

Fotografia jornalística e mídia impressa: formas de apreensão

RESUMO

Este texto busca atentar para a importância do fotojornalismo enquanto forma de representação visual na mídia impressa na atualidade. Mais especificamente, procura-se pensar o papel da relação fotografia-jornalismo nos processos de construção de sentido existentes nos veículos impressos jornalísticos de grande circulação. Neste percurso são explorados alguns aspectos e características da linguagem fotojornalística, bem como sua inserção no contexto midiático e social.

ABSTRACT

This article underlines the importance of photojournalism as a form of visual representation on daily newspapers. More specifically, it considers what role the relationship between photography and journalism has in the processes of meaning production in newspapers of wide circulation. With this purpose in mind, we will explore some of the aspects and characteristics of the photojournalistic language, as well as its insertion in the media and in the social context.

PALAVRAS-CHAVE (KEY WORDS)

- Fotojornalismo (*photojournalism*)
- Mídia Impressa (*printed media*)
- Jornal Diário (*daily newspaper*)

Frederico de Mello Brandão Tavares
&
Paulo Bernardo Ferreira Vaz
GRIS/UFMG

NA MÍDIA IMPRESSA em geral, atualmente, a fotografia é a forma de representação visual mais utilizada. Para além dos recursos gráficos (*layout*, tipografia, cores etc.), a fotografia salta aos nossos olhos como mensagem, como texto visualmente relevante e carregado de sentido. A fotografia não está ali por acaso. Ela tem uma função, aparece em um formato, possui uma intenção. A própria maneira como está impressa resulta de uma série de negociações – às vezes tensas e conflituosas – que envolvem um complexo processo de produção editorial.

No mercado da mídia impressa – e no seu alcance dentro da sociedade – destacam-se os veículos jornalísticos. Um rol de revistas e jornais povoa as bancas, além de se tornarem disponíveis em espaços públicos e privados. Em muitos formatos, endereçados a públicos distintos, jornais e revistas têm funções e objetivos informacionais diferentes, o que pesa no seu processo produtivo, nas mensagens (no conteúdo de seus produtos finais), na sua periodicidade, no seu valor. Diante deste contexto, é sempre bom lembrar das várias faces que a realidade que nos cerca pode assumir. Em cada veículo de comunicação há uma proposta de leitura sobre o mundo, sobre um aspecto dele. Em cada publicação há uma espécie de construção própria da realidade. Olhando jornalisticamente para este universo pode-se dizer: em cada um desses veículos há uma tentativa de se circunscrever o real, às vezes buscando dar conta de seu todo – como o fazem (ou tentam fazer) os jornais diários – ou de algum de seus aspectos (caso das revistas especializadas, por exemplo). Desta forma, compete ao leitor olhar para cada um destes veículos di-

mensionando suas várias facetas, procurando entender a conexão existente entre a(s) realidade(s) da vida cotidiana e as leituras ou as imagens construídas sobre ela(s) nos jornais e revistas que tem sob os olhos.

De alguma maneira, os meios de comunicação moldam o horizonte de conhecimento do leitor sobre um determinado número de realidades, sejam elas realidades atuais ou do passado – e até mesmo, “realidades do futuro”, ainda inexistentes. Ao ressaltar a presença e o papel da mídia na vida cotidiana, construindo experiência e apreendendo sentidos sobre o mundo, Roger Silverstone diz: “Nossa mídia é onipresente, diária, uma dimensão essencial de nossa experiência contemporânea. É impossível escapar à presença, à representação da mídia” (SILVERSTONE, 2002, p. 12)¹. Para o autor, na atualidade, a mídia situa o homem no mundo e dimensiona suas experiências. Seu papel na vida cotidiana é de grande relevância e daí a importância de se pensar o que a mídia faz e o que pode o leitor fazer com ela.

Como no Brasil a presença midiática se dá de forma mais forte na vida dos cidadãos através da televisão, não se pode comparar o alcance de um canal televisivo com o de um jornal impresso. Mesmo se tratando do jornal de maior circulação no país, o seu número de leitores é infinitamente inferior ao de telespectadores. Essa situação, entretanto, não torna menos relevante a grande importância da atuação da mídia impressa. Como um jornal, por menor que seja a sua tiragem, é distribuído em milhares de exemplares, e como é sabido que se multiplicam (por quatro) o número de leitores de cada jornal em circulação, pode-se falar então da relevância de sua representatividade, de sua penetração na sociedade e das possíveis conseqüências de seu processo de leitura.

Assim, o interesse em estudar a mídia impressa nos coloca o desafio de pensar os veículos jornalísticos diários, cuja representatividade deve ser sempre relevada, mesmo que em um cenário comparativo

com outras mídias. Além disso, deve-se dimensionar o que há de específico e característico nestes produtos: o que dizem, o que representam e o que constroem na vida cotidiana, pois nela estão inseridos, tornando-a mais complexa.

Destacando a fotografia nesses veículos, devem ser lembradas as palavras de Susan Sontag: “[...] a importância da imagem fotográfica como o meio através do qual um número cada vez maior de eventos penetra nossa experiência é, finalmente, apenas um produto paralelo da sua capacidade de propiciar-nos conhecimentos dissociados da experiência e independentes dela” (SONTAG, 1981, p. 150). Para a autora, a fotografia redefine o conteúdo de nossa experiência cotidiana e acrescenta vastas quantidades de material (pessoas, coisas, eventos etc.) que jamais chegamos a ver ou presenciar. As palavras de Sontag nos remetem para uma função importante do fotojornalismo. Nesse sentido, no jornal, as imagens funcionam como ponte entre o acontecimento e o leitor, permitindo a esse imaginar o cenário e de alguma forma a ação que ali ocorre.

