

O Fotójornalismo Reconfigurado pelos Processos Midiáticos da Web¹

Beatriz Sallet²

*O pesquisador deve ser paciente porque sua matéria de trabalho está em formação.*³

Resumo

Este artigo busca o diálogo entre um objeto de pesquisa em construção, e que pretende discutir as alterações, afetações e reconfigurações do fotójornalismo impresso para o digital e em outras plataformas, com algumas noções e conceitos que se fazem latentes e fundamentais na contemporaneidade no campo da Comunicação, em geral, e no campo midiático em suas especificidades. Para este diálogo, autores como Antônio Fausto Neto (2010), Eliseo Verón (2005), Martín-Barbero (2009), Adriano Duarte Rodrigues (1997; 2000), Ronaldo Henn (2012), entre outros, são convidados. A intenção aqui é cotejar o objeto fotójornalismo em mutação/transformação a partir do digital com os próprios processos midiáticos que estão imbricados em seu fazer.

Palavras-Chave: Processos midiáticos; campo midiático; reconfigurações; fotójornalismo; Era digital.

Abstract

This article aims to establish a dialogue in between one construction research object, and it intends to discuss the amendments, stiltedness and reconfigurations of the photojournalism printed for digital and in others platforms, and some notions and concepts that are latent and fundamentals in the contemporary communication field, in general, in the media siege in their own specifications. For this dialogue, authors like Fausto Antonio Neto (2010), Eliseo Verón (2005), Martin-Barbero (2009), Adriano Duarte Rodrigues (1997, 2000), Ronaldo Henn (2012), among others, are guests. The intation here is to collate the photjournalism objetct in mutation/tranformation from the own digital media siege process that are here to articulate their own do.

Keywords: media siege; media siege field; reconfiguration; photojournalism; digital age.

¹ Artigo produzido a partir das provocações recebidas (e autoprovocações inferidas) nas aulas e nas leituras promovidas pela disciplina *Processos Midiáticos*, ministrada pelo Prof. Dr. Antônio Fausto Neto, no Doutorado em Comunicação, da UNISINOS, em 2011/02.

² Doutoranda em Comunicação, na Unisinos. Docente na mesma instituição. E-mail: bsallet@unisinos.br

³ Antônio Fausto Neto, em aula, dia 09/08/2011, no doutorado em Comunicação/UNISINOS.

Nota Introdutória

É impossível propor pensar o fotojornalismo on-line sem partir, ou sem pelo menos em algum momento, abordar sobre a profunda mudança do paradigma analógico para o paradigma digital no campo midiático como um todo e no fotojornalismo em suas especificidades. Para propor pesquisar sobre as reconfigurações que se vem operando nas rotinas produtivas do fotojornalismo a partir do paradigma digital, também se torna indispensável perfazer um caminho que inclui rever alguns conceitos e noções que fazem parte do campo Comunicacional como um todo, entre eles a própria noção de campo e de campo midiático, bem como sobre os processos midiáticos que se relacionam/imbricam com as redefinições das práticas (foto)jornalísticas do webjornalismo, onde são afetados/alterados os papéis dos produtores, dos receptores, ao mesmo tempo em que surge a necessidade de se pensar sobre o conceito de circulação neste novo contexto. Em tempos de convergência digital em multiplataformas, faz-se também fundamental aqui, ainda que minimamente, contextualizar e problematizar sobre o papel e a responsabilidade que as tecnologias exercem neste contexto de reconfiguração do fotojornalismo.

Entre as práticas novas do ciberjornalismo assistimos ao escoamento do fotojornalismo em multiplataformas. Este se materializa em narrativas fotográficas que se desdobram na semiose da pauta fotojornalística mais tradicional. Ou seja, os fotojornalistas contemporâneos estão cobrindo habitualmente para o jornalismo *on line* (com transmissões das imagens maioria das vezes diretamente do local dos acontecimentos jornalísticos), para o impresso, e para outras plataformas, como é o caso dos aplicativos (entre eles, o *Instagram*⁴), para álbuns em redes sociais, sites pessoais e para blogs, tanto individuais quanto coletivos, geralmente formados por grupos/equipes de fotojornalistas de veículos tradicionais, quando normalmente o editor de Fotografia acaba se responsabilizando pela edição também do blog⁵.

⁴Instagram é um aplicativo gratuito que permite aos usuários tirar uma foto, aplicar um filtro para posteriormente compartilhá-la nas redes sociais e no próprio Instagram. Esse aplicativo foi desenvolvido e projetado pelo brasileiro Mike Krieger e pelo norte americano Kevin Systrom, num primeiro momento para uso em dispositivos móveis da Apple iOS, porém posteriormente foi disponibilizado para o sistema Android. Entre as redes sociais mais utilizadas para compartilhamento estão o Twitter, Facebook, Foursquare e Tumblr.

