

A Fotografia como Agente de Atualização do Presente

Donaldo Hadlich ¹

RESUMO

O estudo avalia, especificamente, determinados movimentos da fotografia de imprensa como uma atividade comunicacional bem apurada, face à sua representatividade, presentividade e visibilidade, de modo que nela se operacionaliza a noção de atualidade. Com uma metodologia de análise randômica dos registros fotográficos, os relatos revelam o surgimento de um acontecimento singular e midiático.

Palavras-chave: Acontecimento. Fotografia. Fotojornalismo. Pós-modernidade. Notícia.

RESUMEN

El estudio evalúa, especificamente, determinados movimientos de la fotografía de prensa una actividad comunicacional bien apurada, face a su la representactividad, la presentividad y la visibilidad, de modo que, en la si operacionaliza la noción de la actualidad. Con una metodología de análisis randomica de los registros fotográficos, los relatos revelan el surgimiento de un acontecimiento singular y midiático.

Palavras-clave: El Acontecimiento. La Fotografía. El fotoperiodismo. La Posmodernidad.

INTRODUÇÃO

Toda fotografia de imprensa, reproduzida por uma mídia impressa, podemos admitir, contribui para o processo de comunicar e fazer compreender os acontecimentos da atualidade e de interesse geral da recepção. Entretanto, não podemos tomar o campo do fotojornalismo como um mero espaço de visibilização. Se assim o fizermos, estaremos convertendo-o num simples lugar onde as ideologias de outros campos sociais transitam. A fotografia de imprensa, neste caso, seria unicamente um instrumento de visibilização dos conflitos travados por diferentes grupos sociais.

A fotografia de imprensa é uma estrutura complexa, diferenciada e uma condensação de heterogeneidades de linguagens que operam como condição de produção, para nos presentificar a noção da atualidade em nosso cotidiano social sob a forma de um determinado gênero, num certo recorte e com determinadas características identificatórias. Dessa forma, a fotografia de imprensa significa para nós uma instância da atividade comunicacional bem apurada, face à sua representatividade, presentividade e visibilidade, porque nela se operacionaliza a noção de atualidade e, conseqüentemente, a noção de sentido.

¹ Mestre em Comunicação Social, Especialista em Design Gráfico, professor nos cursos de Comunicação Social, Design, do Centro Universitário Feevale/RS, e-mail: donaldoh@feevale.br ou donaldoh@gmail.com.

O acontecimento fotográfico configura uma forma eficaz para que uma determinada mídia impressa possa construir a sua noção de atualidade. A disputa entre suportes pela conquista da recepção define a noção da fotografia como uma forma de atualização dos acontecimentos, e os registros fotográficos são transformados em meros produtos midiáticos. Os relatos revelam o surgimento de um acontecimento singular e midiático.

Assim, este estudo possui como objetivo principal analisar como a fotografia de imprensa operacionaliza a noção de atualidade em nosso cotidiano social e, conseqüentemente, a noção de sentido. A abordagem metodológica deste estudo é um ensaio teórico, tendo o *corpus* de análise constituído de fontes bibliográficas e de fotografias de imprensa, empregadas no relato dos acontecimentos, por jornais diários e revistas semanais de informação. Como método de pesquisa, entende-se amostragem randômica como sendo uma amostra em que cada elemento tem uma chance de inclusão na amostra igual a de qualquer outro elemento. Numa *escala randômica*², realizada no período de janeiro de 2003 a dezembro de 2005, selecionamos as *fotografias de imprensa* publicizadas nas mídias impressas.

1. A FOTOGRAFIA JORNALÍSTICA

A fotografia é, no universo do jornalismo fotográfico, uma das atividades do campo jornalístico que privatiza a noção do real. Ela produz este real a partir de uma gramática própria, capaz de regular e estruturar o sentido, na medida em que tematiza, hierarquiza e classifica o acontecimento, além de oferecer pistas para a sua leitura, orientações de como acompanhar a cobertura fotojornalística; e associações com outras matérias significantes.

Aprofundar as relações existentes entre a fotografia e os acontecimentos midiáticos que constituem o objeto material dos “textos visuais”³ fotojornalísticos requer, primeiramente, definirmos o papel potencial da fotografia como útil para a informação da atualidade. Em outras palavras, o papel que ela desempenha nesse campo do jornalismo e o que entendemos por fotojornalismo. Nessa perspectiva, Rodríguez Merchán define fotojornalismo como:

a notificação de acontecimentos reais, interpretados visualmente por um fotógrafo e orientados por alguns critérios de contingência, mediatizados por vários processos codificadores (fotográfico, informativo e de impressão fotomecânica) e que produz uma mensagem visual que é interpretada pelo receptor segundo sua competência icônica e seu conhecimento de contexto (MERCHÁN, 1993, p. 114).

A fotografia jornalística constitui uma atividade especializada que requer no seu desempenho uma diversidade de conhecimentos e que superam até o manuseio do processo. De acordo com o jornalista e professor Nilson Lage, trata-se de “selecionar e enquadrar elementos semânticos de realidade de modo que, congelados na película fotográfica, transmitam informação jornalística” (LAGE, 1997, p. 26).

Na sua obra *Linguagem jornalística*, o autor assinala que, para as dimensões do papel ou do diapositivo, o jornalista-fotográfico acrescenta:

a dramaticidade, atribuída aos efeitos de luz e sombra, bem como à relação sintática entre os elementos fotografados; a profundidade, que se obtém pelo domínio da perspectiva e dos planos; e o movimento, sugerido pelas posições de desequilíbrio ou pelo dinamismo atribuído aos elementos (LAGE, 1997, p. 26).

A fotografia, como toda e qualquer atividade criadora, visa a responder a duas questões básicas - *o que fazer e como fazer*. De acordo com o fotógrafo e pesquisador Milton Guran, no caso do fotojornalismo, “o fio condutor da nossa reflexão, o conteúdo da foto é o fato jornalístico (a notícia), e a forma de fotografar que interessa é aquela que resulta em maior eficiência na transmissão desta informação” (GURAN, 1992, p. 9-10). Sobre jornalismo fotográfico, em *Fotografia, a poética do banal*, o fotógrafo Luis Humberto lembra que o fotojornalismo determina “um tipo de linguagem bem diferenciada que, ordenada de forma consciente, pode resultar em algo com significação e interesse” (HUMBERTO, 2000, p. 74).

