

CONEXÕES FOTOGRÁFICAS NA INTERNET – A HIPERTEXTUALIDADE NO FOTOJORNALISMO

Autores: Cristiane Fontinha Miranda¹

Maria José Baldessar²

Resumo

O presente artigo analisa o papel da fotografia nos portais de comunicação e a crescente participação do design nesse fluído limite espacial. A estética e a linguagem do fotojornalismo passam por uma transformação, com novas possibilidades de leitura e interatividade. A relação entre o leitor e a imagem deixa de se limitar à linearidade do papel.

Palavras-chaves

Comunicação; Design; fotografia.

Abstract

This paper analyzes what is the role photograph plays at Internet newspapers and its increasing participation of design in this fluid spacial limit. Photojournalism aesthetics and language goes through a transformation, with many options of interactivity and reading. The relation between the reader and the image is not limited by the linearity of the paper.

Ao longo da história do jornalismo, a fotografia se consolidou como elemento primordial na produção da notícia. Com o advento da era digital, a estética e a linguagem do fotojornalismo estão passando por uma grande transformação. A relação do leitor com a imagem deixou de se limitar à linearidade do papel, e hoje se apresenta com novas possibilidades de leitura e interatividade.

Embora a internet já seja considerada uma mídia com características gerais estabelecidas e assimiladas conforme Canavilhas (2008), Salaverría (2003) e Ward (2004), o papel da fotografia ainda não está claramente definido - seus recursos informativos e visuais não estão sendo plenamente aplicados em toda a potencialidade.

Na contramão do conteúdo publicado pelas empresas jornalísticas em seus veículos tradicionais, os blogs têm quebrado paradigmas, ousando arriscar em novas linguagens que são assimiladas e logo incorporadas pelos portais e jornais online. Uma referência importante é o blog *The Big Picture*³, que pertence ao jornal *The Boston Globe*⁴. Criado em 2008 pelo programador Alan Taylor, o blog foi sucesso imediato. Em apenas 20 dias chegou a alcançar 1,5 milhão de *pageviews* e obteve cerca de 1.500 comentários. Assim como o nome revela, o blog traz extensas coberturas em grande formato, sob o ponto de vista de diferentes fotojornalistas. No início de 2011, o criador do blog, que tem oito milhões de *pageviews* ao mês, levou o projeto – rebatizado de In Focus – para a revista *The Atlantic*⁵, sediada em Washington DC.

A internet nos proporciona uma visão mais global da notícia e a fotografia se destaca como linguagem universal. No último Dia dos Namorados, Taylor utilizou 28 fotos para oferecer ao público uma cobertura ampla e diversa. Além das tradicionais imagens de casais em clima de romance, ele optou por mostrar cenas como as de hindus destruindo os símbolos da data, por considerá-los uma invasão cultural, além da comemoração entre casais homossexuais e idosos. Enquanto no impresso a reportagem visual se limitaria a uma edição com poucas fotos – o impresso se vê restrito pelo espaço físico do papel, a internet permite que a fotografia seja apresentada em grande formato e o tema interpretado por vários fotógrafos ao redor do mundo, que retratam a realidade de várias culturas.

Santaella (2004, p. 48) considera que a “hipermídia mescla textos, imagens fixas,

animadas, vídeos, sons, ruídos em um todo complexo”. Para ela, “um segundo traço da linguagem hipermídia está na sua capacidade de armazenar informação e, por meio da interação do receptor, transmutar-se em incontestáveis versões virtuais que vão brotando na medida mesma em que o receptor se coloca em posição de co-autor”.

As novas técnicas fotográficas permitem essa navegação livre por parte desse co-autor, que pode dar um giro em torno da imagem fotografada em 360^o, atirar-se na direção de um objeto com a intenção de perceber um detalhe ou uma expressão. Detalhes estes, registrados pelo fotógrafo, mas percebidos e capturados pelo observador, que viaja em busca de um outro fragmento de informação contida naquele registro.

A internet ainda permite uma outra forma de navegar em blocos de informações, por meio de fotografias apresentadas em grande formato, aos moldes do blog *The Big Picture* ou do recém criado *In Focus*, contidas nas imagens produzidas pelos fotojornalistas de diversos países sobre um mesmo tema. Cada foto, neste caso, traz informações com referenciais diversos. A hipertextualidade está contida nos blocos de informações representados em cada fotograma. Numa página da *web*, o internauta consegue ver o Carnaval pelos olhos de um fotógrafo brasileiro ou de um colombiano. Na cobertura do Carnaval/2011, o blog *In Focus* trouxe 52 fotos das comemorações pelo mundo.

