
Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo

O FASCÍNIO DO RETRATO NA COMUNICAÇÃO THE FASCINATION IN IMAGERY COMMUNICATION

Patricia Gontijo Rodrigues¹, Marta Mencarini Guimarães²

¹ Estudante do Departamento de Comunicação Social - Curso de Jornalismo da Faculdades Integradas Promove de Brasília.

² Orientação Professora do Departamento de Comunicação Social - Curso de Jornalismo da Faculdades Integradas Promove de Brasília. – Mestra em Arte e Tecnologia pela Universidade de Brasília - UnB.

Resumo

Esse artigo acadêmico tem como objetivo construir a compreensão sobre o poder da fotografia na comunicação, no qual buscamos pontuar a história e surgimento da fotografia, a fotopublicidade, dando ênfase principal ao fotojornalismo e ao seu fascinante discurso original em busca da representação. Recorremos aos principais conceitos; texto-legenda e instante decisivo, criando paralelos entre o fotojornalismo do século XX e o fotojornalismo desenvolvido nos dias atuais. Para a pesquisa foi desenvolvido um recorte teórico no qual abordamos principalmente os conceitos dos autores Jorge Pedro Sousa (2002), Lorenzo Vilches (2006), Michael Busselle (1997), nos quais, foram os principais responsáveis por alimentarem e embasarem teoricamente esse artigo com seus conhecimentos e anos dedicados às pesquisas nessa área tão intrigante: a fotografia. Por fim, termino esse texto apresentando alguns retratos de autoria própria, analisando tecnicamente utilizando como suporte os trabalhos de Marlene Bergano e Martin Parr.

Palavras-Chave: fotografia; comunicação; jornalismo; publicidade; imagem.

Abstract

This Article Academic aims to build understanding of the power of photography in communication, in which we seek to punctuate the history and emergence of photography, fotopublicidade, giving primary emphasis to photojournalism and its fascinating original speech in search of representation. We turn to the main concepts; text-caption and decisive moment, creating parallels between the photojournalism of the twentieth century, and photojournalism developed today. For the research we developed a theoretical framework in which we address mainly the concepts of the authors Jorge Pedro Sousa (2002), Lorenzo Vilches (2006), Michael Busselle (1997), in which, were the main responsible for feeding and theoretically stand upon this article their knowledge and years dedicated to research in this area so intriguing: PHOTOGRAPHY. Finally, I end this text presenting some own making portraits, analyzing technically using as support the work of Marlene Bergamo and Martin Parr.

Keywords: photography; communication; journalism; advertising; image.

Contato: patriciaa.gontijo@gmail.com

Introdução

O homem, desde cedo, possui a necessidade de se comunicar. O primeiro método utilizado por nossos ancestrais foi por meio de imagens, ainda na época das cavernas. Podemos retornar às Pinturas Rupestres¹ desenvolvidas em paredes de cavernas, com o intuito de registrar acontecimentos diários importantes e como método de proteção contra outros poderes, que vão além dos fenômenos naturais.

Chamamos a esses povos “primitivos” não porque sejam mais simples do que nós — os seus processos de pensamento são, com frequência, mais complicados do que os nossos — mas por estarem mais próximos do estado donde, em dado momento, emergiu toda a humanidade. (...) Entre esses primitivos não há diferença entre edificar e fazer imagens, no que se refere à utilidade. Pinturas e estátuas, por outras palavras, são usadas para realizar trabalhos de magia (GOMBRICH,2000, p 15).

O fascínio pelo ocultismo, comunicação e representação da imagem atravessou séculos. Ernst Hans Gombrich (2000), explica que a teoria mais provável para esse comportamento é a crença universal da produção de imagens, ou seja, esses caçadores primitivos acreditavam que ao reproduzirem uma imagem de sua caça, por

¹ Paleolítico ou Idade da Pedra Lascada, refere-se ao período da pré-história que aconteceu cerca de 2,5 milhões a.C. a 10 mil a.C.

exemplo, estas se renderiam diante de seus poderes. Apoiando-se nessas crenças, na evolução intelectual do homem, e em seu anseio por conhecimento e na busca por maneiras distintas de aprimorar a forma de comunicar-se desenvolvemos a escultura, o desenho, a pintura, a fala, a escrita. Evoluímos nossa forma de pensar, construir, planejar e comunicar, principalmente após a criação do rádio, do cinema, da televisão e da fotografia, principal objeto da nossa pesquisa. No século XX, a fotografia se fez presente de forma definitiva no jornalismo e na publicidade.

A fotografia nos alimenta, instiga e seduz usando nossas emoções, valores e desejos. Na mídia, comanda nossas relações sociais durante o dia-a-dia, agindo como ponto importante para tomadas de decisão. Inconscientemente, a fotografia, na maioria das vezes, se torna a pauta de uma boa conversa corriqueira. Em sociedade, é praticamente impossível imaginar um mundo sem o poder e a evolução da comunicação por imagens, mais precisamente, é impossível imaginar um mundo contemporâneo sem fotos e imagens.

A fotografia parece ser uma atividade fácil, mas de fato é um processo diversificado e ambíguo no qual o único denominador comum entre seus praticantes é o uso da câmera. (...) Fotografar é – simultaneamente e numa mesma fração de segundo – reconhecer o fato em si e organizar rigorosamente as formas visuais percebidas para expressar o seu significado. É pôr numa mesma linha cabeça, olho e coração (BRESSION *apud* GURAN, 2002, p. 19).

Nesta pesquisa, partimos dos primórdios da fotografia e dos conceitos fotográficos oitocentista, atentando, de maneira simples e objetiva, questões técnicas, e apresentando diversas formas do fazer fotográfico nesse período. Pois, acreditamos que entender esses processos pioneiros é de suma importância para a valorização da fotografia atual, principalmente em nossos campos de estudo e atuação: o fotojornalismo e a fotopublicidade. Apresentaremos um breve apanhado geral do desenvolvimento desses vários modos de se criar uma imagem fotográfica.

Ao observar uma fotografia, deve-se estar consciente de que a interpretação do real será forçosamente influenciada por uma ou várias interpretações anteriores. Por mais isenta que seja a interpretação dos conteúdos fotográficos, o passado será sempre visto segundo a interpretação do fotógrafo (PAULA, 1932, p. 36)

1. Fotografia: O início

A fotografia, desde seu surgimento foi tida como a representação mais fiel da realidade, por isso, garantiu seu espaço no jornalismo e na publicidade. Na comunicação, fotografias e ilustrações contribuem na construção e fortalecimento da relação de confiabilidade entre veículo/leitor. “A fotografia é vista como uma fonte historiográfica que sobreviveu para a construção de uma memória histórica em seu próprio tempo” (PAULA, 1932, p. 19).

Segundo o fotógrafo Michael Freeman (1988), no livro *Novo Manual de Fotografia*, a fotografia não tem um único inventor, ela é uma síntese de várias observações e inventos em momentos distintos. É importante lembrar que antes do nascimento da primeira fotografia, surgia no séc. XVI e XVII a câmera obscura, que foi de importância crucial para a fotografia, o princípio básico do invento criado por Giovanni Batista Della Porta (1575), tinha o objetivo de auxiliar artistas na criação de desenhos e pinturas.