² É um procedimento em que os elementos são tirados de tal maneira que não há razão para acreditar que os resultados serão tendenciosos. Se os elementos são selecionados de forma que nenhum elemento é favorecido em relação a qualquer outro, nos aproximaremos convenientemente da significação. Ver mais em RUMMEL, Francis J. *Introdução aos procedimentos de pesquisa em educação*. Porto Alegre, Editora Globo, 1974, pp. 67-75.

³ O pesquisador e professor francês chama de texto qualquer forma de inscrição, seja ela de linguagem, icônica, sonora ou noções gestuais. Ver mais em MOUILLAUD, Maurice. *O jornal: da forma ao sentido*, 1997, p. 34.

Na introdução de sua obra, “*Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*”, o português Jorge Pedro Sousa assinala que se incorporou no jornalismo fotográfico a idéia da construção social da realidade, processo que, em parte, se nutre na ação dos *media*. O autor destaca que tal perspectiva foi, também, a linha de partida para a interpretação fotojornalística do real. Para ele, as percepções que se têm do fotojornalismo “são dissonantes da realidade em si e, neste sentido, são sempre uma espécie de ficção” (SOUSA, 1998, p. 03).

O autor julga que a noção de fotojornalismo como a atividade orientada para a produção de fotografias para a imprensa deve ser abordada em *sentido lato* e *sentido restrito*, sendo que, em qualquer caso, para se abordar o fotojornalismo tem-se de pensar numa combinação de palavras e imagens: as primeiras devem contextualizar e complementar as segundas. No sentido *lato*, ele entende fotojornalismo como:

a atividade de realização de fotografias informativas, interpretativas, documentais ou 'ilustrativas' para a imprensa ou outros projetos editoriais ligados à produção de informação de atualidade. Neste sentido, a atividade caracteriza-se mais pela finalidade, pela intenção, e não tanto pelo produto; este pode estender-se das *spot news* (fotografias únicas que condensam uma representação de um acontecimento e um seu significado) às reportagens mais elaboradas e planejadas, do fotodocumentalismo às fotos 'ilustrativas' e às *feature photos* (fotografias de situações peculiares encontradas pelos fotógrafos nas suas deambulações). Assim, num sentido *lato* podemos usar a designação fotojornalismo para denominar também o fotodocumentalismo e algumas foto-ilustrativas que se publicam na imprensa (SOUSA, 1998, p. 05).

No sentido restrito (*stricto sensu*), o pesquisador português situa o fotojornalismo como:

a 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. Este interesse pode variar de um para outro órgão de comunicação social e não tem

necessariamente a ver com os critérios de noticiabilidade dominantes (SOUSA, 1998, p. 05).

No jornalismo fotográfico, a fotografia produz sentido e se configura não só como uma instância de revelação do acontecimento, mas também como um lugar onde o próprio processo de significação do acontecimento se engendra. Dessa forma, elegemos o fotojornalismo como um campo que não apenas serve de lugar de passagem, mas que é o próprio lugar de constituição do sentido.

Assim, podemos considerar a idéia de que a fotografia, inserida na esfera do fotojornalismo, não é um mero condutor, mas sim um lugar singular que trata de modelizar as possibilidades e a construção dos modos de inteligibilidade das atualidades, convertendo-se por originais regimes de engendramentos, mediações, relatos e discursos da informação, em dispositivos que representam e agem sobre espaços públicos.

2 O ACONTECIMENTO FOTOGRÁFICO

Em diferentes leituras, verificamos até aqui que a fotografia, empregada no jornalismo, produz sentido via processo de mediação técnica e humana/cultural dos acontecimentos. Esses acontecimentos são selecionados, categorizados, comparados, interpretados e hierarquizados para serem, através de uma operação de representação visual (discursos), transformados em notícia, para que a sociedade possa referenciar-se diante do mundo.

O jornalismo fotográfico representa, na esfera do jornalismo, um tipo de gênero, em que se inclui uma grande variedade de temas fotográficos. Segundo Rabaça e Barbosa (1987, p. 285), fotojornalismo consiste num tipo de “gênero do jornalismo em que o material fotográfico é o principal elemento informativo”. As imagens fotográficas aparecem como textos visuais, que empregam uma espécie de discurso visual da informação, para o relato dos acontecimentos jornalísticos.

O fotojornalismo constitui, nessa perspectiva, um estatuto de construção da realidade, lugar de produção de sentido. Ele é considerado como um discurso de atualidade, como um dispositivo de produção da realidade. A ação do fotojornalismo está voltada para a questão do dar sentido, do *fazer-ver*, do *fazer-criar* ou do *fazer-parecer-verdadeiro*.

Nessa perspectiva, o jornalismo fotográfico tem o seu relato do acontecimento através de uma espécie de discurso visual como seu principal produto e sua

razão de ser. De acordo com o pesquisador português Adriano Duarte Rodrigues⁴, “a mídia produz discurso como os pintores pintam telas, os músicos compõem músicas, os arquitetos projetam edifícios” (RODRIGUES, 1997, p. 217). A realidade passa a ser produto do homem, reconstruindo-se, ressignificando-se continuamente pela ação humana. E é nessa reconstrução, reprodução - reprodução da imagem do outro, que a fotografia de imprensa promove o seu relato ou discurso específico.

O discurso midiático, ao contrário dos discursos realizados pelos sujeitos no dia-a-dia, assinala o autor português, “flui de maneira constante e ininterrupta, encadeia enunciados que se apresentam habitualmente de forma acabada, escondendo os seus processos de gestação” (RODRIGUES, 1997, p. 217). Rodrigues afirma que uma das funções comunicacionais mais importantes do discurso midiático, além da função referencial (que dá conta dos acontecimentos no mundo), é a função fática, que consiste na manutenção do contato com o público.