A pensar nesse caráter da fotografia, deve-se ter em mente as formas como a foto se presentifica em nossa vida e como suas especificidades são determinantes. Mas como classificar as fotografias na ampla gama de imagens fotográficas espalhadas pelas revistas e jornais impressos? O que há nelas de específico? Como tais especificidades se apresentam na construção de sentido realizada por estas imagens? Se for feita uma espécie de radiografia de todas as fotografias presentes nessas mídias pode-se, a princípio, criar uma divisão bipolar. De um lado estariam todas as fotografias jornalísticas, ligadas aos textos (matérias, reportagens, colunas) e do outro, as fotografias publicitárias, presentes nos anúncios destes veículos. Feita essa separação, fica claro que ao se referir a fotojornalismo, fala-se de um determinado tipo de fotografias. Este trabalho quer pensar esta categoria fotográfica, além de procurar

suas especificidades e sua relação com o contexto para o qual ela se volta e para o tipo de construção da realidade por ela realizada.

Jorge Pedro Sousa busca definir o que seria o fotojornalismo. Para o autor, tal definição é complexa, uma vez que há uma multiplicidade de fotógrafos que se “clamam” como pertencentes ao setor, mesmo que seu trabalho não tenha convergências com o fazer temático, técnico e com pontos de vista jornalísticos presentes na grande maioria das fotografias jornalísticas. “E mesmo quando se fala do fotojornalismo como atividade orientada para a produção de fotografias para a imprensa, repara-se que vários fotógrafos que se reclamam igualmente jornalistas apostam noutros suportes de difusão.” (SOUSA, 2000, p. 11) Devido a essa complexidade de classificação e definição, o autor propõe abordar o conceito de fotojornalismo num sentido amplo e num sentido restrito, lembrando que “[...] em qualquer caso, para se abordar o fotojornalismo tem-se que pensar numa combinação de palavras e imagens” (SOUSA, 2000, p. 11-12), sendo que as primeiras devem contextualizar e complementar as segundas.

Seguindo, portanto, com a proposição de Sousa, o fotojornalismo seria, em um sentido mais amplo, uma atividade “de realização de fotografias informativas, interpretativas, documentais ou ‘ilustrativas’ para a imprensa ou projetos editoriais ligados à produção de informação de atualidade” (SOUSA, 2000, p. 12). Por isso, há uma proeminência da intenção, da finalidade e não do produto. O autor inclui aqui as fotos documentais (fotodocumentarismo), ilustrativas (fotos de divulgação, por exemplo) e dois outros tipos fotográficos que ele assim denomina (SOUSA, 2000, p. 12): *spot news* (fotografias únicas que condensam uma representação de um acontecimento e o significado deste) e *feature photos* (fotografias de situações peculiares encontradas espontaneamente pelos fotógrafos). Já em sentido mais restrito, Sousa aponta o foto-

jornalismo como atividade que “[...] pode visar informar, contextualizar, oferecer conhecimento, formar, esclarecer ou marcar pontos de vista (‘opinar’) através da fotografia de acontecimentos e da cobertura de assuntos de interesse jornalístico”² (SOUSA, 2000, p. 12).

Conceitualmente, as diferenças entre as definições sobre o fotojornalismo são tênues. O que talvez marque mais precisamente o caráter das fotografias jornalísticas são o imediatismo e o inesperado, presentes no dia-a-dia do repórter fotográfico. Diferentemente de um fotodocumentarista, o fotojornalista não dispõe para o seu trabalho de um longo tempo de preparação e elaboração³. Há uma certa urgência na produção fotográfica e em seus resultados. Assim, em meio aos vários tipos de fotos jornalísticas e as suas classificações possíveis, este trabalho se volta para o fotojornalismo dos grandes jornais diários e procura o caráter testemunhal e informacional da fotografia, sem abrir mão de pensar o significado desta em relação à notícia (texto) e como notícia (ela própria)⁴.

A discussão sobre o caráter fotojornalístico da fotografia coloca em evidência algumas noções como informação, notícia, acontecimento. Nas reflexões de Roland Barthes (1984) sobre o *studium* fotográfico e o papel do *Operator* e do *Spectator* em relação a ele, a fotografia assume uma série de funções tais como: representar, surpreender, dar significação, provocar desejo. A estes atributos, poderiam ser acrescentados: documentar, testemunhar, comunicar. No entanto, entremeando estas designações, encontra-se uma função, talvez a mais importante, das imagens fotográficas: a de fornecer informações. Segundo Susan Sontag (1981), o valor fotográfico se dá a partir deste atributo: “A fotografia é valorizada porque nos fornece informações” (SONTAG, 1981, p. 21). Roland Barthes (1984, 1990) também trabalha com esta idéia, assim como Jorge Pedro Sousa (2000, 2004⁵), Lorenzo Vilches (1983, 1993), Adriano Duarte Rodrigues (1994) e outros autores. Des-

sa forma, ao pensar o fotojornalismo, toma-se a fotografia como notícia. Trabalhar com esse caráter informacional torna-se essencial. A fotografia jornalística é notícia que possui informação sobre algum acontecimento, transmitindo e comunicando algo. Mas, antes de aportar no fotojornalismo, deve-se transitar pela mídia impressa para a qual dirigimos nosso olhar.

1 O jornalismo e o jornal impresso: um modo de narrar o mundo

Para delimitar as funções ou o papel desempenhado pelo jornalismo deve-se chegar a uma série de atributos. Muitos autores que estudam o jornalismo – conceituações, técnicas, linguagem – atribuem a essa prática uma variedade de características. Dessa forma, chegar a uma idéia única sobre a questão pode ser problemático. Apesar disso, não há como negarmos que, em geral, o jornalismo e mais especificamente os jornais possuem como função preponderante “relatar a realidade” através das notícias; transformar os acontecimentos da vida cotidiana em fatos a serem noticiados, em informação a ser veiculada⁶. Segundo Nelson Traquina, o jornalismo pode ser explicado ou sinteticamente definido “[...] pela frase de que é a resposta à pergunta que muita gente se faz todos os dias – o que é que aconteceu/ está acontecendo no mundo?” (TRAQUINA, 2004, p. 20). O jornalismo, nesse sentido, é a atividade de “contar estórias”, onde o contador é o jornalista e cuja transmissão se dá através de um veículo que, no nosso caso, é o jornal impresso. A ação do jornalista, assim, está na novidade, no curioso, no acontecimento (naquilo que se torna acontecimento para ele). O jornalismo está atento aos fatos que ocorrem no mundo, está ligado aos sujeitos e às suas relações. Ele é mediador de experiências e partilhas. Possui e constrói um tempo e um lugar, assim como faz parte de um lugar e de um tempo.