Anos mais tarde, a fotografia ganharia forma e textura com o primeiro registro fotográfico que se tem história, “*View from the Window at Le Gras*”, de 1826 (Figura 1), o inventor francês, Joseph Nicéphore Niépce (1765 -1833), depois de longas horas de pesquisas descobriu o Betume de Judéia, que funcionava como fixador de imagens na época. O processo utilizado, apesar de rudimentar, foi considerado o primeiro a fixar uma imagem. A fotografia, então, começou a tomar forma.



Figura 1: “*View from the Window at Le Gras*” (1826)²

Em 1837, um artista e inventor, também francês, Louis Jacques Mandé Daguerre (1787 -

² Fonte: google.com.br. Acessado em: 22/04/2015

1851) desenvolveu um novo procedimento de fixação que permitia gravar permanentemente uma imagem. Essa técnica ficou conhecida como daguerreotipo (Figura 2), sendo muito popular na época. Dentre os vários pesquisadores envolvidos, Daguerre adquiriu maior reconhecimento, principalmente após a declaração do governo francês, que garantia, em 19 de agosto de 1839, domínio público do daguerreotipo. O inglês William Henry Fox Talbot (1800 - 1877) contribuiu de forma importante ao desenvolver o calótipo, uma cópia de negativo.



Figura 2: Primeira imagem produzida em daguerreotipo (1837)³

Posteriormente ao lançamento e reconhecimento do experimento daguerreotipo, pesquisadores franceses desenvolveram vários estudos para aperfeiçoar o equipamento, melhorando as lentes, reduzindo o peso, barateando o preço, aperfeiçoando e reduzindo o tempo de exposição à luz. “Dois anos após o lançamento do primeiro modelo, o tempo de exposição à luz alcançava a incrível marca de 60 segundos, após inúmeras melhorias, o único empecilho era a cópia única” (REUND, 1986, p. 41).

Depois de inúmeras pesquisas, foi solucionada a primeira problemática da fotografia, eternizar um fragmento do tempo, ou seja, fixar imagens. A fotografia possibilitou que compreendêssemos a noção de instante, isso influenciou diretamente a representação de movimento nas pinturas, já que na fotografia somos capazes de congelar uma cena com detalhes que não enxergamos a olho nu, sem ajuda de um instrumento, no caso a câmera. A fotografia age como registro histórico, capturando instantes únicos, épocas, costumes e tradições que não poderão ser reproduzidos novamente. O homem sempre buscou uma maneira para eternizar suas memórias de forma mais verídica e encontrou na fotografia essa possibilidade. “A

fotografia veio como resposta para àqueles que almejavam obter o registro absoluto da realidade, a fidedignidade da imagem foi alcançada. O daguerreotipo encantava por ser inovador, entretanto deixava a desejar pela ausência de cor, fato que estimulou inventores na busca para solucionar essa deficiência” (SCHARF, 1994, p. 79). Assim, com a chegada do método fotográfico a pintura evolui suas técnicas para uma forma mais livre de se fazer arte.

O século XIX ficou marcado pelo retrato. Dentre as diversas formas de se fazer fotografia, essa esteve em evidência, seu melhor produto eram as *cartes de visite* (Figura 3). Para Jonh Pultz, em *La fotografia y el cuerpo* (1995), os primeiros retratos possuíam composição simples, dispensavam a utilização de painéis de fundo, colunas e mobílias. Diversas vezes eram realizados utilizando os fundos do ateliê. Podendo-se entender, que no início “os retratos fotográficos renunciaram às convenções já comuns no retrato pintado” (AMAR, 1995, p. 14). Gradualmente o retrato, que antes era restrito a poucos, se populariza e começa a fazer parte da rotina da sociedade europeia, principalmente nas grandes cidades, como Paris e Londres. Ao mesmo tempo em que a nova tecnologia empolgava os que acreditavam que essa seria uma nova forma de representar o mundo, por outro lado havia o receio de que essa nova técnica reduzisse a importância da pintura e diminuísse seu valor artístico. Substituindo a arte manual por um procedimento apenas técnico.

Nas *cartes de visite* houve a inovação da produção em série. Os negativos finalmente podiam ser arquivados nos ateliês, isso possibilitava que os clientes encomendassem mais cópias do mesmo retrato posteriormente, se assim optassem. Os avanços químicos das estruturas fotográficas permitiram tempos de exposição menores durante as fotografias, isso fez com que mais pessoas tivessem a oportunidade de serem fotografadas. Imortalizando os fotografados, o retrato conquistou posição de destaque na fotografia, principalmente comercialmente, abrindo a possibilidade do mercado da fotografia profissional.

³ Fonte: google.com.br. Acessado em: 22/04/2015



Figura 3: carte de visite de F. Wunder Sohn⁴.

As técnicas que sucedem à década de 1850 em diante surgem equipamentos mais econômicos e práticos. O sonho do processo de reprodução em larga escala é alcançado e dá-se início a nova fase para as formas de representação. Se aproximando da fotografia que conhecemos, em 1880 placas de vidro são substituídas por folhas de papel finas o suficiente para receberem o banho de brometo de prata com gelatina. Isso fez com que o inglês George Eastman criasse o “(...) American Film, fita de papel revestida com gelatina destacável (...)” (AMAR, 2010, p. 32). Esse filme era encaixado em uma máquina, também desenvolvida por Eastman, a Kodak nº 1 (Figura 4).



Figura 4: Kodak nº 1⁵

Além das melhorias, evolução e compactação dos modelos de câmera, as qualidades técnicas também passaram por mudanças. Eastman dava início aos modelos compactos e leves com a criação da Kodak. Eram oferecidos serviços de revelação dos filmes e recargas das máquinas para os clientes. Estes por sua vez recebiam suas cópias prontas e o equipamento preparado para a realização de novas fotografias. Ele tinha a intenção de “(...) elaborar um sistema fotográfico através do qual a pessoa simplesmente tirasse a foto — e nada além disso” (BUSSELLE, 1977, p. 36).

Essa é a fase em que o conhecimento técnico dos procedimentos laboratoriais não necessariamente são determinantes ao ato de fotografar. O indivíduo que possuía uma câmera tinha apenas o trabalho de criar uma foto, isso foi determinante para a disseminação e popularização da fotografia. Após várias mudanças, adaptações e criações, a chegada do século XX recebe um poder fotográfico aprimorado, prático, leve e popular. Uma fotografia muito próxima da que conhecemos há alguns anos. Sendo que, no Brasil, o retrato chega através dos imigrantes europeus no início do século XX. Em seguida estúdios especializados nessa técnica foram construídos, predominantemente na região sul e no Rio de Janeiro.