Nessa produção de sentido, como aponta Rodrigues, numa perspectiva cultural, “o acontecimento constitui o referente de que se fala, o efeito de realidade da cadeia dos signos, uma espécie de ponto zero da significação” (RODRIGUES, 1990, p. 98). Em outras palavras, o jornalismo fotográfico “registra” e “mostra” o acontecimento, devolvendo a “cena primária”, no seu estado bruto de significação (FAUSTO NETO, 1998).

Neste momento, as noções de *fato* e *acontecimento* merecem uma visita como ponto de referência na compreensão de tais conceitos na esfera fotojornalística. Na Sociologia, “o acontecimento é tudo o que não está inscrito nas regularidades estatísticas. O acontecimento é, por princípio, desestruturante” (ALSINA, 1989, p. 28). Adriano Duarte Rodrigues afirma ser acontecimento

tudo o que irrompe na superfície lisa da história de entre uma diversidade aleatória de fatos virtuais. Pela sua natureza, o acontecimento situa-se, portanto, algures na escala das probabilidades de ocorrência, sendo tanto mais imprevisível quanto menos provável for a sua realização (RODRIGUES, 1990, p. 98).

O acontecimento fotojornalístico, na perspectiva de Adriano Duarte Rodrigues, distingue-se do número indeterminado de acontecimentos possíveis em função de uma classificação ou de uma ordem ditada pela lei das probabilidades, sendo inversamente proporcional à probabilidade de ocorrência.

Em sua obra, *O Segredo da Pirâmide*, Adelmo Genro Filho assinala que a notícia é a unidade básica do jornalismo. Conforme o autor, os fatos, objetos da notícia, “constituem a menor unidade de significação” (GENRO FILHO, 1989, p. 186). Genro Filho sinaliza para uma visão peculiar na maneira própria do jornalismo perceber e produzir seus fatos que, transportados para a esfera do jornalismo fotográfico, encontram sustentação. Segundo o autor (1989, p. 186), “sabemos que os fatos não existem previamente como tais. Existe um fluxo objetivo na realidade, de onde os fatos são recortados e construídos, obedecendo a determinações ao mesmo tempo objetivas e subjetivas.”

O autor afirma que há certa margem de arbítrio da subjetividade e da ideologia, embora limitada objetivamente. Para ele, a objetividade oferece uma multidão infinita de aspectos, nuances, dimensões e combinações possíveis para serem selecionadas. No seu entender, a significação dos fenômenos é algo que, constantemente, vai se produzindo pela dialética dos objetos em si mesmos quando da relação sujeito-objeto⁵.

Ao tratar dos fatos jornalísticos como sendo um recorte no fluxo contínuo, uma parte que, em certa medida, é separada arbitrariamente do todo, Genro Filho considera inevitável que tais fatos sejam, em si mesmos, uma escolha.

Não há dúvida que a chamada 'objetividade jornalística' esconde uma ideologia, a ideologia burguesa cuja função é reproduzir e confirmar as relações capitalistas. Essa objetividade implica uma compreensão do mundo como um agregado dos fatos prontos e acabados, cuja existência, portanto, seria anterior a qualquer forma de percepção e autônoma. Em relação a qualquer ideologia ou concepção de mundo. Caberia ao jornalista, simplesmente,

⁴Entendemos que as obras “*La construcción de la noticia*”, de Miquel Rodriguez Alsina; “*Estratégias da Comunicação*”, de Adriano Duarte Rodrigues; “*O jornal: da forma ao sentido*”, de Maurice Mouillaud, são leituras significativas, em virtude de certos conceitos estratégicos que estes autores apresentam, no que se refere ao acontecimento.

⁵Para Adelmo Genro Filho, a relação *sujeito-objeto* consiste numa “relação na qual o sujeito não só produz o seu objeto como também é produzido por ele. Ao produzir-se livremente nos limites da objetividade, ele produz a própria objetividade do mundo. Ou seja, o homem não só escolhe o seu destino ao atuar objetivamente sobre o mundo, mas também transforma o mundo à medida que escolhe seu destino, pois ele mesmo - corpo e espírito - é parcela desse mundo”. Ver em GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide*. Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre, Editora Ortiz, 1989, p. 187-8.

recolhê-los escrupulosamente como se fossem pedrinhas coloridas. (...) essa 'ideologia da objetividade' do jornalismo moderno esconde, ao mesmo passo que indica, uma nova modalidade social do conhecimento, historicamente ligado ao desenvolvimento do capitalismo e dotado de potencialidade que o ultrapassam (GENRO FILHO, 1989, p. 188).

Para Rodrigues (1990), entretanto, o fato, quanto menos previsível for, maior probabilidade terá de ganhar estatuto de acontecimento jornalístico, integrando-se, assim, ao discurso midiático. No que se refere ao fato, Maurice Mouillaud (1997) define-o como paradigma universal que permite descrever os acontecimentos, uma regra da sua descrição - a codificação de toda a experiência, seja qual for a natureza e a origem.

A fotografia apresenta-se, no âmbito social, como um evento comunicacional. Entretanto, ela só passa a existir após sua visibilidade e publicização via mídia específica, graças ao trabalho do fotojornalismo, que promove uma construção mediatizada, publicizada, ofertada enquanto sentido. As mídias tratam de construir e ofertar produtos comunicacionais para uma recepção.

Na obra *O jornal: da forma ao sentido*, Maurice Mouillaud assevera que o “acontecimento designa uma exigência da representação” (MOUILLAUD, 1997, p. 67). Ao tratar sobre a questão do acontecimento, o pesquisador francês afirma que a produção do acontecimento implica um certo número de operações.

Segundo ele, as mídias são apenas operadores entre um conjunto de operadores sócio-simbólicos, sendo, aparentemente - no caso do suporte jornal -, apenas o último: porque o sentido que levam aos leitores, estes, por sua vez,

remanejam-no a partir de seu próprio campo mental e recolaram-no em circulação no ambiente cultural. Se, na origem, o acontecimento não existe como um dado de 'fato', também não tem solução final. A informação não é o transporte de um fato, é um ciclo ininterrupto de transformações (MOUILLAUD, 1997, p. 51).

