentalidade das pessoas através de processos de comunicação”. Assim, deve-se considerar as transformações ocorridas na comunicação na era digital. Em detrimento aos meios de comunicação de massa (cujas produções, generalistas, eram direcionadas para uma grande quantidade de indivíduos), emerge a chamada intercomunicação individual

(onde os processos passam a considerar as singularidades dos indivíduos, para oferecer-lhes conteúdos personalizados).

Castells (2015, p. 29) situa esta como a principal mudança ocorrida neste cenário nos últimos tempos:

A transformação mais importante na comunicação nos últimos anos foi a transição da comunicação de massa para a intercomunicação individual, sendo esta última o processo de comunicação interativa que tem o potencial de alcançar uma audiência de massa, mas em que a produção da mensagem é autogerada, a recuperação da mensagem é autodirigida, e a recepção e a recombinação do conteúdo oriundo das redes de comunicação eletrônicas são autosselecionadas. (CASTELLS, 2015, p. 29)

O cenário foi ainda mais dinamizado a partir de 2002, com a ascensão das mídias sociais digitais. Plataformas como YouTube, Facebook e Twitter, inicialmente, como registra Castells (2015, p. 31): “transformaram a paisagem sociais e organizacional das redes de comunicação horizontal pelo mundo”. Com bilhões de usuários espalhados pelo planeta, “as redes horizontais de comunicação digital se tornaram a espinha dorsal de nossas vidas, materializando uma nova estrutura social que identifiquei anos atrás como sendo a Sociedade em Rede”, complementa.

Neste cenário, o indivíduo deixa de interagir com produtos da comunicação vertical (panorama no qual os conteúdos chegam ao indivíduo prontos, sem a possibilidade de considerar as necessidades ou os desejos individuais), para dialogar com os produtos da chamada comunicação horizontal (quando os conteúdos são organizados de forma a possibilitar, através das plataformas digitais, o acesso interativo a temáticas e/ou perspectivas de interesse do indivíduo).

É como dispor dados e informações das mais diversas, horizontalmente, destacando questões que, normalmente, geram interesse ao indivíduo (como mecanismo para oferecer para ele conteúdos com base nas suas preferências). Se estas preferências são consideradas, têm-se mais chances de envolvimento. Em paralelo, consegue-se, ainda, observar novas preferências e áreas de interesses. Indicadores ainda mais precisos sobre cada pessoa.

Somente nestas rápidas considerações, passíveis, claro, de aprimoramento e, principalmente, aprofundamentos (incrementando-se leituras complementares), indicam-se algumas questões a serem consideradas na construção de uma análise sobre como as relações de poder influenciam nos padrões de consumo de comunicação/e através da comunicação, na atualidade.

Ao discorrer sobre as mudanças sociais (do pós-industrial ao pós-modernismo), Kumar (1997), registra a concepção de uma sociedade que pauta-se na comunicação – e, na atualidade, na informação – como princípio para todas as demais experiências humanas que possam ser descritas. Indicando a informação como novo norte da política, da economia e de outras questões a serem contempladas.

Neste cenário, o autor acaba por contestar a ideia de uma “Sociedade da Informação” e de uma “Revolução da Informação”, mas sem desmerecer ou deixar de reconhecer a influência nas transformações ocorridas nas décadas seguintes (até na atualidade) no modo de vida das pessoas (e, conseqüentemente, na forma como estas interagem, constroem sentidos).

A partir das observações de Harvey (2003) sobre a condição pós-moderna, consegue-se apontar, mesmo que embrionariamente, que esta mesma sociedade passou a relacionar-se de forma diferenciada com o tempo e o espaço. A medida em que Harvey (2003) indica a aceleração do giro de bens no consumo, que acaba por aniquilar o espaço por meio do tempo, como destacado anteriormente.

Cria-se um cenário em que os indivíduos passam a acostumar-se com experiências que rompem com as antigas – e, agora, “ultrapassadas” – referências de espaço e, por assim dizer, de tempo. Terreno fértil para a disseminação de práticas – inclusive de consumo de comunicação/conteúdo – que venham a valorizar experiências que permitam tal fim.

Ou, como coloca Castells (2015), a partir de sua análise, novos processos de consumo vigentes na atualidade, influenciados – e que acabam por permear a próxima constituição das relações de poder, concentram-se, principalmente, na chamada intercomunicação individual, pautada em experiências particularizadas e individualizadas.

Em suma, observam-se questões que permitem analisar as relações de poder em um amplo cenário de concepção de mecanismos que possam vir a ser utilizados durante os ditos processos comunicacionais. Inclusive, utilizando a própria comunicação para construção de sentidos na mentalidade das pessoas (o que é amplamente discutido no decorrer da obra tomada como referência).

Para fins de uma análise sobre o contexto da produção e veiculação de fotojornalismo na atualidade, como a que está sendo proposta neste trabalho, pode-se apontar, inicialmente, que as imagens (algumas vezes de maneira generalista,

outras sobre o enfoque específico do fotojornalismo) situa-se em destaque neste cenário, presentes nos processos de intercomunicação individual.

### **1.3 Jornalismo Local e Jornalismo Hiperlocal: Definição(ões)**

A medida em que o jornalismo utiliza cada vez mais aparatos tecnológicos digitais para o desenvolvimento de suas atividades cotidianas, assim como considerado nas páginas anteriores, quando da abordagem do conceito de intercomunicação individual (CASTELLS, 2015, p. 29), ele também reformula-se com um frequência igualmente rápida. Não apenas enquanto práticas isoladas, mas como um todo.

Os mesmos mecanismo digitais – plataformas e mídias sociais, por exemplo –, que contribuem para que as notícias estejam disponíveis para pessoas de diferentes partes do mundo, segundos após publicadas, globalizando conhecimentos sobre questões muito particulares de determinados locais, também fazem o caminho inverso. E, atualmente, contribuem para a valorização do Jornalismo Local e do Hiperlocal.

Estes dois termos dialogam, diretamente, com um dos critérios de noticiabilidade (WOLF, 2006, p. 89), que contribuem para que o profissional da área possa decidir se um informação é interessante de ser transformada em notícia. Neste caso, trata-se da proximidade. A ideia é que a abordagem de questões que estão mais próximas da realidade do leitor, por exemplo, tende a despertar maior interesse e, conseqüentemente, devam ser valorizadas.

Imagina-se, por exemplo, que, ao acordar pela manhã, um indivíduo ligue o aparelho celular e comece a checar as principais notícias disponibilizadas por veículos de comunicação, em portais, aplicativos (*app*) ou até mesmo grupos de WhatsApp. Seguindo esta lógica, as pessoas tendem a ter interesse por assuntos que possam influenciar, direto ou indiretamente, as suas realidades – em paralelo, claro, a outras questões.

No caso, o Jornalismo Local, e até mesmo o Hiperlocal – termo que tem sido utilizado, com frequência, para identificar práticas ainda mais específicas neste sentido –, contemplariam muitas das questões de proximidade consideradas na teoria exposta. Partindo, logicamente, de outra perspectiva, mas com valores muito parecidos, a exemplo da aproximação a realidades bem delimitadas.



Mas como tratam-se de conceitos diferentes, o Jornalismo Local e o Hiperlocal apresentam definições próprias, inclusive com mudanças no decorrer das últimas décadas. Considerando as pesquisas realizadas em países como Portugal e Espanha, onde estão presentes algumas das escolas de comunicação mais prestigiadas no estudo sobre a temática, é possível identificar diferentes caracterizações (CAMPONEZ, 2002, p. 128; PERUZZO, 2005, p. 75).

Há, inclusive, inquietações no sentido de apontar que a ideia de proximidade a qual costuma referir-se para tratar do Jornalismo Local ou Hiperlocal não deva considerar apenas questões territoriais. Neste caso, propõem-se poder observar a produção de conteúdo local e hiperlocal como aquela que envolve também os chamados elementos simbólicos e identitários de um grupo de indivíduos (JUAREZ ALONSO, 2013, p. 12).

Logo, faz-se necessário esclarecer o conceito de Local e Hiperlocal que está sendo utilizado neste estudo. Ele indica a produção de conteúdo a partir de/e para uma determinada região geográfica, a exemplo de uma cidade ou bairro, ou outra área pequena e geograficamente definida (RADCLIFFE, 2012, p. 6). Trata-se de uma das ideias utilizadas por Rey, López García e Vázquez (2018, p. 50), que também defendem:

A Sociedade em Rede (CASTELLS, 1996) não apenas tem favorecido a comunicação mundial, mas também tem criado um cenário para a renovação das redes de informação local (DOMINGO; WIARD, 2016) em uma sociedade glocal – entendida como uma sociedade mundial e local de uma vez. A informação do terceiro milênio, nascida na internet e a sombra das tecnologias atuais em um novo cenário midiático (CANAVILHAS, 2015), acontece entorno da proximidade para atender a demanda de importantes setores cidadãos (GOYANES, 2015). (REY; LÓPEZ GARCÍA; VÁZQUEZ, 2018, p. 50).

Neste cenário, considera-se a potencialização de veículos com operação e atuação em territórios geográficos muito específicos, a exemplo daqueles com abrangência em Caruaru e nas cidades circunvizinhas. Possíveis de acontecer, no caso de muitos daqueles presentes nas plataformas digitais, pelos baixos custos da produção de conteúdo – operacional da plataforma e até mesmo de pessoal – e ainda a mudança de comportamento do público consumidor de notícias.

Chega-se ao entendimento de que estas mesmas plataformas que podem maximizar, a um nível global, o reconhecimento sobre questões regionais, podem, paralelamente, viabilizar atividades que se debruçam sobre determinadas realidades.

O que torna possível, por exemplo, iniciativas diversas, inclusive aquelas que não contam com grandes investimentos de capital para o funcionamento de suas atividades.

Indica-se uma série de iniciativas na Europa e nos Estados Unidos, que se dedicam exclusivamente ao Jornalismo Hiperlocal (REY; LÓPEZ GARCÍA; VÁZQUEZ, 2018, p. 51). Enfatizando a consolidação de estudos que observam, há ao menos cinco décadas, as práticas informativas neste campo. Inclusive, como forma de demonstrar a força deste nicho naquelas desenvolvidas dentro e fora do midiático digital.

Rey, López García e Vázquez (2018, p. 56) indicam que:

A comunicação no âmbito da proximidade tem sofrido uma profunda transformação nos últimos anos com o auge dos cibermeios locais e hiperlocais. Este fenômeno, experimentado a nível internacional, traz consigo novas formas organizativas, produtivas e de gestão, que renovam os modelos tradicionais para oferecer aos cidadãos informações úteis sobre e a partir da sua comunidade. (REY, LÓPEZ GARCÍA e VÁZQUEZ, 2018, p. 56).

## 2 FOTOJORNALISMO

Para construção de um conceito sobre o fotojornalismo, esta pesquisa considera, inicialmente, as produções de autores como Sousa (2002). Também aquelas desenvolvidas por pesquisadores como: Boni (2012), vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Estadual de Londrina (UEL); e Silva Junior (2012), do PPGCOM da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

Estes dois últimos, algumas das maiores referências brasileiras em estudos sobre o fotojornalismo. Tanto em seus aspectos histórico-conceituais, quanto no desenvolvimento tecnológico das ferramentas e da própria reconfiguração da prática. Neste sentido, abordam questões essenciais de serem consideradas, inclusive em um estudo como este (que pretende observar, direto e indiretamente, aspectos sobre a rotina de trabalho).