Em vez de um fluxo linear de texto como é próprio da linguagem verbal impressa, no livro particularmente, o hipertexto quebra essa linearidade em unidades ou módulos de informação, consistindo de pares ou fragmentos de textos. Nós e nexos associativos são os tijolos básicos de sua construção. Os nós são as unidades básicas de informação em um hipertexto. Nós de informação, também chamados de molduras, consistem em geral daquilo que cabe em uma tela. Cada vez menos os hiperdocumentos estão constituídos apenas de texto verbal, mas estão integrados em tecnologias que são capazes de produzir e disponibilizar som, fala, ruído, gráficos, desenhos, fotos, nós. (Santaella, p.49)

Salvo exceções, que serão consideradas referenciais para este artigo, a fotografia na internet ainda tem como base os paradigmas dos veículos impressos (jornais e revistas), criados no começo do século XIX. Com a consolidação da *web*, a produção fotográfica percorre novos caminhos e se reinventa. Quais caminhos são esses? O que a internet

oferece de novo para a fotografia e o qual o papel da fotografia nesse meio? Que dificuldades enfrentam os veículos de comunicação na aplicação dessas potencialidades?

Estudos preliminares apontam a velocidade na transmissão dos dados na internet como fator limitante para que os recursos fotográficos fossem amplamente explorados. O Brasil ainda fica atrás de muitos países em número de acessos e média de velocidade, apesar de ter crescido 71% em 2010, como revelou o balanço divulgado pelo Sinditelebrasil - a base de acessos de internet rápida chegou a 34,2 milhões no país, consequência da inclusão de 14,2 milhões de novas conexões.

Mas, pelos padrões americanos, a banda larga no Brasil praticamente não existiria. Nos Estados Unidos, os requisitos mínimos para que as conexões sejam consideradas banda larga pelos provedores de acesso são de pelo menos 4 Mbps para download e 1 Mbps para upload. No Brasil, 63,5% das conexões consideradas banda larga têm menos de 2 Mbps.

Além da excelência tecnológica, que algumas vezes independe do esforço dos veículos de comunicação, fotografar na era da conectividade é exercitar a comunicação em sua semântica. Comunicar é trocar informação, dividir conhecimento. Hoje o fotógrafo não trabalha mais sozinho, não é mais o único a conceber a imagem. Trabalha em parceria com outros profissionais que buscam o mesmo objetivo: comunicar. A tecnologia é democrática e libertária, mas é preciso melhor compreendê-la para apreendê-la.

Diferentemente dos meios de massa, os meios de função pós-massiva permitem a personalização, a publicação e a disseminação de informação de forma não controlada por empresas ou por concessões de Estado. As ferramentas com funções pós-massivas insistem em processos de conversação, de interações, de comunicação, em seu sentido mais nobre, tendo aí uma importante dimensão política (...)
Hoje convivem, em permanente tensão, mídias desempenhando papéis massivos e pós-massivos, reconfigurando a indústria cultural e as cidades contemporâneas. Consequentemente, blogs surgem com funções pós-massivas e tencionam publicações massivas, como as empresas jornalísticas. (Beiguelman, et all, p. 48)

No impresso, a imagem deve conter em um único *frame* toda informação, de forma

clara e objetiva. Já o mundo virtual permite ao fotógrafo explorar outras nuances, menos superficiais. A fotografia na internet assume um papel de expressão gráfica e informativa tão valiosa quanto a escrita. Justifica-se então investigar essa linguagem e quais os papéis desempenhados por ela ao longo dos anos, as transformações estéticas e tecnológicas ocorridas.

Considerar a imagem como uma mensagem visual composta de diversos tipos de signos equivale a considerá-la como uma linguagem e, portanto, como uma ferramenta de expressão e de comunicação. Seja ela expressiva ou comunicativa, é possível admitir que uma imagem sempre constitui uma mensagem para o outro, mesmo quando esse outro somos nós mesmos. (Joly, p. 55)

A versão para a internet do jornal impresso do *The Boston Globe* traz em *The Big Picture* imagens que desdobram as histórias contadas na versão impressa do jornal. Em uma recente matéria, sobre o Ramadan 2010, o veículo pediu para os leitores contribuírem com a reportagem enviando suas imagens. Das 250 fotos recebidas, 41 foram escolhidas para ajudar a contar essa história.