O autor sustenta a hipótese de que os termos “acontecimento” e “fato” são utilizados como sinônimos. O acontecimento é, para ele, a sombra projetada de um conceito construído pelo sistema da informação, o conceito do fato. A informação, mantida

discretamente atrás do acontecimento, permanece nele presente como uma filigrana. Acontecimento e informação não são instâncias que, a um dado momento, seriam autônomas. “O acontecimento sempre possui a forma da informação” (MOUILLAUD, 1997, p. 57). Fazer, ver, olhar, exibir, mostrar são verbos essenciais que servem de matriz para todos os acontecimentos fotográficos.

A definição do que é acontecimento passa, necessariamente, pela noção do que é noticiável. O jornalista e professor Nilson Lage considera notícia “como o modo corrente de transmissão da experiência, isto é, a articulação simbólica que transporta a consciência de fato a quem não presenciou” (LAGE, 1979, p. 38). O autor articula a crença da factualidade e da presença testemunhal de alguém diante de um fato, relatando para o outro que não esteve presente.

Em *A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento*, Robert Park entende a notícia como algo que encerra “interesse humano”. Para o autor (PARK, 1972, p. 176), “a notícia realiza, de certo modo, para o público, as mesmas funções que realiza a percepção para o indivíduo; isto é, não somente o informa como principalmente o orienta, inteirando cada um e todos do que está acontecendo”.

Para que um relato de acontecimentos em curso tenha características de notícia, Robert Park assinala que isso somente será possível, quando ela chegar às pessoas para as quais tenha um interesse noticioso. A notícia assume o caráter de autenticidade quando exposta ao público. Em outras palavras, quando é publicizada.

Entretanto, o autor ilustra que todo público tem seu próprio universo de discurso e que “um fato só é fato em algum universo de discurso” (PARK, 1972, p. 178). Para o autor (1972, p. 180), “a notícia, como forma de conhecimento, contribui com seu registro de acontecimentos não só para a História e para a Sociologia, mas também para o folclore e a Literatura; contribui não só para as Ciências Sociais, mas também para as humanidades”. A função da notícia, enfim, é, segundo Park (1972, p. 183), “orientar o homem e a sociedade num mundo real”.

Retomando Nilson Lage, a notícia define-se como “o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante” (LAGE, 1993, p. 16). Para ele, “não se trata de narrar os acontecimentos, mas de expô-los” (1993, p. 16). Na sua obra *O texto da notícia*, Elcias Lustosa afirma que a “notícia é a técnica⁶ de relatar um fato” (LUSTOSA, 1996, p. 17). Numa perspectiva mais concisa, o autor diz que “notícia é o relato, não o fato” (1996, p. 17).

⁶ O autor define técnica como a capacidade de alguém produzir um trabalho com a utilização de materiais e instrumentos que tornem eficientes os resultados que pretende alcançar. Ver mais em LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. 1996, p. 18-9.

O pesquisador e jornalista Antônio Fausto Neto refere-se ao tema afirmando que “o que garante o estatuto de um acontecimento ser transformado em notícia, socialmente importante, é sua legitimação e tessitura pelo trabalho do discurso da informação” (FAUSTO NETO, 1989, p. 12-3). O jornalista-fotográfico que trabalha com a notícia, destaca Ivan Lima, “cria fotografias funcionais, informativas, redige uma mensagem que os destinatários vão ler” (LIMA, 1989, p. 16).

Nos estudos sobre o fazer no relato jornalístico, Miquel Alsina assinala que é na produção que se revela a face oculta da construção da notícia e que, de forma alguma, está desvinculada do consumo informativo. Não é a mídia como suporte que se adapta ao acontecimento, mas é o acontecimento que o faz em função da mídia. Nessa perspectiva, todo o processo de publicização estaria subordinado às lógicas das mídias.

Sendo notícia uma construção social da realidade e criadora de um tipo especial de realidade, entendida como pública, Alsina retira do “texto visual jornalístico” seu aspecto de virtualidade. Mais adiante, ele faz questão de definir notícia, não a tratando como produto meramente mercadológico. Busca delimitá-la da seguinte maneira: “Notícia é uma representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (ALSINA, 1989, p. 185). Para ele, a construção da notícia através dos acontecimentos permite visualizar com mais exatidão como se produz a representação social⁷.

Ao produzir relatos ou textos visuais, o jornalismo, no seu entender, supõe a criação de um mundo possível⁸. Segundo Alsina, “(...) o jornalista pode ser comparado a um leitor privilegiado de acontecimentos, a partir dos quais vai construindo mundos possíveis que logo transmitirá aos receptores” (ALSINA, 1989, p. 187). O jornalista é autor de um mundo possível que se manifesta em forma de notícia. No engendramento da notícia, intervêm três mundos distintos e inter-relacionados, que são: o mundo possível, o mundo de referência e o mundo real⁹.

Sobre as notícias, como sendo o resultado de processos de interação social de uma série de negociações, Nelson Traquina defende que

os jornalistas não são simplesmente observadores passivos, mas participantes ativos no processo de construção da realidade. E 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).

No seu artigo *As notícias*, o autor português define as notícias como “o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)” (TRAQUINA, 1993, p. 169). Os acontecimentos fazem parte, segundo ele, de um imenso universo de matéria-prima. Para engendrar sentido, é necessário fazer-se uma seleção do que irá ser tratado, ou seja, escolher o que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia. Em poucas palavras, o que é noticiável.

Traquina assinala que a questão central do campo jornalístico consiste precisamente neste ponto: o que é notícia? Ou seja, quais são os critérios e os fatores que determinam a noticiabilidade (*newsworthiness*) dos acontecimentos (WOLF, 1994).

A produção de notícias está vinculada a uma cultura profissional, na qual se tem códigos, representações, convenções. De acordo com Wolf, a noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nas mídias e do ponto de vista do profissionalismo do jornalista - para a existência pública de notícias. Para ele,

a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, cotidianamente, entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade definida e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 1994, p. 168-169).

⁷ Miquel Alsina considera a representação social como um instrumento através do qual o indivíduo ou grupo apreende seu entorno. No seu entender, a representação desempenha importante papel, tanto na comunicação como nas condutas sociais. Ver mais em ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona, Paidós, 1989, p. 186.

