



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA
CONTEMPORÂNEAS

PAULO CÉSAR VIALLE MUNHOZ

FOTOJORNALISMO, INTERNET E PARTICIPAÇÃO: OS USOS DA
FOTOGRAFIA EM WEBLOGS E VEÍCULOS DE PAUTA ABERTA.

Salvador
2005

PAULO CÉSAR VIALLE MUNHOZ

**FOTOJORNALISMO, INTERNET E PARTICIPAÇÃO: OS USOS DA
FOTOGRAFIA EM WEBLOGS E VEÍCULOS DE PAUTA ABERTA.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Silva Palacios

Salvador
2005

RESUMO

Novas ferramentas surgem na Internet, tornando-se instrumentos chave para o desenvolvimento de uma produção jornalística mais participativa e democrática. Dois formatos em particular, os *Weblogs* e os veículos de pauta aberta, se destacam, suscitando controvérsias e levando ao limite o ideal de um jornalismo cidadão, exercido pela participação ativa da comunidade na construção e na divulgação da notícia, num processo amplo de exercício da cidadania. Esse trabalho busca estabelecer o lugar e os usos da fotografia jornalística nesses dois formatos inovadores, procurando caracterizar novas formas de estruturação da mensagem fotográfica e novos modelos de produção e circulação da informação fotojornalística. Para isso retomamos a trajetória do fotojornalismo e sua relação com o jornalismo desde suas primeiras utilizações até o atual momento da *Web*, procurando evidenciar como importantes mudanças tecnológicas e determinados “momentos de crise” que têm marcado a história da humanidade, afetam de maneira determinante os processos de produção e circulação da fotografia jornalística. Depois, através da análise de *Weblogs*, e de duas variantes do modelo, os *Fotologs* e os *Moblogs*, avaliamos como a fotografia jornalística tem se inserido e de que forma estes formatos têm aberto novos espaços para a prática e difusão da informação imagética. Da mesma forma selecionamos e analisamos um novo modelo de jornalismo de pauta aberta que está se difundindo na Internet, os Centros de Mídia Independente, buscando através de uma amostragem de *sites* demonstrar como a fotografia jornalística vem sendo utilizada neste contexto e sua importância na democratização da informação jornalística.

Palavras Chave: Fotojornalismo – Jornalismo Digital – Weblogs – Fotologs – Jornalismo participativo – Jornalismo de fonte aberta – Centro de Mídia Independente – Internet.

ABSTRACT

New technologies of communication and new tools for Internet have been developed in the last decade or so with direct effects on a more democratic and participative journalistic production. Two of them in special – *Weblogs* and *open source newspapers* – are generating heated controversy and taking to the limits the issue of citizen-journalism: production, circulation and consumption of news through a process marked by the active participation of individuals and community. This work attempts to establish the place and uses of photography in those innovative formats, mapping emerging forms of photographic message in the Web, in special in the context of citizen-journalism. We developed a brief history of the relations between image and text in journalism, since its early stages in Modernity, working with two basic hypotheses: the double aspect of determination and social appropriation of technology/innovations, for one part, and the importance of “moments of crises” (wars, natural catastrophes, riots, etc) as technological boosters and stretchers, on the other. We deal with specific aspects of Webjournalism and the uses of photography in different stages of its development and then proceed to cases studies of Photologs and the uses of photography in sites of Indymedia as special instances of participatory journalism with the use of open source and Weblog technology and the effects of those new types of platform for the democratization of journalistic information.

Keywords: Photojournalism – Digital Journalism – Weblogs – Photologs – Civic Journalism – Open Source Journalism – Indymedia – Internet .

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	07
Objetivos principais	
Referencial Teórico	
Delimitação do objeto	
Metodologia	
A estrutura da dissertação	
 1 TEXTO, FOTOGRAFIA, TECNOLOGIA: TENSÕES E RUPTURAS	 22
1.1 Fotografia jornalística: primeiros contornos	
1.2 Fotografia jornalística e <i>mass media</i>	
1.3 Fotojornalismo rumo à modernidade	
1.4 Fotojornalismo moderno	
1.5 Fotojornalismo e a revolução digital	
1.5.1 Fotojornalismo, Jornalismo e Internet: fases e defasagens	
1.5.2 O caminho para a primeira geração	
1.5.3 A segunda geração de Webjornais	
1.5.4 A terceira geração dos Webjornais	
 2 JORNALISMO NOS WEBLOGS E EM VEÍCULOS DE PAUTA ABERTA: DECENTRALIZAÇÃO, PLURIVOCALIDADE E AGILIDADE.	 63
2.1 Situando os <i>blogs</i>	
2.2 A blogosfera	
2.3 <i>Weblog</i> como fonte noticiosa	
2.4 <i>Weblogs</i> jornalísticos institucionais X independentes	
2.5 Situando os veículos de pauta aberta	
2.6 <i>Weblogs</i> e Pauta Aberta: espaços para um fotojornalismo cidadão	

3	WEBLOGS, CELULARES, CRISE E OUTROS ELEMENTOS DE UM FOTOJORNALISMO CIDADÃO	97
3.1	<i>Fotologs</i> e o fotojornalismo	
3.2	<i>Flogs</i> e jornalismo cidadão em tempos de crise: as bombas em Londres	
4	O UNIVERSO FOTOGRÁFICO DO CMI: O USO O FOTOJORNALISMO EM UMA PLATAFORMA ALTERNATIVA INTERNACIONAL	118
4.1	O modelo CMI	
4.2	Seleção do corpus e sua análise	
4.2.1	CMI Los Angeles	
4.2.2	CMI África do Sul	
4.2.3	CMI Quezon (Filipinas)	
4.2.4	CMI Aotearoa (Nova Zelândia)	
4.2.5	CMI Israel	
4.2.6	CMI Reino Unido (UK)	
4.2.7	CMI Thunder Bay (Canadá)	
4.2.8	CMI Porto Rico	
4.2.9	CMI Brasil	
4.3	Os CMIs e o uso de fotos em momentos críticos	
	CONCLUSÕES	141
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	157

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa estabelece um delineamento e uma discussão sobre o lugar e os usos da fotografia jornalística na Internet, tendo como objetos privilegiados dois dos formatos jornalísticos mais recentes e controversos disponíveis na *Web*: os *Weblogs (blogs)* e suas variações (*Fotologs, Moblogs*) e os veículos de pauta aberta.

Acreditamos ser esse um tema de interesse, uma vez que apesar de já existir uma substancial literatura relacionada ao desenvolvimento do jornalismo *on-line*¹, de modo geral, são ainda poucos os estudos que se dirigem especificamente para a questão do fotojornalismo nesse novo suporte e ainda menos para a análise do uso das fotos nos *blogs* e veículos de pauta aberta, dada a relativa novidade desses formatos de produção e disseminação de informações na Internet.

Pesquisar os usos da fotografia no jornalismo *on-line* envolve dificuldades pelo menos tão consideráveis quanto se tomar a fotografia como objeto de estudo no campo jornalístico de um modo geral: necessidade de definições e delimitações, contextualizações históricas e periodizações, condicionamentos técnicos, etc. Por outra parte, em se tratando de estudá-la em

¹ Existe uma considerável variação na nomenclatura adotada para o Jornalismo que se pratica no novo suporte representado pelas redes digitais telemáticas e, embora haja uma discussão acadêmica estabelecida em torno do uso destes termos como *jornalismo online*, *jornalismo digital*, *webjornalismo*, o termo Jornalismo *On-line* (JOL), empregado neste texto, refere-se à produção de caráter jornalístico que tem lugar na WWW (*World Wide Web*), sendo aqui usado como sinônimo de Webjornalismo. Neste projeto, seguindo Palacios (2003) usamos indistintamente Webjornalismo ou jornalismo na *Web* como sinônimos de jornalismo *on-line*.

um suporte novo, faz-se necessário caracterizar minimamente esse suporte, buscando estabelecer suas especificidades, rupturas e continuidades com relação a formatos midiáticos anteriores..

Em artigo recente que buscou mapear algumas questões concernentes ao estudo do fotojornalismo na Internet, Palacios & Munhoz (2003) apontaram as limitações de uma metodologia puramente quantitativa para o estudo do uso da fotografia no jornalismo produzido para a Internet, uma vez que há uma série de especificidades do novo suporte que devem ser levadas em conta, como assinalaremos mais adiante.

Nossa proposta envolveu uma tentativa de mapeamento dos usos do fotojornalismo na Internet, de modo geral, e de como novos formatos jornalísticos tem incorporado a imagem fotográfica. Cabe, logo de início, uma explicitação do que, durante este trabalho, entendemos como fotografia jornalística e que servirá como definição operacional de nossa pesquisa, norteando, mais adiante, nossa análise dos usos da fotografia jornalística na *Web*.

No sentido restrito, entendemos por fotojornalismo 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.12)

Pensar a utilização da fotografia em *sites* jornalísticos na Internet não pode prescindir de um percurso que situe os usos de imagens fotográficas ao longo da História do Jornalismo. Seria, evidentemente, equivocado conceber-se a *Web* como um “momento inaugural”, ignorando-se todo processo de relacionamento entre texto e imagem que caracteriza o jornalismo desde, pelo menos, meados do século XIX, até porque uma hipótese de trabalho fundamental em nossa pesquisa é a de que as relações entre texto e foto ao longo da história do jornalismo sofrem modificações e re-acomodações sempre que mudanças tecnológicas importantes ocorrem afetando os processos de produção e ou circulação da fotografia.

Como aponta Elias Machado (2003, p.64):

A evolução tecnológica marca as etapas do processo de trabalho e das relações sociais e, ao mesmo tempo, assinala as particularidades dos sistemas de circulação da notícia. É em consideração às funções do espaço e dos processos como as redes são ativadas no tempo que um sistema jornalístico se distingue dos outros. Como ao largo do tempo um sistema de circulação atua em consonância a um sistema de técnicas, o aparecimento dos satélites digitais, por exemplo, supôs para as agências de notícias novas formas de ações.

Sendo assim, para trabalharmos adequadamente o fotojornalismo na Internet, e mais especificamente nos *blogs* e veículos de pauta aberta, retomamos, como fase preliminar de nosso trabalho, a trajetória do fotojornalismo na história, sua relação com o jornalismo desde que se detectou o potencial de utilização da fotografia como linguagem jornalística, analisando seu papel e lugar na história do jornalismo impresso, preparando assim o terreno para a continuidade da discussão mais específica ao atingirmos o estágio do jornalismo na Internet e finalmente a análise do fotojornalismo nos *blogs* e veículos de pauta aberta.

Evidentemente, não nos propusemos, neste trabalho, a desenvolver uma História do Fotojornalismo na era do impresso, mas buscamos apenas apresentar alguns elementos fundamentais que ilustram e reforçam uma das hipóteses por nós estabelecida, qual seja a da estreita relação entre mudanças tecnológicas e os rumos do fotojornalismo.

A emergência da Internet enquanto suporte para a atividade jornalística estabelece uma situação nova que, no caso dos usos da fotografia, reveste-se de especial interesse: a quebra dos limites de espaço e tempo para a disponibilização de material (Palacios, 2000).

A dissolução dos limites crono-espaciais e a conseqüente possibilidade de se dispor de espaço (praticamente) ilimitado para a apresentação do material noticioso são a maior ruptura a ter lugar com o advento da *Web* como suporte mediático para o jornalismo. A disponibilidade de espaço, somado com a multimidialidade - central na caracterização da Internet enquanto ambiente

e suporte midiático - levam à expectativa de uma valorização do lugar da imagem nos *sites* jornalísticos da *Web*.

Por outro lado, até muito recentemente, as potencialidades abertas pelo novo suporte para a fotografia ressentiam-se das baixas velocidades de conexão. Até o advento da banda larga, que ainda está longe de se generalizar, especialmente em países/regiões periféricas, fazer o *download* de uma foto, mesmo que de baixa resolução (150 x 150 *pixels*), podia levar vários minutos, e nem sempre ser bem sucedida. Era comum os *sites* oferecerem alternativas de versões *text only* (somente texto, com exclusão fotos e outras imagens) para usuários conectados a baixa velocidade. Tal situação, evidentemente, limitava a utilização não só de fotos, mas de todo e qualquer recurso não textual.

A crescente disseminação das conexões rápidas vem abrindo novas possibilidades para uma utilização efetivamente multimidiática da Internet, e para novas formas de incorporação da fotografia ao produto jornalístico na *Web*. A multimidialidade afeta os conceitos próprios da imagem jornalística e o uso desta, com a possibilidade de manuseio digital e mesmo da apropriação e mudança dos formatos pelo receptor. Além disso, como discorreremos em detalhe ao longo do trabalho, os lugares de emissor e receptor, claramente separados e fixos nas formas comunicacionais tradicionais, dão lugar a uma situação em que o consumidor das imagens pode, num momento seguinte, tornar-se produtor, abrindo caminho para processos participativos até então inéditos na história do fotojornalismo.

Objetivos principais

Nosso objetivo central é a caracterização de novas formas de estruturação da mensagem fotográfica e dos modelos de produção e circulação da informação imagética através de *sites*

jornalísticos na Internet, com especial referência para dois dos formatos atualmente existentes no ciberespaço: os *blogs* e os veículos de pauta aberta.