No entanto, deve ser melhor dimensionado esse papel do jornalista, a maneira como ele olha para a realidade que o cerca e que realidade é esta. No mundo atual, o jornalismo é uma entre várias outras práticas de se ver e contar a realidade. Não há nas sociedades, no espaço das grandes cidades, por exemplo, somente um narrador, somente um contador de estórias. Nas sociedades hodiernas, o jornal e o jornalista devem ser tomados como narradores especializados, mas não são únicos nem exclusivos no contexto das várias narrativas e narratividades que circundam a vida atual. E no próprio jornal – tanto nas imagens quanto nos textos – jornalista e fotógrafo nunca estão sozinhos. As fontes e suas falas, os personagens fotográficos e suas ações, deixam clara a existência de um processo narrativo dinâmico e polifônico no qual se inserem os “narradores oficiais” do jornalismo. Há no jornal uma narrativa, não há como negar. Mas essa narrativa compõe-se da materialização de várias outras formas de se narrar e se ver o mundo. Os acontecimentos para os quais se volta a prática jornalística encontram-se (des)organicamente dispostos na realidade social, mas não são vazios de sentido. Eles incorporam formas e visões de mundo; corporificam tempos⁷ e espaços que lhes são também externos e anteriores; sem, no entanto, deixar de envolvê-los. Assim, o jornalista, como “narrador profissional”, faz convergir para uma esfera de comunicação especializada uma série de elementos já dispostos na trama comunicativa do cotidiano.

Nesse sentido, o jornalismo é uma prática especializada, uma forma profissional de narrar o mundo e as várias outras narrativas que dele fazem parte. Na perspectiva de Vera França, o jornalismo está enraizado no terreno da palavra humana e constitui-se em uma maneira própria de dizer a sociedade. A palavra jornalística, sua mensagem, “[...] se constrói como uma palavra especializada que se distancia pouco a pouco de outras dinâmicas de circulação da informação na sociedade” (FRANÇA,

1998, p. 28). A palavra jornalística (que não necessariamente se restringe aos textos) possui meios distintos e próprios de circulação, que a tornam, também, mediação.

O texto jornalístico – seja ele textual ou visual – reconta a realidade através de um formato próprio, organizando os acontecimentos e transformando-os em informação e notícia⁸. O acontecimento, por isso, seria a própria realidade, o que nos é externo e é por nós experienciado espontaneamente na movimentação do dia-a-dia. A realidade fragmentada e em constante movimento faz com que o acontecimento se constitua na matéria-prima que alimenta o fazer jornalístico. O jornalista, olhando para os muitos fragmentos que se apresentam visíveis no mundo, faz com que não o acontecimento, mas os acontecimentos (dispostos de forma aleatória na realidade cotidiana) saiam do seu estado de entropia e se ajustem, coerentemente, em um dispositivo⁹. “As notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, selecção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias).” (TRAQUINA, 1993, p. 169) Mais que narrativas comuns, as notícias são resultado de um processo que envolve um conjunto de negociações e disputas¹⁰. E o sentido daí produzido não se esgota somente no produto final, devendo também ser buscado e apreendido nas interlocuções existentes no seu processo de produção e recepção¹¹. Por este motivo, mais do que informar, podemos dizer que o jornalismo também comunica, servindo como mediador da/na sociedade, entrelaçando a realidade cotidiana em suas esferas macro e micro, organizando sua constante desordem.

Baseado nessa perspectiva, Maurice Mouillaud diz que o processo de produção da notícia não deve ser apreendido como uma interação face a face do jornal em relação ao caos do mundo. Para ele, a mídia em seu conjunto está situada no fim de uma extensa cadeia de transformações que lhe entregam um real já domesticado. “O

jornal é apenas um operador entre um conjunto de operadores sócio-simbólicos, sendo, aparentemente, apenas o último [...]” (MOUILLAUD, 2002, p. 51) Neste sentido, a informação produzida e veiculada pelo jornal não é o transporte de um fato¹² mas sim um ciclo ininterrupto de transformações. A informação, materializada na forma de notícia, é resultado de uma série de acordos e disputas que se dão desde o momento do acontecimento em si, passando pelos seus agentes e interlocutores (os mais diversos), até chegar aos jornalistas e aos leitores do jornal¹³. Estes últimos, também interlocutores, um após o outro, informam (no sentido de dar forma) o acontecimento, agregando-lhe sentidos continuamente. Ressalta-se aí, portanto, o papel mediador do jornal e seu lugar numa certa “cadeia comunicativa de sentidos” da qual ele faz parte. Os acontecimentos devem ser vistos como também determinados (ou pertencentes) a processos de informação anteriores a eles, existentes na dinâmica espaço-temporal da sociedade. E, devido a tais determinações, os limites do acontecimento, como relembra o próprio Mouillaud, não são unívocos. “O acontecimento só é um acontecimento no plural” (MOUILLAUD, 2002, p. 68), cuja moldura, ao enquadrar, já sugere uma expansão. Uma expansão que virá tanto do fazer jornalístico (desdobramentos da notícia) quanto dos interlocutores (desdobramentos de sentido a partir dos jornalistas e dos leitores do jornal).

Sob o prisma da abertura de sentidos existente no processo de fabricação e apreensão dos acontecimentos e das notícias, devemos lembrar que os conteúdos discursivos dos jornais de modo algum podem ser tomados como neutros ou imparciais. O jornalismo é uma prática social marcada pelo mito da objetividade mas, antes de tudo, é uma forma de olhar e registrar o cotidiano social, a sociedade e o mundo nos quais ele se insere. “Os jornais existem em contextos específicos que vão orquestrar de maneira singular seus elementos constituintes e sua configuração.” (FRAN-

ÇA, 1998, p. 29) Neles, a subjetividade está constantemente presente e, por isso mesmo, é instrumento da construção de seus discursos e está implícita em seus conteúdos e mensagens. A informação é uma construção simbólica e, também, objetivação de uma subjetividade. Se na base dessa cadeia de sentidos temos os sujeitos produtores da notícia e os acontecimentos (ambos objetivados e subjetivados a todo momento), também temos em outro extremo os sujeitos leitores, aqueles que consomem a produção noticiosa, que lidam com realidades distintas e com as realidades jornalísticas interagindo-as e dando a elas novos significados.