⁸ O autor faz uma referência à Teoria dos Mundos Possíveis descrita por Umberto Eco. Ver mais em ECO, Umberto. *Leitor em fábula*, 1986, p. 157.

⁹ Alsina considera “mundo real” como uma construção cultural, de modo que a realidade é uma construção. Nesta perspectiva, o autor pretende demonstrar que cada vez que comparamos um desenvolvimento possível de acontecimentos com as coisas tal como são, de fato nós representamos as coisas tal como são em forma de uma construção cultural limitada, provisional. Ver mais em ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*, 1989, p. 188.

No artigo *As Notícias*, Nelson Traquina destaca a ligação íntima entre o jornalismo e o fator tempo. O tempo seria, sob essa perspectiva, o eixo central do jornalismo. Segundo ele, tal fator influencia a cobertura jornalística dos acontecimentos e constitui em si um critério de noticiabilidade, podendo servir como “cabide” para pendurar a notícia ou atuar como critério de justificativa, devido ao conceito de atualidade. Sob a pressão da hora do fechamento, para usarmos o jargão jornalístico, as mídias são obrigadas a elaborar estratégias para dar conta da sua matéria-prima: a notícia, que pode surgir em qualquer parte e a qualquer momento. Diante da imprevisibilidade, as empresas necessitam colocar ordem no tempo e no espaço.

Nesse trabalho diário de produção de sentido, o jornalismo fotográfico depara-se com o fator tempo. As empresas jornalísticas tentam impor uma estrutura sobre o tempo, o que lhes permite realizar planejamentos sobre alguma grande cobertura com várias semanas de antecedência (WOLF, 1994). O relacionamento entre campo jornalístico e tempo, conforme Traquina, é mais profundo:

(...) é o próprio conceito de atualidade que constitui o coração e a alma da atividade jornalística: o jornal, o telejornal, são supostos de dar a conhecer o que há de novo, o que acaba de acontecer. Lemos o jornal para saber o que é que aconteceu ontem e não há 15 dias; e, se um acontecimento que teve lugar há 15 dias é notícia, provavelmente é porque só agora o campo jornalístico teve conhecimento do sucedido. Os acontecimentos devem ser atuais; a própria atualidade constitui um fator de noticiabilidade (TRAQUINA, 1993, p. 174).

3 A ATUALIZAÇÃO FOTOGRÁFICA

As possibilidades abertas pela temporalidade própria da imagem fotográfica são infinitas. Durante o registro fotográfico existe o movimento do mundo observado. Em seguida, inicia o movimento *do fotográfico* que representa o visível. Para McLuhan (1999, p. 214), “o que caracteriza de maneira peculiar a fotografia é o fato de ela apresentar momentos isolados no tempo”. Em outras palavras, a fotografia registra um aspecto ou momento isolado, ou seja, um momento no tempo.

Na sua obra *Os meios de comunicação como extensões do homem*, o autor assinala que “as fotos ou gestos, então, considerados normais hoje, nos transmitem a sensação de um tempo mais remoto do que os objetos da antigüidade” (McLUHAN, 1999, p. 222). Numa reflexão comparativa, McLuhan considera a nossa relação com o “jornal de hoje” a mesma que se produz com a moda. Segundo o autor,

a moda não é um modo de se estar informado ou de ter conhecimento, mas um modo de *estar com*. E isto nos chama a atenção para o aspecto negativo da fotografia. Positivamente, o efeito da aceleração da seqüência temporal é o de abolir o tempo, assim como o telégrafo e o cabo submarino aboliram o espaço. Sem dúvida, a fotografia faz ambas as coisas (McLUHAN, 1999, p. 223).

As fotografias, no campo do jornalismo fotográfico, imprimem a sua temporalidade. Segundo Barthes, a ordem fundadora de uma foto é o que ele denomina de “*isso foi*.” ela instaura, na verdade, não uma consciência do *estar aqui* do objeto, mas a consciência do *ter estado* aqui do objeto. O que se vê numa foto no estado passado. Conforme Barthes (1984, p. 123), “a fotografia não rememora o passado (não há nada de proustiano em uma foto). O efeito que ela produz em mim não é o de restituir o que é abolido (pelo tempo, pela distância), mas o de atestar que o que vejo de fato existiu”. As fotografias de imprensa constituem fragmentos capturados de determinados acontecimentos numa parcela de tempo. Em outras palavras, os acontecimentos aparecem em atualidades. Para Mouillaud, a atualidade está submetida a um desprendimento perpétuo contra o qual só pode lutar produzindo uma nova diferença. Segundo o autor francês:

Esta é a lei do presente. O presente não é um tempo como os demais; ele não se encadeia com outros tempos, sucede-se a si mesmo sob forma de um outro presente. O processo é composto tão somente do surgimento perpétuo de uma diferença no horizonte. Os presentes não se articulam para formar uma narrativa, fundem-se sobre o assunto cuja presença os sustenta. Ele é, dizem os gramáticos, 'aquilo que é contemporâneo à instância do discurso'. A atualidade é feita de acontecimentos que são contemporâneos (...) (MOUILLAUD, 1997, p. 72).

Existe uma grande quantidade de temporalidades. O acontecimento fotográfico “aparece sob outra forma com a medida temporal da mídia e, atribuindo uma duração prévia, aparecerão apenas os acontecimentos cuja duração corresponda à periodicidade dos mesmos” (MOUILLAUD, 1997, p. 75). A mídia parece poder reconhecer, de acordo com Mouillaud, apenas os acontecimentos que se passaram em sua temporalidade.

O tempo passa a fazer sentido na fotografia a partir do momento em que se toma um fragmento aleatório de um fato qualquer e se confere a ele o

status de unidade autônoma e auto-suficiente para significar. Sob este aspecto, Isaac Antônio Camargo assinala que “a fotografia é um dado de eternização: ultrapassa o passado e instaura um presente para todo o sempre” (CAMARGO, 1999, p. 102).