1.1. Apontamentos sobre o Retrato

Antes do surgimento das máquinas fotográficas, um retrato era necessariamente parte dominante da pintura, do desenho e da miniatura, e ficava restrito à elite. Com o início da fotografia o conceito de retrato foi abrangido, principalmente partindo do pressuposto de que os propósitos tanto da fotografia quanto da pintura era basicamente os mesmos: retratar a realidade da melhor forma possível. A Gioconda (Figura 5), de Leonardo da Vinci (1452-1519) é o exemplar mais famoso de um retrato. “Antes da invenção da fotografia, a semelhança entre o retrato e o retratado dependia da perícia e sensibilidade do artista e se impunha, assim, como principal critério de julgamento: quanto mais semelhante, melhor o retrato” (KUBKUSLY, 1983, p. 29). Os fotógrafos pioneiros aprenderam com os artistas plásticos a clássica regra dos terços⁶, regra que posteriormente foi utilizada no cinema e na televisão.

⁴ Fonte: google.com.br. Acessado em: 25/04/2015

⁵ Fonte: google.com.br. Acessado em: 29/04/2015

⁶ A regra dos terços define que inicialmente deve-se dividir a fotografia em nove quadros imaginários, formando assim duas linhas horizontais e duas verticais. O assunto a ser fotografado deve ser posicionado nos pontos de cruzamento, utilizando essa técnica obtém-se uma foto equilibrada.



Figura 5: A Gioconda, conhecida também como Mona Lisa (1503-1517), por Leonardo da Vinci⁷

Segundo Annateresa Fabris (2004) em *Identidades Virtuais: uma leitura do retrato fotográfico* o retrato estabiliza uma nova cultura visual, “o retrato torna-se uma imagem disciplinar à qual toda a sociedade deverá se sujeitar, a princípio, para circunscrever anormalidades e desvios, e posteriormente, para atestar o pertencimento do indivíduo ao corpo social” (FABRIS, 2004, p. 46). Nesse ponto podemos observar que o retrato passa a ser utilizado como atestado de existência do indivíduo retratado. “O retrato fotográfico é, sem dúvida, o agente dessa concepção, que transpõe a identidade para o âmbito de uma norma de identificação” (FABRIS, 2004, p. 180).

Apenas no final do século XIX, a fotografia, que sempre esteve à margem de um movimento artístico e fundamentada apenas como discurso documental, objeto tido como capaz apenas de retratar a realidade como tal, começa a se desenvolver em outras direções e caminhar para temas com criação artística, aproveitando o fenômeno social, causado inicialmente e principalmente pela explosão do retrato fotográfico. Aaraon Scharf complementa, “não se pode duvidar que a fotografia serviu para elevar e reforçar a percepção da natureza e a arte por parte dos artistas” (SCHARF, 1994, p. 14). Dessa forma podemos observar no decorrer do século XX, a marcante presença artística do retrato, também presente atualmente.

A busca pela arte desenvolve novos

modelos e formas de se retratar, tanto na fotografia quanto na pintura, artistas contemporâneos apresentam seus trabalhos com maior autonomia e liberdade. A compreensão de fotografia como realidade absoluta é desmistificada, o fotógrafo tem liberdade para compor sua obra, que não necessariamente precisa ser realista.

No jornalismo, o retrato segundo Pedro Jorge Sousa existe “antes do mais, porque os leitores gostam de saber como são as pessoas que aparecem nas histórias” (SOUSA, 2002, p 121). Cabe então ao fotojornalista mostrar além do físico, incluir no retrato características emocionais e da personalidade do fotografado. A expressão facial comanda o retrato, pois nela é possível captar a essência e manter uma comunicação com o receptor final da obra, no caso o leitor. O retratista, sempre que possível, deve optar por utilizar luz natural. Para finalizar esse tópico, vale ressaltar que os retratos são divididos entre individuais e coletivos, esse é um ponto importante já que “a fotografia inaugura os mass media visuais quando o retrato individual é substituído pelo retrato coletivo” (FREUND, 1994, p. 107).

2. Fotografia e Comunicação: Fotojornalismo e Fotopublicidade

Fotografar é desenhar com a luz. Segundo o dicionário Aurélio, fotografar é o “Processo de registrar imagens mediante a ação da luz sobre o filme”. Entretanto, esse processo nem sempre foi prático como na atualidade. Como visto anteriormente, a fotografia passou por inúmeras adaptações e melhorias até se transformar na fotografia desenvolvida atualmente.

O fotojornalismo teve início logo após o nascimento da fotografia, ainda no século XIX. De acordo com o teórico Vilém Flusser (2002), o fotógrafo alemão Carl Friedrich Stelzner (1805 - 1894) utilizando um daguerreotipo, retratou um trágico incêndio em Hamburgo. A imagem foi utilizada para ilustrar a matéria publicada na revista semanal *The Illustrated London News*. No livro, *Filosofia da Caixa Preta: ensaios para uma filosofia da fotografia*, Flusser explica a importância do fato:

(...) seu valor não se deve à antiguidade nem por representar um objeto histórico, mas ao fato de Stelzner ter registrado um evento. Mais do que a imagem em si, é essa intenção testemunhal que prenuncia o uso da fotografia como suporte da informação: pela primeira vez, seu valor não se encontrava em si mesma, mas no que continha. Com efeito, a fotografia é o primeiro objeto pós-industrial: o valor se transferiu do objeto para informação. (FLUSSER, 2002, p. 47)

⁷ Fonte: google.com.br. Acessado em: 29/04/2015

No jornalismo, a imagem era acrescentada como complemento à notícia, servia para agregar confiabilidade, justamente pela segurança e sentimento de veracidade que a fotografia proporcionava, ou seja, ela ratificava os fatos por ser tida, desde seu nascimento, como a representação mais fiel da realidade.

Na publicidade, a fotografia adquiriu espaço um pouco mais tarde, também no século XX, com retratos de celebridades que utilizavam sua popularidade para influenciar a população na compra dos produtos divulgados. Com o passar do tempo, técnicas foram desenvolvidas para que além de instigar a venda houvesse simultaneamente o processo de fixação da marca. Cores, cenários, texturas e figurinos se tornaram aliados no propósito de despertar o desejo de posse na população. Tudo meticulosamente estudado e elaborado por publicitários e fotógrafos da área.

Na idealização, o sujeito, ao fascinar-se pelo objeto fetichizado, cria um estado a-conflitivo, no qual toda falta está ausente. Esse movimento regressivo da psique, aos moldes do ego narcísico primitivo, de natureza conservadora, gera uma atitude de imobilidade e ausência de qualquer negatividade ou crítica. Provavelmente, essa pseudocompletude fornecida pelo “fascínio” do objeto-fetice é um dos principais responsáveis pelo poder de sedução que a “marca” exerce e os mass media em geral, sobre seus consumidores, fornecendo-lhes “prestígio” e “personalidade”, atenuando e gerenciando conflitos (SEVERIANO, 2007, p. 222).