O jornalismo, ao emoldurar o fluxo da vida cotidiana recortando seus fragmentos, reproduz (recriando) uma realidade fundamentada em uma série de mecanismos e procedimentos próprios que, acima de tudo, possuem uma função social e um comprometimento com a sociedade *da qual* ele diz e *para a qual* ele fala. O jornalista, socialmente, atua como interlocutor entre a sociedade e ela mesma. Um jornal, mais do que trazer notícias, “testemunha também o sentimento de uma sociedade, seu padrão de sociabilidade, sua maneira de falar” (FRANÇA, 1998, p. 17). Assim, o jornal promove uma passagem, permitindo uma troca comunicacional e relacional entre os sujeitos e o mundo. Ele provoca um elo entre interpretações e significações, possibilitando ao seu leitor se reconhecer e, conseqüentemente, se situar no contexto espaço-temporal de sua realidade, uma realidade ali construída e transmitida.

Esse posicionamento de sujeitos permitido pelo jornal faz com que a informação jornalística traga as marcas de seu tempo, do presente que ela aborda, da atualidade. O cotidiano é reorganizado e sua dinâmica passa a ser moldada por uma cadeia de procedimentos valorativos e cadenciados de noticiabilidade¹⁴. Há nos processo de produção, seleção e apresentação das notícias, rotinas marcadas por um fazer específico, por um ambiente organizacional,

por uma dinâmica temporal presos à hierarquização de conteúdos e à urgência do tempo¹⁵, a uma normatização discursiva própria; o que varia, segundo Mauro Wolf (2001), de acordo com a organização do trabalho específico de cada redação e de cada meio de comunicação. Cada jornal incorpora tais características jornalísticas de maneiras próprias e singulares. Além de serem veículos, em sua maioria, de grande circulação, o que lhes atribui especificidades em relação a outros tipos de jornalismo, há diferenças entre suas linhas editoriais, entre as hierarquizações das notícias por eles praticadas, entre suas fontes, entre suas rotinas produtivas. Há entre eles formas distintas de linguagem. Textos, imagens, formato, diagramação, tipografia, projeto gráfico e até o preço de cada jornal expressam maneiras jornalísticas particulares e oferecem diferentes construções narrativas (incluindo-se aqui não só o produto, mas também o processo produtivo) sobre a realidade. Há também diferenças no público-alvo, assim como em sua tiragem e no alcance/penetração de cada um deles. Há diferença entre os temas os quais cada um deles apresenta e representa.

Considerada a importância de particularidades do jornal, voltamos nosso olhar para uma forma discursiva específica presente no jornalismo impresso: suas fotografias. O que torna jornalística a fotografia presente no jornal? O que há de jornalístico no fotojornalismo? Na dinâmica existente entre foto e jornalismo há a conformação de um contexto de sentido que possui regras e funcionamento próprios, o que marca muito propriamente as mensagens que advêm dessa relação, sem retirar-lhe o caráter simbólico e fechar-lhe o sentido.

2 O fotojornalismo: narrativas visuais no jornal

A fotografia não aparece no jornalismo impresso apenas para ilustrar. Por isso, o papel que ela desempenha nesse suporte é de

tamanha importância. Estampada no jornal, a fotografia torna-se uma munição para o jornalista, que busca dar sempre veracidade àquilo sobre o que escreve. Segundo Lorenzo Vilches, “toda fotografia produz uma ‘impressão de realidade’ que no contexto da imprensa se traduz por uma ‘impressão de verdade’”¹⁶ (VILCHES, 1993, p. 19, tradução nossa). A foto funciona no jornal como se fornecesse provas. “Determinada coisa de que ouvimos falar, mas que nos suscita dúvidas, parece-nos comprovada quando dela vemos uma fotografia. Uma das variantes da utilidade da câmara fotográfica está em que seu registro denuncia.” (SONTAG, 1981, p. 5) A foto, assim, não é só imagem da notícia. Ela também é notícia¹⁷.

A fotografia jornalística é atividade especializada, cujo desempenho envolve conhecimento muito além do manuseio do processo. Trata-se de selecionar e enquadrar elementos semânticos de realidade de modo que, *congelados* na película fotográfica, transmitam informação jornalística (LAGE, 1999, p. 26, grifo do autor).

Assim como na produção textual, a produção jornalístico-fotográfica molda a realidade, partindo dos pressupostos de noticiabilidade existentes, aliando-os a princípios e fundamentos técnicos (angulação, lentes, luz, enquadramento etc.). Conforme aponta Susan Sontag, ao ser “[...] fotografada, determinada coisa torna-se parte de um sistema de informações amoldado a esquemas de classificação e armazenamento [...]” (SONTAG, 1981, p. 150). O fotojornalismo torna acessível em imagens a realidade para a qual o jornal se volta, reforçando as palavras e contribuindo para a construção de um imaginário a respeito dos acontecimentos traduzidos como fragmentos metonímicos do mundo pelo jornal, criando também os próprios acontecimentos fotográficos. “Ali onde o fotógrafo decide apontar sua câmara nasce a cena informati-

va. Isto é tão certo que, se mudarmos o ponto de vista ou a cena, muda o acontecimento.”¹⁸ (VILCHES, 1993, p. 141, tradução nossa) A fotografia do jornal nos aproxima de determinado acontecimento, fazendo-nos conhecê-lo e dando-nos a sensação de que dele participamos. Muitas vezes, quando pensamos em determinado episódio, são as imagens da mídia que nos vêm à mente como se tivéssemos vivido determinada situação. As imagens fotojornalísticas são responsáveis diariamente pela conformação e pela criação de cenas que nos dão versões imagéticas da realidade cotidiana que nos cerca.