Na sua obra *Reflexões sobre o pensamento fotográfico*, o autor afirma que a temporalidade em fotografia “é um meio de construção de sentido, mais que conceito, refere-se, instaura e liga as três instâncias temporais: pretericidade (a anterioridade, o que foi, o que passou, a memória, o antes), presentidade (o agora, hoje, este instante, o momento presente, o atual, a atualização) e posteridade (o depois, o amanhã, o futuro, o porvir)” (CAMARGO, 1999, p. 102). Para Bernardo Pinto de Almeida, a fotografia comunica todo o tempo experimentado e já passado. O autor português destaca que “a comunicação da (ou pela) imagem fotográfica, ao visualizar o tempo passado, concita em nós uma experiência única do atual” (ALMEIDA, 1995, p. 81).

O ato fotográfico, neste caso, ao fragmentar o acontecimento em um lugar e em um tempo imobilizador, conforme Mauro Koury (1998, p. 75), “o autonomia do tempo e do lugar que se desfazem, por uma intemporalidade que reduz o passado a uma sucessão fixa de presentes incorporados”. De acordo com o professor Isaac Antônio Camargo, a temporalidade na fotografia é uma característica inerente ao seu estatuto existencial. No momento em que acionamos o disparador de uma câmara fotográfica, a imagem capturada naquele instante é registrada num lapso de tempo, numa fração de segundo, como um corte temporal que se refere ao momento exato em que esse ato ocorreu, como se fixasse àquele instante. Nessa perspectiva, a fotografia registra, por definição, sempre um momento pretérito, algo que passou, o que assim era, como estava, como foi ou aconteceu naquele momento. Pelo suceder característico da imagem fotográfica, de não atuar em tempo real, ela sempre se refere a algo *no* ou *do* passado. Retomando Roland Barthes, a fotografia “não fala daquilo que não é mais, mas apenas e com certeza daquilo que foi” (BARTHES, 1984, p. 127). Em poucas palavras, podemos chamar isso de sua pretericidade.

Sobre o discurso fotográfico, Isaac Antônio Camargo lembra que ele não pode ser considerado um memorial ao passado ou uma forma de culto aos mortos. A atualização do discurso, segundo o autor,

é o ato presente e contemporâneo a quem lê a imagem, o leitor do discurso, no momento do *agora*, desta forma institui-se a *presentidade* da fotografia, ou seja, a possibilidade de atualização contínua de suas informações resultantes de todas as leituras a *posteriori* ao ato que a faz ser imagem (CAMARGO, 1999, p. 103).

O autor também considera que essas leituras são sempre realizadas a *posteriori* à sua tomada. Desse modo, instala-se sua *posteridade* que

é o estado decorrente e de valor oposto à sua pretericidade proporcionado pelas constantes atualizações de suas leituras. Estas atualizações, sua presentidade, são proporcionadas pelas inter-relações resultantes de sua transitoriedade temporal(...). É este corte transversal no tempo que caracteriza a sua temporalidade (CAMARGO, 1999, p. 103).

Ao tratar do acontecimento pré-construído, Mouillaud afirma que os acontecimentos das mídias se encaixam em formas que são construções do espaço e do tempo. “O espaço e o tempo social trazem marcas que definem áreas e momentos que prescrevem sua natureza e sua forma aos acontecimentos” (MOUILLAUD, 1997, p. 64). O autor dá o exemplo dos acontecimentos esportivos como sendo notável: “Seu campo é expressamente balizado por limites que cortam a área do jogo (ao mesmo tempo, definem as ações pertinentes); as definições fluidas do real são substituídas por limites que separam o campo do fora-de-campo, o antes e o depois” (MOUILLAUD, 1997, p. 64). Além disso, o próprio campo de jogo, segundo ele, é balizado dentro do acontecimento dominante.

Na avaliação de Mouillaud, o balizamento do espaço e do tempo pode ser posto em evidência em todos os acontecimentos que têm um caráter institucional. Primeiramente, aqueles que destacam as cerimônias e, mais amplamente, em todos aqueles que se inscrevem em um paradigma. Para Mouillaud (1997, p. 65), “os acontecimentos da mídia podem ser considerados como o terminal e a parte emergente de um processo de informação que começou bem antes no espaço e no tempo”.

Um outro caminho define o acontecimento, tradicionalmente, a partir de duas características: é tudo o que sucede no tempo, e tudo o que é improvável, singular, acidental (MORIN, 1977). O autor identifica o acontecimento com a singularidade, a contingência, o acidente, a irredutibilidade, o vivido.

Na sua obra, *Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo II: necrose*, o autor assinala que a noção de acontecimento quer designar

(...) uma ontologia temporal. Ora, qualquer elemento pode ser considerado um acontecimento na medida em que se considera situado na irreversibilidade temporal, como uma manifestação ou atualização, isto é, em função do seu aparecimento e do seu desaparecimento, como em função da sua singularidade. O tempo marca todas as coisas com um coeficiente de *circunstancialidade*. (MORIN, 1977, p. 62).

Mas a noção de acontecimento é relativa, pois

(...) a natureza acidental, aleatória, improvável, singular, concreta, histórica do acontecimento depende do sistema segundo o qual ele é considerado. O mesmo fenômeno é acontecimento em um sistema, elemento em outro. Exemplo: os mortos do fim-de-semana automobilístico são elementos previsíveis, de um sistema estatístico-demográfico que obedece a leis estritas. Mas cada um destes mortos, para os membros da família, é um acidente inesperado, um infortúnio, uma catástrofe concreta. (MORIN, 1977, p. 63).

Os acontecimentos têm de ser pré-planejados. Eles não são nem espontâneos nem inesperados. O acontecimento é esperado e publicizado. Via de regra, tal publicidade é feita pelas mídias, como acontece, conforme aponta Lorenzo Vilches¹⁰, com as fotografias de imprensa. Tais acontecimentos estão enquadrados no tempo e no espaço. O acontecimento deve estar suficientemente centrado para manter a atenção do público e suficientemente circunscrito para permitir o registro fotográfico (testemunho visual).

No mesmo raciocínio sobre o tempo, Gilles Lipovetsky e Sébastien Charles descrevem que as sociedades modernas se constituem numa imensa “inversão do tempo”, no qual o futuro adquire supremacia sobre o passado. Na obra, *Os tempos hipermodernos*, os autores asseveram que “a ‘ausência de futuro’ ou o estreitamento do horizonte temporal que subjaz à sociedade hipermoderna deve ser considerada uma laicização das representações modernas do tempo, um processo de desencantamento ou modernização da própria consciência temporal moderna” (LIPOVETSKY; CHARLES, 2004, p. 67).