Como objetivos específicos, a pesquisa pretendeu:

1. Identificar historicamente as variadas técnicas de apresentação da fotografia e os diversos níveis de desenvolvimento do fotojornalismo nas redes digitais, buscando estabelecer relações entre eles e as inovações tecnológicas;
2. Caracterizar os tipos de produtos fotojornalísticos na *Web* (e.g. Webjornais, *Weblogs*, *Fotologs*, jornais de pauta aberta, etc);
3. Apontar os aspectos que contribuem para o estabelecimento de novas formas narrativas fotojornalísticas na *Web*;
4. Identificar novos modelos narrativos da fotografia em dois formatos jornalísticos disponíveis no ciberespaço: os *blogs* e os veículos de pauta aberta;
5. Contribuir para a criação/aperfeiçoamento de categorias analíticas que ajudem a compreender os usos que vem sendo feito da fotografia jornalística nos novos suportes digitais e, em especial, nos *blogs* e veículos de pauta aberta..

Após definir os objetivos da dissertação, levantamos as hipóteses que nos serviram de base na condução do processo investigativo. A saber:

1. Os níveis de tecnologia disponíveis influenciam sobremaneira os usos da fotografia jornalística nos diversos formatos disponíveis na *Web*, sendo que a banda larga funciona como um divisor de águas neste particular;
2. Determinadas situações, que denominamos neste trabalho como “momentos críticos” ou “de crise” (convulsões sociais, - especialmente as guerras -, grandes catástrofes naturais, mudanças políticas radicais), tendem a levar ao limite as

técnicas de produção jornalística vigentes, distendendo-as e provocando o surgimento de novas técnicas ou potencializações daquelas já existentes;

3. As tecnologias móveis digitais oferecem novas possibilidades ao fazer fotojornalístico;
4. Não há uma correspondência perfeita entre as chamadas fases ou gerações de desenvolvimento do jornalismo *on-line* (PRYOR; MIELNICZUK; SILVA Jr, etc) e a diferenciação do uso da fotografia em cada uma dessas fases.

Para atingir nossos objetivos e para que tais hipóteses fossem testadas, procuramos levar em conta pelo menos quatro eixos que mereceram maior atenção no decorrer de nossa investigação sobre usos da fotografia nos vários formatos de jornalismo produzido na Internet²:

- a) a complexa relação texto/imagem ao longo do desenvolvimento da atividade jornalística, em diferentes momentos e em diferentes espaços geográficos, que fornece o pano de fundo para a questão dos usos da imagem e em particular da fotografia no jornalismo *on-line*;
- b) os componentes tecnológicos do novo suporte, estabelecendo possibilidades e limitações de experimentação;
- c) a questão da interface de apresentação (no caso, a tela de computador) e dos usos do espaço (programação visual) no novo suporte;
- d) a inserção da imagem no produto *on-line* em termos de sua articulação com as características específicas do jornalismo *on-line* (Multimedialidade, Interatividade, Hipertextualidade, Personalização, Memória, Atualização Contínua)³.

² Palacios & Munhoz, 2003.

³ Bardoel e Deuze (2000), Mielniczuk (2002), Afonso Jr. (2000), Palacios (1999, 2003) e outros, propõem as seguintes características para o jornalismo *on-line*: Multimedialidade/Convergência, Interatividade, Hipertextualidade, Personalização, Memória e Instantaneidade de Acesso/Atualização Contínua.

Evidentemente cada um desses eixos, apesar de relacionados e complementares, envolvem distintas abordagens, recortes, técnicas de análise. As várias áreas compreendidas por esses eixos tiveram ênfases diferenciadas, à medida que a investigação foi avançando, porém sem qualquer pretensão de, neste contexto, oferecermos um tratamento exaustivo das problemáticas envolvidas. Ao contrário, cada um desses eixos aponta para possíveis desdobramentos posteriores do trabalho aqui apresentado.

Referencial Teórico

Optamos por desenvolver, através de bibliografia já existente, um estudo no qual situamos esquematicamente as relações históricas entre Texto e Imagem no jornalismo, em função de mudanças tecnológicas, tendo como ponto de partida as idéias formuladas por Palacios (2003) de uma combinação de Continuidades, Potencializações e Rupturas como características desses momentos de mudança.

Autores como Jorge Pedro Sousa, Marie-Loup Sougez, Gisèle Freund, Walter Benjamin, nos ajudaram a melhor situar a fotografia jornalística em seu percurso geral na História do Jornalismo, desde suas primeiras utilizações como *news medium*. Através de uma sistematização das idéias de autores que estão trabalhando o jornalismo produzido na *Web*, tais como Elias Machado, Mark Deuze, Larry Pryor, Javier Diaz Noci, Marcos Palacios, dentre muitos outros, que nos esclareceram as mudanças e reformulações ocorridas entre as novas mídias e mídias anteriores, constituímos nosso referencial teórico. Os trabalhos como o de Luciana Mielniczuk, Afonso Silva Jr. e Suzana Barbosa, pesquisadores do Gjol, Grupo de Pesquisa em Jornalismo *On-line* da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, ajudaram-nos a caracterizar o jornalismo *on-line* e, portanto, a definir uma operacionalização que possibilitou a formação de um *corpus* para o estudo empírico.

Igualmente importante para essa caracterização, foram livros como o *We the Media*, de Dan Gillmor, e os estudos de Rebecca Blood e Raquel Recuero sobre *Weblogs*, e de José García de Madariaga e de Sara Platon e Mark Deuze sobre jornalismo de fonte aberta, entre outros tantos que serão devidamente relacionados ao longo do texto e em nossa bibliografia.

Delimitação do objeto

Entendermos que a noção de fotojornalismo é muitas vezes difícil de precisar, devido à multiplicidade de técnicas e de suportes a disposição do fotógrafo, e da crescente ingerência de outras linguagens fotográficas, como é o caso da fotografia publicitária. Fica ainda mais complexo delimitar o campo fotojornalístico quando percebemos que não existe uma única maneira de se classificar os gêneros fotojornalísticos, que são menos estanques que os gêneros editoriais em que o conteúdo e a forma do texto já explicitam, em grande medida, a qual editoria pertence. Além do inerente caráter altamente polissêmico da fotografia, não podemos esquecer que ela, no jornalismo, vem sempre acompanhada de um texto que a circunda e contextualiza e que este texto pode e vai muitas vezes dar um novo sentido à interpretação de uma imagem fotojornalística.

Em geral livros e manuais sobre a fotografia jornalística têm classificado os gêneros fotojornalísticos em notícias (*spot news*⁴ e notícias em geral), *features*⁵, retratos, ilustrações fotográficas, paisagens e *pictures stories* (histórias em fotografias: foto-reportagens, foto-ensaios). “Por sua vez, os grandes concursos fotográficos, como o *World Press Photo*⁶,

⁴ As *spot news* são fotografias únicas, instantâneas, feitas sem planejamento prévio no momento em que se desenrolam os acontecimentos. Também chamada de “foto-única”, é considerada aquela foto que capta um instante capaz de sintetizar tudo o que um acontecimento foi e significa.

⁵ Segundo Pedro Souza, “as *feature photos*, são imagens fotográficas que encontram grande parte do seu sentido em si mesmas, reduzindo o texto complementar às informações básicas (quando aconteceu, onde aconteceu, etc)” (2004, p. 92)

⁶ Disponível em: <<http://worldpressphoto.com/?bandwidth=high>>.

estabeleceram outra tradição de classificação dos gêneros fotojornalísticos. Em primeiro lugar, a classificação passa pelo número de fotografias que constituem uma peça: fotografia única ou várias imagens. Posteriormente, a classificação é feita em função do tema: notícias, arte, pessoas, moda, ciência e tecnologia, desporto e natureza e ambiente.” (SOUSA, 2004, p.89) Já alguns autores como Carlos Abreu Sojo e Adrian Aleman (1998) propõem uma classificação dos gêneros fotojornalísticos baseados em três vertentes: gênero fotojornalístico informativo, gênero fotojornalístico de opinião e gênero fotojornalístico interpretativo⁷.

Em nosso trabalho procuramos nos ater àquilo que aqui consideramos como fotografias jornalísticas *stricto sensu*, ou seja, afastamo-nos de um sentido mais amplo da fotografia jornalística como uma atividade de realização de fotografias destinadas à produção de informação em um meio jornalístico, ou seja, qualquer fotografia publicada em jornais ou revistas (fotos ilustrativas, retratos), para nos determos num tipo apenas de fotografia: aquela usada para transmitir uma informação factual, circunscrita na atualidade, em conjunto com um texto⁸ que lhe está associado e publicada em um suporte jornalístico *on-line*.

Dessa forma delimitamos o nosso objeto de estudo concentrando-nos apenas nas fotografias jornalísticas publicadas na *Web*, classificadas como **notícias** (foto-única ou *spot news*), as **features**, e, em alguns casos – quando se trata de imagens que relatam evolutivamente fatos da atualidade e veiculadas em periódicos – as **foto-reportagens**.

⁷ Segundo Abreu Sojo (1998) no gênero fotojornalístico informativo as fotografias se articulam de maneira perfeita com seus respectivos títulos e legendas para transmitir de maneira clara a mensagem editorial; no gênero fotojornalístico de opinião a fotografia tem 40% de reflexo icônico dos acontecimentos e 60% de comentários produzidos pelos elementos retóricos usados pelo fotógrafo; e no gênero fotojornalístico interpretativo a fotografia requer do leitor alguns conhecimentos contextuais para entender a mensagem. Para informações mais detalhadas veja-se: El análisis cualitativo de la foto de prensa, in: < <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040757abreu.htm> >

⁸ Para uma imagem jornalística ser efetivada como discurso não pode se utilizar apenas de sua força icônica. Para que seja compreendida para além do seu poder descritivo e se tornar eficaz como produtora de sentido ela precisa estar associada a um texto verbal, a um conjunto de marcas informativas que explicitam nela (a fotografia) elementos espaciais e temporais. É neste espaço de contextualização da fotografia jornalística que se ativam determinadas funções semânticas da imagem, correlatas a uma cena registrada. (MUNHOZ, 2004)

Uma segunda delimitação foi necessária quanto aos formatos a serem examinados e analisados. Iniciamos este trabalho com um projeto que previa a análise de todos os formatos jornalísticos existentes na Internet, aí incluídos jornais comerciais e alternativos, *blogs*, *Fotologs*, etc. O desenvolvimento dos trabalhos foi indicando que seria necessário um recorte mais restrito, caso quiséssemos evitar o esgarçamento do tema e um tratamento mais generalizado, porém também inevitavelmente mais superficial de nossa temática. Assim, optamos por fazer uma caracterização geral do uso da fotografia no jornalismo na Internet, mas executando uma análise mais pormenorizada apenas no que se refere a dois formatos hoje encontrados no ciberespaço: os *blogs* e os veículos de pauta aberta.

A escolha recaiu sobre esses dois tipos, como já assinalamos anteriormente, pelo alto nível de controvérsia que suscitam, e também pela constatação da quase ausência de literatura no que diz respeito à utilização da fotografia nesses novos formatos. Trata-se de dois formatos que estão levando ao limite, no momento atual, o ideal de um jornalismo participativo, que incorpora de maneira clara uma das principais características do jornalismo como prática social na Internet: a Interatividade. Abrindo novos espaços para o jornalismo-cidadão, ou *public journalism*, como é denominado nos Estados Unidos, os *blogs* e veículos de pauta aberta estão sob o foco de atenção de estudiosos do jornalismo contemporâneo, tanto no que diz respeito às promessas e ao potencial de transformação que trazem, como no que diz respeito à sua possível incorporação pelas mídias tradicionais.

Metodologia

O trabalho realizado pautou-se fundamentalmente por um esforço exploratório e de mapeamento. A metodologia estrutura-se em torno de uma apropriação crítica da literatura

existente, combinada com um esforço de sistematização a partir de estudos de casos selecionados. Partimos (Capítulo 1) de uma caracterização ampla do jornalismo na *Web* para, em seguida, estabelecermos um foco mais fechado sobre os *Weblogs* e veículos de pauta aberta.

Levando em consideração as questões levantadas acerca das características que podem definir o que é um *Weblog* e de que forma também são caracterizados os veículos de pauta aberta, pudemos justificar a escolha para estudos de caso, concentrando nossa investigação empírica sobre uma amostra de *sites* que através do constante e criativo uso da fotografia jornalística se destacaram dos demais.

A princípio nos utilizamos de classificações já estabelecidas por diversos autores (BLOOD, 2002; LE CAM, 2003; RECUERO, 2003) para podermos melhor compreender de que forma os *Weblogs* se apresentam na rede. Após uma sistematização dessas categorias, destacamos os modelos de *Weblogs* mais pertinentes ao nosso estudo, ou seja, os *blogs* que possuem uma característica mais informativa, onde a narratividade jornalística é tida como o fio condutor dos debates e interações que se realizam no interior destes. Destacamos aí os *Warblogs*, que se não foram os pioneiros na utilização da linguagem jornalística, foram os que primeiro se sobressaíram na cobertura e difusão de informações geradas pelo cidadão comum interessado em divulgar os fatos de uma maneira mais livre, sem a interferência de manipulações oligárquicas e de grandes grupos de poder que, de alguma forma, direcionam, constantemente, as notícias para o viés que mais os interessa.