Dessa forma, dentre os instantâneos fotográficos,

a fotografia de imprensa adquiriu, no mundo actual, uma autonomia e um estatuto próprios. O estatuto óbvio de testemunho da actualidade representada é acrescido de cargas valorativas. Este acréscimo ou este excesso de significações conotadas é, antes de mais, o resultado da sua própria selecção, provém do facto de ser esta e não outra fotografia qualquer que foi tirada, seleccionada e publicada. A fotografia jornalística converte por isso o acontecimento fotografado em acontecimento notável, em cena emblemática (RODRIGUES, 1994, p. 125).

A foto jornalística, como notícia, dita visualmente a informação, legitimando algo que devemos saber e que está marcado para ser percebido.

A moldura jornalística realizada pela fotografia opera simultaneamente, no sentido apontado por Maurice Mouillaud: um corte e uma focalização. Um corte porque separa um determinado espaço, separando-o daquilo que o envolve; uma focalização porque, “[...] interditando a hemorragia do sentido para além da moldura, intensifica as relações entre os objetos e os indivíduos que estão compreendidos dentro do campo e os reverbera para um centro”

(MOUILLAUD, 2002, p. 61). O repórter fotográfico – assim podemos chamar também o fotojornalista – institui uma cena do acontecimento, isolando um fragmento da experiência (no espaço e no tempo), separando-o de seu contexto, permitindo sua conservação e seu transporte.

Neste sentido, o fotojornalista realiza constantemente, na formatação visual da informação, um enquadramento. Conforme proposto por Jacques Aumont (2001), todo enquadramento estabelece uma relação entre um olho fictício – o do pintor, da câmara, da câmara fotográfica – e um conjunto organizado de objetos no cenário¹⁹. No jornal, o enquadramento é temático. Enquadra-se editorialmente. Há jornais que preferem mostrar a ferida e jornais que preferem mostrar o curativo. A fotografia jornalística é parte de um conjunto de mensagens materializadas em um veículo chamado Jornal, cada qual com sua linha editorial, o que reflete diretamente sobre a produção fotográfica. Junto a sua bagagem cultural, ideológica, política, o fotógrafo é orientado a todo momento pela linha editorial do veículo em que trabalha, pela pauta prevista pela editoria daquela cobertura. A fração da realidade a ser captada por ele²⁰ possui uma enorme carga semântica intencional, embora o resultado expressivo da fotografia seja muitas vezes espontâneo²¹. “Os fotojornalistas trabalham com base numa linguagem de instantes, numa linguagem do instante, procurando condensar num ou em vários instantes, ‘congelados’ nas imagens fotográficas, toda a essência de um acontecimento e seu significado.” (SOUSA, 2004, p. 13)

Lorenzo Vilches nos diz que o aspecto semântico da imagem jornalística é constituído pelos códigos de conteúdo que organizam as formas de expressão em unidades de leitura. O plano da expressão, em outras palavras, organiza a “visibilidade” do texto visual, enquanto que o plano do conteúdo organiza sua “legibilidade” ou compreensão. Ao leitor do jornal caberá buscar o conteúdo implícito e explícito da fotografia

veiculada. Por este motivo, conclui Vilches: “A foto de imprensa se apresenta como uma enciclopédia onde leitores diversos podem buscar significados diversos segundo seus interesses”²² (VILCHES, 1993, p. 84, tradução nossa). Em toda sua reflexão, o autor ressalta a importância da leitura fotográfica na apreensão dos significados existentes nas fotos dos jornais. Para ele, as fotos são como textos que se oferecem para serem lidos. E, ao lermos tais imagens, mais que ver a verdade das coisas, nós as percebemos; e a percepção é um processo criativo no qual nós promovemos a relação de nossas referências materiais, sociais e afetivas²³.

Sendo assim, a estrutura da imagem jornalística é por vezes complexa e, por isso, a mesma se configura como um produto de diversas transformações discursivas. Buscar nas fotos jornalísticas a representação de sujeitos sociais é saber lidar com realidades históricas que, marcadas pela dinâmica dos meios de comunicação impressa, são atualizadas e re-significadas diariamente. O jornal, ao veicular imagens, possui objetivos e sabe o que pretende mostrar. As fotografias jornalísticas não são inocentes: elas traduzem um acontecimento, construindo-o. Recortam uma realidade, são notícia e transmitem informação. Além disso, funcionam, assim como o jornal e seus textos, como mediadoras e peças importantes para a construção de uma imagem (no sentido de um imaginário) sobre algo específico; sobre uma realidade específica.

2.1 Diálogos entre a foto e o texto verbal

O jornal é por nós entendido como um veículo de comunicação dotado de estratégias comunicativas que se articulam na co-presença texto e imagem, assim como na diagramação destes elementos na página. Todo esse conjunto, a composição por ele estabelecida, faz com que as fotografias

nele presentes não sejam meramente ilustrativas, mas, antes, narrativas dotadas de uma mensagem específica e intencionada. Tais intenção e especificidade fazem com que a conexão texto-imagem dentro do jornal, na página do jornal, crie uma interdependência contínua. Diagramação, títulos e legendas possuem papel decisivo na percepção da fotografia jornalística.

Para Jorge Pedro Sousa, a conciliação de fotografias e textos é uma das estratégias do fotojornalismo para informar. Não existe fotojornalismo sem texto, diz o autor. Sousa defende que “[...] quando se fala de fotojornalismo não se fala exclusivamente de fotografia” (SOUSA, 2004, p. 12). Os textos, neste sentido, seriam complementares à construção de sentido da mensagem fotojornalística. Lorenzo Vilches (1993) não partilha totalmente destas idéias e reitera que, apesar de serem complexas e interdependentes as relações existentes entre o texto visual fotográfico (icônico no sentido colocado pelo autor) e o texto verbal, devemos ter sempre em mente que o fotojornalismo é dotado de certa autonomia.