O tempo é um elemento básico para distinguir a notícia de outras informações. O acontecimento fotojornalístico tem como base de sua existência a atualidade, quanto mais imediata, melhor. A atualidade é fator que converte um registro fotográfico em digno de ser notícia, basta o ponto de que a atividade fotojornalística se reconhece porque seleciona e difunde os chamados “textos visuais” de atualidade.

Para que uma fotografia seja notícia, isso requer a conjugação de três fatores: “em sua força informativa, no grau de curiosidade e na atualidade” (AMARAL, 1986, p. 137). Numa mesma perspectiva, Mar de Fontcuberta afirma “que se acabe de produzir (o que se acaba de descobrir), que se dê a conhecer num

mínimo espaço de tempo possível, e que esse conhecimento circule entre um público amplo e massivo” (FONTCUBERTA, 1993, p. 21).

A atualidade fotojornalística constitui uma série de acontecimentos recentes ou imediatos que se difundem através das mídias. Essa atualidade não coincide com todos os acontecimentos que se sucedem, nem sequer é o mesmo em cada uma das mídias. Em outras palavras, o conceito de atualidade para uma revista semanal de informação não é o mesmo para um telejornal.

O fotojornalista procura registrar cada acontecimento isolado, à proporção que ocorre, e só se interessa pelo passado e pelo futuro na medida em que esses projetam luz sobre o real e o presente. No que se refere à atualidade, Héctor Borrat afirma que

[...] é o produto final de um processo que a constrói para que tenha vigência durante o período que começa com sua publicação e termina com a do número seguinte. Nesse sentido, há tantas atualidades jornalísticas como publicações concorrem no mercado. Cada publicação produz a sua atualidade jornalística. (BORRAT, 1981, p. 94).

Na sua obra “La noticia: pistas para percibir el mundo”, Mar de Fontcuberta (1993, p. 22) diz que “a atualidade constitui uma série de acontecimentos recentes ou imediatos que se difundem pelas mídias.” O autor também destaca, ao mencionar a imprensa, que há “tantas atualidades jornalísticas como mídias existem no mercado.” (1993, p. 22). A atualidade das mensagens tem que interessar ao público, até que o que se comunica seja substituído por uma nova comunicação. Nas palavras de Lorenzo Gomis (1991, p. 39), “ao unificar um período, a mídia define o presente”.

A atualidade é um conceito variável, determinado fundamentalmente pelo período de circulação. De acordo com Lorenzo Gomis, o período encontra-se na raiz do jornalismo e dá nome a sua primeira manifestação histórica, o periódico, que é uma publicação que aparece com determinada frequência: diária, semanal, mensal, etc. Para o autor, o período determina todo o ritmo de trabalho de todas as mídias. Ele impõe urgências e marca prazos improrrogáveis.

Na perspectiva do agendamento midiático jornalístico, o *agenda-setting* tem dificuldades em estabelecer o tempo para a construção dos temas. De acordo com Miquel Alsina, o tempo de permanência de um tema nas mídias tem apresentado muitas variações. Para ele, isso decorre de cinco momentos:

¹⁰ Ver mais em VILCHES, Lorenzo. *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona, España, Ediciones Paidós, 1987.

1. O marco temporal total do período considerado desde o começo até completar o processo de construção do tema. (...) 2. O lapso de tempo entre a independente variável, o tema das mídias, e a independente variável, o tema do público. Ou seja, o intervalo entre a construção do tema das mídias e o tema do público. (...) 3. A duração do tema das mídias é o tempo da medida em que se considera que as mídias criam seu tema. (...) 4. Duração do tema do público é o lapso de tempo de duração da medida do tema do público que se tem recorrido. (...) 5. O efeito de lapso ótimo que é o intervalo desde o ponto de maior ênfase no tema das mídias e o apogeu do assunto em público. (ALSINA, 1989, p. 66-7).

Os pesquisadores McCombs e Shaw¹¹ estabeleceram um marco temporal de três semanas e meia, sendo a medida de duração do tema das mídias. A duração do tema do público, pelo contrário, era de duas semanas e meia, coincidindo estas com as duas semanas e meia últimas dos temas das mídias (McCOMBS; SHAW, 1972).

O intervalo de tempo entre uma comunicação e outra depende de cada mídia e é uma convenção. Segundo Fontcuberta (1993), uma convenção que divide o tempo em parcelas idênticas (dias no caso dos diários; semanas, quinzenas ou meses no caso das revistas semanais; horas, no caso da Internet, do rádio ou da televisão) que servem de marco para a difusão de uma série de acontecimentos e valores selecionados entre todos os que têm sucedido nos sucessivos intervalos.

A partir da periodicidade, que segmenta a atualidade em parcelas, conforme a mídia. Em cada mídia, encontraremos distintos tipos de atualidade. Na sua obra *“La noticia: pistas para percibir el mundo”*, Fontcuberta amplia a sua noção sobre a atualidade. O autor afirma que os acontecimentos não têm a mesma presença no tempo: a notícia de um acidente de trânsito, da morte de um personagem público ou a celebração de um congresso médico dura, no máximo, de dois a três dias. Outros acontecimentos têm a duração maior (a informação do *rally* Paris-Dakar, por exemplo, somente pode ocupar uma ou duas semanas). Outros são de longo alcance para a mídia, como o tratado de paz em Israel, as eleições nos Estados Unidos e o processo de unificação do Mercosul, que têm dado lugar a uma série de acontecimentos que se estendem ao longo de anos (FONTCUBERTA, 1993).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma das conseqüências mais perceptíveis do poder do regime presentista é o clima de pressão que ele faz pesar sobre a vida das organizações e das pessoas. Para Gilles Lipovetsky e Sébastien Charles:

Não há apenas a aceleração dos ritmos de vida; há também uma conflitualização objetiva da relação com o tempo. Os antagonismos de classe se enfraquecem, e as tensões temporais pessoais se generalizam e se acirram. Não mais classe contra classe, e sim tempo contra tempo, futuro contra presente, presente contra futuro, presente contra presente, presente contra passado. (LIPOVETSKY; CHARLES, 2004, p. 76).