Da mesma forma, buscamos melhor compreender que modelos de jornalismo participativo de pauta aberta estavam se destacando na construção e difusão de conteúdo jornalístico livre na *Web*. Dentre os diversos formatos que encontramos disponíveis na rede, observamos que um modelo em particular ganha cada vez mais força entre os usuários de grande parte do mundo, são os chamados CMIs (Centros de Mídia Independentes) que, ancorados numa

política editorial militante e de oposição à globalização capitalista, abrem cada vez mais espaço para um novo formato de se produzir jornalismo na rede, gerando novas formas de tratamento da notícia, novas formas também de construção e divulgação desta através da interação e, supostamente, total liberdade de expressão gerada por esse tipo de veículo.⁹

À medida que nossa pesquisa avançou, apesar de percebermos já uma certa predisposição destes veículos para utilização de fotografias, observamos que foi num novo modelo de apropriação dos *Weblogs* que a fotografia conquistou seu espaço mais significativo como linguagem informativa produzida, principalmente, através da ampla participação do cidadão: os *Fotologs*. Procuramos, através de metodologias desenvolvidas no âmbito da pesquisa em jornalismo *on-line*, como o mapeamento de características e tendências no jornalismo *on-line* brasileiro produzido pelo Gjol¹⁰, e através de “navegações exploratórias” no ambiente da rede, construir tipologias básicas descritivas para ambos os formatos por nós selecionados para essa pesquisa, ou seja, os já citados *Fotologs* e também para os CMIs, dessa forma possibilitando uma análise mais detalhada dos usos da fotografia jornalística nesses veículos. Uma amostragem de *Weblogs* e de *sites* integrantes do CMI foi constituída e submetida a uma análise mais detalhada quanto ao uso da fotografia e do fotojornalismo nesses dois tipos de plataforma de disponibilização.

Nosso trabalho permitiu tanto mapear os novos aspectos formais do fotojornalismo da era das redes, caracterizado nos inúmeros *sites* de jornalismo participativo existentes, como também estabelecer novas categorizações para o produto fotojornalístico, reposicionando-o face aos condicionantes tecnológicos contemporâneos. Procuramos descrever, sistematizar e analisar

⁹ Como veremos mais adiante, mesmo no mundo libertário do *Indymedia*, a expressão está sujeita a determinadas regras definidas pela política editorial dos CMIs.

¹⁰ **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro** (PALACIOS; RIBAS; MIELNICZUK; BARBOSA; NARITA) disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/mapeamento_jol.doc>.

aspectos referentes às práticas de publicação de fotografias em *sites* jornalísticos a partir da perspectiva das possibilidades proporcionadas em parte pela crescente utilização da banda larga e em parte pelos novos ferramentais e formatos que tem possibilitado formas inéditas de se trabalhar com a fotografia e com o jornalismo na *Web*.

A estrutura da dissertação

O presente trabalho está dividido em quatro partes, além da introdução e das conclusões. A pesquisa abordou, ainda que de maneira necessariamente genérica, desde as primeiras tensões detectadas entre o texto jornalístico e a fotografia jornalística a partir do final século XIX, passando pelas diversas formas de estruturação das narrativas fotojornalísticas nos diferentes momentos do jornalismo impresso, até os modelos mais atuais de produção e circulação do produto fotojornalístico na *Web*, detendo-se mais particularmente e detalhadamente na caracterização do fotojornalismo em *blogs* e veículos de pauta aberta.

No primeiro capítulo intitulado ***Fotografia, tecnologia e situações de crise: tensões e rupturas no fotojornalismo***, apresentamos um breve histórico da fotografia jornalística, seu desenvolvimento técnico, suas relações tensionais¹¹ com o texto, desde suas primeiras utilizações no contexto jornalístico, a forma como a fotografia jornalística vem ocupando espaço nos mais variados suportes jornalísticos e como determinados aprimoramentos técnicos foram fundamentais para sua ubiquidade no mundo comunicacional moderno.

Discorreremos sobre os momentos de rupturas tecnológicas ao longo da história da fotografia analógica, até o surgimento da digitalização da imagem: novos empregos, as

¹¹ Tensão: oposições internas, manifestas ou latentes em uma realidade em que forças se opõem e alcançam algum tipo de equilíbrio instável.

características mais marcantes da fotografia digital, a tecnologia que a circunda e as novas possibilidades que se apresentam. Utilizando os referenciais teóricos já explicitados, passamos a uma breve caracterização das diversas fases (ou gerações) do jornalismo na Internet, procurando relacioná-las com o uso das imagens no novo suporte e buscando avaliar até que ponto há *de facto* uma correspondência entre essas fases ou gerações e o desenvolvimento do fotojornalismo na *Web*.

O capítulo tem como elementos estruturantes as rupturas que marcaram, em alguns momentos de forma determinante, a história do fotojornalismo, estando balizado por duas de nossas hipóteses básicas:

a) é possível identificar momentos específicos em que avanços tecnológicos localizados alteram significativamente os modos do fazer fotojornalístico;

b) à mudança tecnológica conjuga-se a pressão de “momentos críticos”, ou “de crise” (guerras, grandes desastres, transformações políticas radicais, cataclismos naturais) como fator de mudanças nas práticas.

No segundo capítulo da dissertação, cujo título é ***Jornalismo nos Weblogs e em veículos de pauta aberta: descentralização, plurivocalidade e agilidade***, tratamos da Internet como suporte para o jornalismo participativo. Apresentamos os mais variados modelos de jornalismo de pauta (ou fonte) aberta, tais como, *Weblogs*, Centros de Mídia Independente, e *sites* como o *Slashdot* e *OhmyNews*, que têm revolucionado a forma de se fazer jornalismo, ampliando suas margens, de maneira a envolver cidadãos/usuários na produção, disseminação e consumo das notícias e, dessa forma, promovendo uma profunda reformulação também no pensar jornalístico, rearticulando as relações entre o jornalista e o leitor nesse novo contexto que é a *Web*.

No terceiro capítulo, ***Weblogs, celulares, crise e outros elementos de um fotojornalismo cidadão***, apresentamos e analisamos, mais detalhadamente, este novo e revolucionário modelo de

jornalismo na *Web*, sua tipologia, principais características, seu caráter democrático¹² e descentralizado¹³, e de que forma a fotografia jornalística está sendo utilizada neste modelo. Também analisamos novas ferramentas, formatos e suportes que se apropriaram do modelo de *Weblog*, como é o caso dos *Fotologs*, e da cada vez maior utilização das tecnologias móveis (*PDA*s, câmeras-fones, etc) em *Moblogs* para produzir e disseminar as notícias. Nesse contexto, avaliamos como a fotografia jornalística tem se inserido e de que forma estes formatos têm aberto novos espaços para a prática e difusão do material noticioso imagético.

No quarto capítulo, ***O universo fotográfico do CMI: o uso do fotojornalismo em uma plataforma alternativa internacional***, levantamos as principais características, selecionamos e analisamos um novo modelo jornalístico que está se desenvolvendo na *Web*: o Centro de Mídia Independente (CMI - *Indymedia*), uma federação mundial de *sites* jornalísticos alternativos, baseada num modelo de design básico e buscamos compreender como a fotografia jornalística vem sendo utilizada neste contexto.

Nas Conclusões, revisamos os principais aspectos estudados e analisados durante a nossa pesquisa para essa dissertação, cotejando-os com os objetivos inicialmente estabelecidos para o trabalho e com as hipóteses que o nortearam.

¹² *Blogs* produzidos por *experts* e *blogs* produzidos pelos grandes jornais. *Blogs* oferecidos pelo *The Guardian* e pelo *Globo* (será a domesticação dos *blogs*?).

¹³ Liberação do pólo de emissão. Interatividade e participação.

CAPÍTULO 1 – TEXTO, FOTOGRAFIA, TECNOLOGIA: TENSÕES E RUPTURAS

"O desejo de capturar os reflexos evanescentes não só é impossível, mas o mero desejo em si, a vontade de assim o fazer, é uma blasfêmia. Deus criou o Homem à sua imagem, e nenhuma máquina feita pela mão humana pode fixar a imagem de Deus. Será possível que Deus tenha abandonado os Seus eternos princípios, e permita que um francês dê ao mundo uma invenção do diabo?"

(Leipzig City Advertiser, 1839)

Este primeiro capítulo tem por finalidade situar os *Weblogs* e os jornais de pauta aberta, no contexto da história do fotojornalismo. Trata-se de uma tentativa de mostrar que, como outros espaços de produção, em tempos anteriores, esses dois novos suportes estão sujeitos a constrangimentos (*constraints*)¹⁴ e determinações de caráter tecnológico, social e econômico. Não há, portanto, qualquer pretensão aqui de delinear uma História do Fotojornalismo em todas as suas nuances, até porque para já isso existem trabalhos especializados, muitos dos quais referenciados ao longo do capítulo. Trata-se, assim e apenas, de uma abordagem sintética e seletiva, muito mais que exaustiva.

¹⁴ O termo constrangimento está sendo utilizado aqui, por falta de melhor opção, como uma tradução de *constraint*, uma expressão recorrente na literatura especializada e que diz respeito aos limites impostos social e tecnologicamente à produção de uma determinada tipologia discursiva, em nosso caso o fotojornalismo.

Para descrever o longo percurso que leva dos primórdios da fotografia e sua utilização jornalística até os *Weblogs* e veículos de pauta aberta, como duas avançadas e polêmicas formas de expressão fotojornalística na Internet, vamos usar como fios condutores dois fatores que diretamente influenciaram a fotografia jornalística, não só na estruturação de sua linguagem, mas também no que refere ao estabelecimento de rotinas de produção e de padrões de aceitação social desse gênero jornalístico. São eles:

a) Os constantes avanços técnicos que possibilitaram e vem possibilitando a representação imagética de forma cada vez mais aperfeiçoada. Não se trata aqui da introdução de um determinismo tecnológico¹⁵ reducionista, que coloque a tecnologia como causa única do processo social que a envolve, mas de reconhecermos que a dimensão tecnológica desempenha papel importante na formatação das relações da fotografia jornalística com o texto e com o público, alterando rotinas produtivas, abrindo novos territórios e espaços cada vez mais significativos dentro da mídia impressa e, dessa forma, produzindo expressivas mudanças sócio-culturais e sócio-organizacionais;

b) A ocorrência ou recorrência de “momentos críticos” da história mundial, que de várias formas foram cruciais para determinadas evoluções técnicas e rupturas de convenções profissionais, de rotinas e valores na fotografia jornalística. Dentre estes momentos críticos, destacam-se as situações de guerra, quando a fotografia jornalística tem um papel altamente

¹⁵ “De acordo com os deterministas tecnológicos, desenvolvimentos técnicos particulares, tecnologias da comunicação ou mídia e, mais amplamente, tecnologias em geral são a única causa antecedente das principais mudanças na sociedade, e a tecnologia é vista como a condição fundamental subjacente ao padrão da organização social. Deterministas tecnológicos interpretam a tecnologia em geral e as tecnologias da comunicação em particular como a base da sociedade no passado, presente e mesmo no futuro. Eles dizem que as tecnologias tais como a escrita, o impresso, a televisão ou o computador ‘mudaram a sociedade’. Na sua forma mais extrema, a sociedade inteira é vista como sendo determinada pela tecnologia: novas tecnologias transformam em todos os níveis, inclusive instituições, interações sociais e individuais. Pelo menos uma grande variedade de fenômenos sociais e culturais são vistos como sendo moldados pela tecnologia. ‘Fatores humanos’ e arranjos sociais são vistos como secundários” Para saber mais sobre o assunto, ver CHANDLER, Daniel. (2002): **Technological or Media Determinism**. Disponível em: <<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/tecdet/tecdet.html>> acesso em: 17 ago. 2005.

relevante, provendo as sociedades de imprescindíveis símbolos de patriotismo, solidariedade, morte e sacrifício, contribuindo seja para a aceitação, seja para o repúdio da situação bélica. No entanto, como veremos neste capítulo e nos subsequentes, não só as guerras, mas também convulsões sociais em geral e mesmo desastres naturais são também classificáveis como “momentos críticos”, exercendo considerável influência no sentido de reformatar ou levar ao limite opções tecnológicas disponíveis.

A fotografia, desenvolvida nos meados do século XIX num ambiente positivista em que proliferavam novas invenções tecnológicas e científicas, denotava o processo de industrialização que estava em curso e resultou de diversas pesquisas individuais que convergiram para a busca de soluções para um mesmo desafio, simultaneamente, em diversos lugares do mundo.

Por volta de 1829, começa a se desenvolver a idéia do que irá se chamar mais tarde fotografia¹⁶. Daguerreótipo foi o nome dado aos primeiros registros de imagens produzidos por Louis-Jacques Mandé Daguerre, a partir de um aperfeiçoamento das “heliografias”¹⁷, criadas por Joseph Nicéphore Niépce. Muitos desses daguerreótipos já traziam em sua intenção as primeiras manifestações do que viria a ser o fotojornalismo. Tentativas de se registrar e documentar um acontecimento e de levá-lo a público, com a clara intenção testemunhal, já eram visíveis em algumas destas chapas, como no daguerreótipo de George Barnard, de 1853, retratando um incêndio em Nova Iorque, considerado o primeiro trabalho de fotojornalismo conhecido, caracterizando, dessa forma, uma nova utilização para a recém nascida tecnologia.

O jornalismo foi, assim, uma das primeiras atividades a socorrer-se da fotografia, ao funcionar como prova, beneficiando-se do efeito-verdade: a fotografia “credibilizaria os

¹⁶ O processo de produção mecânica de imagens foi denominado “fotografia” (*photography*) por John Herschel, em 1839, mas segundo pesquisas do historiador Boris Kossoy, antes, em 1832, na cidade de Campinas no Brasil, o pesquisador e artista francês Hercule Florence já chamava o processo de *Photographie*.

¹⁷ As primeiras imagens produzidas, mesmo que tênues, foram chamadas por Niépce de “heliografias” e eram sensibilizadas a partir de um derivado do asfalto chamado Betume da Judéia.

enunciados verbais e as representações da realidade que estes enunciados criavam, acompanhados, agora, pelas fotos.” (SOUSA, 2004).