Em paralelo, recorre-se às produções publicadas em duas das mais prestigiadas revistas científicas do país, segundo o Qualis-Periódicos, mantido na Plataforma Sucupira pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes): a Revista da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Revista da ComPós); e a Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (Revista Intercom).

Neste sentido, foi realizado um levantamento de artigos publicados em todos os volumes e números das duas revistas mencionadas anteriormente, nos últimos cinco anos (2015, 2016, 2017, 2018 e 2019), que tratam do fotojornalismo – direto e/ou indiretamente. Os resultados foram registrados na **Tabela 1** e na **Tabela 2** (aparecerão na sequência); enquanto que os artigos foram salvos, em formato PDF, e serão utilizados na pesquisa.

<b>Tabela 1: Revista da ComPós</b>					
<b>Ano</b>	<b>Volume/ Número</b>	<b>Artigos</b>	<b>Quantos abordam*</b>	<b>Artigos Originais</b>	<b>Quantos abordam*</b>
2019	v.22**	0	0	33	2
2018	v.21 n.3	0	0	10	0
	v.21 n.2	0	0	10	1
	v.21 n.1	0	0	10	0
2017	v.20 n.3	9	0	0	0
	v.20 n.2	10	1	0	0
	v.20 n.1	11	1	1	0
2016	v.19 n.3	8	0	2	0
	v.19 n.2	9	0	2	0
	v.19 n.1	10	1	1	0
2015	v.18 n.3	15	1	0	0
	v.18 n.2	14	1	0	0
	v.18 n.1	11	0	0	0

Fonte: Elaborada pelo autor com base na Revista da ComPós (2020)

\*Quantos Artigos ou Artigos Originais publicados no Volume e no Número ao qual refere-se abordam a fotografia, enquanto produção informativa, e/ou o fotojornalismo.

\*\*O Volume 22 é classificado como uma Publicação Contínua. Por isso, não apresenta-se o respectivo Número, como nos demais casos.

<b>Tabela 2: Revista Intercom</b>			
<b>Ano</b>	<b>Volume/ Número</b>	<b>Artigos</b>	<b>Quantos abordam*</b>
2019	v.42 n.3	10	0
	v.42 n.2	8	0
	v.42 n.1	9	0
2018	v.41 n.3	10	0
	v.41 n.2	8	0
	v.41 n.1	9	0
2017	v.40 n.3	10	0
	v.40 n.2	9	0
	v.40 n.1	11	0
2016	v.39 n.3	9	0
	v.39 n.2	10	0
	v.39 n.1	10	0
2015	v.38 n.2	12	1
	v.38 n.1	12	0

Tabela 2: Elaborada pelo autor com base na Revista Intercom (2020)

### **2.1 Caracterizando o fotojornalismo para diferenciá-lo de outras práticas fotográficas**

A medida em que a fotografia foi incorporada a um número cada vez maior de jornais e revistas especializadas – posteriormente, também às plataformas digitais –,

as produções neste campo passaram a apresentar características próprias. Singularidades demarcadas, no decorrer das décadas, garantindo que os profissionais que atuam nesta área as reconheçam – ao compará-las com outras. Sousa (2001, p. 416) observa:

A quantidade de variedades fotográficas que se reclamam do fotojornalismo leva a considerar, para efeitos deste livro, as fotografias jornalísticas como sendo aquelas que possuem "valor jornalístico" e que são usadas para transmitir informação útil em conjunto com o texto que lhes está associado. (SOUSA, 2001, p. 416).

Seguindo este raciocínio, parte das imagens que são publicadas por veículos de comunicação diversos, independente das plataformas que utilizam para funcionar, não devem ser consideradas como produções fotojornalísticas. A exemplo das imagens que são veiculadas nos jornais, em colunas sociais, que informam sobre a vida particular de membros da elite econômica, que não agregam valor à realidade do leitor.

Neste sentido, demonstra-se que, para ser considerada uma produção fotojornalística, a imagem precisa trazer conteúdo que contribua, por exemplo, que mostre-se útil para que as pessoas estejam informadas sobre aspectos que possam influenciar na rotina delas. Como imagens de acidentes que engarrafam ruas ou avenidas de uma determinada cidade e poderão fazer o observador atrasar para o trabalho.

Esta pesquisa também considera que o fotojornalismo configura uma representação da verdade (SOUSA, 1997). Logo, parte-se da prerrogativa que, ao fotografar, o profissional desta área elege um enquadramento, define uma composição e até mesmo um ângulo a ser trabalhado. Conseqüentemente, inclui na imagem apenas parte da realidade, a partir de uma visão orientada – mesmo que inconscientemente –, mas que também orienta o olhar sobre a cena.

Entendê-la como representação, neste caso, não fragiliza a capacidade do fotojornalismo em registrar os acontecimentos. Serve apenas para esclarecer que, como tal, uma imagem discorre, conscientemente, contemplando sobre alguns e não todos os elementos da realidade. A partir de alguns aspectos e, conscientemente limitando-se a eles – na maioria dos casos –, inclusive por uma lógica existente no mercado.

Ao revisar alguns dos principais manuais de fotojornalismo vigentes, é possível elencar elementos que são apontados por eles como essenciais para a composição

dessas imagens (SOUSA, 2001, p. 419). Considerando questões conceituais e técnicas que ajudam a fundamentar a prática, Sousa (2001, p. 419) observa essas similaridades a medida em que demonstra uniformidade no pensamento sobre a questão:

- a) Assimetria do motivo (exemplificando com o aproveitamento da regra dos terços);
- b) Enquadramento seleccionador do que o fotojornalista entende que é significativo numa cena vasta;
- c) Manutenção de uma composição simples;
- d) Escolha de um único centro de interesse em cada enquadramento;
- e) Não inclusão de espaços mortos entre os sujeitos eventualmente representados na fotografia;
- f) Exclusão de detalhes externos ao centro de interesse;
- g) Inclusão de algum espaço antes do motivo (inclusão de um primeiro plano, que deve dar uma impressão de ordem);
- h) Correção do efeito de inclinação dos edifícios altos;
- i) Captação do motivo sem que o plano de fundo nele interfira (aconselhando, para atingir esse objectivo, usar pequenas profundidades de campo, andar à volta do sujeito para que não haja elementos que pareçam sair-lhe do corpo nem fontes de luz indesejadas, etc.);
- j) Preenchimento do enquadramento (para o que se aconselham técnicas como a aproximação ao sujeito ou o uso de objectivas zoom);
- k) Recurso à "agressividade visual" dos grandes-planos e de outros planos de proximidade;
- l) Inclusão no enquadramento de um espaço à frente de um objecto em movimento;
- m) Fotografia de pessoas a 45 graus em situações como as conferências de imprensa, etc. (SOUSA, 2001, p. 419).

É importante ressaltar que estas são questões tidas, nesta pesquisa, como essenciais para uma caracterização adequada das produções que serão classificadas aqui como fotojornalísticas. Muitas outras podem ser encontradas na literatura especializada, inclusive produções do autor ao qual recorre-se nos parágrafos anteriores, mas estas demonstram ser suficientes para alcançar os objetivos do estudo ora apresentado.

## 2.2 A capacidade de geração de sentido(s) na produção de imagens para a imprensa

Se em um primeiro momento mostrava-se importante destacar aspectos como a busca por elementos de composição que contribuem para informar o observador sobre questões importantes ou ainda que essa informação é, na verdade, uma representação da realidade, agora cabe registrar a geração de sentido(s) através das produções desta área como uma das características mais marcantes dela.

Boni e Acorsi (2012, p. 129) exploram esta perspectiva indicando, com base em Lima (1988, p. 22), fases existentes para a leitura de imagem:

A primeira delas é a percepção. Nesse momento os olhos percebem as formas e tonalidades de uma forma muito rápida. É uma fase puramente ótica.

A leitura de identificação, segunda fase, acontece intercalando ações óticas e mentais. É o nível de leitura em que se reconhece os componentes da fotografia. Até aqui, a leitura de todas as pessoas coincide quase totalmente. A fase seguinte, no entanto, varia muito de indivíduo para indivíduo devido à diferença de repertórios.

A terceira fase é a de interpretação, totalmente mental. É nesse momento que as pessoas buscam interpretar a mensagem. É um exercício pessoal, alicerçado pelo repertório de cada protagonista. (BONI; ARCOSI, 2012, p. 129).

Boni e Acorsi (2012, p. 129) consideram uma estreita relação do pensamento de Lima (1988, p. 22) com o de Barthes (1988), para explicar que:

[...] Este separou as mensagens fotográficas em literal e simbólica e utilizou uma publicidade de massas para exemplificá-las. Ao olhar o tomate representado na foto, pode-se pensar no legume tomate, que seria a mensagem literal (percepção e reconhecimento, segundo Lima) ou em uma macarronada italiana, que seria a mensagem simbólica (interpretação).

Um signo tem apenas um significante (forma), mas vários significados (conteúdos). Por isso a fotografia jornalística, assim como qualquer outra mensagem, pode ser polissêmica, isto é, apresentar vários sentidos e interpretações. (BONI; ACORSI, 2012, p. 129).

A geração de sentido(s) indicada pelos autores se complementaria aos raciocínios apresentados até então. Mas acrescenta questões importantes de serem consideradas para uma leitura sobre o fotojornalismo. Não apenas sobre seus



aspectos mais fundamentais, como o de informar e apresentar um recorte sobre o real, mas também de ser passível de diferentes interpretações – até pela riqueza de elementos que costumam serem inclusos em uma imagem, por mais simples que aparente ser.

Estas questões são importantes porque possibilitam construir um entendimento sobre o fotojornalismo que eleva a produção nesta área para patamares que consideram não somente as questões históricas ou técnicas, mas também conceituais. Que contribuem, inclusive, para o entendimento de que a mensagem construída pelo profissional, durante o desenvolvimento da imagem, pode ter diferentes interpretações.

Sentidos que consideram as referências individuais sobre o assunto, e aspectos sociais, políticos, culturais, históricos e econômicos, entre outros possíveis de serem listados. Que influenciam e possibilitam na apreciação que diferentes indivíduos fazem sobre uma mesma imagem. Considerando diferenças entre as observações realizadas por pessoas com realidades ou bagagens muito parecidas podem fazer umas das outras.

Neste sentido, Boni e Acorsi (2012, p. 131) refletem sobre o que chamam de margens para interpretação. Com base em questões elencadas no parágrafo anterior, por exemplo, os indivíduos são capazes de construir leituras particularizadas sobre a imagem. Logo, leituras particularizadas, a partir de uma representação da realidade – a imagem. O que indica que a informação transmitida pela fotografia é influenciada tanto pelo observador, quanto pelo profissional que a compôs.

### **2.3 Transformações na prática fotojornalística**

Diante de tais pressupostos, é possível indicar que o fotojornalismo passou por uma série de transformações no decorrer dos anos. E que muitas outras continuam acontecendo, em tempos de convergência das mídias. Essas mudanças aconteceriam desde a produção, na forma como o profissional da área desenvolve as práticas cotidianas, até mesmo na pós-produção, com a seleção, o arquivamento e a própria distribuição do conteúdo.