Em sua reflexão estruturalista sobre a imagem fotojornalística, Roland Barthes (1990) também aponta para a relação entre o texto verbal e a imagem. Para o autor, o texto verbal funciona como método de conotação da imagem fotográfica. Não é somente a imagem que ilustra a palavra e contribui para a denotação desta. Há uma inversão de papéis. É a imagem que se torna conotada e tem o texto como aliado neste processo.

Martine Joly diz que a relação entre imagem e texto é, na maioria das vezes, abordada em termos de exclusão (como excludentes) ou em termos de interação, mas raramente em termos de complementaridade. Joly trabalha não só com as palavras que estão ligadas às imagens em um mesmo contexto e suas funções, mas também com a questão da interpretação. Não há como analisar uma imagem, interpretá-la, sem descrevê-la. “[...] quer queiramos, quer não, as palavras e as imagens revezam-se,

interagem, complementam-se e esclarecem-se com uma energia revitalizante. Longe de se excluir, as palavras e as imagens nutrem-se e exaltam-se umas às outras.” (JOLY, 1996, p. 133)

Mas como todas essas proposições se materializam no fotojornalismo? Qual a contribuição e a complementaridade dos textos na construção da realidade promovida pelas fotografias nos jornais?

Existem basicamente três tipos de textos relacionados diretamente à fotografia no contexto do jornalismo impresso: as manchetes (títulos e subtítulos), as legendas e o texto das matérias jornalísticas em si. Ivan Lima também realiza essa divisão apontando que “na imprensa, a relação da fotografia com a escrita se dá em três níveis, que por sua vez se inter-relacionam: 1) fotografia-legenda; 2) fotografia-manchete; 3) fotografia-texto” (LIMA, 1988, p. 31). Para o enfoque específico de nosso trabalho, exploremos um pouco mais a relação foto-legenda e a relação foto-manchete.

Segundo Lima, a legenda é parte integrante de uma fotografia. “Na fotografia de imprensa, a legenda faz a relação entre a imagem e o texto, referindo-se ao fato e, portanto, ao espaço e ao acontecimento, de forma mais específica.” (LIMA, 1988, p. 31-32) Para o autor, a legenda pode tanto endossar o que se passa na imagem quanto modificar inteiramente o que se vê na fotografia. Muniz Sodré (1979) afirma que a legenda da fotografia de imprensa serve para fixar ou realçar os significados pertinentes da imagem em sua polissemia. A relação entre a foto e a legenda estabelece um contexto pragmático que influi na percepção, na leitura e na compreensão da imagem fotográfica. Segundo Milton Guran, é função da legenda ativar no leitor “[...] todos os conhecimentos e sentimentos correlatos àquela cena mostrada. No caso do jornalismo, naturalmente, a legenda deve compreender as informações circunstanciais que de resto são parte integrante da notícia como nomes, locais etc.” (GURAN, 1992, p. 58) Nesse sentido, segundo o autor, uma

boa legenda é aquela que funciona como “um convite ao leitor para explorar melhor a imagem, descobrindo-lhe os significados menos evidentes, mas nem por isso menos importantes” (GURAN, 1992, p. 58).

As manchetes, entendidas aqui por nós como títulos e subtítulos, cumprem um papel próximo ao desempenhado pela legenda. “Em alguns casos, o título do assunto funciona como uma legenda: é o caso das grandes manchetes.” (LIMA, 1988, p. 34) Estas, em conjunto com a fotografia, são alvo da leitura-primeira realizada pelo leitor. Quando de posse de um jornal, aquele leitor que fizer uma leitura rápida, “passar os olhos” brevemente sobre as páginas dos jornais, certamente terá sua atenção atraída primordialmente por suas manchetes e imagens. Daí a importância da relação entre elas. Há uma complementaridade de informações, um diálogo entre ambas. As manchetes ainda estão relacionadas ao texto das matérias e, com estes, realizam uma outra relação; importante relação, mas da qual não trataremos no momento.

Dentre as principais funções do texto no fotojornalismo, Jorge Pedro Sousa (2004) lista cinco delas: chamar a atenção para a fotografia ou para alguns de seus elementos; complementar a informação das fotografias; denotar a foto (direcionar o leitor para o significado explícito na imagem); conotar a fotografia, abrindo o leque de significações possíveis; e, por fim, analisar e interpretar e/ou comentar a fotografia e/ou seu conteúdo.

De outra forma, podemos dizer que fotos e textos desenvolvem processos cognitivos do leitor. As associações existentes entre texto e imagem possibilitadas pelas fotos em relação aos textos jornalísticos permitem várias associações mentais e dão margem a uma abertura de sentidos da mensagem fotojornalística, sem que a informação básica se perca.

Resta dizer: para onde se dirige a mensagem jornalística? Uma vez que alcançamos uma dimensão mais global do fotojornalismo, pensando potencialmente sua

forma (linguagem, composição, relação com os textos e as formas produtivas), conteúdo (o acontecimento, a informação, a notícia) e seus sentidos (relações entre as mensagens – presentes nos formatos e nos temas – e os contextos de produção e recepção), caberia então dimensionar para qual(uais) realidade(s) se voltaria a construção jornalística. A apreensão dessas realidades será fundamental para aqueles que se aventurarem na pesquisa fotojornalística. O fotojornalismo possui como pano de fundo a vida social, diariamente re-elaborada pelo discurso visual jornalístico. Por isso, dimensionar o processo de representação aí inserido e os contextos para os quais ele se dirige será sempre um esforço instigante, urgente e da maior importância.