Nesse momento inicial do fotojornalismo, a imprensa ainda estava vinculada aos velhos processos de reprodução da imagem que intermediavam a fotografia e o leitor, a reprodução através de gravuras, principalmente a xilogravura (gravações feitas em madeira) e a litogravura (gravações de imagens em pedra). Estas não só eram as únicas técnicas à disposição naquele momento da história para se imprimir uma imagem, como também atendiam ao gosto de uma época que ainda estava atrelada culturalmente ao desenho e à pintura.

Nos primeiros tempos, as imagens (...) eram entregues a gravadores que as reproduziam em madeira (xilografia). Esta técnica (...) envolvia (...) a utilização de uma mão de obra especializada, lenta e relativamente cara (desperdiçando, assim, a vantagem do automatismo). Punha também em causa a ‘veracidade’ da imagem: com efeito, os gravadores muitas vezes acrescentavam elementos de sua ‘lavra’ às imagens que reproduziam, chegando até a assiná-las. (SIZA; ALEXANDRINO *apud* SOUSA, 2004, p.27).

Cada vez mais, à medida que a fotografia investe em direção aos fatos do cotidiano, novos aperfeiçoamentos são exigidos para absorver novos conteúdos e isso produz mudanças substanciais no fazer fotográfico, mudanças culturais e mudanças nas rotinas e convenções profissionais. A técnica do colódio úmido¹⁸ vem para por fim à era do daguerreótipo, que além de ser um processo que exigia longos tempos de exposição, apresentava um grande inconveniente: cada chapa produzia apenas uma única imagem positiva. Com o processo do colódio úmido não só diminuem-se os tempos de exposição, permitindo à fotografia, aos poucos, a conquista do

¹⁸ *Wet Collodion* ou colódio úmido era um líquido viscoso – algodão-pólvora dissolvido em éter e álcool – que só foi inventado em 1846, mas que depressa achou um uso durante a guerra de Criméia; quando seco, ele forma um filme claro muito fino que era ideal para bandagem e proteger feridas. O processo do colódio úmido apresentava várias vantagens: a) reduziu o tempo exposição drasticamente – para menos de dois ou três segundos. Isto abriu uma dimensão nova para fotógrafos que até então geralmente tinham que retratar cenas ou pessoas muito estáticas; b) como era usada uma base de vidro, as imagens eram mais detalhadas que nos daguerreótipos; c) como o processo nunca foi patenteado, a fotografia se torna amplamente divulgada; d) o preço de uma impressão em papel era dez vezes mais barato que o da produção de um daguerreótipo. Para mais informações sobre o processo, consulte: <<http://www.rleggat.com/photohistory/history/collodio.htm>>.

movimento, como também se dissemina o processo negativo-positivo e a noção da obra de arte múltipla:

A cada dia que passa, mais se impõe a necessidade de apoderar-se do objeto do modo mais próximo possível em sua imagem, porém ainda mais em sua cópia, em sua reprodução. A reprodução do objeto, tal como fornecida pelo jornal ilustrado ou pelo semanário, é incontestavelmente muito diversa de uma simples imagem. A imagem associa tão estreitamente as duas características da obra de arte, sua unicidade e sua duração, quanto a fotografia associa duas características opostas: as de uma realidade fugidia, mas que se pode reproduzir indefinidamente. (BENJAMIN, 1990, p. 215)

A fotografia começa a ser vista, cada vez mais, como uma força atuante capaz de persuadir devido ao seu “realismo” e mostra que tem autonomia própria, revelando-se eficaz como uma nova linguagem informativa, disputando com o texto um lugar de destaque na transmissão das notícias. Essa percepção de um universo imagético singular na sua forma de transmitir conhecimento e reflexão sobre o mundo faz com que proliferem revistas ilustradas e a procura por fotos de atualidades aumenta.

Segundo Gisèle Freund (1989), em 1864, vinte e cinco anos depois da divulgação da fotografia, vinte e cinco periódicos especializados aparecem em seis países. Fundam-se quase outras tantas sociedades fotográficas, que se propõem organizar exposições, defender os interesses de seus membros, criar empresas e vender fotografias. O *British Journal of Photography*, em 1889, cria o primeiro arquivo de fotos de atualidade e nos EUA, em 1890, surge a *Illustrated American*, provavelmente a primeira revista a ser concebida deliberadamente para publicar exclusivamente fotografias, assim como o inglês *The Photographic News*.

1.1 – Fotografia jornalística: primeiros contornos.

O crescente interesse popular pelas novas características documentais que apontavam para a fotografia, faz com que a revista inglesa *The Illustrated London News*¹⁹ publique, sob forma de gravuras, o que pode ser chamado de a primeira cobertura de guerra feita por um fotógrafo, Roger Fenton, encarregado de registrar cenas da Guerra da Criméia em 1855. Em menos de três meses, acompanhado por quatro ajudantes e um pesado carroção equipado, Fenton produz cerca de trezentas e sessenta chapas dos bastidores da guerra sem, contudo, nenhum “instantâneo”. Apesar dos registros da guerra da Criméia terem sido os primeiros registros fotográficos de um conflito de proporções mundiais, estes não passaram de amplas paisagens dos campos de batalha e de retratos do oficialato em poses garbosas, sem qualquer vestígio de uma contenda²⁰.

Foram as fotografias tiradas durante a Guerra de Secessão nos EUA (1861 – 1865) que, efetivamente, deram início a um pensamento jornalístico aplicado à fotografia. O intuito de Matthew B. Brady e sua equipe, composta de vinte e seis colaboradores²¹, era o de registrar em todos os detalhes a tragédia de uma guerra fratricida, e também de abastecer de imagens os principais jornais da época, principalmente nos EUA. Primeiro evento a ser amplamente coberto²² e a transmitir uma idéia realmente concreta do horror e devastação produzidos pela guerra, é na Guerra de Secessão que começam a se configurar algumas das rotinas produtivas que vão caracterizar o fotojornalismo atual:

¹⁹ *The Illustrated London News* foi a primeira revista noticiosa ilustrada, fundada em maio de 1842 por Herbert Ingram, e trazia em sua primeira edição dezesseis páginas e trinta e duas xilogravuras que retratavam, entre outros assuntos, a guerra no Afeganistão, um acidente de trem na França, uma explosão de um barco a vapor no Canadá e um magnífico vestido de baile da rainha Vitória. Maiores informações sobre o assunto estão disponíveis em: <<http://www.spartacus.schoolnet.co.uk/Jillustrated.htm>>, acesso em 13 jun. 2004.

²⁰ Segundo Gisèle Freund (1989, p.108), “A expedição de Fenton tinha sido encomendada na condição de que ele jamais fotografasse os horrores da guerra, para não assustar as famílias dos soldados”.

²¹ Dentre eles destacam-se Alexander Gardner e Timothy H. O’ Sullivan que, juntos com Brady e os demais colaboradores, reuniram um acervo de mais de 7 mil clichês sobre a Guerra de Secessão.

²² “Existe uma lista de salvo-condutos, elaborada pelo exército do Potomac, autorizando trezentos fotógrafos a trabalhar. A maioria é constituída, de facto, por fotógrafos ambulantes que fazem o retrato dos soldados sem fotografar a guerra” (AMAR, sem data, p.62)

- A descoberta definitiva, por parte dos editores das publicações ilustradas, de que os leitores também queriam ser observadores visuais; a fotografia passa a ser vista como uma força actuante e capaz de persuadir devido ao seu “realismo”, à verosimilitude;
- A percepção que a velocidade entre o momento de obtenção da foto e o da sua reprodução era fundamental numa esfera de concorrência (...) [começando] a acentuar a *cronomentalidade* dos fotojornalistas envolvidos e a tornar a actualidade num critério de valor-notícia fotojornalístico; (...)
- A aquisição da idéia de que era preciso estar perto do acontecimento quando este tivesse lugar; (...) A emergência da noção de que a fotografia possuía uma carga dramática superior à da pintura e que era nisto que residia o poder do novo *médium*; (...)
- (...) evidencia-se que a imagem da guerra é freqüentemente, a imagem que dela dá o vencedor ou, pelo menos, que, em todo caso, a imagem final da guerra é conformada pela imprensa mais forte. (Sousa, 1998, p.37 - 39)

Tanto na Criméia como na Guerra de Secessão, as possibilidades de registro foram limitadas pelo elevado tempo de exposição da chapa de colódio úmido e pela difícil mobilidade do rudimentar e volumoso equipamento que envolvia o fazer fotográfico. Os registros chegavam através da imprensa no formato de gravuras, geralmente xilografadas. Ainda assim, foi a primeira vez que os horrores dos conflitos bélicos atingiam vastas populações, que distantes dos acontecimentos, passavam a vivenciá-los de uma forma totalmente nova.

Paralelamente às Guerras da Criméia e de Secessão, a Guerra da Tríplice Aliança ou Guerra do Paraguai (1865 – 1870) se inscreve entre os grandes episódios bélicos fotografados no século XIX. Apesar de amplamente registrada, apenas uma centena dessas fotos sobreviveu até os dias de hoje. No Brasil essa contenda foi fotografada por Henrique Fleiuss²³, para o periódico *Semana Illustrada*, mas aos moldes de Roger Fenton, Fleiuss evita em suas fotografias qualquer

²³ Henrique Fleiuss foi o pioneiro das aplicações da fotografia de imprensa no Brasil, editor da *Semana Illustrada*, principal periódico ilustrado em circulação no Brasil nos anos 60 do século XIX, e grande responsável pela implantação da xilogravura em nossa imprensa. Para maiores informações veja-se Andrade (2004).

cena que choque ou que retrate a morte nos campos de batalha, limitando-se apenas ao registro da destruição arquitetônica provocada pelos tiros de canhão em edifícios do *front*.

A importância das guerras como “momentos críticos” fica evidente. Elas levam as tecnologias ao seu limite e induzem a seu máximo aproveitamento e eventual aperfeiçoamento. É igualmente verdadeiro que a emergência da “fotografia de guerra” tem efeitos sobre a própria guerra, enquanto fenômeno social:

Depois da fotografia, a guerra nunca mais seria a mesma. Com o *medium* emergente, o observador era projetado num mundo mais próximo, mais real, mas por vezes mais cruel. No mundo da imprensa, com as fotos, o conhecimento, o julgamento e a apreciação deixaram de ser monopolizados pela escrita. (SOUSA, 2004, p. 40)

A força da fotografia passa a estar nas possibilidades de investigação de um determinado instante, o momento isolado carregado de significativas e decisivas verdades, livres do fluxo inexorável do tempo.

(...) o fotógrafo fez do ato de ver um tipo novo de projeto: como se o próprio ato de ver, perseguido com suficiente avidez e sinceridade, fosse capaz de reconciliar os imperativos da verdade com a necessidade de achar o mundo belo. (SONTAG, 1981, p.85).

Empresários da indústria jornalística percebem que o leitor também quer ser observador dos acontecimentos, e que o “mito do real”²⁴, vinculado às imagens fotográficas, assegurava ao leitor a verdade dos fatos publicados pelo seu jornal, sendo isso fundamental na hora da concorrência.

²⁴ No início de seu percurso histórico a fotografia adquire características de “espelho de realidade”, atribuído à semelhança existente entre a foto e seu referente, supostamente ela era apenas um análogo do objeto real. Assim toda a fotografia produziria uma “impressão de realidade”, que no contexto da imprensa se traduziria por uma “impressão de verdade”. “Apesar de toda a credibilidade que se atribui à fotografia enquanto ‘documento fiel’ dos fatos, rastro físico-químico direto do real, etc, devemos admitir que a obra fotográfica resulta de um somatório de construções, de montagens. A fotografia se conecta ao seu referente, (...), através de um filtro cultural, estético, e técnico, articulado no imaginário de seu criador”. (KOSSOY, 1999, p. 42). Para um conhecimento mais genérico sobre o assunto veja-se SCHAEFFER (1996); GURAN (1992).

Na trilha das revoluções tecnológicas do final do século XIX, George Eastman, um fotógrafo amador e bancário lança, em 1888, uma pequena câmara fotográfica chamada *Kodak 100*²⁵, que viria a produzir profundas transformações no fazer fotográfico. Além de prover o usuário de uma câmara leve e prática, equipada agora com um rolo de filme, dispensava-o de maiores conhecimentos técnicos do processo fotográfico. Com o mote publicitário: “Você aperta o botão. Nós fazemos o resto!”²⁶, a *Eastman Kodak* inaugurava a idéia do laboratório profissional de fotografia, que a partir daquele momento ficava responsável pela revelação e ampliação das fotos, popularizando e, dessa forma, abrindo um vasto campo de utilização para a fotografia. Lançam-se as bases para a industrialização do processo fotográfico.

1.2 - Fotografia jornalística e *mass media*.

Uma fotografia impressa no jornal sueco *Nordisk Boktryckeri-Tidning* marca o começo de uma revolução no fotojornalismo e no jornalismo impresso: é a primeira foto impressa por um processo conhecido como *halftone*²⁷, e que permitia que numa mesma página pudessem ser impressos imagem e texto simultaneamente. “Assim era fornecida a base tecnológica que faltava para o desenvolvimento e emprego massivo da fotografia jornalística na imprensa” (TAGG, *apud* LISTER, 1997, p. 26).

²⁵ Esta máquina vendia-se carregada com um rolo de papel com 100 poses. Em 1890 surge a câmara *Kodak* número 2 que permitia 150 poses de 9 cm de diâmetro. Em 1895, saiu a *Kodak Pocket* e em 1900 a *Kodak* número 5, que contava com uma objetiva de três aberturas de diafragma e vários tempos de exposição. No mesmo ano, apareceu a *Kodak Brownie*, com seis exposições, que custava um dólar e era destinada às crianças. (SOUGEZ, 2001)

²⁶ Eastman lançava para o mercado mundial, juntamente com seus produtos, uma das pioneiras noções de marketing: “*You press the bottom. We do the rest!*”.