Silva Junior (2012, p. 35), ao observar o processo de transição entre o fotojornalismo digital e a convergência, indica: “Neste sentido, podemos colocar que, na escala de operação da fotografia digital aplicada ao fotojornalismo, detectamos três

etapas principais no que concerne ao seu conjunto de práticas”. Elas servem para demarcar mudanças e, conseqüentemente, para caracterizar a *práxis* neste campo criativo.

A primeira delas, é denominada pelo autor como **pré-adaptativa** e corresponderia a um intervalo de tempo em que práticas analógicas e digitais estavam presentes dentro de um mesmo ambiente profissional. Representa, inclusive, o uso de equipamentos das duas ordens, de maneira complementar, além de uma interação entre fotojornalistas com formação e conhecimento analógico com os primeiros profissionais a pensar a prática a partir de recursos digitais.

Neste sentido, Silva Junior (2012, p. 36) indica na seqüência que:

A segunda etapa, que conclui o período de transição é a que denominamos **adaptativa**. Nela, o conjunto de práticas se caracteriza pela total eliminação de dispositivos de ordem analógica; o desaparecimento do filme como suporte de captação e do fim da fotografia em papel nas editorias de fotografia. Não se trabalha mais com a perspectiva de coexistência entre bases analógicas e digitais. Há uma predominância no corpo profissional de fotógrafos já adaptados ao fluxo de trabalho digital e com polivalência operacional, sendo, portanto, capazes de, além de dominar os dispositivos do entorno fotográfico, ter competência com sistemas de ordem informacional, como, por exemplo, a ingestão, transmissão, catalogação, tratamento e armazenamento de imagens. É o caso em que não só o estatuto da singularidade do fotógrafo passa a ser um analista e construtor de sistemas que integra as tecnologias fotográficas com as digitais. (SILVA JUNIOR, 2012, p. 36, grifo nosso).

Muitas das questões apontadas pelo autor no parágrafo anterior contemplam aspectos observados nesta pesquisa, a exemplo da apropriação de recursos tecnológicos por parte de profissionais que atuam na produção e na pós-produção de conteúdo neste campo. Algo que será aprofundado mais adiante, quando da abordagem das características e do conceito de indústrias criativas utilizado nesta pesquisa.

De antemão, é possível registrar uma aproximação com as rotinas de produção de conteúdo imagético observadas atualmente. Principalmente no sentido de esperar dos profissionais envolvidos nestas atividades o domínio não somente sobre a câmera fotográfica, mas também sobre outros equipamentos tecnológicos utilizados para a manipulação das imagens digitais – a exemplo de computadores e de outros dispositivos.

Por fim, o autor indica a etapa **convergente** como a terceira nesse processo de transição e, por que não assim dizer, de muitas reformulações das práticas profissionais neste campo. Silva Junior (2012, p. 36) recorre a Salaverria (2010, p. 43) para indicar que não existe um consenso sobre o conceito **convergente** e, a partir deste pressuposto, observar vertentes a partir das quais podem ser pensadas essa questão:

[...] adotamos dois prismas principais: o primeiro, presente nas dinâmicas internas da redação que pressupõe a justaposição empresarial (fusão de empresas, por exemplo); tecnológica (adoção de dispositivos capazes de lidar com multitarefas); de plataformas (produzir um mesmo núcleo de conteúdo para vários meios); e profissional (o fotógrafo, no caso, tem capacidade de atuar com outras competências). O segundo prisma seria de ordem cultural, onde a cadeia de produção é concebida como um processo que afeta tanto o modo de produção do conteúdo como o seu consequente consumo. (SILVA JUNIOR, 2012, p. 36).

Seguindo o raciocínio desta proposta teórico-metodológica para observação da transição das práticas fotojornalísticas, é possível indicar que muitas das características presentes nas considerações realizadas na referida pesquisa norteiam as práticas desenvolvidas em redações espalhadas por diferentes partes do mundo. Inclusive nos cenários onde pratica-se o chamado Jornalismo Local e, claro, o Hiperlocal.

Algo que materializa-se com o envolvimento de profissionais deste campo não somente com a concepção de imagens, como acontecia inicialmente, mas também: de fotografias para diferentes plataformas – nos casos de grupos de comunicação que mantêm jornais, portais de notícias e mídias sociais, por exemplo; estas e outros conteúdos, a exemplo das próprias reportagens em formato textual; e/ou produções audiovisuais.

Para além destas questões, que servem para indicar uma série de aspectos sobre as práticas fotojornalísticas contemporâneas, Silva Junior (2012, p. 36) aponta ainda externalidades deste processo de concepção da fotografia em um cenário convergente. Também, traz hipóteses que envolvem a produção cada vez mais pautada na lógica digital, em um cenário de convergência midiática e aprimoramento dos recursos disponíveis (observar **Tabela 3**).

<b>Tabela 3: Síntese das cinco hipóteses do fotojornalismo na convergência</b>		
	<b>Aspecto Geral</b>	<b>Outras Questões</b>
Hipótese 01	A base tecnológica digital compõe toda a cadeia de produção do fotojornalismo na convergência	A possibilidade de expansão do setor fotojornalístico para outros campos da mídia, mesmo que tradicionalmente não visuais; e, no movimento oposto, a complexificação das estruturas de apresentação de conteúdos que demandam o uso da fotografia.
Hipótese 02	Ocorre tanto a utilização da fotografia como elemento multimídia, como a multimídia na fotografia	Uma reestruturação das cadeias de produção de imagem estabelece obrigatoriamente uma mudança no modo de organização e apresentação do material visual.  Por sua vez, isso demanda uma readaptação do conjunto de saberes do fotógrafo, que tem de conceber o caráter polissêmico das prováveis inserções do seu material em diferentes contextos, como, na contrapartida, estabelece a possibilidade da multimídia se integrar ao discurso fotojornalístico.
Hipótese 03	A produção de fotojornalismo em modo de convergência se orienta a uma circulação em multiplataforma.	Esta hipótese pode traduzir-se em maior alcance, aumento de visibilidade, qualidade de apresentação e, por fim, retorno financeiro.
Hipótese 04	Polivalência profissional é característica necessária a produção de fotojornalismo em modo de	[...] O que atualmente está em jogo em ter esse domínio sobre os aspectos técnicos e

	convergência.	operacionais da atividade é a sobreposição de duas tecnologias, dois saberes: a própria fotografia e os sistemas de informação digital. Isso modifica radicalmente o perfil de quem exerce a profissão no sentido não só de dominar os procedimentos de produção, mas de acumular saberes em uma sequência lógica da evolução das tecnologias e, naturalmente, do próprio ambiente de trabalho.
Hipótese 05	A cooperação e ação em rede interconectada entre agentes integra a cadeia do fotojornalismo em cenários de convergência	Além do caráter polivalente demandado pelo quadro da convergência, a produção em fotojornalismo atualmente agrega a cooperação como elemento da sua cadeia produtiva. Nesta hipótese, a colaboração pode-se apresentar com diferentes configurações. Seja de modo interno, nas organizações noticiosas, ou entre organizações. No caso, esse esforço de cooperação visa aperfeiçoar o grau de cobertura de determinado evento e de acordo com a complexidade demandada.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Silva Junior (2012, p. 36)

## **2.4 Aspectos morais e éticos da produção fotojornalística contemporânea**

A medida em que esta prática demanda dos profissionais outras habilidades além daquelas exigidas inicialmente, e que foram consolidados novos procedimentos em relação a produção de imagens, também mostram-se presentes novas preocupações sobre os aspectos morais e éticos – entre outros. Principalmente após reconhecida a potencialidade dos recursos digitais que são disponibilizados atualmente.

Com ênfase nos processos que se concentram na pós-produção (a exemplo da edição). Atualmente, *softwares* como o Adobe Photoshop e o Adobe Lightroom, alguns dos mais populares entre os profissionais da área, mencionados anteriormente, permitem não somente fazer correções na intensidade das cores ou mesmo mudanças nos tons, mas também incluir ou retirar objetos e pessoas de determinadas cenas.

O que para a fotografia publicitária, por exemplo, pode se mostrar essencial – a medida em que tende-se a garantir que os olhares estejam concentrados no produto ou serviço a ser enfatizado na campanha –, pode se mostrar problemático para o fotojornalismo. Principalmente na possibilidade de causar distorções sobre uma determinada realidade, o que não configura uma das características da produção que pensa informar os indivíduos.

A intervenção, neste caso, por menor que aparente ser, leva para os observadores muito mais que aprimoramentos na cena a ser observada – o que costuma ser aceito na área jornalística. Mas a exclusão ou a inclusão de objetos ou pessoas pode desconfigurar a realidade, confundir – propositalmente ou não – o observador e, inclusive, fazê-lo ter uma visão distorcida sobre a realidade e os próprios fatos.

Trata-se de uma temática que é alvo de estudos e debates há décadas, que se intensificaram com a popularização dos recursos e aperfeiçoamento deles no passar dos anos. Almeida e Boni (2006, p. 16) fazem considerações neste sentido, especialmente no tocante às alterações possíveis – muito prováveis, em muitos casos – de serem realizadas nas fotografias jornalísticas como são concebidas e veiculadas atualmente.

Inicialmente, Almeida e Boni (2006, p. 16) enfatizam que há uma distinção entre os termos “tratamento” e “manipulação”, indicando que:

O tratamento de uma fotografia constitui na melhora da qualidade de sua imagem. É o uso da tecnologia disponível para clarear pontos escuros, ressaltar a luz e até alterar a saturação das cores, tornando-as mais fortes ou esmaecidas, dependendo do que se quer transmitir. Quando se trata uma imagem, a intenção não é alterar o seu conteúdo, portanto, as informações que fazem parte do quadro não são modificadas. (ALMEIDA; BONI, 2006, p. 16).

[...] Na manipulação – no caso específico do fotojornalismo – existe interferência na realidade dos fatos. Elementos podem ser acrescentados ou excluídos, dependendo da intenção de quem a manipula. Neste caso, o real pode ser transformado em ficção. Ou

seja, o que nunca existiu pode tomar forma, e o que estava presente no ato da captura da imagem, pode simplesmente desaparecer do quadro. (ALMEIDA; BONI, 2006, p. 18).

Os autores observam uma série de exemplos, no decorrer dos anos, que demonstram, entre outras questões, que a manipulação de imagens foi utilizada em diferentes momentos da história do fotojornalismo. A medida em que apresentam exemplos mais recentes, demonstram o potencial que essas mudanças têm de interferir na leitura que um indivíduo faz sobre a cena a ser observada – assim como destacado anteriormente.

Almeida e Boni (2006, p. 38) enfatizam que, por sua vez, o tratamento é concebido com muito mais naturalidade pelos veículos de comunicação:

O recorte realizado pelo fotógrafo quando do registro da imagem, com interferências pessoais, profissionais e éticas, já caracteriza a manipulação. Pode ser fruto da bagagem cultural e ideológica pessoal ou da intenção da publicação em que o profissional trabalha. O uso da linguagem fotográfica e dos recursos técnicos disponíveis auxilia o profissional a realizar o registro de acordo com sua intenção. Essas possibilidades, porém, dificilmente causam polêmica na sociedade, que já se habituou à linha de pensamento de seus jornais ou revistas. (ALMEIDA; BONI, 2006, p. 38).