⁵ Entre alguns exemplos de blogs oriundos das editorias de Fotografia dos veículos tradicionais podemos citar: Diário da Foto <http://wp.clicrbs.com.br/diariodafoto/?topo=52.1.1.,186.e186> ;

Esta prática, que se encontra em expansão, produz pelo menos dois problemas que se interligam: o acontecimento, como objeto semiótico das narrativas jornalísticas, encontraria nestes blogs condições para ter um pouco mais de sua complexidade contemplada; isso também implicaria em um deslizamento do acontecimento assim constituído para o campo do sensível, aspecto que desburocratizaria a linguagem jornalística. (HENN e SALLET, 2012)

Quando falamos em práticas do fotojornalismo contemporâneo, estamos nos referindo às rotinas produtivas das redações dos jornais *on line*, desde a pauta, sua produção e seus desdobramentos em canais diversos da cultura digital, em multiplataformas e que perpassam as trajetórias diversas - produção, recepção, circulação -, pois na ambiência da cultura digital não devemos entender estes processos comunicacionais como estanques; pelo menos no âmbito geral devemos entender estes três processos como sistêmicos. A circulação, por exemplo, segundo Fausto Neto (2010), deixa de ser um “ponto de passagem” para se constituir num “ponto de articulação”, onde nesta nova ambiência da Cultura Digital, o receptor participa mais ativamente nos processos comunicacionais destas novas narratividades.

1. Noções e conceitos que permeiam um objeto em construção

Alguns conceitos e noções são especialmente caros ao investimento que pretendo com minha pesquisa doutoral, principalmente os que dizem respeito aos processos midiáticos que tratam - ou que estão no entorno - da especificidade do fotojornalismo da Era digital. Nessa reflexão, percebe-se o conceito de *campo* como estrutural para entender o *campo midiático*. Inclusive, conforme orientou Fausto Neto⁶, para entendermos o conceito de *campo* devemos partir da noção de *campos sociais*, e estendê-la (ou enredá-la, para usarmos um termo apropriado às especificidades da *web*) até os *processos midiáticos* que permeiam/perpassam/atravessam os *campos* específicos (o *campo político*, o *campo jurídico*, o *campo econômico*, como exemplos) com o *campo midiático*. A noção de *campo* é estrutural e a de *campo midiático* mais dinâmica.

Contudo, por que o conceito de campo está presente entre nós, e por que é oportuno ao meu objeto, o fotojornalismo? As respostas aos questionamentos

<http://wp.clicrbs.com.br/focoblog/2012/10/08/o-melhor-do-fotojornalismo-brasileiro-edicao-2012/?topo=13%2C1%2C1%2C%2C%2C13>

⁶ Antônio Fausto Neto, em aula, dia 09/08/2011, no doutorado em Comunicação/UNISINOS.

relacionam-se, principalmente, à necessidade de entender e acompanhar as reconfigurações operadas pelo fotojornalismo *a partir* do digital. Venho de um lugar que “mistura” minha atuação profissional como fotojornalista com minha atuação/postura como pesquisadora do campo da Comunicação, e que também se compromete com as questões do ensino do fazer fotográfico, em geral, e do fazer fotojornalístico, em suas especificidades. E o contexto do fotojornalismo está, hoje, em constante mutação – *em processo* - a partir da grande mudança paradigmática representada pela inserção das tecnologias digitais que se impuseram no campo midiático, a partir de 1994.

Este período de mudança da Era analógica para a Era digital na fotografia jornalística diz respeito às fases que Silva Jr. (2012, p.36) entende por *pré-adaptativa*, *adaptativa* e de *convergência* as fases que representam o período anterior, entre meio, e posterior à troca do processo analógico para o digital na fotografia. Conforme este autor, o período representado pela fase *pré-adaptativa* significou quando o cenário de práticas correspondia à coexistência de sistemas de imagem e rotinas baseados numa interoperabilidade entre o digital e a analógica. A fase *adaptativa* é referendada pelo conjunto de práticas caracterizadas pela total eliminação de dispositivos de ordem analógica; sobre a terceira fase, de convergência, segundo Silva, pesam dois prismas, o primeiro prisma estaria presente nas dinâmicas internas da redação pressupondo a justaposição empresarial (fusão de empresas); tecnológica (adoção de dispositivos capazes de lidar com multitarefas); de plataformas (produzir um mesmo núcleo de conteúdo para vários meios); e profissional, que diz respeito ao fotógrafo tendo que ter capacidade de atuar com outras competências. Já o segundo prisma, segundo este mesmo autor, está baseado em Jenkins (2008), e é da ordem da cultura da profissão, onde a cadeia de produção é concebida como um processo que afeta tanto o modo de produção do conteúdo como o seu consequente consumo. Estas fases aconteceram num período muito curto, entre a segunda metade da década de 1990 e o início dos anos 2000. Hoje nos encontramos com uma geração já formada pela Era digital, jovens profissionais, inclusive, que nem conheceram o processo fotoquímico. A cultura já é digital e acompanhar isso, na pesquisa, se faz fundamental.