²⁷ O “*halftone plate*” ou chapa de meios-tons, ampliou o uso das fotografias em livros, revistas e jornais. Basicamente este processo convertia a fotografia numa série de pontos sobre uma tela de acordo com os tons originais da fotografia. Depois a tela era passada para uma chapa de impressão e prensada junto com os tipos das letras, os altos e baixos relevos da chapa acompanham os meios-tons da foto e os tipos do texto escrito.

Maiores informações sobre o processo , estão disponíveis em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Halftone_Process >.

Jornais como o americano *The New York Daily Graphic* e o *New York Tribune* incentivam outras empresas jornalísticas nos EUA a investirem maciçamente no processo *Halftone*, publicando cada vez mais fotos em suplementos especiais. Beneficiando-se da introdução das rotativas, que aceleraram o processo de produção jornalística, e da adequação dos conteúdos textuais, agora voltados para artigos de cunho mais elaborado, a Fotografia Jornalística se expande rapidamente, delineando já uma tensão entre texto e fotografia que vai permear o jornalismo até os dias atuais²⁸. Mesmo com uma estrutura mais complexa a fotografia desenvolve no leitor certos processos cognitivos relativos a uma informação que até então eram privilégio quase que exclusivo da palavra escrita (FREUND, 1989, p. 107).

Nos primeiros anos do século passado, novos desenvolvimentos colaboram decisivamente para transformar as rotinas produtivas fotojornalísticas, que passam a valorizar o espontâneo, a “foto única”²⁹, vinculada à retórica da velocidade e a noticiabilidade mudando, assim, radicalmente, o *modus operandi* da construção imagética em vigor até então e sistematizando a informação fotojornalística. Surgem câmeras como a *Ermanox*³⁰ e em seguida a *Leica*³¹, com suas pequenas dimensões e excelente qualidade ótica, aliadas ao talento de fotógrafos como Erich Salomon e Felix Man.

²⁸ Apesar do processo *halftone* ter sido utilizado pela primeira vez no final do século XIX na Suécia, somente em 1907 ele é introduzido no Brasil.

²⁹ Segundo Sousa (1998), a doutrina da foto única ou *scoop*, consiste em “procurar conjugar numa única imagem os diversos elementos significativos de um acontecimento (a fotografia como *signo condensado*) de forma a que fossem facilmente identificáveis e lidos.”

³⁰ A câmera *Ermanox* permite que a fotografia avance sobre a vida privada. De tamanho reduzidíssimo, utilizando chapas de vidro e com uma lente clara de grande abertura, esta câmera permitia ao fotógrafo passar despercebido, pois podia ser operada com pouca luz em ambientes fechados sem a necessidade do uso de *flash*.

³¹ A câmera *Leica* representa um grande incremento à técnica fotojornalística, com objetivas intercambiáveis e substituindo a frágil chapa de vidro pelo filme no formato 35mm (utilizado até os nossos dias), proporciona ao fotógrafo maior mobilidade e a possibilidade de registrar os acontecimentos com maior discricção e precisão, explorando novos ângulos e enquadramentos devido à possibilidade de se trocar as lentes, agora com melhor qualidade ótica e com diferentes distâncias focais.

Com o surgimento dos primeiros tablóides, ou seja, o surgimento do jornalismo “sensacionalista”³² com o *World* de Joseph Pulitzer e do chamado jornalismo “marrom”³³ do *New York Journal* de Randolph Hearst, a fotografia Jornalística garante um novo e maior espaço no jornalismo. Não foi somente em relação à prática do jornalismo escrito, com linguagens mais simples e claras, com a caracterização de gêneros jornalísticos ativos como a entrevista e a reportagem, que estes jornais inovaram a imprensa da época, mas também inovaram na fotografia, promovendo uma reforma gráfica, criando as primeiras equipes de repórteres fotográficos profissionais, o direito autoral e utilizando-se, devido ao caráter popular destas publicações, de um maior número de fotografias apesar de que ainda de reduzido tamanho.

O avanço da indústria do sensacionalismo impele parte do público americano e europeu a voltar-se para os jornais de elite ou os chamados “*quality papers*”, como o *The New York Times*, onde a qualidade das fotos e o rigor na apuração das notícias tornam-se a marca que distingue o novo jornalismo, e o *Collier's*, que ao utilizar fotografias combinadas com o texto, estabelece algumas das primeiras convenções da reportagem fotográfica, transformando a fotografia em *news medium*, associada cada vez mais ao texto escrito. As tensões entre texto e imagem encontram distintas formas de expressão e distintas soluções na imprensa popular e na imprensa “séria”, ou de elite. Persistia, no entanto, em ambas, a noção da fotografia com um caráter fundamentalmente ilustrativo.

A Primeira Guerra Mundial é o grande momento de crise no início do século XX, com peso decisivo para a rápida conformação de uma consciência fotojornalística, ultrapassando a noção da fotografia apenas de caráter ilustrativo ou decorativo. Durante este conflito, apesar de altamente censurado, a maioria dos jornais percebe a necessidade de se organizarem em torno da

³² “*Muckraker journalism*”

³³ “*Yellow journalism*”

produção imagética, para isso recrutam fotógrafos especializados na cobertura de guerras e adotam definitivamente o uso de equipes permanentes de fotógrafos em seu *staff*, transformando o fotojornalismo em profissão e em carreira. Tudo isso para atender a cada vez maior procura do leitor pela informação fotográfica. Essas pressões do leitor impulsionam os melhoramentos técnicos e finalmente vencem as resistências de setores mais conservadores da imprensa em relação à imagem fotográfica.

Em relação à forte censura nesse período Sérgio Mattos (1991) nos aponta:

A Primeira Guerra Mundial deveria assinalar, pelo menos no desejo de Lord Kitchner, ministro da Guerra da Inglaterra, o fim dos correspondentes: "Esta maldita imprensa não vai *fazer* coisa alguma até esta guerra acabar", desabafava com frequência. Para impedir o desempenho da imprensa, ele contava com o apoio do ministro da Marinha, que dizia que nos navios de guerra não havia lugar para jornalistas. (...)

No *front*, as comunicações eram boas e os jornais, censurados naturalmente, podiam ser lidos tanto nas trincheiras como nas cidades e, pela primeira vez, os soldados e os homens comuns podiam perceber que os jornais mentiam. Historiadores que analisaram os efeitos da Primeira Guerra Mundial consideraram que a cobertura da guerra foi decisiva no desenvolvimento do respeito do público pela imprensa. Pela primeira vez se levantavam dúvidas sobre o conteúdo dos jornais.

Com o surgimento do processo de impressão, o rotogravado, que permitia a tiragem de heliogravuras numa rotativa como sistema de reprodução; a adaptação para a gravação fotomecânica, pelos clichês de cobre e de zinco; o aumento da velocidade de transmissão das imagens fotográficas, com o estabelecimento da transmissão à distância; e o surgimento de proto-agências fotográficas ³⁴, na passagem do século XIX para o século XX, aumentam significativamente a presença da fotografia em jornais. O *The New York Times* publica suplementos ilustrados semanais; o *New York Tribune* utiliza-se regularmente de fotografias de atualidade; o britânico *Daily Mirror* torna-se um dos pioneiros na utilização constante de

³⁴ A companhia londrina *Illustrated Journals Photographic Supply Company* é considerada a primeira agência fotográfica “de fato”, em 1894, inaugura uma era de expansão do fotojornalismo. (SOUZA, 2004, p.48)

fotografias e o francês *L'Excelsior*, apesar de publicar menos fotos que seus concorrentes, tinha uma qualidade superior de impressão.

Mas nada equivale ao *boom* das revistas ilustradas que florescem por toda a Europa e nos EUA, e cujo componente principal são as fotografias jornalísticas. Ocorre uma inversão e o texto passa ser um complemento, muitas vezes amplificando o caráter ideológico da mensagem imagética. Nesse breve tempo de paz do pós-primeira guerra, grandes impérios gráficos se consolidam, como é o caso da revista *Life* de Henry Luce, fundada em 1936, e da revista *Look*, dois sucessos imediatos que ajudam a difundir maciçamente pelo mundo as revistas fotojornalísticas, com acentuado foco na cobertura e exposição da vida privada.

Em 1928 surge o que viria a ser uma das mais importantes publicações fotojornalísticas brasileiras: a revista *O Cruzeiro*. Durante os anos 30 a publicação mantém a mesma fórmula de suas concorrentes, adotando fotos de pequeno formato agrupadas e sem nenhum critério evidente. Pressionada por um processo de declínio já nos seus primeiros anos de existência, motivado principalmente pelo desinteresse de seus leitores, a revista busca se reformular no início da década de 40 e adota um padrão de qualidade inspirado em publicações internacionais como a *Life* e a *Look*. Reformula seu padrão técnico e estético dando melhor definição gráfica e adota o sistema de impressão rotogravado, permitindo, dessa forma, uma associação mais precisa entre o texto e a imagem. A contratação do fotógrafo francês Jean Manzon³⁵, em 1943, consolida o novo modelo que tanto sucesso faz nas revistas americanas e francesas, onde a fotografia, publicada em grandes formatos, muitas vezes ocupa uma página inteira. O sucesso imediato desse formato

³⁵ O fotógrafo francês Jean Manzon era repórter fotográfico do *Paris Match* e *Paris Soir*. Foi responsável pela renovação do fotojornalismo brasileiro a partir de 1944, ao realizar, para a revista *O Cruzeiro*, uma série de reportagens que introduziram no país o conceito de ensaio fotográfico. Junto com o repórter de texto David Nasser forma a primeira dupla do fotojornalismo brasileiro. Para maiores informações sobre a história da revista *O Cruzeiro* e sobre o fotógrafo Jean Manzon veja-se: LOUZADA, Silvana (2003), **Fotojornalismo na História: Ascensão e queda de O Cruzeiro e Manchete**.

inovador enceta uma reformulação geral nas demais publicações ilustradas brasileiras obrigando-as a se modernizar e produzindo uma nova geração de revistas.

1.3 – Fotojornalismo rumo à modernidade.

A imprensa que tinha sido fortemente censurada durante os anos da Primeira Guerra, adquire um novo impulso sob a república liberal alemã. O novo momento de crise vai se configurar com a ascensão do nazismo e a conseqüente diáspora de grande parte da intelectualidade alemã. Com isso, muitos daqueles que tinham contribuído para a criação da noção do fotojornalismo moderno, na Alemanha, passam a disseminar suas idéias no estrangeiro e exercer uma influência decisiva na transformação da imprensa ilustrada mundial³⁶.

Conquistas técnicas como o flash de lâmpada e o sistema *reflex*, com a *Rolleiflex* em 1929, e o sistema *reflex*³⁷ de objetiva única em 1933 (que se torna o sistema mais utilizado no fotojornalismo até os dias de hoje), além do lançamento de filmes mais sensíveis pela Agfa, em 1936, e a introdução da telefoto um ano antes pela *Associated Press*, conformam um novo modo de se produzir fotojornalismo, em que a narratividade se associa à velocidade e à doutrina do *scoop*.

A partir dos anos 30, jornais como o *Daily Mirror*, o *Sunday Graphic* e o *Paris-Soir* massificam e rotinizam a produção fotojornalística e os fotógrafos dessa geração conquistam *status* mítico: Robert Capa, Margaret Bourke-White, Cartier-Bresson, Robert Doisneau, George Rodner, entre outros, se destacam entre os melhores fotojornalistas do século XX, e elevam a fotografia jornalística à condição de arte.

³⁶ Fotógrafos e editores de renome na Alemanha, tais como Andrei Friemann (que mais tarde adota o pseudônimo de Robert Capa), Stefan Lorant, e Felix H. Man, entre outros, mudam-se para Inglaterra, França, EUA, levando consigo as concepções do fotojornalismo alemão.

³⁷ Sistema *reflex* permite ao fotógrafo o enquadramento do assunto direto através da objetiva da máquina, facilitando a focagem, a perfeita composição do tema e dando ao fotógrafo maior agilidade e concentração.

Nos moldes da revista *BIZ* (*Berliner Illustrierte Zeitung*), que nos anos trinta, na Alemanha, dá grande ênfase ao ensaio fotojornalístico, surge na Inglaterra a *Picture Post*, editada por Stefan Lorant, ex-redator chefe da *Münchener Illustrierte Presse* de Berlin, editor que revolucionou a linguagem da fotografia jornalística, exigindo de seus fotógrafos a produção de fotografias sem a utilização de *flashes*, e encorajando as foto-reportagens, ou seja, permitindo que seus fotógrafos contassem uma história através de uma sucessão de imagens³⁸. Depois de um mês de existência, a revista vendia mais de 1 milhão e 300 mil cópias por semana (LACAYO; RUSSELL, 1990). Seguindo a mesma fórmula de inter-relação de complementaridade foto-texto das revistas alemãs, na França surge a revista *Vu*, fundada por Lucien Vogel, em 1928, que dá início ao processo de utilização de fotografias extremamente “abertas”, chegando, muitas vezes, a ocupar o espaço de página dupla e utilizando uma diversidade de imagens que vão da fotografia poética à fotografia de informação, contando com colaboradores de grande talento como André Kertész, Germaine Krull, Muncaszi, Cartier-Bresson e Robert Capa, que teve publicada pela primeira vez na *Vu*, em 1936, sua célebre foto da queda de um miliciano espanhol fulminado por uma bala.