Barcelos (2014, p. 114) desenvolve uma leitura sobre cinco códigos de ética relacionados a prática fotojornalística. São eles: o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros; o Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses; a Declaração dos Direitos e Deveres dos Jornalistas, conhecida como Declaração de Munique; o Código de Ética da Associação Nacional de Fotógrafos de Imprensa (NPPA); e os Princípios Internacionais de Ética Profissional.

Durante a análise de um grupo de imagens, Barcelos (2014, p. 119) aponta questões presentes: desde a produção, como o enquadramento e a própria composição, como determinantes para a construção de discursos que acabam, muitas vezes, invadindo a intimidade ou mesmo expondo personagens; e até mesmo na pós-produção, como o reenquadramento e a manipulação que supervaloriza e expõe, mesmo que inconscientemente.

Neste cenário, produções imagéticas e, claro, as formas como eles têm sido desenvolvidas, acabam por ferir até mesmo a dignidade humana. Barcelos (2014, p. 116) observa:

Sabemos que a liberdade de imprensa é instrumento essencial para o funcionamento da democracia, mediante a qual os cidadãos exercem

seu direito de receber, divulgar e buscar informação. Liberdade que promove o livre debate de ideias e opiniões, fundamental para a consolidação e o desenvolvimento democráticos. Entretanto, apesar de ser um direito individual, a liberdade só tem sentido se em relação direta com um espaço público, uma vez que se configura também um valor comum, inscreve-se num contexto, num tempo e num lugar. (BARCELOS, 2014, p. 116).



### 3 INDÚSTRIAS CRIATIVAS

Com uso recorrente na atualidade, o termo indústrias criativas é empregado desde os anos 1990, em países industrializados. Associado a um momento de plenas mudanças econômicas e, conseqüentemente, também sociais, serviu, inicialmente, para descrever um novo direcionamento dado pelas indústrias para atividades em torno do conhecimento, especialmente relacionadas ao setor de serviços (BENDASSOLLI; WOOD JR; KIRSCHBAUM; CUNHA, 2009, p. 11).

Os primeiros registros desta terminologia foram feitos na Austrália, durante este período, mas foi na Inglaterra que materializou-se de maneira mais expressiva. O caso inglês passou a ser utilizado como referência – em muitos aspectos, ainda é – devido, principalmente, o pioneirismo de algumas ações. Tanto governamentais, que passaram, inclusive, a subsidiar a consolidação do setor naquele país; quanto da iniciativa privada, que aproveitou estes subsídios e converte-os em novas oportunidades de negócios. Neste caso, negócios criativos.

Listam-se, por exemplo, iniciativas como um levantamento realizado pelo *Department for Culture, Media and Sport* – DCMS (Departamento de Cultura, Mídia e Esporte – DCMS, em tradução literal) que apresentou, em 1998, um documento intitulado *Mapping of the creative industries* (Mapeamento das indústrias criativas); e a criação do *Ministry of Creative Industries* (Ministério das Indústrias Criativas), com ampliação da capacidade de atuação – e intervenção.

Assim como registra o *Mapping the creative industries: a toolkit* (Guia prático para o mapeamento das indústrias criativas), uma publicação do British Council (organização do Reino Unido, com atuação internacional, responsável por ações culturais e oportunidades de educação), com o apoio do Observatório Iberoamericano do Direito Autoral (ODAI), o documento representou um marco na história e no desenvolvimento do setor. DCMS (2010, p. 13) contextualiza:

O mapeamento de 1998 foi a primeira tentativa sistemática para definir e medir as indústrias criativas, e foi projetado para coletar dados sobre as indústrias, promover o conhecimento do setor, contando a sua história para que políticos, jornalistas, investidores, professores, e funcionários conseguissem entendê-la facilmente. O estudo revelou, para surpresa de alguns, a importância das indústrias criativas em termos econômicos. (DCMS, 2010, p. 13).

Recorre-se ainda a Bendassolli, Woord Jr, Kirschbaum e Cunha (2009, p. 11), para registrar-se outra questão que também contribuiu para o desenvolvimento do

setor (para além dos já mencionados): a virada cultural, ou seja, uma transformação de valores sociais e culturais, registrada no final do século passado, reflexo, segundo os autores: da “emergência da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para a valores pós-materialistas”.

### 3.1 Conceituando as indústrias criativas

Para além das questões históricas discutidas nos parágrafos anteriores, mostra-se importante observar a multiplicidade de conceitos e definições de indústrias criativas, construídas no decorrer deste percurso. Inicialmente, nota-se que os estudos apontam para direcionamentos distintos, sempre a partir de particularidades que, para cada um dos autores, servem para melhor ilustrar o cenário (CAVES, 2000; HARTLEY, 2005; JAGUARIBE, 2006).

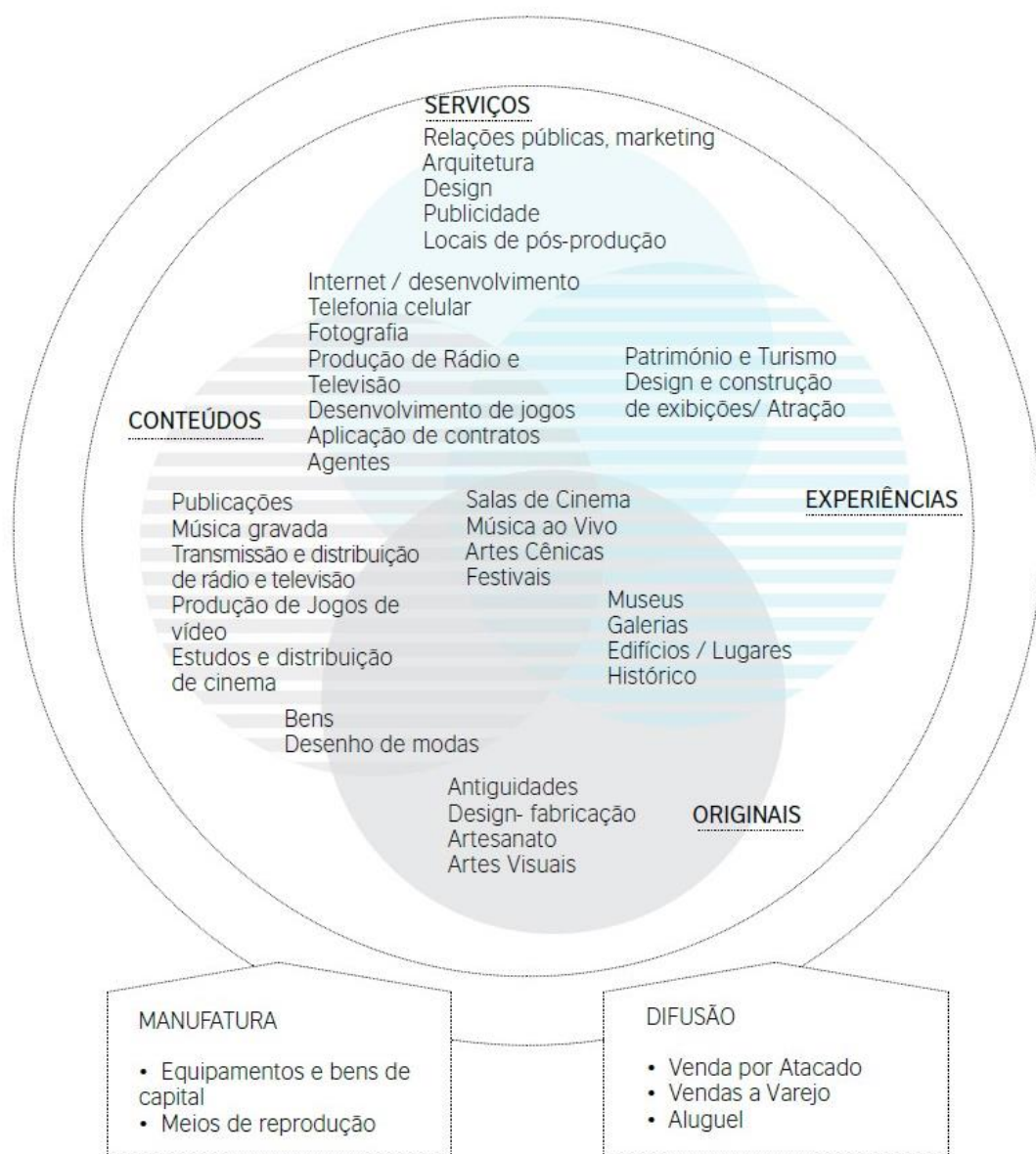
O próprio *Mapping of the creative industries*, da DCMS (2010, p. 41), considera que o campo das indústrias criativas acaba por contemplar áreas como Serviços, Conteúdos, Experiências e Originais – e que, por vezes, itens alocados em um destes, apresentam interseções entre diferentes campos. A exemplo da (1) fotografia, da (2) internet e da (3) produção de rádio e de televisão, situados entre os campos dos Serviços e dos Conteúdos (ver **Ilustração 2**).

Em princípio, poderiam ser consideradas como áreas pertencentes a este cenário aquelas que tem a criatividade<sup>2</sup> como insumo básico para a produção e, conseqüentemente, geração de propriedade intelectual (JAMBEIRO; FERREIRA, 2012, p. 180). Pondera-se que a produção, em diferentes outros setores, também requer dos profissionais o uso da criatividade, mas que nem todos estes outros setores possuem, atrelado a este conceito, a geração de propriedade intelectual – que coloca-se como direitos autorais, patentes, marcas e desenhos industriais. O que acaba por diferenciar o campo das indústrias criativas (JAMBEIRO; FERREIRA, 2012, p. 180).

---

<sup>2</sup> Howkins (2013) define criatividade como: “Em primeiro lugar, apresentamos algumas definições. Criatividade é a capacidade de gerar algo novo. Significa a produção por parte de uma ou mais pessoas, de ideias e invenções que são pessoais, originais e significativas. Ela é um talento, uma aptidão. Ela ocorrerá toda vez que uma pessoa disser, realizar ou fizer algo novo, seja no sentido de ‘algo a partir do nada’ ou no sentido de dar um novo caráter a algo existente. A criatividade ocorre independentemente de esse processo levar ou não a algum lugar; ela está presente tanto no pensamento quanto na ação. Ela está presente quando sonhamos com o paraíso, ao projetarmos nosso jardim e quando começamos a plantar. Estamos sendo criativos ao escrever algo, não importa se publicado ou não, ou quando inventamos algo, seja essa invenção usada ou não. Eu uso a palavra criador para descrever qualquer pessoa que cria ou inventa algo novo”.

## Ilustração 2: Marco para os modelos de empresas criativas



**Fonte:** DCMS (2010, p. 41)

Outros dois aspectos são considerados: (1) a influência da convergência tecnológica para a criação de empreendimentos ou mesmo o funcionamento de negócios no campo das indústrias criativas; e (2) o crescimento no consumo de bens culturais diversos. O que costuma ser associado a sociedade da informação e a economia do conhecimento, como bases para novos modelos econômicos, assim como aqueles tratados neste estudo.