Conforme mostram as pesquisas no campo da Comunicação (Wolf; Rodrigues; Verón; Martín-Barbero, Fausto Neto, entre outros), a história da teoria da comunicação

é muito jovem. Temos, dos anos 38 aos 60, Lasswell e as ciências empíricas funcionais, a cultura de massa e a escola de Frankfurt; dos 60 aos 70, deparamo-nos com a contraposição de um estruturalismo mais voltado para o linguístico, com as manifestações coletivas, com a organização social e com os textos Macluhan (hoje atuais!); nos anos 80, assistimos às crises pela emergência da sociedade rumo ao período sociotécnico.

E é aí que entra a noção de *campo* como uma tomada de posição que torna independentes matrizes fortes das ciências sociais e tenta pensar a sociedade para além do que está cristalizado, pensar as tensões, as práticas, as interações. Conforme adverte Fausto Neto, para chegar ao conceito de *campo*, Bourdieu pensou um novo modo de olhar a sociedade além da visão marxista: tomou como referência a prática religiosa, a científica etc., para entender outra dinâmica, até chegar ao *habitus* e ao conceito de *campo* como sociedade organizada em torno de práticas acionadas por saberes e disciplinas, estas como modelos éticos, epistemológicos; convicções ideológicas de seus peritos, especialistas. De modo que a cosmovisão da religiosidade é substituída pela cosmovisão dos saberes disciplinares, que vão se transformando em campos, espaços fragmentados cada qual com seu saber e cuja tensão sob os quais se move a construção da sociedade. A ação social vem então atravessada pelas disputas de saberes que constituem o social, via conflitos. A cosmovisão é atravessada por um pensamento mais racional das ciências exatas, mas há uma convivência da *doxa*, contaminada pela conversação midiática. A ciência chama isto de senso comum, logo, o que não tem valor científico é senso comum.

Os *campos* disputam mercados, como o religioso, que usa hoje estratégias midiáticas nos mesmos moldes que outros campos, desde que perdeu a hegemonia sobre os demais campos sociais. Um *campo* integra dimensões culturais, tecnológicas, linguísticas etc. A história recente da sociedade se organiza em torno de práticas de campos, como: direito, medicina, religião, educação, associativismo etc.; atravessados por ideologias diferentes, não homogêneas, por disputas e dinâmicas internas. Por natureza, os campos envolvem práticas conflituais. Neles, há atravessamentos de temas, princípios, como o do campo jurídico no midiático, por exemplo. De forma que *campos sociais* não possuem sentido espacial, mas evocam a existência de tensão de forças, surgindo confronto de diferentes campos, cada qual com pretensão específica de regular

a experiência de mundo a partir de parâmetros de sentido. Nesse ínterim, a noção de verdade é contida em cada um desses conceitos, e os diversos campos disputam seus pontos de vista. No campo do Jornalismo, por exemplo, observamos crises como a do paradigma da objetividade, do fato que de um lado deveria ser *dado*, e que passou a ser questionado pela verdade construída. Os campos travam batalhas, quando elegem temas e os tomam seus, e afetam-se uns aos outros na medida em que retomam temas ditos “comuns”. O que é verdade para um, pode não ser para o outro.

O *campo midiático* que se constitui a partir de suas próprias operações, goza de autonomia em relação a um saber próprio, ainda que com inter-relações com outros campos. Ele é constituído e atravessado por todos os demais campos sociais que precisam de voz. Tecido de interação social, o *campo midiático* realiza o trabalho de regulação do discurso público, em função de que os outros campos só se fazem públicos graças à atividade mediadora da mídia em suas atividades técnicas/cotidianas/rotineiras que constitui a noção de espaço público. É no jornal, no rádio, na TV, na Internet que o espaço público toma forma. É na esfera desse campo e de suas práticas que os demais campos tomam forma, personificam-se e visibilizam-se. Como coloca Rodrigues (1997), “a natureza vicária do *campo dos media* tem a ver com a delegação por parte dos outros campos de uma parte de suas funções expressivas, daquelas que dizem respeito à inscrição da sua ordem no espaço público, da componente exotérica das respectivas funções expressivas (p.156)”.