Entre os anos 30 e 40 do século XX, as agências fotográficas e os serviços de foto-notícia, como a *Black Star*, a *Acme News Picture* e a *Associated Press*, aceleram a dinamização do fazer fotográfico, pluralizando o campo de ação e o acesso à imagem-informação. São as grandes responsáveis pela distribuição de fotos para a imprensa e também pelo começo de uma certa recorrência de imagens entre jornais e revistas assinantes.

³⁸ “A idéia de Lorant era de encorajar reportagens (...) Em volta de uma imagem central, resumindo todos os elementos da história, agrupa-se um certo número de fotografias que a contam em detalhe. A foto-reportagem devia ter um começo e um fim, definidos pelo lugar, tempo e ação, como no teatro. (...) Sob a influência de Lorant, os fotógrafos começam a fazer séries de fotografias sobre um único assunto, que preenchem várias páginas da revista ilustrada. Foi o primeiro a compreender que o público não deseja apenas ser informado sobre os fatos e gestos das grandes personalidades, mas que o homem da rua se interessa por assuntos que têm a ver com a sua própria vida.”(FREUND, 1989, p. 119)

A grande depressão dos anos trinta, surgida do colapso da Bolsa nos EUA, em 1929, e que acarretaria uma crise econômica mundial, gera nos EUA um programa de assistência promovido pelo presidente Roosevelt chamado *New Deal*. Observamos aqui o desenrolar de mais um “momento crítico”, no qual uma profunda crise econômica e social vai contribuir para dar direcionamento renovado ao fotojornalismo. No âmbito do *New Deal*, surge a *Farm Security Administration* (FSA), um projeto com fins propagandísticos e políticos, mas que vai revolucionar o documentarismo fotográfico, influenciando o desenvolvimento da fotografia não só no seu aspecto formal, mas também na rotina de trabalho dos fotodocumentaristas até os dias de hoje.

Em 1935, o presidente Roosevelt nomeia o sociólogo Roy E. Stryker para dirigir a FSA, com o objetivo preciso de documentar a política do *New Deal* e seus efeitos sobre milhares de trabalhadores rurais dos EUA. Este projeto, chamado *Farm Security Administration Photographic Corps*, tornou-se uma arma importante para despertar e mobilizar a consciência social do povo americano e influenciará grandes revistas, grandes fotógrafos e a forma de se produzir fotojornalismo documental em todo o mundo. Stryker reúne uma equipe de doze fotógrafos de renome, entre eles, Dorothea Lange, Walker Evans, Arthur Rothstein e Gordon Parks. Estes percorrerem a zona rural norte-americana fotografando as condições de vida e os efeitos da depressão, quando perto de 8 milhões de americanos vagavam em desespero pelos estados do Sul e do Sudeste, e evidenciaram com seus trabalhos uma “outra” América. Entre 1935 e 1942 produzem cerca de 270 mil negativos, dos quais, infelizmente, cerca de 100 mil foram censurados e perfurados por Stryker por não corresponderem à política da FSA. De qualquer forma o trabalho desenvolvido por estes doze fotógrafos não encontrou ainda paralelo na história da fotografia e inspirou importantes projetos fotodocumentais da atualidade.

Em 1936, novamente é o conflito bélico que aparece como ponto de catalização de novas formas expressivas. Como um prelúdio dos anos sombrios que viriam com a segunda guerra mundial, eclode na Espanha uma das guerras mais fratricidas da primeira metade do século XX: a Guerra Civil Espanhola. Este conflito acaba servindo também como campo de provas não só para novas tecnologias bélicas, mas também para as novas tecnologias de comunicação e para as novas linguagens da fotografia de guerra que estavam surgindo e que vão ter continuidade no conflito mundial que se seguirá:

A Guerra Civil Espanhola foi a primeira guerra a ser testemunhada (coberta) no sentido moderno: por um corpo profissional de fotógrafos nas linhas do engajamento militar e nas cidades sob bombardeio, cujo trabalho foi visto imediatamente em jornais e revistas na Espanha e no estrangeiro. (SONTAG, 2002:86)³⁹

A cobertura da Segunda Guerra Mundial, se de um lado serviu para a imprensa definitivamente perceber o poder das fotografias, por outro se tornou um instrumento de propaganda para os governos envolvidos, com a grande maioria dos fotógrafos procurando produzir imagens seletivas da guerra, glorificando a luta do bem contra o mal, muitas vezes se auto-censurando e evitando mostrar as atrocidades produzidas pela guerra. Nem mesmo o advento da primeira fotografia publicada a cores pela revista Vogue e de uma das mais significativas invenções da época no campo técnico: o fotômetro, conseguiu romper com a forte tendência idealista das fotografias produzidas em ambos os lados da guerra e só com o seu final é que muitas das fotografias obtidas em ação, testemunhas do alto preço pago por todos nesse conflito, foram divulgadas.

³⁹"The Spanish Civil War was the first war to be witnessed ('covered') in the modern sense: by a corps of professional photographers at the lines of military engagement and in the towns under bombardment, whose work was immediately seen in newspapers and magazines in Spain and abroad." (SONTAG, 2002, p. 86).

1.4 – Fotojornalismo moderno

Finda a Segunda Guerra mundial, percebe-se que, apesar da fotografia jornalística e documental ter encontrado suas mais profundas formas expressivas, assistindo uma crescente industrialização e massificação da sua produção, as interferências político-ideológicas nesse campo começam a se agudizar. Uma certa banalização, fruto da rotinização do trabalho fotojornalístico, leva a uma farta produção de fotos “*fait-divers*”⁴⁰ e a glamurização dá um novo relevo à imprensa, começando a haver um predomínio da estética em detrimento da informação. Inicia-se uma época de intensa competição entre as agências de notícia, principalmente entre a UPI (*United Press International*) e a AP (*Associated Press*), que preocupadas em satisfazer as necessidades dos diários, impõem a idéia do “fotojornalismo de velocidade” como um critério de valor-notícia.

Problemas causados, pelo menos em parte, pela nova forma de representação e figuração do mundo através advento das imagens televisivas, promoveram uma grande reformulação gráfica em parte do Jornalismo Imprenso, “a inter-relação entre a fotografia e a televisão (...) prestará um bom serviço ao fotojornalismo contribuindo para que ele vença as amarras da rotina e da convencionalidade para mergulhar na autoria” (SOUZA, 2004, p.157), na maior subjetividade, conciliando intenção documental e arte. A fotografia jornalística ganha maior valor estético e um impacto visual maior nas páginas dos jornais e revistas. Principalmente nestas últimas, onde o uso da foto colorida procura suplantam em força e dramaticidade o poder ascendente da televisão como meio dominante: percebe-se que o leitor quer ser aquele que determina o tempo de observação de uma imagem e para isso uma nova linguagem fotojornalística começa a despontar,

⁴⁰ O termo francês *fait-divers* (introduzido por Roland Barthes no livro *Essais Critiques*, em 1962), significa os fatos diversos que cobrem escândalos, curiosidades e bizarrices, caracteriza-se como sinônimo da imprensa popular e sensacionalista. Sempre esteve presente desde o início da imprensa, sendo um dos primeiros recursos editoriais para chamar a atenção e promover a diversão da audiência. Para um conhecimento melhor sobre o assunto veja-se BARTHES, Roland. **Estrutura da notícia**. In: Crítica e verdade. S.Paulo: Ed. Perspectiva, 1970.

produzindo imagens coloridas mais definidas, utilizando as altas velocidades de obturação (onde as frações de segundo apresentam ao mundo detalhes expressivos impossíveis de serem captados na imagem em movimento) e, dessa forma, levando o fotojornalismo a descobrir formas novas e específicas de abordagem da realidade.

Os anos cinqüenta foram importantes para a imprensa brasileira, em 1951 o jornalista Samuel Wainer⁴¹ funda o veículo que viria revolucionar o jornalismo do país: a *Última Hora*. Um fenômeno editorial, que chegou a vender 800 mil exemplares num país com pouco mais de 70 milhões de habitantes. Foi o primeiro jornal brasileiro a formar equipes de fotógrafos com salários equivalentes aos dos repórteres de texto e o primeiro a creditar as fotografias.

Em abril de 1952 surge no mercado editorial brasileiro a revista *Manchete*. Introduzindo inovações editoriais na publicação e aprimoramentos técnicos no equipamento gráfico, buscou vencer o desafio de concorrer com *O Cruzeiro* adaptando-se aos modelos jornalísticos americanos de revistas como a *Time* e a *Life*. Com um formato moderno, caracterizava-se por uma boa seleção de fotos e por uma agressividade jornalística sem, entretanto, abrir mão da beleza estética na informação. A revista *Manchete* foi a primeira revista do mundo a publicar na capa a foto do novo papa João XXIII, e a cores, demonstrando, assim, que além de dar forte ênfase à qualidade imagética também investia fundo na produção.

Entre os anos cinqüenta e sessenta novas guerras irrompem sendo que uma delas, em especial, vai assinalar mudanças significativas na fotografia jornalística: a guerra do Vietnam. Não apenas pelo aspecto técnico, marcado pela adoção em massa do fotômetro eletrônico incorporado às máquinas 35mm⁴² e às tele-objetivas de longo alcance. Mas também pelo importante papel desempenhado na construção de correntes de opinião sobre o conflito,

⁴¹ Maiores informações sobre Samuel Wainer disponíveis em: < http://pt.wikipedia.org/wiki/Samuel_Wainer >.

⁴² Em 1972, a Pentax lançou o modelo ES com fotômetro incorporado.

recuperando o papel ativo e mobilizador da fotografia jornalística⁴³. Tornam-se notórias as intenções pessoais dos fotógrafos em mostrar o que pretendiam modificar, promovendo a fotografia de autor. Algumas outras noções surgem também para contribuir com o desenvolvimento da fotografia jornalística e vamos apontá-las a seguir:

- A emergência do conceito de foto-choque, impondo esse tipo de abordagem como padrão na cobertura fotojornalística de futuros conflitos;
- A ascensão da importância da fotografia sobre a televisão, pela maior contextualização a partir da multiplicidade de pontos de vista que a fotografia permite. As fotografias da guerra do Vietnam foram mais fortes e deixaram impressões mais profundas e duradouras do que as imagens da televisão (SOUSA, 2004, p. 171).
- A degradação substancial das relações entre a imprensa e os militares e políticos, promovendo uma retomada da censura em conflitos posteriores;
- Acentuação da concorrência entre as várias agências de notícias devido à grande procura por imagens por parte do público.

Com a atenção das agências noticiosas norte-americanas voltada para o conflito no Vietnam, novas agências surgem na Europa. Fundam-se, entre outras, a *Gama*, a *Sipa*, a *Sygma*, a *Rapho* e a *Keystone-France*. Altamente competitivas, trazem imagens de outras frentes de batalha como os conflitos em Beirute e Teeran.

Nos anos sessenta há na produção jornalística um abandono gradual da idéia de integração social desenvolvida pela mídia até então, para se valorizar a espetacularização e dramatização da informação, enfatizando-se um jornalismo mais sensacionalista. A “estética do horror” explorada

⁴³ Como anteriormente vimos, houve uma tendência, no pós 2ª guerra mundial, a uma produção fotográfica voltada para o glamour, o *fait-divers* e para as foto-reportagens de moda e costume. Os ensaios do campo de batalha são substituídos por reflexões de estilo de vida: a câmera descobre o subúrbio. A ameaça da superficialidade substituir a sensibilidade.(LACAYO; RUSSELL, 1990, p. 56)

nas coberturas de guerra, ganha força em concursos de fotojornalismo como o *World Press Photo*⁴⁴, espaço aberto para a reflexão em torno do fotojornalismo, mas com grande tendência a premiar com o título de “foto do ano”, fotografias que, em geral, se relacionam com a violência registrada nos campos de batalha. Mas concursos como esse também reafirmam a condição de arte latente na fotografia jornalística, além de valorizar a pluralidade temática, criando e premiando categorias como Desporto, Artes, Natureza, Reportagens, Retrato Ciências e Cotidiano. Em julho de 1962, é enviada a primeira telefoto via satélite (o *Telstar*), reforçando uma tendência de transnacionalização e transculturalização da fotografia jornalística, refletida pelos concursos internacionais de fotografia de imprensa.

A fotografia, cedendo aos valores impostos pela televisão, investe definitivamente na cor, impulsionada principalmente por revistas como a *Time* e a *Newsweek* e valorizada por fotógrafos como Larry Burrows, da *Life*. Mas os anos 60 foram também anos de grandes movimentos políticos e alternativos, todos eles configurando, de maneira geral o que estamos denominando, neste trabalho, “momentos críticos”, que levam os profissionais a explorar ao máximo os recursos técnicos disponíveis e mesmo transcendê-los, forçando o seu avanço. Esses movimentos dos anos 60 têm também seu lugar como parte do fio condutor que estamos seguindo neste capítulo, já que vieram a influenciar o trabalho de diversos fotógrafos. As coberturas do movimento estudantil de “maio de 68” em Paris, feitas por Gilles Caron e Marc Riboud; e as fotografias das manifestações a favor dos direitos humanos e contra a segregação racial nos EUA, produzidas por Charles Moore, demonstram a importância social das fotografias “engajadas” e atestam a máxima de Robert Capa de que é necessário ao bom fotojornalista estar no momento certo, no local certo e sempre perto do acontecimento.

⁴⁴ Disponível em: <<http://www.worldpressphoto.nl/>> .