No percurso de conceituação das indústrias criativas, é válido frisar que, neste caso, o termo “indústrias” deva ser compreendido como um segmento da atividade econômica, e não como fábricas (HANSON, 2012, p. 224). Tal esclarecimento é necessário para que seja compreendida a amplitude do cenário aqui problematizado, não limitando a análise a estruturas industriais (associação que tem sido recorrente em algumas apreciações recentes).

### **3.2 Processos criativos, comunicação e o cenário das indústrias criativas**

Como pode-se observar, a partir das considerações realizadas até então, as indústrias criativas acabam por possuir alguns mecanismos que são muito característicos (e que legitimam o formato e as próprias práticas deste cenário). Entre eles, estão os processos criativos, assim como podem ser definidos os percursos que resultam em bens (enquanto produtos) ou serviços do processo criativo (HOWKINS, 2013, p. 14).

A medida em que a criatividade é tomada como princípio – e serve para nortear as produções – abre-se a possibilidade de construir diferentes métodos de produção. Há uma reconhecida diversidade de técnicas, entre as que chegaram a ser esboçadas até então, que ajudam na compreensão sobre tais processos. Considera-se, por exemplo, como aponta Bendassolli, Wood Jr., Kirschbaum e Cunha (2009, p. 13) que: “[...] nas indústrias criativas as concepções estéticas e artísticas têm forte influência sobre as escolhas e o direcionamento de recursos”.

Aspecto que é utilizado – em paralelo a outros –, inclusive, para diferenciar as indústrias culturais das indústrias criativas (seguindo o raciocínio de que nestas últimas têm-se uma lógica de produção que valoriza a independência de pensamentos e, claro, autonomia daquele que produz, a partir de valores e influências conceituais, por exemplo). Questão que não chegará a ser discutida com profundidade, neste trabalho, por fins de delimitação.

Duailibi (2004) propõe que o processo criativo profissional, o que acaba por melhor contextualizar – e contemplar – o cenário de produção de fotografia ou de outros produtos midiáticos, a exemplo das produções para rádio e TV, acontece em diferentes etapas. Classificação um tanto mais detalhada que a realizada por alguns outros autores. Duailibi (2004) indica que as duas primeiras seriam as de: (1)

Identificação – quando define-se o objetivo; e (2) Preparação – que, segundo o autor, se materializa com a pesquisa de dados e busca de informações.

As etapas seguintes são as de (3) Incubação – que, diferente do que se possa imaginar, não trata-se de um processo externo (de compartilhamento das ideias para observação e experimentação de sua pertinência, como permitem algumas iniciativas atuais), mas sim interno (quando analisa-se o material coletado na Preparação, e observar-se a proposta); e (4) *Warm Up* – momento em que as várias possibilidades da ideia são problematizadas, no sentido de pensar-se outras alternativas/outros desdobramentos possíveis e/ou de maior interesse.

Por fim, estabelecem-se as últimas três etapas: a (5) Iluminação – momento em que a ideia é escolhida; (6) Verificação – quando, antes mesmo de manifestar a ideia em público, a mente checa se há lógica no raciocínio construído; e (7) Elaboração – quando, efetivamente, a ideia é transformada em bens (enquanto produtos) ou serviços criativos. O percurso considera, essencialmente, o intervalo entre a concepção e toda a produção propriamente dita.

Mostra-se importante, na atualidade, considerar o contexto das indústrias criativas, a partir de suas especificidades e do potencial, por exemplo, de movimentação – e, por que não dizer, de mobilização – econômica (DUFFY; RAMOS, 2014, p. 247). Mas também por apresentar um conceito que contempla valores sociais, políticos e, claro, econômicos vigentes na atualidade. Que servem para explicar muitas das relações passíveis de observação – estejam elas situadas nos campos que norteiam a produção ou mesmo o consumo de produtos ou serviços dos mais diversos.

Uma indústria pautada na criatividade e na geração de propriedade intelectual, ancorada na convergência tecnológica, traduz muito do mercado atual no campo das comunicações, por exemplo – ao considerar o recente incentivo deste nicho à produção autoral/independente, que explore outros campos/perspectivas, além daqueles que são acatados pelo mercado tradicional; bem como que tenham em sua essência uma proposta diferenciada (PENACIONI; ROCHA, 2016, p. 2; FLORES, 2017, p. 4).

A medida em que apresenta-se um recorte histórico-conceitual sobre o setor, acaba-se por também contemplar fundamentos e características do pós-modernismo, por exemplo, que servem para explicar a estruturação dos empreendimentos de comunicação na atualidade. Que pautam-se/orientam-se por um cenário de

intercomunicação individual (CASTELLS, 2015, p. 29), no qual os produtores de fotografia ou outros produtos comunicativos reconhecem um público-alvo cada vez mais segmentado e individualizado.

O processo criativo, ora apresentado neste capítulo, pode não representar, com fidelidade, todas as técnicas de desenvolvimento de um produto criativo – pela reconhecida diversidade de possibilidades de serem materializados, considerando que a principal influência – ou seja, o aspecto norteador – é a criatividade. Mas serve como parâmetro para uma observação pautada em questões conceituais com reconhecido prestígio, e que poderão ser verificadas, posteriormente, em estudos que venham apresentar-se como desdobramentos deste.

Por hora, é importante observar que contemplam-se muitas características dos processos criativos de fotografia, ou de fotojornalismo, a medida em que estas estão inseridas no contexto retratado. Observa-se, ao menos preliminarmente, que as etapas de Identificação, Preparação, Incubação, *Warm Up*, Iluminação, Verificação e Elaboração aparecem, direto ou indiretamente, em muitos dos cenários de concepção e desenvolvimento de produtos ou serviços de conteúdo.

## **4 METODOLOGIA**

Inicialmente, faz-se necessário esclarecer que, em relação as questões metodológica que nortearam o desenvolvimento do trabalho: quanto à abordagem, como Pesquisa Qualitativa (MINAYO, 2001, p. 14); em relação à natureza, como Pesquisa Aplicada (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 35); e os objetivos, como Pesquisa Exploratória (GIL, 2002, p. 41). Quanto aos procedimentos, como Pesquisa de Campo (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 37).

### **4.1 Referencial Teórico**

Para identificação dos conceitos necessários para o estudo, recorre-se às produções de pesquisadores de dois Programas de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM): o da Universidade Estadual de Londrina (UEL) e o da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Para a escolha, considera-se a expressividade das pesquisas sobre fotojornalismo nos dois programas de formação *stricto sensu* mencionados.

Também as publicações de duas das mais prestigiadas revistas científicas do brasileiras na atualidade, segundo o Qualis-Periódicos, mantido na Plataforma Sucupira pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes): a Revista da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Revista da ComPós); e a Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (Revista Intercom).

Por fim, observadas outras publicações, nacionais e internacionais (livros e artigos científicos), principalmente no sentido de aprofundar conceitos a partir do conhecimentos que têm sido construídos em instituições que dão ênfase às respectivas temáticas. Logo, mostram-se presentes produções de autores de países como: Brasil, Chile, Espanha, Estados Unidos, França, Inglaterra e Portugal, entre outros.

### **4.2 Objeto de Pesquisa**

Para desenvolvimento da pesquisa, toma-se como questionamento norteador: 'Quais recursos tecnológicos são utilizados por jornalistas do município de Caruaru

(PE), que atuam no Jornal Vanguarda, para a produção e a pós-produção da fotografia desenvolvida para a imprensa?'. Parte-se da hipótese que há certa limitação na utilização de recursos a poucos profissionais entre os que estão envolvidos nas rotinas de trabalho.

O Jornal Vanguarda, fundado em 1º de maio de 1932, figura, há décadas, como um dos principais veículos de comunicação do Agreste. É o único jornal impresso produzido em Caruaru e um dos poucos com publicação regular no interior de Pernambuco. A circulação abrange também municípios como Bezerros, Gravatá, Vitória de Santo Antão, São Caetano, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe.

Inicialmente, destaca-se o caráter inovador da proposta. Não há registros públicos de pesquisas que se proponham a analisar, cientificamente, o envolvimento e o uso de ferramentas tecnológicas para a produção e a pós-produção da fotografia jornalística no interior pernambucano (apesar da existência de um mercado consolidado e abrangente na região Agreste, por exemplo).

Nas pesquisas das chamadas Ciências da Comunicação, poucos estudos se dedicam a analisar cientificamente o comportamento do mercado midiático em regiões como o Agreste e o Sertão do Estado; e/ou contemplam práticas que são desenvolvidas fora da chamada Região Metropolitana do Recife – RMR (o que pode limitar os conhecimentos sobre a produção de fotografia jornalística em outras regiões).

Compreender as especificidades do mercado do interior pernambucano pode contribuir para o desenvolvimento crítico dele (ao promover uma autoanálise sobre práticas e procedimentos), a medida em que também pode servir como plataforma para o desenvolvimento de pesquisas que apresentem desdobramentos, continuidades e/ou aprofundamentos na leitura sobre ele.

Pode-se mobilizar Grupos de Pesquisa e de Estudo já existentes para a abertura de análises sobre os contextos aqui destacados, ao mesmo tempo em que cria-se a possibilidade de contribuir para a implantação de outros que possam ser concebidos (a curto, médio ou longo prazo), com tal propósito. Trata-se tanto de uma oportunidade de construir novos conhecimentos, quanto de fomentá-los.

#### **4.3 Seleção da Amostra**



Em contato com representantes da empresa tomada como objeto de pesquisa, o Jornal Vanguarda, foram identificados os profissionais, com formação superior em cursos como: Comunicação Social; Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo; Jornalismo; ou mesmo Fotografia, por exemplo. Que atuam na produção e na pós-produção de fotojornalismo. Sendo estes condicionantes para participação na pesquisa.

Foram identificados três com estas características (assim como pode-se observar na **Tabela 4**). Eles serão identificados neste estudo como: 'Entrevistado 1 (E1)'; 'Entrevistado 2 (E2)'; e 'Entrevistado 3 (E3)'. O intuito de não nomeá-los é para que eles sintam-se à vontade para trazer detalhes sobre as rotinas abordadas sabendo, desde então, que não estarão sendo identificados ou mesmo tendo suas ações individuais avaliadas.

<b>Tabela 4: profissionais envolvidos na pesquisa</b>		
	<b>Nome</b>	<b>Cargo</b>
Questionário 1	Entrevistado 1	Repórter; Fotojornalista
Questionário 2	Entrevistado 2	Editadora de Imagens; Diagramadora
Questionário 3	Entrevistado 3	Repórter; Fotojornalista

Fonte: Elaborada pelo autor (2020)

### **4.3 Coleta os Dados**

Como o intuito da pesquisa é compreender como jornalistas do município de Caruaru (PE), que atuam no Jornal Vanguarda, incorporam aspectos ligados a inovação tecnológica na cadeia de produção e pós-produção fotojornalística, este estudo utilizará como instrumento de coleta de dados um questionário semiestruturado. Mais especificamente com perguntas abertas, possibilitando aos entrevistados se expressar com maior liberdade sobre cada um dos tópicos (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 70).