Sabendo disso e de acordo com Teixeira Coelho (1980), podemos entender que a cultura de massa além de forçar o indivíduo a perder o conhecimento sobre si mesmo e aliená-lo, o faz acreditar e comprar ideais transmitidos por imagens nos veículos de comunicação de massa. Ao fazer isso, a indústria cultural além de oferecer produtos que agem como auxílio a fuga da realidade, desconstrói e mata nossas concepções de realidades intoleráveis.

A priori o fotojornalismo buscava captar o momento exato e real do acontecimento, almejando sempre registrar o momento da forma mais isenta possível, sem planejamentos e produções prévias. Enquanto na fotopublicidade a realidade é construída para despertar o interesse de compra na população, com imagens sempre editadas e produzidas.

Atualmente, a fotografia está presente nos principais veículos de comunicação: jornais, revistas, televisão, cinema, ressaltando que imagens em movimento nada mais são do que

fotografias sequenciadas e sincronizadas com áudio. É quase impossível imaginar um mundo hoje sem recursos fotográficos, principalmente quando nos referimos à comunicação de massa. A fotografia e sua utilização na área tornaram-se essenciais, a sedução representada na imagem, tornando o indivíduo espectador em comprador potencial do produto/notícia.

Estudar sobre a fotografia, seu histórico e suas práticas nos faz compreender cada vez mais a citação de Barthes “a fotografia sempre me espanta, com um espanto que dura e se renova, inesgotavelmente” (BARTHES, 1984, p. 123). É um entendimento duplo, como o reflexo de um espelho. Entretanto esse reflexo, por vezes, é mais valorizado que a própria realidade em si. De fato, a fotografia é fundamental no mundo em que vivemos, afinal “vivemos numa civilização da imagem” (JOLY, 1996, p. 9), e por vivermos nessa civilização, encontramos na fotografia e na imagem uma representação de confiança, credibilidade e respeito. Sua praticidade e popularidade permitem que cada um de nós possamos nos expressar por meio dela, até mesmo uma criança de três anos é capaz de praticar o ato de fotografar, por meio de um celular e revelar ao mundo àquela realidade observada por ela no momento do ‘click’.

Mesmo quem nada entende de fotografia pode ser apaixonado por ela. Não há quem não possua uma foto de família, recordação no papel que seguirá pelo resto da vida (CESAR, 2006, p. 202).

Em relação à documentação imagética, buscamos traçar uma breve comparação em relação ao fotodocumentarismo, podemos pontuar que este se difere do fotojornalismo pelo tempo de preparo que antecede cada produção. O fotodocumentarista tem mais tempo disponível para desenvolver seu projeto fotográfico, podendo assim, fazer um estudo preliminar sobre as condições dos ambientes. Além de que, esse profissional tem a oportunidade de abranger seus conhecimentos sobre o tema, pesquisa-los, tendo assim a capacidade de se antecipar diante dos fatos, traçando métodos e estratégias, tornando sua obra atemporal.

3. Uma reflexão sobre o Fotojornalismo

O nascimento do fotojornalismo se dá no século XX, na Europa, sobretudo quando o homem passa a enxergar além de si mesmo, abre seus olhos para os acontecimentos do mundo e sente-se tentado a compartilhar esse sentimento com o próximo em busca de melhores condições

de vida e informação. A partir desse momento, as fotografias passam a retratar também a população por meio de jornais e revistas ilustradas, a Alemanha, entre os anos vinte e os anos trinta, tornou-se o país com maior número de revistas ilustradas publicadas. A sociedade então passa a ter acesso à informação imagética, começam a visualizar o mundo da mesma forma que os fotógrafos, editores e veículos de imprensa.

A fotografia entra no jornalismo com intuito de ilustrar, acompanhar e complementar o texto, enquanto o papel do redator é escrever as legendas dessa imagem. Dessa forma a notícia ganha veracidade na apresentação do fato e status de prova incontestável, no jornalismo. Ao falarmos em veracidade é importante ressaltar que a fotografia, como vimos anteriormente, é uma representação⁸ do fato, nela estão contidos os ideais do fotógrafo e os interesses da linha editorial do veículo, podendo assim ser manipulada. A Fotografia é um processo que desde seu princípio de concepção passa por um processo de montagem, sua relação química já é uma forma de construção das imagens e da forma como esta imagem será apresentada, a subjetividade interpretativa da imagem fotográfica está desde a sua concepção

Nascida num ambiente positivista, a fotografia já foi encarada quase unicamente como o registo visual da verdade. Foi nesta condição que foi adoptada pela imprensa. Hoje, já se chegou à noção de que a fotografia pode representar e indiciar a realidade, mas não registra-la nem ser o seu espelho fiel (SOUSA, 1999, p 13).

Esses eram tempos de crises e grandes guerras como a Guerra da Crimeia (1853 – 1856)⁹, Guerra de Secessão (1861 – 1865)¹⁰, a Guerra Civil Espanhola (1936 – 1939), Primeira Guerra Mundial (1914 – 1918), Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945) e a Guerra do Vietnã (1954 – 1975), períodos nos quais os fotojornalistas tinham a missão de informar e levar as imagens até seus leitores, marcando a década com suas inúmeras foto-choques¹¹, que nada mais eram que a

representação odiosa sobre esses conflitos.

3.1. Instante Decisivo: Subjetividades

O conceito “Instante Decisivo” foi elaborado por Henri Cartier-Bresson, um dos maiores ícones do fotojornalismo e do fotodocumentarismo mundial. A concepção dessa doutrina está no aceitar que na fotografia existe um momento efêmero, cuja duração não dura mais que uma fração de segundo. No “Instante Decisivo” o fotógrafo tem a missão de capturar essa fração de segundo, caso contrário o instante da obra é perdido.

O instante decisivo pode ser facilmente identificado em obras que captem por precisão o que chamamos de “momento-chave”, que podem ser um olhar, um beijo, o posicionamento de uma luz, o voo de um pássaro ou simplesmente um salto sobre uma poça d’água (Figura 6). O conceito de instante decisivo mostrou ao mundo que a fotografia mostra mais que simples imagens. Essa doutrina trouxe ao fotojornalismo movimento e emoção, Henri Cartier-Bresson resumiu esses sentimentos como: “(fotografar) é colocar na mesma mira a cabeça, o olho e a emoção” (Cartier-Bresson; 2004). O instante decisivo não é algo que possa ser tocado é apenas algo que possa ser sentido. Em sua obra Cartier-Bresson diz “nós trabalhamos no movimento, uma espécie de presentimento da vida, e a fotografia deve captar, no movimento, o equilíbrio expressivo.” (Cartier-Bresson; p 24; 2004). Qualquer detalhe pode influenciar e modificar a perspectiva da obra fotográfica. O fotógrafo deve estar atento a todos os detalhes e prever os movimentos e acontecimentos da cena a ser fotografada, para que assim, capte o exato momento efêmero que tanto almejamos. A composição ideal deve ser sempre uma preocupação permanente, entretanto ao fotografar nessas condições, por necessidade, ela passa a ser intuitiva. “Uma fotografia é para mim o reconhecimento simultâneo, numa fração de segundo” (Cartier-Bresson, p 25; 2004).