Notas

- 1 O autor complementa: “Passamos a depender da mídia, tanto impressa como eletrônica, para fins de entretenimento e informação, de conforto e segurança, para ver algum sentido nas continuidades da experiência e também, de quando em quando, para as intensidades da experiência” (SILVERSTONE, 2002, p. 12).
- 2 Tal interesse segundo o autor pode variar de um para outro órgão de comunicação social e não tem necessariamente a ver com critérios de sociabilidade dominantes.
- 3 Sousa acrescenta que “enquanto a ‘fotografia de notícias’ é, geralmente, de importância momentânea, reportando-se à ‘atualidade’, o fotodocumentarismo tem, tendencialmente, uma validade quase intemporal” (SOUSA, 2000, p. 12-13).
- 4 Em reflexão posterior, Sousa (2004) aproxima-se desta nossa ideia fotojornalística. Segundo ele, “de forma prática”, podemos considerar 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, 2004, p. 11). Para o autor, “valor jornalístico” diz respeito a critérios específicos de valorização da informação que, independentemente do órgão de comunicação, dizem respeito às valorações empregadas consciente ou in-

- conscientemente pelos jornalistas na construção das notícias. Nesse sentido, encaramos os fotojornalistas também como repórteres fotográficos.
- 5 “De qualquer modo [...] a finalidade primeira do fotojornalismo, entendido de forma lata, é informar.” (SOUSA, 2004, p. 11)
 - 6 Em nosso estudo vamos trabalhar com as noções de notícia, fato, acontecimento baseando-nos sempre em pressupostos das teorias da comunicação e do jornalismo, de forma a evitar questões relativas a estes termos e que estejam ligadas a outros campos das ciências sociais e humanas.
 - 7 Mesmo abordando essa questão por uma outra ótica, é interessante ressaltarmos a proposição de Jacques Aumont em relação ao tempo e ao acontecimento. “Pode-se então dizer que, se a duração é a experiência do tempo, o próprio tempo é sempre concebido como um tipo de *representação* mais ou menos abstrato de conteúdos de sensações. Ou seja, o tempo não contém os acontecimentos, é feito dos próprios acontecimentos, na medida em que esses são apreendidos por nós.” (AUMONT, 2001, p. 107).
 - 8 Nelson Traquina acrescenta sobre isso a seguinte idéia: “As notícias não podem ser vistas como emergindo naturalmente dos acontecimentos do mundo real; as notícias *acontecem* na conjunção de acontecimentos e de textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia também cria o acontecimento” (TRAQUINA, 1993, p. 168). O autor reforça o papel do jornalismo na leitura do mundo, a informação como aquilo que o jornalismo julga importante e como aquele que ele informa.
 - 9 Segundo Maurice Mouillaud, o discurso do jornal está encaixado em um dispositivo. “Os dispositivos são os lugares materiais ou imateriais nos quais se escrevem (necessariamente) os textos [...]” (MOUILLAUD, 2002, p. 34). Nessa perspectiva, o texto seria qualquer forma (de linguagem, icônica, sonora, gestual etc.) de inscrição conformada na estruturação espaço-temporal do dispositivo.
 - 10 “As exigências organizativas e estruturais e as características técnico-expressivas próprias da realidade de cada meio de comunicação de massa são elementos fundamentais para a determinação da reprodução da realidade de social fornecida pelos *mass media*.” (WOLF, 2001, p. 185).
 - 11 “[...] o jornal, o acontecimento e o leitor são três instâncias que se mantêm juntas no interior da mesma presença.” (MOUILLAUD, 2002, p. 73).
 - 12 Mouillaud trabalha com os conceitos de “acontecimento” e “fato” como sinônimos: “[...] o acontecimento é a sombra projetada de um conceito construído pelo sistema de informação, o conceito de fato” (MOUILLAUD, 2002, p. 51).
 - 13 Devemos sempre ter em mente o processo de produção jornalística como um processo tenso, conflituoso, permeado por embates e obstáculos de diversas ordens e de diversas instâncias. Como aponta o jornalista Clóvis Rossi, “entre a ocorrência de um fato e a sua veiculação, seja por jornais ou revistas, seja pela televisão, percorre-se um caminho relativamente rápido, se medido em horas, mas bastante tortuoso e complexo” (ROSSI, 2000, p. 17).
 - 14 “A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirirem a existência pública de notícias.” (WOLF, 2001, p. 190).
 - 15 Inseridos nos requisitos de noticiabilidade, segundo Mauro Wolf (2001), estão os valores-notícia (*news values*). Baseado nas reflexões da teoria jornalística do *news-making*, o autor aponta que estes valores constituem critérios de relevância para a tarefa jornalística de se dimensionar quais acontecimentos devem ser transformados em notícia, assim como se classificar hierarquicamente tais notícias. Wolf ainda aponta que tais valores-notícia não são abstratos, estão ligados a uma certa cultura profissional e podem mudar com o tempo. Além disso, segundo ele, os valores-notícia derivam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas ao conteúdo das notícias, à disponibilidade do tratamento informacional do acontecimento, ao público e à concorrência; sendo que em cada um destes há uma série de variáveis a serem consideradas. Sobre os valores-notícia, ver também CORREIA (1997, p. 137-166).
 - 16 “[...] toda fotografia produce una ‘impresión de