Com o surgimento de novas mídias e técnicas, se torna relevante a discussão sobre o novo papel da fotografia, que como expressão gráfica e linguagem universal é reinventada diante de recursos como a fotografia digital de 360° e 3D⁷. Em uma realidade em que a cada momento surgem novos recursos, devemos considerar como essas ferramentas podem ser aplicadas no fotojornalismo e qual impacto nas comunicações.

Ao assimilarmos as mudanças devemos refletir como a imagem vem sendo produzida, como seu conteúdo gráfico é apresentado e de que forma é editada. Enfim, mais especificamente, como a fotografia vem sendo pensada e trabalhada. Quais os recursos tecnológicos existentes e gráficos, apresentados pelo design, para tornar a informação imagética mais clara e acessível na *web*?

A fotografia se conecta fisicamente ao seu referente – e esta é uma condição inerente ao sistema de representação fotográfica –, porém, através de um filtro cultural, estético e técnico, articulado no imaginário de seu criador. A representação fotográfica é uma recriação do mundo físico ou imaginado, tangível ou intangível; o assunto

registrado é o produto de um elaborado processo de criação por parte de seu autor. (Kossoy, p. 42 e 43)

Em meio a um turbilhão de informações, profissionais do Design e do Jornalismo apreendem as novas técnicas enquanto interpretam a relevância desses recursos. Em dezembro de 2009, o fotógrafo Clício Barroso observa em seu blog⁸:

Tornada possível e popularizada com a tecnologia da Internet, a fotografia digital de 360° tem um apelo irresistível; ao mesmo tempo em que estende a abrangência do olho humano, cujo ângulo de visão aproximado (desprezada a “visão periférica”) é de 50°, traz a continuidade do cinema modificada, a certeza da imagem sequencial devidamente costurada, mas atemporal.

Sim, são várias imagens; sim, são tomadas em sequência; não, não se percebe a passagem do tempo. Não há antes nem depois, apenas o agora já ido, de uma forma expandida. Chamem de “realidade estendida intra-esférica” se quiserem.

O que encanta é o movimento da imagem e o controle que o observador (neste caso pode-se chamar de operador) tem sobre o que se deseja observado. A imersão, termo discutível, fica por conta da experiência sempre privada, e por isso secreta, de digitalmente girar em torno de si mesmo para ser envolvido pelo ambiente fotografado. Imagino que me sentiria bem embaraçado se, ao chegar a um ponto turístico qualquer do planeta começasse a girar sobre meu eixo como um pião descontrolado!

É fato que a tecnologia digital trouxe várias contribuições ao jornalismo, em especial ao fotojornalismo. Tantas foram as mudanças que os profissionais, assim como as máquinas, sentiram-se obsoletos. Os que optaram por permanecer no mercado tiveram que se reciclar e adaptaram-se. Pode-se até dizer que alguns exageraram nessa busca. No meio do turbilhão de informações e mudanças, muitos lançavam-se à competição interminável pelo equipamento mais atual, com o maior número de pixels.

Hoje, o mercado e os profissionais da comunicação buscam um distanciamento que permita entender qual é o caminho da fotografia. Quais técnicas contribuem para estreitar o caminho entre o produtor da imagem e o receptor. Com a popularização da tecnologia digital, a indústria tem disputado o mercado palmo a palmo com a guerra dos pixels e o lançamento de novos recursos como *face detection*, *smile shutter* e panorâmica, que atraem principalmente os fotógrafos amadores.

Mas a indústria parece começar a entender que a produção de imagens parte de quem a produz, o fotógrafo. E que o resultado final do trabalho depende também de outros agentes importantes, como o designer gráfico e o editor, que aplicam a tecnologia em favor da comunicação.

No dia 22 de fevereiro de 2011, a Leica⁹ anunciou uma parceria com a agência Magnum¹⁰ para a produção de uma série de cinco reportagens fotográficas multimídia. A proposta é que se consiga um mergulho nos bastidores da foto. Para isso, os fotógrafos escolhidos utilizarão os equipamentos de última geração da Leica. A experiência e *feedback* desses fotógrafos influenciarão a tecnologia desenvolvida pela tradicional fabricante.

A discussão sobre a evolução técnica e a interface homem e máquina não é nova, mas parecer emergir de tempos em tempos e se torna essencial neste momento:

Na virada do século XX, várias inovações técnicas tornaram o procedimento fotográfico apto a captar o instante. Enquanto os negativos se tornavam cada vez mais sensíveis e surgiam ópticas extremamente luminosas, emergia também uma nova geração de máquinas fotográficas de pequeno formato. A Ermanox, equipamento com objetiva Ernostar de excepcional luminosidade, nem bem começou a ser comercializada quando foi sucedida, em 1925 pela célebre Leica (...).