⁸ Representar nunca é apenas relatar um fato. A representação é diferente da realidade e do realismo. Para o dicionário significa o Ato ou efeito de representar. Exposição, exibição. Idéia que concebemos do mundo ou de uma coisa. Retornarei a esse tema de forma mais profunda e ampla no próximo artigo.

⁹ SOUSA(2002), pontua que o fotojornalismo desenvolvido na Criméia não era foto de guerra pois retratou apenas os soldados, de forma a já estar imbuído em uma censura prévia.

¹⁰ A Guerra de Secessão que os fotógrafos montavam as composições a fim de tornar as fotografias mais interessantes – a doutrina scoop!

¹¹ As foto-choques eram basicamente fotografias que retratavam a visão odiosa da guerra, representavam a estética do horror. Roland Barthes (2011) afirma que as fotos-choque não se destinam à nossa sensibilidade: elas são posadas e carregadas de intencionalidade – alguém refletiu por nós, julgou por nós.



Figura 6: Praça na Europa, 1932. Foto: Henri Cartier-Bresson¹²

3.2. A evolução do fotojornalismo

Os princípios da fotografia jornalística são completamente opostos aos princípios que regem as fotografias documentais e publicitárias. A fotografia jornalística trabalha com o presente e tem como priori mostrar, expor, denunciar, revelar e opinar sobre os fatos, sempre almejando informar o público. O fotojornalista quando chega a seu ambiente de trabalho raramente sabe o que irá fotografar e quais condições enfrentará. Esse profissional deve sempre estar preparado para o acaso, ser dotado de intuição e sentido de oportunidade. Jorge Pedro Sousa (1998) ressalta que o fotojornalismo não é constituído apenas por fotos, ele carrega consigo a necessidade de um complemento textual que forneça as informações necessárias que contextualizem e situe o leitor. Hicks in Smith (1972) ex-diretor da revista Life complementa: “o fotojornalismo se caracteriza pela particular integração dos meios verbais e visuais numa publicação e a combinação dos esforços de três profissionais distintos: o redator, o fotógrafo e o editor”.

No livro, Uma história crítica do fotojornalismo ocidental (2000), Sousa relembra que o fotojornalismo moderno nasceu realmente nos anos vinte. Os fotógrafos em destaque daquela época eram Erich Salomon (1886-1944) e Felix H. Man (1893-1985). A partir desse momento iniciava-se uma nova fase para o fotojornalismo, que nesse momento deixa de auxiliar e ilustrar o texto e passa a trazer consigo uma ideologia, que Sousa descreve como mais informativa. O aspecto gráfico também sofreu evoluções consideráveis

em seus periódicos. Essa evolução exigiu que os foto-repórteres pensassem em suas fotografias antes de fotografá-las, foto-ensaios, sequências fotográficas e foto-reportagens tornaram-se comuns.

A criação da revista Life, em 1936, renovou e ampliou a ideia de fotojornalismo, que antes era visto apenas como jornalismo de guerra, devidos aos grandes conflitos históricos ocorridos nesses períodos: Segunda Guerra Mundial e Guerra do Vietnã. A revista americana chegou ao seu fim em 1970, mas ficou conhecida pela valorização da fotografia. Seus editores optavam por imagens que contassem uma história por si só. Com isso a Life, levava seus leitores para conhecer locais, povos, culturas e costumes, sendo assim considerada a primeira e mais conhecida revista de fotografia norte-americana.

Falar de fotojornalismo sem citar a agência Magnum é impossível. A agência Magnum foi criada em 1947, pelo consagrado fotojornalista, Robert Capa, autor da célebre frase: “Se sua foto não ficou boa é porque você não chegou perto o bastante”. A Magnum tinha por essência respeitar a integridade da obra de cada autor e a agência funcionava como cooperativa onde os fotógrafos associados decidiam como e quais trabalhos deveriam ser executados. A agência contava com a participação de grandes nomes como o fotógrafo francês Henri Cartier Bresson (1908-2004), o polonês David Seymour “O Chim” (1911-1956) e o inglês George Rodger (1908-1995).

Nos anos 40, a grande reportagem invadia as revistas e privilegiava o trabalho do fotógrafo como “contador de histórias”. O destaque brasileiro para esse modelo foi a revista O Cruzeiro. Mais tarde nos anos 50 e 60 revistas como a Manchete e Realidade surgiram usando o mesmo formato. Não são poucas as razões por essa ser considerada a época de ouro do fotojornalismo nacional. Já nos anos 80, o fotojornalismo ideológico e engajado retoma sua força e nesse momento deixa a imparcialidade de lado e mostra seu posicionamento de forma aberta e clara.

3.3. Texto legenda

O jornalismo tem como principal função informar, “os discursos jornalísticos incidem sobre o real” (Sousa, p 66; 2004). Para informar, o jornalista pode utilizar diversos tipos de textos e gêneros jornalísticos. Os tipos de texto variam entre narrativos, descritivos, expositivos e argumentativos. Enquanto os gêneros jornalísticos podem ser tipificados em artigo, editorial, entrevista, notícia, crônica, charge e assim por diante. Os gêneros jornalísticos podem variar de acordo com a linha editorial do veículo de comunicação, com os contextos histórico-sociais e

¹² Fonte: google.com.br. Acessado em: 01/05/2015

a própria evolução social. Os textos jornalísticos priorizam a objetividade e a imparcialidade. O texto deve ser conciso e acessível a qualquer classe social e econômica, sem exceções. Sobre os textos-legendas, esses devem sempre trazer informações referentes sobre as respectivas imagens. Cada veículo possui um manual próprio de redação, que contém o estilo gramatical, gráfico e normas da empresa. Para o Manual de Redação do Estadão, as legendas precisam: "(...) sempre que possível, cumprir duas funções, simultaneamente: descrever a foto e dar uma informação ou opinião sobre o conhecimento. O uso de dois pontos é recomendável, até por ser um elemento facilitador. A não ser em casos excepcionais, toda legenda do Estadão tem uma linha de texto (Estadão, p. 159; 1998).

São raras as imagens que sustentam seu entendimento por si só, e é por isso que os textos-legendas são tão importantes para o jornalismo e para o fotojornalismo. Um texto-legenda pode mudar drasticamente o entendimento de uma imagem. Peregrino ratifica que "entre a foto e a legenda se estabelece uma relação mais imediata, que influi na percepção, leitura e compreensão da imagem fotográfica" (Peregrino, p 46; 1991). O manual do Estadão vai além ao afirmar: "Como é ao mesmo tempo uma notícia e uma legenda, deve, por isso, descrever a fotografia e relatar o fato em linguagem direta e objetiva (...) O ideal é que o texto-legenda contenha pelo menos duas frases, a primeira descritiva e a segunda complementar e informativa como título, reproduza algum pormenor da notícia ou mesmo a sintetize" (Estadão, p. 281; 1998).