Nos anos setenta aumenta o interesse pelo estudo teórico da fotografia, tanto nos EUA e Inglaterra, como na França. Introduz-se a fotografia no ensino superior e multiplicam-se as publicações voltadas à reflexão e ao estudo da fotografia. Por outro lado assiste-se ao final de grandes revistas como a *Life* e a *Look*, de certa forma prejudicadas pela migração do mercado publicitário para a televisão e pelo encarecimento dos custos de produção e distribuição. A produção fotojornalística ganha feições industriais com as empresas constituindo *staffs* fixos de fotógrafos e conseqüentemente gerando uma diminuição no trabalho *freelancer*.

A implementação de novas tecnologias de transmissão, como o sistema *Unifax*, lançado pela UPI em 1972, e a tecnologia de *laserphoto* que, em 1974, substitui a tecnologia *wirephoto*, permitem uma melhor qualidade na transmissão e recepção de fotografias à distância. A Fotografia passa assim a atuar nos mais diversos campos do conhecimento possibilitando ao leitor a percepção dos processos simultâneos que atuam nas duas linguagens, escrita e visual; processos lógicos de reconhecimento e identificação de objetos, pessoas e situações. O lançamento pela Konica, em 1977, da primeira câmera com auto-foco (foco automático), a *C35AF*, revoluciona o mercado de câmeras fotográficas e, ao mesmo tempo reforça o alinhamento dos fotojornalistas com a retórica da velocidade que, cada vez mais, define-se como linguagem padrão na produção de fotografias de imprensa.

Com a digitalização da imagem, nos anos oitenta, fotojornalistas começam a utilizar programas de tratamento de fotos, tais como o *Digital Darkroom* (da *Silicon Beach Software*) e o *Letraset ColorStudio* (da *Apple*), a princípio somente para re-enquadrar ou alterar contrastes ou a relação tonal das fotografias, mas que acabam por afluir, nos anos noventa, na possibilidade concreta de manipulação de conteúdo, levantando problemas no âmbito das relações do fotojornalismo com o real, nunca antes cogitados. Em janeiro de 1988, a agência *France Press*

faz a primeira transmissão digital de telefotos via satélite, durante o rali Paris-Dackar. Começa, assim, um novo redimensionamento da mentalidade e da estética da velocidade.

Os anos noventa são marcados pelo desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação e da informação que vão promover uma revolução na produção e distribuição das fotografias jornalísticas, transnacionalizando e integrando mercados e economias e globalizando modos de vida. Abre-se uma nova era para a fotografia. Não só mudam as técnicas de produção como, pela primeira vez, em mais de cem anos, a fotografia compartilha com a palavra uma nova base tecnológica. A digitalização não distingue tipos de informação: texto, áudio, imagem. Tudo é numeralizado e se torna passível de circulação em “pacotes digitais”, que vão sendo objeto de compressão crescente, possibilitando sua circulação a velocidades cada vez maiores.

A expansão da democracia marcada pelo fim da cortina de ferro e dos regimes socialistas do Leste Europeu, simbolizada pela queda do Muro de Berlim, é contraposta por inúmeros conflitos étnicos que surgem na ex-Iugoslávia, Tchecônia e em Ruanda. A Guerra do Golfo, e as invasões de Granada e do Panamá, são marcadas pelo cerceamento da livre atividade dos fotojornalistas. Cientes da importância da fotografia na sensibilização da opinião pública (a exemplo do que aconteceu no Vietnam), militares norte-americanos restringem significativamente o trabalho da imprensa, gerando uma cobertura inconseqüente da maioria dos conflitos dos anos oitenta e noventa .

Jornais como o *USA Today*, aplicam novas tendências gráficas, com maior lisibilidade, fotos aplanadas, em que a linguagem da fotografia publicitária se impõe com sua estética, cores e harmonia formal e onde a foto choque perde espaço, em privilégio do *fait- divers*. O

fotojornalismo passa a invadir de forma avassaladora a privacidade culminando com a trágica morte da princesa Diana, num acidente alegadamente provocado por *paparazzi*⁴⁵.

1.5 – Fotojornalismo e a revolução digital

A evolução da tecnologia digital reconfigura rotinas e convenções fotojornalísticas; a rapidez na produção e na transmissão e difusão geram profundo estresse nos fotógrafos que tentam acompanhar as mudanças da tecnologia.

Em relação à tecnologia do equipamento, em 1991 a Kodak já lançava, baseada em um corpo Nikon *F3*, a primeira máquina digital⁴⁶ com resolução de 1.3 megapixels, armazenando fotos em um disco rígido de 200 MB, a Kodak *DCS100*, acessível ainda só para profissionais, pois o custo era de aproximadamente 30 mil dólares (PREUSS, 2004, p.8). Somente dois anos depois a Apple lança o primeiro modelo de máquina digital acessível ao público, a *QuickTake 100* (US\$700). É o começo da popularização da fotografia digital e da participação, cada vez mais atuante do cidadão comum na cobertura dos fatos. Em 1999 as máquinas digitais já tinham quebrado a barreira dos 2 megapixels, com preços abaixo dos US\$300 (PREUSS, 2004, p.9). Em 1994 a Kodak, ainda utilizando um corpo de máquina Nikon, em conjunto com a *Assosiates Press*, desenvolve a primeira máquina digital voltada especialmente para fotojornalistas, a Kodak *NC2000*, com 1.3 megapixels. No ano seguinte, o jornal canadense *Vancouver Sun* torna-se o primeiro jornal totalmente baseado em fotos digitais e em 1996, a *Associated Press*, pela primeira

⁴⁵ *Paparazzi* é o termo plural para fotógrafos que produzem fotografias flagrantes de celebridades, normalmente espionando-os implacavelmente em suas vidas privadas. O termo *paparazzi* é freqüentemente usado de uma maneira derogatória. Para maiores detalhes veja-se: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Paparazzi>>.

⁴⁶ A câmera digital substitui o filme por um semicondutor especializado de silício chamado CCD (*Charge-Coupled Devices*), composto de milhares de elementos fotosensíveis organizados em uma grade no formato do visor que convertem luz em impulsos elétricos, passando a informação para um conversor analógico que codifica os dados e armazena-os em uma memória interna à máquina ou em um cartão de mídia externo. (ROSE, 1998, p. 31)

vez na história, cobre um evento totalmente em fotografia digital, foi o *SuperBowl XXX*, marcando assim uma nova etapa para a fotografia jornalística.

Toda a evolução da tecnologia nos anos noventa não impediu que a Guerra do Golfo, em 1991, tenha sido um conflito onde a manipulação da cobertura fotojornalística tenha se evidenciado mais fortemente, chegando ao ponto de muitas das fotografias obtidas nos *pools* de jornalistas organizado pelo governo dos EUA, serem distribuídas pelo próprio Departamento de Defesa norte-americano e não pelos órgãos de comunicação social alojados no Iraque. A excessiva ênfase dada na cobertura fotojornalística à tecnologia do poderio bélico americano e a ampla utilização de fotografias esteticamente bem resolvidas de exercícios militares nada mais refletiam do que a imensa preocupação do governo dos EUA em desviar a atenção da destruição e dos altos custos humanos cobrados pela invasão.

Duas semanas após o início da guerra, ninguém sabia exatamente o que estava acontecendo: o êxito das missões, o custo das operações, as perdas de materiais e as baixas. Este conflito foi batizado de videoguerra, uma guerra cheia de operações cirúrgicas que, quando mostrada na televisão parecia ser uma guerra limpa, pois os mortos praticamente não existiam nem eram mostrados. A videoguerra desumanizou a guerra, pois todos os alvos e população eram transformados em meros pontos luminosos de computadores. (MATTOS, 1991)

A fotografia jornalística entra no século XXI dotada de um extremo potencial técnico na captura de imagens e na velocidade de transmissão e disponibilização. A Internet associada à funcionalidade cada vez maior de computadores, celulares, *PDA*s, *laptops*, gera um novo e dinâmico espaço de veiculação das fotografias jornalísticas, que abastecem esse mercado *on-line* 24 horas por dia.

A evolução das máquinas digitais já se torna quase impossível de catalogar, tamanha a rapidez com que a tecnologia avança nessa área, mas traz em seu bojo um novo problema para a fotografia jornalística: a questão das manipulações digitais produzidas em programas de edições

como o *PhotoShop* e que são, praticamente (em alguns casos), impossíveis de serem detectadas. A manipulação da imagem é algo inerente à fotografia. A partir do momento em que o fotógrafo optou por este ângulo e não por aquele, ou por determinado tipo de distância focal de lente e não por outro, de alguma maneira já está manipulando o conteúdo da imagem, alterando seu sentido de acordo com as suas intenções, sejam elas movidas por fatores expressivos e estéticos ou por questões ideológicas de engajamento. O fato é que a digitalização da imagem tornou os processos de manipulação extremamente acessíveis e de difícil detecção. Trata-se de um exemplo claro de potencialização possibilitada pelo desenvolvimento tecnológico.

Em 1982 a revista *National Geographic* deslocava uma das pirâmides do Egito, numa fotografia de capa, para que ela se adequasse melhor à diagramação da página. Em 2003 o experiente fotojornalista Brian Walski, fotógrafo do *Los Angeles Times* foi sumariamente demitido por manipular uma fotografia da guerra do Iraque. Exemplos como estes têm, além de produzido muita desconfiança do público leitor em relação à autenticidade das fotografias, levado muitos jornais e agências a se cercarem de cuidados que evitem tais manipulações: “A *Associated Press* adotou políticas oficiais de não alteração/manipulação do conteúdo das fotografias”⁴⁷, e fotógrafos alemães fundaram uma associação chamada DOK, estabelecendo um código de ética que proíbe a manipulação de suas fotos. A marca *True Doc*® atesta a veracidade de suas fotos e proíbe qualquer veículo de informação de manipulá-las.(LINS; VALENTE, 1997, p.56)

Na passagem do milênio três importantes avanços técnicos na área digital apontavam para profundas mudanças nas rotinas de produção das agências noticiosas: 1) Em 1995, com a digitalização da transmissão dos negativos, já se ganhava muito tempo e dinheiro, mas o sistema ainda era precário, pois só era possível enviar duas ou três fotos por dia. 2) O segundo avanço viria logo em seguida, em 1998, com o uso de câmeras digitais as fotos podiam ser transmitidas

⁴⁷SOUSA, 2004, p.216.

em poucos segundos direto do local da notícia; 3) E finalmente, já no século XXI, a digitalização de todos os arquivos das grandes agências e a criação de bancos de dados integrados na Internet, possibilitaram que agências como a *AFP*, *AP* e *Reuters* oferecessem, em tempo real, fotos de qualquer acontecimento que ocorresse no mundo, colocando essas três agências no domínio da produção fotojornalística atual.

Com a passagem do século, três das mais importantes agências do fotojornalismo mundial fecharam para sempre suas portas, justamente por não acompanharem os avanços tecnológicos: a lendária *Syigma*, comprada pela agência *Corbis* de Bill Gates, que tem em seu acervo uma coleção de 68 milhões de clichês fotográficos; a agência *Gamma*, comprada pelo grupo francês *Hachette Filipacchi*, dono de 200 jornais e revistas e que conta até agora com 40 milhões de imagens e; a agência *Sipa*, comprada por Pierre Fabre, dono de laboratórios farmacêuticos e de cosméticos. Somada à *Corbis* e à *Hachette Filipacchi*, a agência americana *Getty Images*, do milionário do petróleo Mark Getty e que tem em seu acervo 70 milhões de fotos, compõem os três maiores bancos de imagens do mundo⁴⁸.

1.5.1 – Fotojornalismo, Jornalismo e Internet: fases e defasagens.

O advento da Internet abre para o jornalismo uma nova porta midiática: as notícias deixam de ser “transmitidas” e passam a ser “disponibilizadas”. Surgem os jornais *on-line*, com as características específicas, possibilitadas pela Internet que, potencialmente pelo menos, ampliam as utilizações da fotografia jornalística. Novos formatos passíveis de serem utilizados para a produção jornalística como os *Weblogs*, *Fotologs* e *Moblogs* expandem as fronteiras de utilização das imagens para o cidadão comum e para novas formas de representação da realidade.

⁴⁸ MERGIER, Anne Marie. **Syigma, Gamma y Sipat: la muerte de las tres agencias míticas**. Disponível em: < <http://www.saladeprensa.org/index.html> > Acesso em: 24 ago. 2005.

Com a introdução de máquinas fotográficas digitais, o fotojornalismo aumentou grandemente sua capacidade para reportar notícias em questão de minutos ao redor do mundo. Não mais limitado por exposições em um rolo de filme, chips digitais podem acumular milhares de imagens (...) Com uma conexão de Internet sem fios, um fotojornalista pode enviar imagens do campo para o seu editor numa fração de segundos após a captura inicial. Como um meio, a fotografia digital abriu novas jurisdições por reunir notícias, de pequenos e pessoais boletins informativos, para blogs on-line. Estas novas jurisdições significam um mercado aumentado e um passo acelerado para a transmissão de notícias através de imagens fotográficas. (WESTBROOK, 2002)⁴⁹

À possibilidade de digitalização da imagem somam-se os princípios de transição⁵⁰ para novas mídias apontados por Lev Manovich (2001): Representação Numérica, Modularidade, Automação, Variabilidade, levando ao que ele denomina Transcodificação Cultural. O computador mudou, a partir dos anos 90, de instrumento de trabalho para ferramenta usada para produção de conteúdos culturais que, uma vez criados, poderiam ser armazenados e distribuídos em um meio (*media*) apropriado. No fim da década, com a popularização da Internet, o computador tornou-se uma máquina de mediação universal que poderia ser usada para criar, armazenar, distribuir e acessar todas as mídias.