Rodrigues (2000, p.202) utiliza o termo *campo dos medias* para designar “a instituição que se autonomiza na modernidade tardia, que é dotada de legitimidade para superintender à gestão dos dispositivos de mediação da experiência dos diferentes campos sociais”. Assim, segundo este autor, se distingue, por exemplo, que a parte da administração de uma empresa jornalística, embora pertença ao setor, não faz parte do *campo dos media*.

Independentemente da preferência ao nome de tratamento dado ao *campo das mídias*, uma das principais características é a sua função de reguladora da tematização do que vai ser noticiado, seu cuidado com as fontes, com os processos de enunciação (lugar da fala); também, cabe a mídia (e falamos da tradicional) à centralidade no processo produtivo e à gestão da relação com os campos sociais diversos, onde e quando estes entram no/em debate. A mídia faz os campos falarem, os mobiliza. Essa

sua competência discursiva vem à tona todos os dias no espaço público, na especificidade da intervenção técnica, em suas rotinas produtivas, na simbólica midiática representada pela intervenção dos jornalistas no espaço público, quando suas marcas não tem força por si só, mas apresenta-se permeadas aos seus interlocutores, que se veem projetados.

O conceito de *campo midiático* é amplo, pois diz respeito à região do conhecimento que abarca além dos *mass media*. Este último se trata da imprensa em geral, através de seus dispositivos técnicos de mediação, as instituições TV, rádio, jornal, os suportes da comunicação em geral. Rodrigues (1997) diz que a noção de *campo midiático* é alargada porque contempla instrumentos que nos lançam para outro conceito-chave da área, o de *mediação*, o qual também possui competência discursiva.

Em Barbero (1997) o conceito de *mediação* também transborda a questão puramente do *campo midiático*. Ele entende que os meios não determinam, mas precisam levar em conta a existência nas mediações que se forjam no corpo das práticas culturais, e que pensem a política cultural de forma emancipatória. Barbero advoga a hipótese de que é preciso entender os meios articulados/vinculados ao funcionamento de práticas culturais latino-americanas, e de que outras mediações culturais/técnica/política é que emprestam aos meios as suas funções, muito mais do que os meios em si. A meu ver, isso aproxima a produção do conhecimento científico à sua função social, além de ampliar os objetos comunicacionais para que sejam pensados pelos cientistas da Comunicação.

2. A modernidade tardia no campo das mídias: o fotojornalismo em transformação

No contexto da modernidade tardia, final dos anos 80, o *campo midiático* aparece com toda a sua centralidade, oferecendo os insumos para que os demais campos apropriem-se das mídias, situação que não requer mais um gestor do campo jornalístico. O campo das mídias passa também a ser nicho em que o receptor participa, mas não pode tudo. Mudam os lugares clássicos de produtores e receptores. Neste contexto, aparece o fenômeno da *desmediação*, que apresenta desdobramentos da mediação feita até então pelos jornalistas; há assim transformações nas estratégias discursivas; encurta-se o controle dos discursos que era operado pela mídia tradicional. O campo político, por exemplo, na tentativa de fazer desaparecer o campo jornalístico, diz que não precisa

mais do campo da Comunicação e opera de outra forma, através de seus próprios canais. Isso põe em crise o poder de regulação das mídias, desautorizado pelos poderes (campos) políticos e jurídico, principalmente. A noção da mídia como lugar de mediação social está em crise.

A problemática do campo das mídias se instaura justamente a partir da mudança de ambiência analógica para a digital, e ressignifica os processos comunicacionais em função de que outros operadores técnicos insurgiram como produtores, interagindo e anunciando outros reais, em cuja oferta de bens simbólicos se amplia. O jornal impresso não é mais esperado como antes. Afetações de lógicas mudaram as audiências. A produção ainda é gerada, mas possui interdependência de outros campos que também produzem. A ambiência se complexifica na medida em que se misturam os papéis de produtores.

No contexto do jornalismo e do fotojornalismo, nas redações dos jornais impressos do Rio Grande do Sul, um cenário analógico é transportado para um cenário digital, entre o final da década de 1980 e meados da década de 1990. No início da década de 1990, iniciei minha atuação profissional como jornalista, e vivenciei, na prática, então como repórter em um jornal impresso diário, a alteração da ferramenta de trabalho: de uma máquina de escrever (analógica), passamos para um Macintosh⁷; momento representado pelo ingresso da escrita digital nas redações. Entre os anos de 1997/98, já repórter-fotográfica, vivenciei o ingresso da fotografia digital nas redações.