Compostos, essencialmente, por questões que contemplam as dimensões específicas de áreas como tecnologia (identificando a utilização dos recursos disponíveis no mercado e de que maneira isso acontece no contexto observado) e jornalismo (representada pela dinâmica de trabalho a qual a pesquisa se debruça especificamente). Também, para apresentar outras considerações pertinentes sobre a temática.

São elas: ‘Quais equipamentos você costuma utilizar para a produção de conteúdo fotojornalístico?’; ‘Como você descreveria o seu domínio sobre estes equipamentos?’; ‘Normalmente, é feita uma configuração no modo manual ou utiliza-se o modo automático?’; ‘Você mesmo (a) faz o *download* e a seleção dos arquivos?’; e ‘Quanto ao processo de edição das imagens, você mesmo o desenvolve ou este é realizado por outro profissional? Você o acompanha?’.

Também: ‘Se não o realiza, por quais motivos?’; ‘Você domina *softwares* de edição de imagem? E os que são disponibilizados pela empresa?’; ‘Existe um fluxo ou mesmo um manual a ser seguido pelos jornalistas da empresa para a produção e a pós-produção de imagens?’; ‘O veículo delimita o tempo de uso das ferramentas de edição de imagem?’; ‘Se sim, qual? Quais parâmetros você utiliza para definir as ferramentas de edição?’; e ‘Quais limites no processo de manipulação de imagens?’.

Optou-se pela aplicação dos questionários por meio do Google Formulários. A plataforma permite a criação de questionários a serem direcionados para pessoas ou grupos específicos. Inclusive, nos moldes idealizados para este estudo – com valorização do espaço para o detalhamento das práticas. Os sujeitos envolvidos não precisaram se identificar para fazer o preenchimento do referido formulário.

#### **4.4 Estrutura da Análise dos Dados**

As respostas serão analisadas a partir da Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977, p. 9). Considerando o contexto descrito anteriormente, em relação ao isolamento social que se perdurou durante o período de coleta dos dados, não serão incluídas outras informações além daquelas repassadas pelos entrevistados – que poderiam ser colhidas durante a observação *in loco* das atividades desenvolvidas.

Em paralelo, os dados da pesquisa serão classificados e analisados a partir das seguintes vertentes: I – Sobre a estrutura, em termos de equipamentos disponibilizados pelo veículo para a produção fotojornalística; II – O domínio dos

profissionais envolvidos sobre as ferramentas tecnológicas utilizadas para o desenvolvimento de imagens; III – A autonomia deles sobre os recursos tecnológicos disponibilizados para a pós-produção; IV – Identificação das políticas utilizadas pela empresa para gerenciar os fluxos de produção.

## 5 ANÁLISE

Assim como detalhado no capítulo anterior, as respostas dadas pelos jornalistas envolvidos na pesquisa durante as entrevistas serão organizadas em quatro subgrupos. O intuito é o de construir uma análise que considere não somente as especificidades de cada uma delas, mas também de que forma elas contribuem para uma melhor compreensão sobre determinados aspectos.

### **5.1 Sobre a estrutura, em termos de equipamentos, disponibilizada pelo veículo para a produção fotojornalística**

Inicialmente, mostra-se importante descrever e analisar a estrutura fornecida pela empresa para o desenvolvimento de produtos fotojornalísticos. Principalmente, para construção de uma compreensão sobre os equipamentos e ferramentas disponibilizados aos profissionais para as atividades cotidianas. Um aspecto importante para a percepção sobre as condições criadas para tais fins e de que maneira o veículo prospecta o aprimoramento das práticas, por exemplo.

Logo, são consideradas as respostas dadas à pergunta: ‘Quais equipamentos você costuma utilizar para a produção de conteúdo fotojornalístico?’. Vale destacar que, para as respostas, poderia ser considerado todo o aparato que subsidia as atividades jornalísticas neste sentido, a exemplo de câmeras, lentes, flashes, adaptadores e outros instrumentos que possibilitam o registro de imagens.

As respostas dadas a esta perguntas foram unânimes ao apontar o uso de uma câmera da marca Nikon, modelo D90, como o principal. Apenas um dos envolvidos na pesquisa, o E3, aborda a utilização de duas lentes: “uma 28 X 70mm e outra 70 X 300mm”. Há ainda a indicação do uso “do aparelho celular” (sem especificar modelos) para o registro de imagens, por parte do E2. Neste caso, as práticas poderiam ser caracterizadas inicialmente como convergentes (SILVA JUNIOR, 2012, p. 36).

A câmera mencionada foi lançada em 2008 e, mesmo 12 anos depois, trata-se de um dos modelos mais populares da marca. No entanto, não apresenta recursos de conectividade, por exemplo. Seja com outros aparelhos, através de funções como o *bluetooth*; ou mesmo com a internet, através da conexão sem fio (*wi-fi*). Um aspecto que destoa das características das tecnologias convergentes (SILVA JUNIOR, 2012, p. 36).

Conseqüentemente, o equipamento também não permite que imagens sejam encaminhadas pelos fotojornalistas, dos próprios locais onde estão sendo registradas, para bancos de imagens digitais ou mesmo para outros profissionais que possam veicular o material quase que instantaneamente. Entre outros recursos que têm sido incorporados à dinâmica profissional há anos (SILVA JUNIOR, 2012, p. 36).

O recurso tecnológico, neste caso, está sendo enfatizado porque, em diferentes contextos, tem figurado como diferencial para que sejam possíveis novas experiências de produção e consumo neste segmento. Ou mesmo pela perspectiva na qual permite abordar os fatos (o ângulo e o enquadramento, por exemplo) e ainda por aspectos como a resolução e o próprio nível de detalhamento da produção.

A partir das falas dos envolvidos, é possível apresentar limitação no acesso a recursos que permitam incrementar as experiências profissionais cotidianas para a produção de imagem. Conseqüentemente, também existe a tendência de limitar o próprio processo criativo (HOWKINS, 2013, p. 14) e, claro, as chances de apresentar produtos diferenciados – a medida em que não é dado o suporte necessário.

## **5.2 O domínio dos profissionais envolvidos sobre as ferramentas tecnológicas utilizadas para o desenvolvimento de imagens**

Em paralelo às questões sobre a disponibilização destes recursos, mostra-se importante identificar na pesquisa o domínio destes profissionais sobre as ferramentas tecnológicas. Inicialmente, sobre aquelas que são utilizadas para a produção das imagens na rotina de trabalho especificada anteriormente – com ênfase na câmera fotográfica, apontada por eles, durante a pesquisa, como aquela para a qual mais se recorre.

Logo, contemplam-se as respostas dadas a outras duas questões que aparecem no questionários encaminhados aos profissionais envolvidos na pesquisa: a primeira delas buscando identificar ‘Como você descreveria o seu domínio sobre estes equipamentos?’; enquanto que a outra observa se ‘Normalmente, é feita uma configuração no modo manual ou utiliza-se o modo automático?’.

Primeiramente, é preciso destacar que a maioria analisa como “bom” o domínio sobre a câmera fotográfica (E2 e E3), por exemplo. Em paralelo, também registra-se: que, para um deles, houve a construção de novas habilidades no decorrer dos anos

(E1); e, para outro, que já existiam algumas, antes mesmo de iniciar as atividades de produção fotojornalística na empresa com a qual mantêm vínculo atualmente (E3).

No entanto, quando questionados sobre a forma como fazem uso das câmeras fotográficas, apenas um apontou utilizá-la no modo manual (E3). Demonstrando, entre outros aspectos, a limitação da equipe no reconhecimento de umas das configurações mais básicas durante a manipulação de equipamentos fotográficos – princípio para uma série de definições que contemplam as características gerais da produção.

Os demais utilizam-se do modo automático e das predefinições possibilitadas pela própria câmera (E1 e E2). Conseqüentemente, não garante-se, por exemplo, independência para definição de aspectos como a quantidade de luz a qual o sensor da máquina fotográfica será exposto durante o registro. Como efeito, questões como a fidelidade de cores e tons da imagem, em relação ao contexto real.

O único profissional que aponta utilizar o modo manual indica que o faz mesmo precisando lidar com outras demandas durante a apuração da pauta (E3). Neste caso, ele acaba por indicar que este grupo de fotojornalistas além de fazer o registro das imagens, “também apura” e, conseqüentemente, redige a reportagem a ser publicada. Algo que é colocado com naturalidade, indicando que os profissionais já estão incorporados a esta dinâmica.

Trata-se de um cenário considerado por Silva Junior (2012, p. 36) e apresentado neste estudo, anteriormente, como polivalência profissional. Explicitada, neste caso, pela necessidade do fotojornalista de desenvolver não somente as imagens, como acontecia inicialmente, mas também o próprio conteúdo textual que ocupará a página do impresso. No caso, a produção de outros tipos de conteúdo pode não acontecer, inclusive, pelas limitações do equipamento.

### **5.3 A autonomia deles sobre os recursos tecnológicos disponibilizados para a pós-produção**

As perguntas seguintes contemplam aspectos da pós-produção. Iniciando pela seleção e arquivamento das imagens. Sobre se ‘Você mesmo (a) faz o *download* e a seleção dos arquivos?’, as respostas indicam que, na maioria das vezes, é o E2, responsável pela diagramação do periódico, quem costuma fazer o *download*, o arquivamento e a seleção das imagens. E que por E1: “também há a atividade da diagramadora do jornal”. Abrindo espaço para diferentes observações.

Por exemplo, não é o olhar do profissional que acompanhou o acontecimento que irá indicar, na maioria das vezes, as imagens mais adequadas para ilustrar o ocorrido. É o de alguém que, apesar de conhecer o contexto da pauta, não presenciou os fatos, com a mesma riqueza de detalhes. Podendo, inclusive, deixar de evidenciar imagens com uma melhor composição, potencial enunciativo ou mais bem alinhadas com a própria matéria.

Na sequência, indagou-se: ‘Quanto ao processo de edição das imagens. Você mesmo o desenvolve ou este é realizado por outro profissional? Você o acompanha?’. Evidenciou-se que os fotojornalistas revisam as imagens que serão publicadas – no sentido de observar se as escolhidas traduzem adequadamente o sentido da pauta. “Outro profissional, mas finalizo escolhendo a foto”, observa E3. Ainda assim, todo o procedimento de edição é realizado pelo E2.

Em resposta à questão ‘Se não o realiza, por quais motivos?’: E3 atribui a concentração da tarefa a uma pessoa específica pela “dinâmica” de produção estabelecida no periódico e, ainda, pela quantidade de demandas que são assumidas pelos fotojornalistas, que também atuam como repórteres em diferentes pautas de uma mesma edição do periódico. Enquanto E1 aponta que “não há motivos”.

Mas logo indica-se, durante as respostas às questões apresentadas no item ‘Você domina softwares de edição de imagem? E os que são disponibilizados pela empresa?’, que somente E2 domina o *software* de edição de imagem utilizado no jornal: o Adobe Photoshop. O que aponta que a concentração da edição em uma pessoa (E2) também ocorre pela falta de domínio das ferramentas por parte dos demais (E1 e E3).