- realidad' que en el contexto de la prensa se traduce por una 'impresión de verdad'." (VILCHES, 1993, p. 19).
- 17 Milton Guran, ao dizer sobre as imagens fotojornalísticas, propõe: "[...] a fotografia aparece na imprensa em três situações: como ilustração, como informação principal em relação ao texto, ou como complemento deste. Paralelamente, desempenha variadas funções que vão desde a recuperação de outras informações e aspectos colaterais da notícia (quando a foto de arquivo é a grande matéria-prima) até constituir-se na própria notícia, ou em parte dela [...] Este leque de funções se completa com a 'crônica visual' (ensaio), e com a foto apresentada como editorial visual (opinativo)" (GURAN, 1992, p. 57).
- 18 "Allí donde el fotógrafo decide apuntar su cámara allí nace la escena informativa. Esto es tan cierto que, si cambiamos el punto de vista o la escena, cambia el acontecimiento." (VILCHES, 1993, p. 141).
- 19 Segundo Sousa (2004), entra-se no terreno da composição fotográfica quando se fala dos elementos da imagem e da forma, como estes se apresentam como informação para o leitor do jornal. Sobre a composição fotográfica, Milton Guran afirma: "A composição fotográfica tem como finalidade dispor os elementos plásticos percebidos através do visor para conferir significado a uma cena. É resultado da harmonização de diversos fatores de ordem técnica e de conteúdo, constituindo, na essência, o pleno exercício da linguagem fotográfica" (GURAN, 1992, p. 23). No comentário do célebre fotógrafo Henri Cartier-Bresson, a composição "[...] deve ser uma das preocupações constantes, mas no momento de fotografar ela só pode sair da intuição do fotógrafo, pois o que queremos é capturar o momento fugidivo, e todas as inter-relações em jogo acham-se em movimento" (CARTIER-BRESSON, 1971, p. 22).
- 20 Vale dizer ainda que o repórter fotográfico, embora observador mais atento do acontecimento, não tem condições de apreender todos os detalhes durante o desenrolar do fato. O fotojornalismo, por ser um instantâneo de uma fração de realidade, reduz, mas não exclui, por isso, as possibilidades de conotação a serem transmitidas pelas fotos.
- 21 A fotografia, assim como o texto, também passa por um processo de edição e seleção após revelada. Uma vez que ela faz parte de um conjunto, que é o jornal, a fotografia jornalística pode, muitas vezes, ser reduzida ou alterada ao longo do fechamento da matéria e da diagramação do exemplar a ser veiculado. Além disso, na dinâmica de praticamente todos os jornais, os fotógrafos não participam das etapas de fechamento da edição e da escolha das fotografias que serão publicadas; cabendo essa função aos editores de fotografia e das outras editorias.
- 22 "La foto de prensa se presenta como una enciclopedia donde lectores diversos pueden buscar significados diversos según sus intereses." (VILCHES, 1993, p. 84).
- 23 Jacques Aumont (2001), baseado nas proposições de Ernest Gombrich, afirma que o papel do espectador é fazer existir a imagem através de seus atos psíquicos e perceptivos. Aumont, ao elencar um conjunto de autores (de diferentes abordagens) que tratam da recepção da imagem, de seu espectador, sintetiza que o leitor imagético é aquele que vê e conhece cognitivamente uma mensagem, através de um saber e de expectativas e que, além disso, também deseja a imagem. Ele é um sujeito de afeto, cujas pulsões e emoções também intervêm consideravelmente na sua relação com a imagem e nas ações de seu imaginário. Nessa perspectiva, assim como o fotógrafo, o leitor também é parte do processo de criação da fotografia. Ele é parceiro ativo da imagem, também age no seu processo de significação, assim como a imagem age sobre ele.

Referências

- AUMONT, Jacques. *A Imagem*. 6. ed. Campinas: Papirus, 2001.
- BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BARTHES, Roland. *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- CARTIER-BRESSON, Henri. O momento decisivo. In: BACELLAR, Mário Clark, STOLLEY, Richard, MYDANS, Carl et al. *Fotografia e jornalismo*. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes, 1971. p. 19-25
- CORREIA, Fernando. Os valores notícia e prática jornalística. In: CORREIA, F. *Os jornalistas e a notícia*. Lisboa:

-
- Editorial Caminho, 1997. p. 137-166.
- DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico e outros ensaios*. 5. ed. Campinas: Editora Papirus, 2001.
- FLUSSER, Vilém. *Filosofia da Caixa Preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Relumê-Dumará, 2002.
- FRANÇA, Vera. *Jornalismo e Vida Social: a história amena de um jornal mineiro*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.
- FREUND, Gisele. *Fotografia e Sociedade*. Lisboa: Vega, 1989.
- GENRO FILHO, Adelmo. O segredo da pirâmide ou a essência do jornalismo. In: GENRO FILHO, A. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1987. p. 185-201.
- GURAN, Milton. *Linguagem fotográfica e informação*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1992.
- JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. 5. ed. São Paulo: Papirus, 2002.
- KOSSOY, Boris. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 1999.
- KOTSCHO, Ricardo. *A prática da reportagem*. 4. ed. São Paulo: Ática, 2000.
- LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*. São Paulo: Ática, 1999.
- LIMA, Ivan. *A Fotografia é a sua Linguagem*. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1988.
- MACHADO, Arlindo. *A ilusão especular: introdução à fotografia*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.
- MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *O jornal: da forma ao sentido*. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. p. 09-213.
- RANGEL, Renata. Mais "catchup" para o leitor. In: *Seminário de Jornalismo*. São Paulo: Folha de S.Paulo, 1986. p. 91-96.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. A imagem e o texto. In: RODRIGUES, A. *Comunicação e Cultura: A experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Presença, 1994. p. 121-127.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. O Acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (org). *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Veja, 1993. p. 27-33.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da Comunicação: Questão comunicacional e Formas de Sociabilidade*. Lisboa: Presença, 1990.
- ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 2002.
- SAMAIN, Etienne. Um retorno à Câmara clara: Roland Barthes e a antropologia visual. In: SAMAIN, E. (org.). *O fotográfico*. São Paulo: HUCITEC, 1998. p. 121-134.
- SANTAELLA, Lúcia & NÖTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- SCHAEFFER, Jean-Marie. *A imagem precária: sobre o dispositivo fotográfico*. Campinas: Papirus, 1996. p. 09-94.
- SCHMITT, Fernando Bohrer. Newsmaking e fotografia: um exemplo das rotinas de produção noticiosa aplicadas ao fazer fotográfico. In: *Revista FAMECOS*. Porto Alegre, n° 9, p. 98-110, Dezembro de 1998.
- SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.
- SODRÉ, Muniz. Como Olhar a Imagem. In: *Tempo Brasileiro – Revista de Cultura*. Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, p. 144-147, 1979.
- SONTAG, Susan. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- SONTAG, Susan. *Ensaio sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Ed. Arbor, 1981.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó: Argos, 2002.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Chapecó: Grifos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.
-

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. *Na cidade, o fotojornalismo; no fotojornalismo, Belo Horizonte*. 2005. 168 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. Vol. 1. Florianópolis: Editora Insular, 2004.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. As Notícias. In: TRAQUINA, N. (org). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja, 1993. p. 167-176.

VILCHES, Lorenzo. *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona: Paidós Editora, 1993.

VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la imagen: prensa, cine, televisión*. Barcelona: Piados Editora, 1983.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 6. ed. Lisboa: Presença, 2001.