Entre estes dois períodos - do analógico para o digital - apareceram os *scanners* de negativos e os *softwares* de imagens, entre eles o *photoshop*; o negativo era então escaneado (em um scanner de negativos) e transportado para a ambiência digital. Nessa alteração do *modus operandi*, fases já descritas por Silva Jr neste texto, nós, repórteres-fotográficos, assistimos e vivenciamos a mudança do paradigma analógico para o digital, embalados por certo mal estar geral, onde alguns preconizaram o fim do fotojornalismo. Seria fotografia digital fotografia? Tínhamos muitas dúvidas quanto ao novo suporte, pois até os créditos das fotos passaram a ser assinados com o nome do autor da foto, seguido da inscrição: “Fotografia Digital”.

Esse “novo” cenário - que é pós-analógico e datado da metade da década de 1990 em diante – é onde centro meu interesse na pesquisa por conta do que se

⁷ Computadores utilizados no tratamento de imagem, vídeo e som. Foi o primeiro computador pessoal a popularizar interface gráfica.

estabeleceu com a digitalização no *campo midiático*. Não pretendo, na tese, ignorar o período anterior ao digital, pois é contextualizador da história do fotojornalismo, mas a intenção é olhar com mais propriedade para o período situado no contexto da midiatização, a partir do ingresso das tecnologias digitais, e acompanhar esse movimento no *on line* e em multiplataformas.

Ainda que quase duas décadas tenham se passado desde que as primeiras câmeras digitais tenham sido utilizadas pelas redações dos jornais impressos, então em vias de migração para suas plataformas *on lines*, estamos tratando de um fenômeno novo, ou seja, estamos assistindo/olhando/vivenciando essas mudanças/alternâncias, e refiro-me ao fazer fotojornalístico em sua especificidade, que me exigiu, como profissional fotojornalista, outra postura, um aprendizado para saber operar no contexto do meu mundo do trabalho. E que está me exigindo agora, como pesquisadora, olhar para este objeto em constante mutação, ou seja, para os próprios processos midiáticos que permeiam e reconfiguram o fotojornalismo do impresso para a *web* e desta para as multiplataformas. Entre as questões que me movem na pesquisa, estão (1) *Quais possibilidades de narrativas fotojornalísticas, em geral, emergem no ambiente da Cultura Digital?* (2) *Que novas configurações de acontecimentos constituem estas narrativas?* (3) *Que novos conceitos comunicacionais emergem a partir da cultura digital, principalmente em se tratando do fotojornalismo?*

3. Sociedade dos meios e sociedade da midiatização

A partir do aparecimento das câmeras digitais, um fenômeno que não era novo foi intensificado de uma forma espantosa: a contribuição de fotografias feita por amadores que se encontravam no lugar dos acontecimentos munidos de câmeras de qualquer tipo, desde as compactas até as acopladas em aparelhos de telefonia móvel. Os veículos impressos diários, e também de outras periodicidades, já vinham aceitando a contribuição de fotografia de leitores, porém, a partir da tecnologia digital, o processo acelerou de forma vertiginosa.

Ponto de partida e que produz pontos de tensionamento com o que pretendo na tese é minha dissertação de mestrado⁸, quando tratei dos diferentes tipos de pautas

⁸ Histórias e “estórias” fotográficas: afirmação e rompimento das rotinas produtivas no fotojornalismo de Zero Hora. Dissertação de Mestrado. Unisinos, 2006.

fotográficas no jornalismo impresso: as pautas da ordem do agendamento e as pautas imprevisíveis, ou frutos do acaso. O jornalismo colaborativo inscreve-se fundamentalmente nesta segunda categoria, quando o acontecimento irrompe e é flagrado por quem está lá, no lugar dos eventos. Os veículos aceitam de bom grado as colaborações porque, com frequência, trata-se de fotografias que protagonizam notícias, além do fato de que geralmente o custo financeiro para os veículos é zero. Entendemos o jornalismo colaborativo como Alves (2009) o entende, ou seja, pela “produção da informação realizada por cidadãos, por meio de textos, fotos e vídeos, distribuídos pela rede, sob uma plataforma centralizada informativa e dependente de seus princípios estabelecidos e descritos” (ALVES, p.7, 2009).