3.4. Fotojornalismo no mundo globalizado

Com a globalização, houve diversas mudanças e evoluções tecnológicas, essa era marca o avanço na fotografia que deixa de ser analógica e passa a ser digital. No livro: Fotojornalismo, internet e participação: os usos da fotografia em weblogs e veículos de pauta aberta, Paulo César Vialle Munhoz (2006) conta um pouco como se deu esse processo: "Em 1995 o jornal canadense Vancouver Sun torna-se o primeiro jornal totalmente baseado em fotos digitais (...) A fotografia jornalística entra no século XXI dotada de um extremo potencial técnico na captura de imagens e na velocidade de transmissão e disponibilização. A Internet associada à funcionalidade cada vez maior de computadores, celulares, PDAs, laptops, gera um novo e dinâmico espaço de veiculação das fotografias jornalísticas, que abastecem esse mercado online 24 horas por dia (MUNHOZ, p. 55; 2006)

Nos anos 90 há um declínio no fotojornalismo mundial, que deixa de lado sua essência, informar, e assume um caráter mais

fotopublicitário, característica que pode ser vista até os dias de hoje. A fotografia de imprensa retorna ao seu posto de ilustrativa. Luzes, sombras, conceitos construídos sob uma estética superficial são o que atraem os olhares dos leitores. A fotografia de guerra é substituída pelo drama, que comove mais não informa. É bonita, mas não foto jornalística. A composição é construída, falsa, faz-se crer na instantaneidade do fato. Instantaneidade que não existe. O instante é manipulado.

Nos últimos anos as imagens jornalísticas presam pelo espetáculo, "tudo que era vivido diretamente tornou-se uma representação." (Debord, 1997, p. 13). A imagem não sumiu dos veículos de comunicação, mas o objetivo de informar e capturar a essência do fato em tempo real foi sutilmente através do tempos substituído pelo personalismo, pelo espetáculo, pela foto construída e posada. "A fotografia que vai na capa do jornal não é a mais informativa ou importante. É a mais bonita". (PERSICHETTI, 2006, p. 185). Dessa forma, podemos entender, que as imagens que vemos na imprensa não condizem com a realidade, elas são apenas uma reconstrução, feita por profissionais com intuito de tocar o emocional do leitor e também do consumidor.

Diferente dos anos de glória do jornalismo, hoje a mídia está cheia de fotografias que não informam nada, que não representam nada. São imagens de alta qualidade técnica, mas que não passam de imagens-espetáculos que buscam apenas comercialização. Tudo isso acontecendo em plena era digital, onde a rapidez da troca de informações dificulta o impacto sobre as notícias nos veículos de comunicação. O mundo está mudando, cabe a nós profissionais da comunicação nos adaptar a essa nova fase.

"A migração da fotografia analógica para digital supõe uma verdadeira revolução no tempo de recepção, que tem efeitos diretos sobre uma nova concepção do valor de uma imagem. A incorporação das tecnologias digitais supõe a passagem da relação temporal da fotografia com a realidade a uma relação temporal baseada exclusivamente no tempo de sua distribuição e na eliminação das barreiras do espaço.(...) Para que a foto exista, é necessário que alguém tenha estado presente ali. Isto confere à fotografia uma misteriosa eficácia e se torna uma referência implícita e obrigatória de uma dupla presença, a do objeto fotografado, que a foto garante que "isso estava ali", e a do fotógrafo que também estava ali e que viu como eu o vejo.(...) A digitalização concede, no entanto, uma margem de manobra ao fotógrafo, que sempre pode escolher, controlar, retocar e transmitir as imagens desde o mesmo lugar do acontecimento e em tempo real, inclusive antes de acabar o evento. A realidade supera o real, e o digital permite atingir o último estágio do êxtase midiático, fabricando a imagem antes de que esta ocorra"

(Vilches, 2006, p 158-163).

É importante ressaltar que estamos passando pelo fenômeno “jornalista-cidadão”, previsto por Debord (1997, p. 14): “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.”. O jornal O Estado de S.Paulo foi o pioneiro, em território nacional a incluir esse recurso em sua rotina. Apesar de estar em evidência, desde o início do fotojornalismo alguns acontecimentos foram registrados primeiro pela população e seus fotógrafos amadores e depois por fotógrafos profissionais e fotojornalistas. A era digital e a enorme quantidade de troca de informações trouxe esse tema à tona para discussão. Apesar de aparentemente oferecer risco, na realidade o “jornalismo-cidadão” não tira o espaço do fotojornalista e do jornalista em si, pois esses profissionais não podem sempre estar presentes em todos os lugares o tempo todo, contar com a ajuda da população é de fundamental importância para a evolução dos meios de comunicação. É fato que nossa sociedade está dominada por esse conceito de espetáculo, dessa forma podemos entender que o fotojornalismo da década não representa um fato em si, mas sim cria a ideia de desejo, emoções e promessa nos indivíduos. Sobre a relação entre a comunicação e o mundo globalizado em que vivemos Lorenzo Vilches (2006) afirma que:

“A Internet está destinada não a substituir imediatamente o jornalismo tradicional, mas sim, a exercer uma concorrência que pode equilibrar o poder da informação. (...) Na rede, as notícias se misturam com os rumores, os enganos e as fantasias, e se vendem por menos de uma gazeta, porque se oferecem de forma gratuita (...). A rede permite também o jornal feito por um só redator, e inclusive, dirigido especificamente a um só leitor: propicia a personalização da informação, sua especialização ao máximo”.

Hoje possuímos câmeras digitais que são capazes de captar imagens em frações de segundo cada vez menores, recursos capazes de aumentar de forma considerável nossa capacidade de enxergar uma cena. A tecnologia reformulou o ofício de fotojornalismo e a rotina nas execuções diárias e nas confecções das pautas, mas reformulou principalmente a interação com a sociedade. Consumimos mais informações que todas as gerações passadas, entretanto o ato de espetacularizar uma notícia ou uma imagem faz com que a população tome como verdade uma encenação. Entre as milhares de notícias e imagens que saem na mídia todos os dias, as que chamam mais atenção são justamente aquelas que criam a ideia de espetáculo. Apesar dos inúmeros recursos tecnológicos que temos, das inúmeras possibilidades de evoluirmos, estamos presos na era do espetáculo.

4. Análise do Retrato

Esse tópico é destinado para a discussão, apresentação e análise breve de alguns dos meus trabalhos autorais, comentando um pouco sobre os fotógrafos Marlene Bergano e Martin Parr, que são minhas maiores referências na fotografia contemporânea, me inspirando diversas vezes na composição e criação de inúmeros de muitos projetos.