As mídias realizam uma mediação entre o passado e o futuro, convertendo todos os tempos em presente e evitando o leitor-enunciatário de atuar nesse tempo difuso, imaginado como um tempo aberto, por vir. As fotografias fixam esse tempo, exibindo as impressões sínteses de um *momento decisivo* do acontecimento. O tempo da informação é o presente. Segundo Gomis (1991, p. 33), “ver o passado como presente ajuda a ver o presente como futuro, que ‘tenha começado já’”. Em outras palavras, os registros fotográficos são acontecimentos disfarçados como presente.

Através dos registros fotográficos dos acontecimentos é que se engendra o presente social. Para Gomis (1991, p. 32), “a imagem da realidade presente que constrói e articula as mídias, com sucesso do passado imediato, é uma imagem projetada para o futuro.” E esse futuro é um porvir, que, em boa medida, vai depender das ações, expectativas e preferências dos enunciatários. Assim, os acontecimentos atraem a atenção das mídias, como notícias especialmente relevantes, dignas de destaque e que podem repercutir no futuro.

A análise poderia ser mais aprofundada, com novos exemplos. Entretanto, ao demonstrarmos a presença de alguns elementos que sinalizam para uma prática singular da fotografia de imprensa, num contexto de pós-modernidade, acreditamos ter colaborado para a percepção de um novo olhar. E, por fim, com um olhar otimista, cremos que este texto esteja contribuindo ao fotojornalismo brasileiro, *para uma reflexão mais eficaz do seu papel e da sua prática funcional, técnica, social e informativa no relato visual dos acontecimentos cotidianos.*

¹¹ Ver mais em McCOMBS, Maxwell E. & SHAW, Donald L. The evolution of Agenda-Setting research: twenty five years in the marketplace of ideas. In: *Journal of Communication*. Vol. 43, nº. 2, 1993.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Bernardo Pinto de. **Imagem da fotografia**. Lisboa, Portugal, Editora Assírio & Alvim, 1995.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona, España, Ediciones Paidós, 1989.
- AMARAL, Luiz. **Jornalismo: matéria de primeira página**. 4. ed. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1986.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Tradução de Júlio Castañon Guimarães. 5ª edição. Rio de Janeiro, Editora Nova Fronteira, 1984.
- BORRAT, Héctor. "Once versiones noratlánticas del 23-F". In: **Anàlisi**. Quaderns de Comunicació i cultura, n.º 04, Departamento de Teoría de la Comunicación, Universidad de Barcelona, Barcelona, España, 1981.
- CAMARGO, Isaac Antônio. **Reflexões sobre o pensamento fotográfico: introdução às imagens, à fotografia e seu ensino**. 2. ed. Londrina, Editora UEL, 1999.
- FAUSTO NETO, Antônio. **O corpo falado: a doença e morte de Tancredo Neves nas revistas semanais brasileiras**. 2. ed. Belo Horizonte, FUMARC-PUC/MG, 1989.
- _____. **Em busca da cena primária: notas sobre dispositivos e condições de enunciação dos discursos jornalísticos**. São Leopoldo, Unisinos, (seminário), (textos), 1998.
- FONTCUBERTA, Mar de. **La noticia: pistas para percibir el mundo**. Barcelona, España, Ediciones Paidós, 1993.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Para uma teoria marxista do jornalismo. 2. ed., Porto Alegre, Editora Ortiz, 1989.
- GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo: cómo se forma el presente**. Barcelona, España, Ediciones Paidós, 1991.
- GURAN, Milton. **Linguagem fotográfica e informação**. Rio de Janeiro, Rio Fundo Editora, 1992.
- HUMBERTO, Luis. **Fotografia, a poética do banal**. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2000.
- KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. "Relações imaginárias: a fotografia e o real". In: ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson (Org.). **Ensaios (sobre o) fotográfico**. Porto Alegre, Unidade Editorial, 1998, p. 72-8.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis, RJ, Vozes, 1979.
- _____. **A estrutura da notícia**. 3. ed. São Paulo, Editora Ática, 1993.
- _____. **Linguagem jornalística**. 5. ed. São Paulo, Editora Ática, 1997.
- LIMA, Ivan. **Fotojornalismo brasileiro: realidade e linguagem**. Rio de Janeiro, Fotografia Brasileira, 1989.
- LIPOVETSKY, Gilles & CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo, Editora Barcarolla, 2004.
- LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1996.
- McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. "The Agenda-Setting function of Mass Media". In: **Public Opinion Quarterly**. Vol. 36, 1972, p. 176-187.
- _____. The evolution of Agenda-Setting research: twenty five years in the marketplace of ideas. In: **Journal of Communication**. Vol. 43, n.º. 02, 1993.
- McLUHAN, Herbert Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. 11ª edição. São Paulo, Editora Cultrix, 1999.
- MERCHÁN, Rodríguez E. **La realidad fragmentada**. Madrid, España, Editorial de la Universidad Complutense de Madrid, 1993.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo II. Necrose**. Tradução de Agenor Soares Santos. Rio de Janeiro, Forense/Universitária, 1977.
- MOUILLAUD, Maurice & PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília, Paralelo 15, 1997.
- PARK, Robert. "A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento". In: STEINBERG, Charles. **Meios de comunicação de massa**. Tradução de Octavio Mendes Cajado. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1972, p. 168-185.
- RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação**. São Paulo, Editora Ática, 1987.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação**. Questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa, Portugal, Editorial Presença, 1990.
- _____. "Delimitação, natureza e funções do discurso midiático". In: MOUILLAUD, Maurice & PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília, Paralelo 15, 1997, p. 217-233.
- RUMMEL, Francis J. **Introdução aos procedimentos de pesquisa em educação**. Porto Alegre, Editora Globo, 1974.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Porto, Portugal, Universidade Fernando Pessoa, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa, Portugal, Editora Vega, 1993.

VILCHES, Lorenzo. **Teoría de la imagen periodística**. Barcelona, España, Ediciones Paidós, 1987.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1994.