Por certo, a aceleração da distribuição e do compartilhamento de bens simbólicos acontece com o desenvolvimento das TICs⁹, quando progressivamente há o deslocamento de uma problemática de uma sociedade dos meios para uma sociedade de lugares (outros que se apropriam de outras formas para tomar o lugar central que antes era dos meios) (FAUSTO NETO, 2011)¹⁰. A sociedade dos meios aponta indícios de transição. Trata-se de uma dinâmica nova, que faz com que dimensões de funcionamento do campo dos *meios* afetem outros campos sociais. A processualidade crescente e complexa que se expande pela sociedade parece dissolver o poder dos meios, e passa esse poder para os assessores/atores sociais via redes.

Fausto Neto¹¹ acredita estamos saindo da condição de centralidade de campos para uma multizona de afetação por lógicas de interação: os campos não perdem suas características disciplinares, mas, para se fazerem reconhecer, precisam da mediação técnica e midiática. A técnica interpõe-se e muda a forma de relacionamento/interação entre os indivíduos. É em decorrência da interposição da técnica que se institui outro padrão nos processos que mediam as relações. Há inovações, entre elas a de que quem legitima a Internet não são só os engenheiros de rede, mas também os operadores/usuários, os indivíduos que realizam o seu uso social. Conforme Fausto Neto (2012) trata-se de “contratos” que não se fundam mais nos antigos vínculos, mas em procedimentos que visam estimular novas formas de interface.

⁹ Tecnologia da Informação e Comunicação.

¹⁰ Antônio Fausto Neto, em aula, dia 30/08/2011, no doutorado em Comunicação/UNISINOS.

¹¹ Antônio Fausto Neto, em aula, dia 13/09/2011, no doutorado em Comunicação/UNISINOS.

Parto da problematização dos afetamentos decorrentes das novas práticas na produção da fotografia jornalística. Dentre as mudanças do impresso para o *on line*, e deste para outras plataformas digitais, o fotojornalismo passa por uma revolução em seu fazer, que vai de redefinindo pelos processos de midiaticização que se instauraram a partir do digital. O fotojornalista é afetado pela exigência das mídias em multiplataformas – ou seja, deve produzir para o *on line*, produzir para o impresso, produzir para outras instâncias midiáticas como as *webrádios*, os *sites*, os *blogs* (normalmente, tudo dentro de uma única empresa; ou, quando *free lancer*, tendo o cuidado para produzir um farto e diversificado material para disponibilizar para as agências, bancos de imagens e exigências de multiplataformas).

4. A processualidade que a pesquisa requer e o fenômeno da midiaticização

Atualmente, em um mundo globalizado, em que quase não falamos mais em meios de comunicação voltados para as massas, principalmente em função da revolução causada pela Internet e pela digitalização no contexto midiático – e que, como exemplo, falamos em *webrádios* (com fotografias! e abrindo mais frentes de trabalho para os fotógrafos, e principalmente fotojornalistas) -, em cujas funções de produtor e receptor se misturam, convergem, confundem, por vezes, cabe à pergunta: Como se distingue o produtor?

As práticas midiáticas, hoje, estão contemplando as interações do receptor como mediador, como alguém que fala. Nesse momento (28/12/2011, 9h), enquanto escrevo este artigo, leio minha colega, a jornalista Luciane Benfica, chefe de reportagem do jornal Diário Gaúcho de Porto Alegre, se manifestar, via *facebook*, com a seguinte indagação: “precisamos entrevistar alguém que vá fazer concurso para o magistério estadual. O edital sai amanhã. Alguém conhece um candidato?”. Ou seja, o jornal (produtor) se utiliza das redes sociais para chegar ao seu objetivo, que é conseguir uma fonte para sua matéria, e essa fonte agora vem credenciada pelos receptores que se investem de produtores. No âmbito do fotojornalismo, os receptores/leitores se inscrevem, mais diretamente ainda, como produtores, pois protagonizam fotografias com valor notícia e acabam agendando os jornalistas repórteres para realizarem a matéria que pautam em suas fotos.

A definição de até aonde vão os contratos de participação dos leitores ainda está na mão dos *meios*, são os eles os meios e seus reguladores que definem as pré-condições de como se inscrevem os receptores/leitores como produtores e coprodutores das agendas jornalísticas e fotojornalísticas. Cabe à pesquisa perguntar: Que processos são esses? Como caminha o jornalismo chamado colaborativo?