O retrato autoral que utilizarei como objeto para análise comparativa foi veiculado na capa do caderno de moda do Jornal Comunidade para edição especial de Natal, com parceria do Park Shopping, em dezembro de 2014, em Brasília (Figura 12 e 13)¹³. O ensaio contou com a pré-produção dos jornalistas Danillo Costa e Victoria Junqueira Pollo, dirigido e pós-produzido por mim. A ideia original do editorial, além de valorizar a estrutura da locação, no caso o Park Shopping, era brincar com o conceito estético de mistura de estampas, oscilando combinações que facilmente transitam entre o *chic* e o brega, conceito que pode ser observado também nos trabalhos de moda de Martin Parr, que ironiza o modelo tradicional de se fotografar moda, que foge da realidade e do biótipo feminino espalhado por todo o globo. Contamos com a participação da modelo brasileira Juliana Viegas. O ponto forte do ensaio são fundos desfocados, muito usado pelos fotógrafos, Marlene Bergano e Martin Parr, essa técnica valoriza o tema principal da fotografia e permite a relação de tempo/espaço com o sujeito retrato. Em alguns casos temos a sensação do ser humano preso no caos da rotina diária que vivemos atualmente.

O editorial foi concebido na ausência total de elementos de iluminação externa, como por exemplo, flashes e refletores, presando pela iluminação natural e compensando os desvios com aberturas maiores e velocidades mais rápidas, iso 400, característica presente principalmente nos trabalhos de Marlene Bergano. Nas minhas obras a modelo é sempre o objeto principal, sempre enquadrada no centro do retrato, diferente das obras de Marlene e Parr, que brincam com o objeto, que podem transitar por todas as posições de enquadramento, predominantemente seguindo a regra de três terços.

As características técnicas mais marcantes nos trabalhos de Marlene Bergano, Martin Parr e também nos meus trabalhos autorais, são as cores, que na maioria das vezes não sofrem muitas alterações na pós-produção, quando essa se faz necessária. Essa técnica faz a fotografia ser mais humana e cria uma relação de troca entre leitor e fotógrafo, fazendo com que o

¹³ Trabalho autoral, realizado em dezembro de 2014 para campanha de Natal do Jornal Comunidade, com parceria do Park Shopping.

expectador possa encontrar sua realidade na fotografia. O dinamismo e a reflexão, também são pontos recorrentes nos trabalhos dos fotógrafos mencionados acima. Nos três casos, as fotografias sempre levantam temas referentes às questões sociais que merecem ser discutidas, sendo estas expostas de maneira direta ou subjetiva. No caso da minha obra, isso pode ser observado subjetivamente, quando tentamos quebrar *tabus* da moda, sem medo de ousar, usar e transparecer em nossas roupas nosso estado de espírito, sendo ele extravagante ou não, dessa forma o sentimento transmitido é de liberdade: Somos livres para sermos e vestirmos o que quisermos.



Figura 12: Capa do caderno de moda e comportamento do Jornal Comunidade, Brasília (2014). Foto: Patricia Gontijo



Figura 13: Foto utilizada na capa do Jornal Comunidade, Brasília (2014). Foto: Patricia Gontijo. Modelo: Juliana Viegas.

A premiada repórter fotográfica Marlene Bergamo, bicampeã do Troféu Mulher Imprensa, com fotos expostas no Museu Stedelijk (Holanda), Museu Ludwig (Alemanha) e durante a PHotoEspana Festival Fotografia (Madri), faz parte do seleto grupo de fotógrafos brasileiros que se

mantém no fotojornalismo diário sem perder a graça do dia a dia. A fotojornalista paulista, atua na profissão desde os anos 90, quando entrou para o quadro de fotojornalistas do jornal *Notícias Populares*, fotografando cenas de assassinato na capital paulista durante a madrugada. Seus trabalhos fizeram história e são utilizados como referência atualmente. Ela criou uma estética própria, capaz de construir fotografias muito bonitas mesmo estando em um ambiente extremamente ríspido e perturbador. Utilizando ângulos e composições distintas, aproveitando sempre a luz ambiente, criava uma fotografia texturizada, com sombras, carregadas de emoção e alertas para sociedade paulista que chamavam atenção sobre os perigos da capital. Em 1995 foi contratada pelo jornal Folha de S. Paulo e encarregada pela cobertura da coluna social. Ela foi a principal responsável pelo redimensionamento da página 2 da *Ilustrada*, na coluna de Joyce Pascovitch. Com maestria alinhou seu domínio técnico com talento, a partir deste momento as fotos posadas abriram espaço para retratos dinâmicos, cenas roubadas e borradas, utilização de lentes grande-angulares e flash lateral. Deixando a cobertura mais ágil, informal e descontraída. Posteriormente, passou a ilustrar matérias gerais (Figura 7)¹⁴, permanecendo atualmente no jornal Folha de S. Paulo. Além do seu trabalho como fotojornalista, Marcele preside a organização não-governamental AIC Papel Jornal, projeto desenvolvido para auxiliar adolescentes da periferia de São Paulo. Na exposição *Bom Retiro e Luz: Um Roteiro (1976-2011)*, a fotojornalista mostra sua força em imagens que oscilam entre o limite da luz e da escuridão (Figura 8)¹⁵, dando ênfase ao seu talento legítimo de fotógrafa. No cinema realizou fotografia de cena dos filmes *Sábado e Boleiros (1998)* de Ugo Giorgetti, *Bicho de Sete Cabeças (2001)* de Laís Bodanzky (Figura 9)¹⁶ e *Carandiru (2003)* de Hector Babenco.

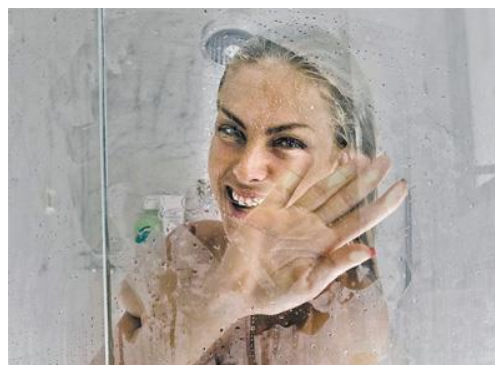


Figura 7: Ana Hickmann para *Folha Ilustrada* (2010). Foto: Marlene Bergamo

¹⁴ Fonte: google.com.br. Acessado em: 30/05/2015

¹⁵ Fonte: google.com.br. Acessado em: 30/05/2015

¹⁶ Fonte: google.com.br. Acessado em: 10/06/2015



Figura 8: *Bom Retiro e Luz: Um Roteiro* (1976-2011). Foto: Marlene Bergamo



Figura 9: Rodrigo Santoro em *Bicho de Sete Cabeças* (2001). Foto Marlene Bérghamo

Martin Parr é considerado por muitos como o mago do fotojornalismo contemporâneo. O britânico é membro da agência Magnum Photographic Corporation, desde 1994, seus trabalhos são conhecidos principalmente por desencadarem uma crítica sobre a vida moderna, provincial e suburbana, em particular na Inglaterra (Figura 10)¹⁷. Recebeu vários prêmios, entre eles o Dr. Erich Salomon, da Sociedade Alemã de Fotografia (2006), e o PhotoEspaña (2008), do Festival Internacional de Fotografia, concedido pelo conjunto da sua obra e por sua influência na fotografia contemporânea. Possui em seu currículo cinquenta livros. Recentemente, Parr tem desenvolvido projetos cinematográficos, além de trabalhos desenvolvidos para os setores de moda e propaganda.