Em 1931, a Leica “tornou-se o prolongamento do meu olho e não me larga mais”¹¹relata Henri Cartier-Bresson. A máquina é mais do que um simples prolongamento de seu corpo, em razão da ligação que os une (“ela não me larga mais”); é mais que um novo órgão, mais sensível e mais receptivo. (Rouille, p. 126 e 129)

Com a popularização dos blogs, inclusive nos meios de comunicação, a fotografia estreita os laços com o leitor. Alguns veículos tornam a experiência jornalística mais pessoal com os depoimentos dos bastidores da notícia, sob o ponto de vista tanto do repórter como do fotojornalista. *Lens*, blog criado pelo *New York Times* em meados de 2009, dedica-se à cobertura jornalística utilizando recursos de multimídia como a fotografia, *slideshow* e vídeo.

Para que os usuários explorassem todos os recursos oferecidos, os administradores do

blog criaram um manual de navegação e fazem constantes ajustes nos padrões, orientados pelo retorno de seus frequentadores. O *template* escuro, antes projetado para destacar as imagens, foi substituído por um mais claro, a pedido dos usuários. As adequações e experiências realizadas nos blogs parecem ser melhor assimiladas que nos sites dos próprios veículos.

Como linguagem, no mundo contemporâneo, a fotografia tem ampliado seu espaço. A jornalista e crítica de fotografia Simonetta Persichetti, mestre em Comunicação e Artes e doutora em Psicologia Social, em texto publicado em 28/12/2009 no Caderno 2 do jornal *O Estado de S. Paulo*, considera que o “reconhecimento do valor cultural da fotografia é algo ainda relativamente novo no campo das expressões e das ciências humanas. Tratada muitas vezes como suporte, como estudo, ela se viu transformada nos últimos anos em protagonista e também matéria-prima do fazer e das discussões em relação à imagem contemporânea.”

Fotografar é contar histórias, sejam em preto e branco, cor, filme ou digital. O essencial é transmitir a mensagem da melhor forma, não importa a mídia ou os recursos históricos ou contemporâneos usados.

Quando lemos imagens – de qualquer tipo, sejam pintadas, esculpidas, fotografadas, edificadas ou encenadas –, atribuímos a elas o caráter temporal da narrativa. Ampliamos o que é limitado por uma moldura para um antes e um depois e, por meio da arte de narrar histórias (sejam de amor ou de ódio), conferimos à imagem imutável uma vida infinita e inesgotável. (Manguel, p. 27)

Faz-se necessária uma análise minuciosa da cena contemporânea e das mudanças que acontecem na cena fotográfica. A “nova crise” vivida pelos produtores de imagens, que anunciam a morte do fotojornalismo diante de fatos marcantes como o fechamento de agência fotográfica francesa Gamma, representa o fim da época em que os fotógrafos eram os únicos que dominavam a “magia” que acontecia na caixa preta e toda a filosofia em torno desse processo.

momento tecnológico em termos de produção imagética, no qual predomina a imagem digital. Essa crise é, em parte, responsável pelo interesse despertado pela fotografia – seja pelos museus e galerias, seja pelos colecionadores, pelos artistas visuais que estão aprendendo

(de novo) a incorporá-la em seu trabalho, seja pelos próprios fotógrafos, que estão trilhando outros caminhos para concretizar sua produção e circulação de imagens fotográficas. (Fernandes Júnior, p. 11)

O fazer fotográfico contemporâneo convoca outros atores, a exemplo dos profissionais do design, a contribuir para tornar a informação imagética mais atraente e liberta de conceitos e vínculos formais com a realidade. Essa quebra de paradigma põe em crise o mundo da fotografia.

Não nos interessa mais apenas o cumprimento das etapas do processo codificado para o registro fotográfico. Agora, torna-se importante considerar os contextos de produção e as intervenções antes, durante e após a realização de uma imagem de base fotográfica.

(...) A nova produção imagética deixa de ter relações com o mundo visível imediato, pois não pertence mais à ordem das aparências, mas sugere diferentes possibilidades de suscitar o estranhamento em nossos sentidos. Trata-se de compreender a fotografia a partir de uma reflexão mais geral sobre as relações entre o inteligível e o sensível, encontradas nas suas dimensões estéticas. (Fernandes Júnior, p. 17)

Novos modelos e formatos revelam-se na cobertura de grandes acontecimentos, como foi o terremoto de 8,9 graus na escala Richter que atingiu o Japão em 11 de março deste ano. Poucas horas depois, as principais agências do mundo tinham suas fotos reproduzidas nas mais importantes publicações espalhadas pelo mundo.