Outra grande questão que caminha no bojo, ou intrínseca às indagações que a pesquisa que proponho requer, diz respeito à questão tecnológica que move essas transformações, e que, para vê-la de forma ampla, compartilho da opinião de Martin-Barbero (2009):

O que significa “tecnologia”? Milhares de coisas. Quando dizíamos “novas tecnologias” estávamos falando de satélites, de parabólicas, do início da eletrônica, mas sabíamos do que estávamos falando. Hoje, dizer “tecnologia” é dizer demasiadas coisas. [...] quando dizemos “tecnologia”, o que estamos nomeando não é somente uma coisa, mas um “âmbito” extremamente potente, tanto de linguagens como de ações, tanto de dinâmicas sociais, políticas e culturais, quanto de interrogações sobre o que significa “o social” hoje (147b).

Estou me reportando ao fenômeno da midiatização que deve ser encarado como o todo social a que Barbero se refere, mas que encontro também em Eliseo Verón (1997 *apud* FAUSTO NETO, 2006, p. 41), quando afirma que, ainda que de modo distinto, as “práticas (operações) dos processos de midiatização afetavam todas as práticas sociais em funcionamento na sociedade contemporânea”, e que esse fato não se dá de modo homogêneo.

Nesta linha, Fausto Neto (2008) avalia o avanço da midiatização sobre a sociedade:

Isto não quer dizer que as instituições evaporam-se com os efeitos da midiatização, mas têm suas práticas afetadas, em seus modos de constituição e funcionamento, por novas operações sócio-simbólicas que tratam de re-estruturar seus modos de se pôr em contato, uma com as outras (p. 05).

A sociedade contemporânea, midiatizada ou *em vias de midiatização*, aparece nesse novo contexto, ou como diz Fausto Neto, nessa nova “arquitetura comunicacional midiática”, (2010, p. 02) aparentemente, misturando os papéis de produtor e receptor no âmbito do próprio *campo midiático*; ao que se acredita, confundindo o campo midiático com outros *campos* sociais (como o jurídico, o político, o econômico etc.), que se municiam de mídias próprias para produzirem suas ofertas simbólicas (e midiáticas); e, por fim, supostamente também de todos que se utilizam dos suportes midiáticos (e que se atravessam no *campo midiático*) para produzirem seus próprios conteúdos, seja para

postar álbuns fotográficos em seus *blogs* pessoais, ou para interagir no *facebook*. O fato é que, em função de todos esses fluxos (de bens simbólicos sendo produzidos e recebidos por “todos”), outros conceitos parecem emergir, e devem ser (re)trabalhados, entre eles o conceito de *circulação*.

Nesse sentido, Fausto Neto (2010) pondera sobre o fato de que estamos diante de um novo cenário sócio-técnico-discursivo – o da sociedade em vias de midiatização –, o qual constitui as novas interações entre produção e recepção, onde o “receptor é resituado em outros papéis na própria arquitetura comunicacional emergente (p. 05)”. O autor indica que a noção de circulação não está mais situada na tradição causalista, ou seja, condicionada a uma ação tecnodiscursiva desferida pela instância produtiva, e que é no “deslocamento da ênfase dos estudos semiológicos das gramáticas em produção para os da recepção que se faz emergir a existência da circulação e de sua respectiva complexidade (id. *ibidem*, p. 07)”.

O conceito de circulação é caro à minha pesquisa, porque instâncias comunicacionais hoje não são estanques. Para Fausto Neto (2010), este conceito deixa de ser um “ponto de passagem” e passa a ser um “ponto de articulação” onde se desenvolvem atividades enunciativas interacionais. Produção e recepção andam juntas, e a circulação está exposta pela complexificação tecnológica. Observar o fenômeno da atual produção do fotojornalismo para o impresso, para o *on line* e em multiplataformas, e refazer o percurso das pesquisas sobre essas três instâncias – produção- recepção- circulação – relacionadas à fotografia jornalística para mim será indispensável. Como pesquisadora, como professora na área de Fotografia, e como repórter-fotográfica (hoje muito menos do que gostaria), acredito ser fundamental acompanhar os processos midiáticos que estão imbricados nas práticas fotojornalísticas para entender este nosso tempo tido como modernidade tardia. Entendo que seja somente com a pesquisa propriamente dita que, além das respostas que busco, possam também surgir outras perguntas.

4. Considerações Finais

Este artigo propôs uma espécie de “passeio” fundamental pelos conceitos e noções sobre os *processos midiáticos*. Fundamentar o conceito de *midiatização* e entender/desenvolver/acompanhar as pesquisas que estão sendo empreendidas sobre o

deslocamento da “*sociedade dos meios*” para as “*sociedades em vias de midiatização*” é um caminho fundamental no percurso/processo do avanço de minha tese. Pensar/perceber como meu objeto – o fotojornalismo em convergência digital – vira *processo*, em três momentos – produção, recepção e circulação -, bem como se dão esses processos, é a aventura a que me proponho.