Como resposta a ‘Quais parâmetros você utiliza para definir as ferramentas de edição?’, registra-se que o periódico disponibiliza apenas um programa para a edição de imagens. Em paralelo, E2 observa que, para aproveitamento de uma imagem em uma matéria e posterior tratamento dela (ALMEIDA; BONI, 2006, p. 16), a da fotografia precisa ter: “Uma boa resolução, acima de 600 KB”; e que “o tamanho será ajustado de acordo com a diagramação”; enquanto que “brilho e contraste vai de acordo com a fotografia”.

Ainda em relação a pós-produção, buscou-se identificar ‘Quais limites no processo de manipulação de imagens?’. Neste sentido, os depoimentos demonstraram grandes diferenças entre os discursos. Enquanto E1 aponta que “não há limites”; E2 demonstra que as alterações são realizadas de maneiras diferentes,

de acordo com as editorias que receberão as imagens; enquanto o E3 defende “manter o mais original possível”.

#### **5.4 Identificação das políticas utilizadas pela empresa para gerenciar os fluxos de produção de conteúdo**

Como demonstrado no parágrafo anterior, não há uma unidade de pensamento em relação a algumas questões observadas. Inclusive, que levam ao entendimento de que não existem orientações da empresa neste sentido. Que possam, por exemplo, serem tomadas como políticas de gerenciamento dos fluxos de produção de conteúdo ora apresentados. Logo, a medida em que os envolvidos têm liberdade para definir os procedimentos, também não recebem uma orientação para fazê-los.

É o que destaca-se em relação a se ‘Existe um fluxo ou mesmo um manual a ser seguido pelos jornalistas da empresa para a produção e a pós-produção de imagens?’. Nenhum dos profissionais entrevistados (E1, E2 e E3) indica haver algo neste sentido. Seja ele formal, como um documento a ser considerado e que oriente a prática da equipe atual ou de profissionais que possam ser inseridos na dinâmica; ou mesmo informal, em termos de orientações verbais.

Quanto se ‘O veículo delimita o tempo de uso das ferramentas de edição de imagem? Se sim, qual?’, a resposta é semelhante (E1, E2 e E3). Também não existe uma recomendação do periódico sobre o período sobre o qual o editor de imagens poderá se debruçar sobre um trabalho. O que poderá variar, de acordo com as características da demanda e das produções com as quais estiver envolvido – a exemplo de um caderno especial que pode exigir mais tempo.



## 6 CONCLUSÕES

As pesquisas realizadas para a revisão de literatura, base das primeiras considerações deste estudo, foram fundamentais para a identificação de muitas das características da produção e da pós-produção de conteúdo na atualidade. Considerando desde aspectos que permitem (re)conhecer as mudanças ocorridas entre a sociedade pós-industrial e a moderna –, e os próprios sistemas de trabalho – além da forma como as pessoas têm se relacionado com o tempo e o espaço.

Também foram observados aspectos sobre as mudanças no consumo, inclusive o de comunicação e de conteúdos informativos. Destacando, por exemplo, de que forma a tecnologia passou a ser inserida nas variadas dinâmicas de trabalho e o uso de ferramentas para diferentes etapas do desenvolvimento de imagens. A exemplo da possibilidade de ofertar produções muito mais atentas às demandas individuais de uma sociedade com rotinas cada vez mais pautadas no uso de tecnologias.

O apanhado sobre o desenvolvimento dos conceitos e das próprias indústrias criativas, no decorrer das últimas décadas, em diferentes países, e da expressividade delas na dinâmica econômica mundial, também se mostrou fundamental. Seja para observar-se a maneira como as produções fotográficas podem ser inseridas neste contexto ou mesmo das interseções e desdobramentos que possam ser apresentados a partir dele.

Uma série de conceitos que somam-se aos de jornalismo local e hiperlocal, para construção de uma compreensão sobre os desdobramentos destes nas práticas profissionais registradas nos municípios de pequeno ou médio porte, por exemplo. Como é o caso de Caruaru. Onde muitas iniciativas se dedicam a explorar aspectos que são muito específicos de determinadas realidades, o que tem sido potencializado nos últimos anos.

É preciso destacar que a análise apontou fragilidades na estrutura que é disponibilizada para que os profissionais possam desenvolver imagens durante a rotina produtiva. O equipamento fotográfico, indicado por eles como principal ferramenta para a realização das atividades, não possui recursos que poderiam oportunizar a produção de outros conteúdos (inclusive para as plataformas digitais mantidas pela empresa).

Mesmo tratando-se de um equipamento que possibilita que as imagens sejam salvas, selecionadas e até mesmo editadas em uma lógica totalmente digital, muitos

outros recursos presentes nos modelos de câmeras atuais, destacados neste estudo, não estão disponíveis na que eles possuem. Deixando de oportunizar aos profissionais envolvidos na dinâmica de produção de imagens outras possibilidades além daquelas dadas atualmente.

Durante a análise dos formulários, não evidenciou-se nenhum outro equipamento que costuma ser utilizado para as práticas. Tão pouco que o veículo costuma investir na aquisição de novas ferramentas. O que parece não ocorrer, considerando que o principal deles possui 12 anos de fabricação. Logo, é utilizado há muitos anos, sem ser substituído por outros com funções bem mais conectadas com a realidade atual.

Apenas um dos profissionais abordados indicou fazer uso das duas lentes disponibilizadas pelo periódico. Os demais afirmaram utilizar apenas a câmera fotográfica, normalmente com a lente que já acompanha o equipamento. O que pode representar limitações na composição de imagens no dia a dia – a medida em que não são experimentadas outras perspectivas de composição além das possibilitadas pelo equipamento básico.

Além dos aspectos observados na análise, demonstra-se importante reforçar que, mesmo em um cenário de intercomunicação individual (CASTELLS, 2015, p. 29), quando a tecnologia tem sido utilizada não somente para oportunizar as produções, mas passa a dar os subsídios para o desenvolvimento de conteúdos diversos, depara-se com um cenário que não dispõe dos instrumentais e, conseqüentemente, desconsidera muito desta lógica.

Quanto ao domínio sobre as ferramentas tecnológicas, os entrevistados demonstraram diferentes níveis de habilidades. No entanto, apenas um deles utiliza a câmera fotográfica com autonomia. Indicando que, apesar de serem envolvidos na produção de diferentes conteúdos, neste caso a polivalência profissional (SILVA JUNIOR, 2012, p. 36) não representa domínio sobre as ferramentas utilizadas nas diferentes funções.

E o que pode ser mais alarmante: os profissionais abordados não indicam a necessidade de aprimoramento dessas práticas, a medida em que classificam como bom o domínio sobre os equipamentos e não apontam investimentos no aprimoramento – mesmo sendo registradas as limitações no reconhecimento sobre funções e recursos disponibilizados pelas câmeras fotográficas, entre outras características.

O modo automático, utilizado pela maioria deles, pode impossibilitar, por exemplo, o registro de um acontecimento de interesse público. Basta imaginar que durante a apuração de uma partida de futebol, na qual acontece uma grande confusão nas arquibancadas, pode-se deixar de registrar detalhes do acontecimento por não dominar as configurações sobre velocidade, por exemplo.

Consequentemente, neste caso a polivalência profissional leva o repórter (que está habituado com a produção textual) a desenvolver a função de fotojornalista (que requisita conhecimentos específicos sobre os equipamentos). No entanto, sem uma série de conhecimentos sobre o assunto. O que pode fazer com que as produções tenham prejuízos, quanto ao resultado que é apresentado aos leitores da publicação – pela falta de habilidade.

Neste caso, mesmo os equipamentos utilizados possibilitando caracterizar as práticas como **convergentes** (SILVA JUNIOR, 2012, p. 36), pelo fato de trabalhar-se somente com dispositivos digitais, por exemplo, muitos outros aspectos pertencem a fases anteriores. Como a **adaptativa** (SILVA JUNIOR, 2012, p. 36), a medida em que nem todos os profissionais dominam as ferramentas digitais que costumam ser envolvidas na produção e na pós-produção de imagens.

A pós-produção é outra etapa na qual os profissionais demonstraram desconhecimento sobre muitas das práticas. Apesar de, ocasionalmente, realizarem o *download* das imagens, na maioria das vezes apenas um profissional concentra esta atividade. Vale enfatizar que isso pode fazer com que as imagens que aparecerão nas páginas não traduzam exatamente os detalhes que melhor caracterizam a temática abordada.

Em paralelo, o fato da maioria dos fotojornalistas da equipe não dominarem as ferramentas de edição também é um aspecto a ser destacado. Principalmente no cenário atual, no qual valoriza-se que os profissionais também tenham conhecimentos sobre as ferramentas de edição, entre outras. O que antes concentrava-se em alguns colaboradores de uma empresa, atualmente é encabeçado por muitos deles.

Principalmente, tratando-se de um veículo de comunicação de pequeno a médio porte, que não dispõe de muitos profissionais no quadro de colaboradores. Consequentemente, acaba-se atribuindo mais de uma função a ser desempenhada. E, claro, esses passam a desenvolver um número igualmente maior de atividades, ou seja, de pautas a serem cobertas em cada uma das edições – em comparação a uma estrutura com um número maior de profissionais envolvidos.

Por fim, ainda em relação a este aspecto, a medida em que o profissionais revelam que a empresa não impõe um tempo sobre o qual eles podem se debruçar sobre o tratamento de uma imagem, possibilitando trabalhar com mais tranquilidade em cada um dos projetos, estes também não recebem orientações gerais que sirvam como referência para o desenvolvimento das atividades cotidianas.

Criam-se possibilidades inúmeras. Pois, não existe uma pressão, por parte dos editores, para o engessamento das rotinas. O que não significa dizer que não há metas a serem cumpridas para o fechamento de editorias, por exemplo. Na verdade, cada uma das demandas pode receber mais ou menos atenção, de acordo a complexidade ou mesmo as características dos projetos.

Os resultados deste estudo contribuem para o (re)conhecimento de aspectos sobre a gestão do mercado de produção de imagens no cenário abordado. Não somente em Caruaru, mas também no próprio interior pernambucano. Isso porque o conteúdo publicado pelo veículo circula em diferentes municípios do Agreste do Estado, através da entrega realizada aos assinantes e ainda pela venda avulsa de exemplares.

Permite, por exemplo, indicar a necessidade de investimentos para o aprimoramento da estrutura existente. A aquisição de uma ou mais câmeras fotográficas, de modelos que garantam a conectividade com diferentes dispositivos, entre outras funções, poderá criar melhores condições para que os colaboradores possam desenvolver, selecionar, arquivar e até mesmo publicar imagens.

Inclusive, na perspectiva de criar as condições para que estes possam se sentir provocados a desenvolver novas competências sobre os recursos. E, logicamente, apresentar novas experiências para o leitores que têm acesso à publicação. Logo, o investimento também pode converter-se em possibilidades e estratégias de comunicação. O que está intimamente relacionado a outro aspecto que será destacado na sequência.

Trata-se da necessidade de investir na formação continuada dos colabores, permitindo que esses possam aprimorar e aprofundar os conhecimentos sobre a temática. Neste sentido, esta pesquisa poderá ser utilizada como subsídio para a estruturação de atividades formativas a serem ofertadas aos profissionais, em parceria com a própria empresa. Uma das possibilidades é a de oficinas de curta duração, realizadas semanalmente.