Figura 10: *GB. ENGLAND* (2003). Foto: Martin Parr

Para compor imagens tão coloridas Martin Parr usava filme amador, Fuji 400 Superior. Isso, combinado com o flash, dá uma saturação de cor elevada. Hoje o fotógrafo utiliza uma Canon 5D Mark III, combinado com o flash speedlight 600 ex. Parr não utiliza elementos de pós-produção, como por exemplo o Photoshop, em suas fotografias. A revista italiana *Amica* (Figura 11)¹⁸ foi à primeira experiência do fotógrafo com trabalhos voltados para moda (1999), nessa vertente Martin Parr atua de maneira singular e crível, desvincilando-se da concepção de moda tradicional, fazendo casting nas ruas, o que faz seu trabalho ter um resultado mais despojado e humano. Analisando os trabalhos de Parr, podemos observar que em seus trabalhos ele consegue transformar em real um modelo fotográfico, comprovando a participação do espectador na experiência retratada e na construção da paisagem social representada. O que resulta em um trabalho com conceitos e situações familiares e divertidas.



Figura 11: *Fashion shoot for Amica* (unpublished), New York, USA, (1999). Foto: Martin Parr

Conclusão:

A fotografia não é uma obra inconsciente. Quem fotografa quer expor para a sociedade sua mensagem seja ela de cunho social ou simplesmente transmitir desejo a alguém. A imagem se alimenta da atualidade e daquilo que está dentro do fotógrafo, toda a sua vivência, experiências, conhecimento, cultura e desejos. Assim como diz o documentarista José Medeiros, fotógrafo da extinta revista brasileira *O Cruzeiro*, "fotografia é tudo o que vemos, mas o que vemos depende de quem somos". Desde seu nascimento a fotografia nos instiga de maneira singular e

¹⁷ Fonte: //MagnumPhotos.com. Acessado em: 10/06/2015

¹⁸ Fonte: //MagnumPhotos.com. Acessado em: 16/06/2015

aguça nossos sentidos. Durante esse artigo discutimos o poder da fotografia na sociedade, principalmente aliada à comunicação e percebemos o quanto podemos ser moldados por essa sedução que a imagem nos transmite, tanto na publicidade, que nos envolve de maneira descarada, quanto no fotojornalismo que nos prende a visão do veículo. Colocamos em pauta dois momentos fundamentais para o fotojornalismo, o informativo e o espetáculo. No primeiro caso o fotojornalista tinha a missão de informar a população por meio de imagens, estava sempre atrás do fato em si. Escrevia suas notícias apenas com fotografias. No segundo momento, vimos o profissional espetáculo, que não assume como responsabilidade informar, mas sim chamar a atenção do leitor com imagens muito bem compostas e construídas. Sua preocupação principal é a estética. Esse é o momento em que o fotojornalismo perde uma de suas características principais, o imediatismo. A estética domina o mercado consumidor e cabe aos fotojornalistas atuais se adaptarem as novas regras. É raro encontrar na mídia hoje trabalhos que seguem a doutrina do instante-decisivo, de Cartier-Bresson e fotografias que tenham as características dos

primórdios do fotojornalismo. Consumimos muito, todavia são raros os trabalhos fotojornalísticos que trazem consigo a essência em informar substancialmente. Vivemos na era do descartável, na era de profissionais multimídia que precisam se adaptar ao mercado e ao desejo do consumidor, dessa forma vemos cada dia mais trabalhos fotojornalísticos se fundindo a trabalhos fotopublicitários, afinal o que vendemos é a falácia da beleza perfeita.

Agradecimentos:

Agradeço a minha orientadora, Marta Mencarini, pela paciência e disponibilidade e por me ajudar a enxergar novos horizontes e perspectivas. Agradeço também a toda equipe de docentes da faculdade Icesp por compartilharem seus conhecimentos e técnicas. Para finalizar gostaria de deixar registrada minha enorme gratidão por todos aqueles, amigos e familiares que me acompanharam e estimularam nessa jornada em busca por conhecimento. Obrigada a todos!

Referências:

- 1 - AMAR, Pierre-Jean. História da Fotografia. Lisboa: Edições 70, 2010.
- 2 - BUSSELLE, Michael. Tudo Sobre Fotografia. São Paulo: Círculo do Livro, 1977.
- 3 - CARTIER-BRESSON, Henri. O imaginário segundo a natureza. Barcelona: G. Gili, 2004.
- 4 - CARTIER-BRESSON, Henri. The Aperture, History of Photography. N. York: Aperture, 1976, Apud GURAN, M. Linguagem fotográfica e informação. Rio de Janeiro: Editora Gama Filho, 2002.
- 5 - COELHO, Teixeira. O que é Indústria Cultural. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- 6 - DE PAULA, Jeziel. 1932 Imagens Construindo a História. São Paulo: Editora Unicamp, 1999.
- 7 - DEBORD, Guy. Sociedade do espetáculo, Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- 8 - FABRIS, Annateresa. Identidades Virtuais: uma leitura do retrato fotográfico. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.
- 9 - FLUSSER, Vilém. Filosofia da Caixa Preta: ensaios para uma filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- 10 - FREEMAN, Michael. Novo Manual de Fotografia, Ed. Presença.
- 11 - GOMBRICH, Ernst Hans. História da Arte, 16^o ed. São Paulo: LTC, 2000
- 12 - JOLY, Martine. Introdução à análise da imagem. Campinas, SP: Papyrus, 1996. Coleção Ofício de Arte e Forma. Londrina: v.2. n.2, p. 179-190, 2006.
- 13 - KUBRUSLY, Cláudio A. O que é fotografia. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1983.
- 14 - MARTINS, Eduardo. Manual de redação e estilo o Estado de São Paulo. 3^a ed. São Paulo: Moderna, 1997.
- 15 - MUNHOZ, Paulo César Vialle (2006), Fotojornalismo, internet e participação: os usos da fotografia em weblogs e veículos de pauta aberta, Salvador: Dissertação de mestrado.
- 16 - PEREGRINO, Nadja. O Cruzeiro: a revolução da fotorreportagem. Rio de Janeiro: Dazibao; Ágil,

1991.

- 17 - PERSICHETTI, Simonetta: A encruzilhada do fotojornalismo. Revista Discursos Fotográficos, 2006.
- 18 - SCHARF, Aaron. Art y Fotografia. Madri: Alianza Editorial, 1994.
- 19 - SEVERIANO, M. F. V. Narcisismo e publicidade: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade. 2ª edição. São Paulo: Annablume, 2007.
- 20 - SOUSA, Jorge Pedro. Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.
- 21 - SOUSA, Jorge Pedro. Uma história crítica do fotojornalismo ocidental. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.
- 22 - VILCHES, Lorenzo. Migrações midiáticas e criação de valor. In: MORAES, Dênis (Org.). Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.