No Brasil, o Estadão¹² contou o drama japonês no blog Olhar Sobre o Mundo¹³, em um modelo inspirado no americano *The Big Picture*, com fotos em grande formato, legenda, crédito de foto e um texto de abertura com link para a matéria principal. O G1¹⁴, portal de notícias da Globo, criou um *slideshow* com 80 fotografias, procedentes das mais importantes agências de notícias, formato semelhante ao escolhido pelo jornal The New York Times. Já a Folha¹⁵ optou por criar uma galeria de fotos em *slideshow* no formato álbum, sem crédito aos fotógrafos – apenas às agências.

Ao contrário da cobertura factual diária, as fotos sobre a tragédia natural ganharam destaque em grande formato, sejam em *slideshow* ou sequenciais. As redações no Brasil parecem começar a buscar narrativas alternativas ao texto na cobertura jornalística online.

Referências

AUMONT, Jacques. A imagem. Papirus: Campinas/SP, 1995.

BEIGUELMAN, Gisele, BAMBOZZI, Lucas, BASTUS, Marcus, MINELLI, Rodrigo (orgs.). Apropriações do (In)Comum. Espaço público e privado em tempos de mobilidade. Instituto Sérgio Motta: São Paulo/SP, 2009. E-book disponível online no endereço

http://www.ism.org.br/ebooks/artemov_port.pdfhttp://www.ism.org.br/ebooks/artemov_port.pdf

CANAVILHAS, João Messias. Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança. Covilhã: [bocc-Labcom-UBI], 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>>.

DUBOIS, Philippe. O ato fotográfico. Papirus: Campinas/SP, 1994.

FERNANDES JUNIOR, Rubens. Processos de Criação na Fotografia apontamentos para o entendimento dos vetores e das variáveis da produção fotográfica. FACOM - nº 16 - 2º semestre de 2006

FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta. Hucitec: São Paulo/SP, 1985.

JOLY, Martine. Introdução à análise da imagem. Papirus: Campinas/SP, 1996.

KOSSOY, Boris. Realidades e ficções na trama fotográfica. Ateliê Editorial: Cotia/SP, 2002.

MANGUEL, Alberto. Lendo imagens. Editora Schwarcz: São Paulo/SP, 2006.

ROUILLÉ, André. A Fotografia entre documento e arte contemporânea. SENAC: São Paulo/SP, 2009.

SALAVERRIA, Ramón. Redacción periodística en internet. Pamplona: Eunsa, 2005. 184p.

SANTAELLA, Lucia. Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. Paulus: São Paulo/SP, 2004.

WARD, Mike. Jornalismo online. São Paulo: Roca, 2006. 210 p.

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Design e Expressão Gráfica da UFSC, e-mail: crisfontinha@gmail.com

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica e do Departamento de Jornalismo da UFSC. Pesquisadora do InCoD – Instituto Nacional de Convergência Digital e do NTDI – Núcleo de Televisão Digital Interativa/UFSC, e-mail: mbaldessar@hotmail.com

³ Disponível em: <<http://www.boston.com/bigpicture/>>.

⁴ Disponível em: <<http://www.boston.com/bostonglobe/>>

⁵ Disponível em; <<http://www.theatlantic.com/>>.

⁶ A imagem é registrada em um giro completo de 360 graus ao redor de um eixo vertical central.

⁷ São imagens de duas dimensões elaboradas de forma que proporcionem a ilusão de terem três dimensões.

⁸ Disponível em: <<http://www.clicio.com.br/blog/2009/360-graus-de-reinvencao-na-fotografia/>>

⁹ Marca alemã da primeira câmara formato 35mm.

¹⁰ Agência de fotografia criada em maio de 1947 por Cartier-Bresson, Robert Capa, David “Chim” Szymin e George Rodger.

¹¹ Henri Cartier-Bresson, “L'instant décisif”, cit.

¹² Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/>>

¹³ Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/olhar-sobre-o-mundo/terremoto-no-japao/>>

¹⁴ Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/fotos/2011/03/terremoto-no-japao.html>>

¹⁵ Disponível em: <<http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/2364-terremoto-atinge-o-japao>>.

y

P