O esclarecimento de dúvidas e o acesso a informações sobre os recursos dos dispositivos lançados mais recentemente, por exemplo, poderá se converter em aprimoramentos nas características das próprias produções veiculadas semanalmente. E, claro, valorização do trabalho desenvolvido pelo grupo de profissionais, pelo próprio Jornal Vanguarda, bem como da estética apresentada pelas notícias veiculadas pela empresa.

Trata-se de uma pesquisa pioneira sobre o fotojornalismo produzido pelo Jornal Vanguarda, sob a ótica do reconhecimento dos investimentos e, claro, da utilização de recursos tecnológicos para tais fins. Inclusive, na perspectiva de contribuir com um melhor entendimento sobre aspectos a serem aprimorados – tomando como base importantes referências da literatura especializada.

A partir das análises aqui realizadas, indica-se a possibilidade do desenvolvimento de pesquisas que se inteirem sobre outros aspectos que não chegaram a ser aqui explorados, buscando responder a questionamentos como: quais as políticas da empresa para o aprimoramento das práticas fotojornalísticas desenvolvidas atualmente? Os indicadores apontados neste estudo representam prejuízos para as características das produções veiculadas pelo periódico?

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Cláudia Maria Teixeira de; BONI, Paulo César. A ética no fotojornalismo da era digital. *Discursos Fotográficos*, Londrina, v.2, n.2, p.11-42, 2006. Disponível em:

<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1477>>.

Acesso em: 26 jun. 2020.

ANDERSON, Christopher Wright; BELL, Emily; Shirky, Clay. Jornalismo Pós-Industrial: Adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, v.2, n.5, p.30-89, abr.-jun. 2013.

BARCELOS, Janaina Dias. Por um fotojornalismo que respeite a dignidade humana: a dimensão ética como questão fundamental na contemporaneidade. *Discursos Fotográficos*, Londrina, v.10, n.16, p.111-134, jan./jun. 2014. Disponível em:

<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/14220>>.

Acesso em: 27 jun. 2020.

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Persona, 1977.

BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso*. 2ªed., Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina e. *Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades*. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, vol. 49, n. 1, p. 10-18, jan./mar. 2009.

Disponível em: <<https://rae.fgv.br/rae/vol49-num1-2009/forum-industrias-criativas>>.

Acesso em: 20 nov. 2017.

BELL, John Stewart. *Speakable and Unspeakable in Quantum Mechanics*.

Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

BONI, Paulo César; ARCOSI, André Reinaldo. *Líbero*, São Paulo, v.9, n.18, p.127-137, dez. 2006. Disponível em:

<<http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/724>>. Acesso em: 9 jun. 2020.

CARDOSO, Jéferson. *A Narrativa Transmídia em Dragnet*. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 17., 2016, Curitiba, Anais eletrônicos. Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUC-PR, 2016. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-1722-1.pdf>>.

Acesso em: 22 jul. 2018.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo de proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional. Coimbra: Minerva, 2002.

CASTELLS, Manuel. O poder da comunicação. São Paulo: Paz e Terra, 2015.  
Castells, Manuel. The Information Age: Economy, Society and Culture – The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell Publishers, 1996.

CAVES, Richard. Creative Industries: Contracts between Arts and Commerce. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2000.

DCMS - Department for Culture, Media and Sport. Guia prático para o mapeamento das indústrias criativas. Londres, 2010, 62 p. Disponível em:  
<[https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Mapping\\_guide\\_-\\_Portuguese.pdf](https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Mapping_guide_-_Portuguese.pdf)>. Acesso em: 31 ago. 2018.

DUAILIBI, Roberto; SIMONSEN Junior, Harry. Criatividade & marketing. São Paulo: Pearson Education, 2004.

DUFFY, Vanessa Costa; RAMOS, Marcelo Silva. O desafio de transformar a criatividade em inovação: O caso do Rio Criativo. International Journal of Knowledge Engineering and Management, Florianópolis, v. 3, n. 5, p. 242-258, mar./jun. 2014. Disponível em:  
<<http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/IJKEM/article/view/2685>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

FÁVARO, Armando. Processo de produção jornalístico: A edição no fotojornalismo pós convergência das mídias. 2013. 224 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

FERNANDES, Lucas Ferreira; KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. Jornalismo Transmidiático: Um passo para a horizontalização da mídia tradicional? In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 38., 2015, Rio de Janeiro, Anais eletrônicos. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, 2015. Disponível em:  
<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2276-1.pdf>>. Acesso em: 24 jul. 2018.

FLORES, Ana Marta M. Inovação no jornalismo: uma proposta estratégica a partir dos Estudos de Tendências. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 40., 2017, Curitiba, Anais eletrônicos. Curitiba: Universidade Positivo, 2017.

Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2556-1.pdf>>. Acesso em: 27 jul. 2018.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo Silveira. Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HARTLEY, J. Creative Industries. Londres: Blackwell, 2005.

HARVEY, David. Condição pós-moderna. Edições Loyola: São Paulo, 2003.

HANSON, Dennis. Indústrias Criativas. Sistemas & Gestão, Niterói, v. 7, n. 2, a. 7, p. 222-238, jun. 2012. Disponível em: <<http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/view/V7N2A7>>. Acesso em: 02 abr. 2018.

HOCKNEY, David. O conhecimento secreto. São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

HOWKINS, John. Economia criativa: Como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M. Books do Brasil Editora LTDA, 2013.

JAMBEIRO, Othon; FERREIRA, Fábio. Compreendendo as Indústrias Criativas de Mídia: contribuições da economia política da comunicação. Comunicação Midiática, Bauru, v. 7, n. 3, p. 178-194, set./dez. 2012. Disponível em: <<http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/article/view/298>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. Tradução Susana Alexandria. 2ª Edição. São Paulo: ALEPH, 2009.

JUÁREZ ALONSO, Glória. Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. **Revista Líder**, Osorno, v.15, n.23, p. 9-28, dec. 2013. Disponível em: <[http://ceder.ulagos.cl/lider/images/numeros/23/1.-LIDER%2023\\_Juarez\\_pp9\\_28.pdf](http://ceder.ulagos.cl/lider/images/numeros/23/1.-LIDER%2023_Juarez_pp9_28.pdf)>. Acesso em: 29 jun. 2020.

JUSTAMAND, Michael; MARTINELLI, Suely Amâncio; OLIVEIRA, Gabriel Frechiani de; SILVA, Soraia Dias de Brito. A arte rupestre em perspectiva histórica: Uma



história escrita nas rochas. Revista de Arqueologia Pública, Campinas, v. 11, n. 1, jul. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rap/article/download/8648451/16261/>>. Acesso em: 14 mai. 2020.

KOSSOY, Boris. Fotografia e história. 2.ed. São Paulo: Cotia: Ateliê Editorial, 2001.

KOUTSOUKOS, Sandra Sofia Machado. O aprendizado da técnica fotográfica por meio dos periódicos e manuais - Segunda metade do século XIX. Revista de História e Estudos Culturais, Uberlândia, v. 5, n. 3, jul. 2008. Disponível em: <[http://www.revistafenix.pro.br/PDF16/ARTIGO\\_03\\_SANDRA\\_SOFIA\\_MACHADO\\_KOUTSOUKOS\\_FENIX\\_JUL\\_AGO\\_SET\\_2008.pdf](http://www.revistafenix.pro.br/PDF16/ARTIGO_03_SANDRA_SOFIA_MACHADO_KOUTSOUKOS_FENIX_JUL_AGO_SET_2008.pdf)>. Acesso em: 15 mai. 2020.

KUMAR, Krishan. Da sociedade pós-industrial à pós-moderna. Zahar: Rio de Janeiro, 1997.

LIMA, Ivan. A fotografia é a sua linguagem. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1988.

MCLUHAN, Marchal. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 1982.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). Pesquisa social: Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

OLIVEIRA, Erivam Moraes de; VICENTINI, Ari. Fotorjournalismo: uma viagem entre o analógico e o digital. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

PEIXOTO, João Guilherme de Melo; Silva Junior, José Afonso da. Produção e pós produção de fotorjournalismo contemporâneo: o que muda com o digital. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/peixoto-junior-producao-e-pos-producao-no-fotorjournalismo.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2020.

PENACIONI, Gustavo; ROCHA, Paula Melani. Marcas de empreendedorismo na prática do jornalismo investigativo. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 17., 2016, Curitiba, Anais eletrônicos. Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUC/PR, 2016. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-1023-1.pdf>>. Acesso em: 27 jul. 2018.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, a. 26, n. 43, p. 67-84. 2005. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/8637>>. Acesso em: 24 mar. 2020.

RADCLIFFE, D. *Here and Now: UK Hyperlocal Media Today*. Reino Unido: Nesta, 2012.

REGATTIERI, Lorena Lucas. A Sociedade em Rede e o viés Multimídia da Comunicação. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 38., 2015, Rio de Janeiro, Anais eletrônicos. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3859-1.pdf>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

REY, María Cruz Negreira; López García, Xosé; VÁZQUEZ, Ana Isabel Rodríguez. Los cybermedios locales e hiperlocales en España y Portugal: La fase de búsqueda de modelos. *Sur le journalisme*, Bruxelas, v.7, n.2, p. 50-63, dez. 2018. Disponível em: <<http://www.surlejournalisme.kinghost.net/rev/index.php/slj/issue/view/17>>. Acesso em: 28 mai. 2020.

SALAVERRIA, Ramón. Estructura de la convergencia. In: LÓPEZ GARCÍA, Xosé; PEREIRA FARIÑA, Xosé (Ed.) *Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostella: Universidad de Santiago de Compostella, 2010.

SILVA JÚNIOR, José Afonso. Cinco hipóteses sobre o fotojornalismo em cenários de convergência. *Discursos Fotográficos*, Londrina, v.8, n.12, p.31-52, jan./jun. 2012. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/11925>>. Acesso em: 25 jun. 2020.

SILVA, Maria Helena Alves da. A fotografia e a pintura como fontes primárias para o historiador: história, benefícios e questionamentos. *Boletim Historiar*, Aracajú, n. 13, jan. 2016. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/historiar/article/view/5039>>. Acesso em: 14 mai. 2020.

SOUSA, Jorge Pedro. *Fotojornalismo performativo: O serviço de fotonotícia da Agência Lusa de Informação*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1997.

SOUSA, Jorge Pedro. Fotojornalismo: Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia da imprensa. BOCC: Porto, 2002. Disponível em: <[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)>. Acesso em: 15 fev. 2019.

SOUSA, Jorge Pedro. Elementos de jornalismo impresso. BOCC: Porto, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2019.

WIENER, Norbert. Cibernética e sociedade: o uso humano de seres humanos. São Paulo: Cultrix, 1968.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Editorial Presença, 2006.

XAVIER, Amanda; Ana Carolina de, MELO; VIEIRA, Karine Moura. Hub ESPM – A Formação Jornalística Multiplataforma a partir da Integração Academia/Mercado. In: Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação, 23., 2016, Curitiba, Anais eletrônicos. Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUC-PR, 2016. Disponível em: <[www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/expocom/EX50-1197-1.pdf](http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/expocom/EX50-1197-1.pdf)>. Acesso em: 22 jul. 2018.

ZETTL, Herbert. Manual de produção de televisão. 12. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017.