Do fotojornalismo impresso ao fotojornalismo *on line*, e deste para as demais plataformas em convergência digital, interessa acompanhar, via pesquisa, as mudanças/alterações nas convenções, práticas e rotinas produtivas do fotojornalismo; perceber o que muda o *sentido* do estatuto epistêmico noticioso da fotojornalística, a partir das transformações decorrentes com a implementação do paradigma digital.

Mediante entendimento dessas alterações/afetações *em processo*, importa também saber o que se instaura de novo, o que permanece da tradição do *fazer* fotográfico jornalístico. Assiste-se a uma aceleração no tempo da pauta fotográfica *on line* em relação ao que era próprio/típico da pauta do impresso. Hoje, em função das demandas urgentes do jornalismo *on line* há vários *deadlines*. De um *deadline* (impresso) a vários *deadlines* (em multiplataformas na *web*) há muitos processos que se inscrevem para a pesquisa.

Importantes contribuições me foram dadas por Antônio Fausto Neto (2006;2008;2010;2011), além dos demais autores citados neste texto, a partir de seus próprios percursos metodológicos em pesquisas, e que dizem respeito à necessidade tanto de se entender a *processualidade* investida pelos profissionais do *campo midiático* em seu mundo de trabalho, quanto a *processualidade* que se investe/empreende o (a) pesquisador (a) ao olhar para os objetos comunicacionais. Emprego este olhar “geral” do campo comunicacional, e empenho o meu olhar na especificidade (que em tempos de internet não é tão específico assim!) do mundo do trabalho dos fotojornalistas, que se reconfigura, se redefine, e que ainda traz consigo a necessidade de reconhecer a complexidade tecnológica que estamos vivenciando.

REFERÊNCIAS

ALVES, Rafael Sbarai Santos. Motivações do cidadão-repórter na produção jornalística em ambientes virtuais: incentivo, recompensa e reconhecimento. Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, Número 1, Volume 2, junho de 2010. Disponível em

<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo/article/wiewFile/6915/6482> Acesso em 23 de outubro de 2012.

- HENN, Ronaldo e SALLET, Beatriz. Novas narrativas fotográficas no ciberjornalismo: o acontecimento no campo do sensível (2012). Artigo aceito para publicação na revista ECO-PÓS, editada pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da UFRJ.
- JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
- LONGHI, Raquel Ritter. Narrativas webjornalísticas em multimídia: breve estudo da cobertura do *NYTimes.com* na morte de Michael Jackson. *VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. São Paulo: SBPJOR/USP, 2009
- LONGHI, Raquel Ritter. Formatos de linguagem no webjornalismo convergente: a fotorreportagem revisitada. *VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. São Luís: SBPJOR/UFMA, 2010.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. UFRJ, 1997.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Entrevista ao Caderno “Mais”, da Folha de São Paulo, em 23/08/2009.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Uma aventura epistemológica. Entrevista realizada por Maria Immacolata Vassallo de Lopes. *Revista Matrizes*. Ano 2, N. 2, 2009.
- NETO, Antônio Fausto. A circulação além das bordas. Paper apresentado NO COLÓQUIO ‘MEDIATIZACIÓN, SOCIEDADE Y SENTIDO’. Convênio CAPES/MYNT, Agosto/2010, Universidade Nacional de Rosario, Argentina.
- NETO, Antônio Fausto. Onbusdman: a interrupção de uma fala transversal. Trabalho apresentado no NP Semiótica, da INTERCOM – VIII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2008.
- NETO, Antônio Fausto. Será que ele é? Onde estamos? A midiatização de um “Discurso Proibido”. *Ícone/PPGCOM –UFPE*. V.2, n.9, 2006.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Experiência, modernidade e campo dos média. In: SANTANA, R.N. Monteiro de (org). Reflexões sobre o mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Revan: Teresina, PI: Universidade federal do Piauí, 2000. pp.169-214.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Estratégias da Comunicação: questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade. 2. ed. Editorial Presença, Lisboa, 1997.
- SALLET, Beatriz. Histórias e “estórias” fotográficas: afirmação e rompimento das rotinas produtivas no fotojornalismo de Zero Hora. Dissertação de Mestrado. Unisinos, 2006.
- SILVA JUNIOR, José Afonso. Cinco hipóteses sobre o fotojornalismo em tempos de convergência. *Discursos Fotográficos*. Universidade Estadual de Londrina – UEL, 2012.
- WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença, 1995.