Na tentativa de balizar a história do jornalismo digital, de seus primórdios até a consolidação de produtos criados exclusivamente para a *Web*, diferentes autores têm buscado estabelecer etapas de periodização, numa tentativa de se compreender as transformações que vem ocorrendo nesse processo, levando-se em consideração diferentes fatores e diferentes momentos da história.

⁴⁹“With the introduction of digital cameras, photojournalism has greatly augmented its capacity for reporting up-to-the-minute news from around the world. Not limited by exposures on a roll of film, digital chips can store up to a thousand images (...) With a wireless internet connection, a photojournalist can send images from the field to his or her editor within seconds of their initial capture. As a medium, the digital photograph has opened up new venues for gathering news, from small, self-published newsletters, to the online blog. These new venues mean an increased market and an accelerated pace for the transmission of news through photographic images.” (nossa tradução)

⁵⁰ Essa transição leva dois fatores em consideração: o crescimento da tecnologia da mídia moderna: que permitiu o armazenamento de imagens, seqüências de imagens, sons e texto usando diferentes formas materiais - estampas fotográficas, arquivos de filmes, gravadoras de áudio, etc.; e o Desenvolvimento do moderno computador digital: que permitiu o cálculo de dados de maneira mais eficiente, o que acabou com numerosas tabulações mecânicas e cálculos extremamente usados por empresas e governos desde o início do século. Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/~novamidia/nm1_transicaoafundamental.htm> acesso em: 20 set. 2005.

Alguns autores apresentam periodizações mais abrangentes, como Armañanzas (1996) que propõe um modelo que aborda desde as primeiras utilizações do computador numa redação nos anos cinquenta, ou Larry Pryor (2002), que divide o jornalismo *on-line* em três fases distintas (ou ondas como ele prefere), e que antecedem ao advento da Internet, já que sua periodização inclui os videotextos e formatos de conteúdos distribuídos por redes anteriores à *Net*, como a AOL e *Prodigy*, nos Estados Unidos. Já Silva Jr.(2002) propõe também três estágios, mas estes já relacionados ao momento da *Web* e às interfaces enquanto mediadoras de conteúdo. Para ele, processos de elaboração de uma interface concentram-se sobretudo, na dinâmica de desenvolvimento tecnológico de modelos mais adequados ou eficazes para a tarefa de produzir, tratar e disseminar conteúdos jornalísticos *on-line*. Da mesma forma John Pavlik (2001) sistematiza o jornalismo digital a partir do advento da *Web* em três fases, tendo como ponto de partida a produção de conteúdos noticiosos.

Como nosso trabalho ocupa-se centralmente da fotografia jornalística desenvolvida para o jornalismo na *Web*, adotaremos a classificação que vem sendo utilizada nos trabalhos do Grupo de Pesquisa em Jornalismo *Online* (Gjol)⁵¹. Três fases distintas são identificadas no jornalismo produzido para a *Web* (PALACIOS e outros, 2002a, p.3):

- a) um primeiro momento onde o jornalismo é caracterizado pelo modelo “transpositivo”, quando os produtos oferecidos, em sua maioria, eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos;
- b) uma segunda fase de desenvolvimento quando, mesmo ‘atrelado’ ao modelo do jornal impresso, os produtos começam a apresentar experiências na tentativa de explorar as características oferecidas pela rede, chamada fase da “metáfora” e;

⁵¹ Sobre Grupo de Pesquisa em Jornalismo *On-line* – FACOM/UFBA ver < www.facom.ufba.br/jol >

c) um terceiro e atual momento que corresponde a um estágio mais avançado designado como fase do “Webjornalismo” propriamente dita, com produção de *sites* jornalísticos que começam a se distanciar do modelo puramente metafórico da fase anterior.

Nesta classificação, evidentemente, as fases elencadas não caracterizam uma linha evolutiva linear, estanque ou excludente, ainda que demarquem períodos distintos. É facilmente constatável que, ainda hoje, há *websites* jornalísticos representativos das três fases.

Não cabe neste trabalho uma discussão pormenorizada de cada uma dessas fases, até porque, sendo esse um assunto controverso, tal discussão poderia constituir, em si mesmo, objeto de uma nova dissertação. Interessa-nos apenas apontar, sinteticamente, as características do fotojornalismo em cada uma dessas fases, ou antes a relação texto-imagem em cada uma dessas fases, para situarmos nesse panorama nossos objetos privilegiados de análise nos próximos capítulos, quais sejam, os *Weblogs* e os jornais de pauta aberta, característicos dessa chamada terceira fase ou geração.

1.5.2 – O caminho para a primeira geração

Para Pryor (2002), o primeiro momento do jornalismo digital começa a partir de 1982 e segue pelos próximos dez anos. Trata-se, segundo ele, de um momento de experimentação. Mas o primeiro tipo de difusão do jornalismo digital foi inventado em 1970, bem antes da fase estipulada por Pryor, e se chamava Teletexto, um sistema não interativo para a transmissão de texto e gráficos através da tela de uma televisão. Esta nova invenção patenteada pela BBC (*British Broadcasting Corporation*) é posteriormente denominada *Ceefax*. Além de prover um novo uso para a televisão, era útil para divulgar notícias e informações esportivas e de

entretenimento, mas tecnicamente inviável para a transmissão de imagens. Mesmo os poucos gráficos reproduzidos eram de baixa qualidade.

Em seguida, também na Inglaterra, outro tipo de jornalismo digital foi inventado na *British Telecom*: o Videotexto, uma aplicação, agora mais interativa, de textos digitais com utilização primitiva de gráficos, disponível em uma tela de TV, num computador ou para impressão e que oferecia alguns poucos serviços como, compras e jogos. O serviço lento e a precariedade dos *modems* via linha telefônica inviabilizam qualquer idéia de se ilustrar as notícias com imagens fotográficas.

No final dos anos oitenta a indústria jornalística passa a adotar um novo sistema, inventado em 1978, o BBS (*Bulletin Boards System*), um completo sistema interativo *on-line* que permitia ao consumidor acesso a notícias, informações, e-mail, áreas de discussão, e mesmo teleconferências em tempo real. Mais barato e prático, enquanto o sistema BBS era rapidamente adotado por uma grande quantidade de pequenos jornais, principalmente norte-americanos, a AOL, a CompuServe e a Prodigy se associam aos grandes jornais, tais como o *New York Times*, *Washington Post*, *Chicago Tribune* e *Los Angeles Times*, anunciando uma nova onda de jornais *on-line*, oferecendo conteúdos mais ricos e variados em *chats* e *fóruns*. Em 1994, numa versão beta, a Prodigy disponibiliza fotografias numa janela *pop-up* ainda em teste.(CARLSON, 2001; OUTING, 2000)

Com o aperfeiçoamento técnico dos processos de transmissão, provendo qualidade de conexão aos usuários, o desenvolvimento de novos softwares que privilegiam a navegação, como a interface gráfica do *browser*⁵² Mosaic (e logo em seguida do Netscape e Explorer), o fortalecimento do e-mail e, paralelamente a isso, a percepção de empresários da mídia do enorme

⁵² *Browser* é uma aplicação de software que permite a um usuário exibir e interagir com documentos em *HTML* hospedados por servidores ou contidos num sistema de arquivo. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Web_browser>.

potencial desse modelo de serviço na Internet, começa-se a implantar reformulações no conteúdo e na forma dos jornais *on-line*, agora já Webjornais, procurando adaptá-los às características de uma sociedade em evolução.

Em novembro de 1993, surge o primeiro *site* jornalístico na *Web*, um projeto experimental desenvolvido na Escola de Jornalismo e Comunicação da Universidade da Flórida, e em janeiro de 1994 surge o primeiro jornal comercial publicado regularmente na *Web*, com conteúdo postado duas vezes na semana, o *Palo Alto Weekly* da Califórnia. Em setembro desse mesmo ano a *Time Warner* se torna a primeira grande empresa midiática na *Web* com o *Pathfinder*, um *site* que oferecia conteúdo para todas as grandes revistas, como a *Time*, *People* e a *Money*.⁵³

A geração Transpositiva reflete claramente a pouca habilidade da mídia vigente com o potencial oferecido pelo novo suporte, optando por transpor para o *on-line* o conteúdo total ou parcial de seus jornais impressos, sem se utilizar dos recursos hipertextuais, multimidiáticos e interativos latentes na Internet. O usuário final tinha pouca participação no produto que era desenvolvido. O jornalismo *on-line* dessa geração apresentava apenas a transposição de umas poucas matérias mais importantes de algumas das editorias do impresso e era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso.

A utilização da fotografia jornalística nessa geração de Webjornais era muito reduzida. As transposições limitavam-se aos textos, sem opções de escolha *de links* sobre um mesmo assunto e quando os *links* eram utilizados serviam no máximo para passar de uma editoria à outra. Percebe-se que tais publicações abrem mão, por questões estritamente técnicas, de uma série de conquistas já adquiridas no desenvolvimento da linguagem fotojornalística no impresso.

Os jornais da geração Transpositiva cumpriram mais o papel de assegurar mais um nicho midiático do que realmente o de prover conteúdo informativo com maior profundidade. A opção

⁵³ Para maiores referências sobre a história do jornalismo na *Web* veja-se Carlson (2001) e Outing (2000).

dominante dos Webjornais era usar a Internet apenas para a disponibilização de um sumário de notícias, oferecendo aos leitores um acesso, muitas vezes gratuito, a transposições *on-line* das edições impressas. O fotojornalismo, nessa fase, ocupa um lugar absolutamente secundário.

1.5.3 – A segunda geração de Webjornais

Com o aprimoramento técnico da Internet os produtos jornalísticos começam buscar novos modelos, na tentativa de explorar as características oferecidas pela rede. Surgem assim os jornais concebidos na *Web* como “Metáfora” dos jornais impressos, porém que começam a ir além da simples transposição, partindo para a produção, ainda que de maneira limitada e incipiente, de “conteúdos exclusivos” para a *Net*. e passando gradativamente a explorar experimentalmente os recursos propiciados pelo novo suporte. (Mc ADAMS, 1995)

A fotografia jornalística, nesse momento inicial dos *sites* jornalísticos de segunda geração, só aparece em tamanho reduzidíssimo no formato denominado *thumbnail*⁵⁴, sem *links*, ilustrando uma ou duas matérias mais importantes na *home page* do *site* e, por vezes, alguma matéria, também em pequenas dimensões, dentro de alguma das editorias. Como já apontamos anteriormente, era comum, inclusive, algum desses *sites* oferecerem versões *text only* (somente texto, com exclusão fotos e outras imagens).

A metáfora do jornal impresso, enquanto sistema organizacional, possibilita desenvolvimentos no que diz respeito às características hipermidiáticas:

Num segundo nível de desenvolvimento, há uma maior agregação de recursos possibilitados pelas tecnologias da rede em relação ao Jornalismo On-line. Nesse estágio, permanece o caráter transpositivo, posto que, por rotinas de automação da produção interna do conteúdo do jornal, há uma potencialização em relação aos textos produzidos para o impresso. Gerando o reaproveitamento para a

⁵⁴ O *thumbnail* é uma foto em tamanho miniatura, dimensões em média entre 55 X 55 *pixels* e aproximadamente 200 X 200 *pixels*, o tamanho de uma prova contato. Este pode ou não se constituir num *link* que remeta o leitor para uma ampliação, outra foto, etc.

versão on-line. No entanto há a *percepção* por parte desses veículos, de elementos pertinentes à uma organização da notícia na rede. (SILVA JR, 2001)

Surge, a partir desse momento, uma maior utilização de gráficos sofisticados, *softwares* de personalização, *links* para uma grande quantidade de bases de dados, vídeos, áudios e a imagem fotográfica gradativamente ganha um maior espaço (ainda que tímido se comparado ao impresso) nas páginas dos Webjornais.

Embora grande parte das fotografias apareça ainda no formato de *thumbnails*, elas agora possuem *links* que permitem uma melhor visualização ou que começam a remeter, ainda que timidamente, para as primeiras galerias de fotos em que o leitor opta pela resolução de visualização. Um maior número de fotografias, mesmo que de pequenas dimensões, começa a ser estampado nas páginas internas, bem como na *homepage* dos *sites* de jornalismo *on-line*. Tal utilização atomizada da fotografia na Internet já havia sido criticada por Baeza (2001, p.92), ao afirmar que “muitas e pequenas fotos, normalmente das grandes agências de informação, (...) oferecem uma teórica visão panóptica, mas de fato empobrecem a qualidade das imagens, ao igualá-las todas por baixo”.

Tornava-se evidente que, mesmo na segunda fase de desenvolvimento, uma dificuldade a ser solucionada – em função do tempo de carregamento de uma página pela baixa qualidade de transmissão de dados disponível à grande maioria dos usuários –, continuava sendo a inclusão de fotografias. Como já vimos, a opção mais viável ainda era a de oferecer versões reduzidas de uma foto com opção de *links* para uma visualização mais definida. Venetianer (1996) chega a sugerir algumas regras básicas para acelerar o carregamento de imagens, apontadas por Palacios e Machado em seu Manual de Jornalismo na Internet:

1. Não criar imagens demasiadamente grandes. Nunca ultrapassar os 470 pixels de largura;
2. Grave suas imagens numa resolução de 72 pixels por polegada;
3. Utilize formato GIF, pois isso garante que todos os browsers irão carregá-la;

4. Se tiver um aplicativo apropriado, grave as imagens em GIF interlaçado (interlaced GIF);
5. Não utilize cores em excesso. O formato JPG pode armazenar até 16 milhões de cores. Na prática uma pessoa normal não discerne mais que algumas centenas delas;
6. Se possível guarde suas imagens com 6 bits por pixel de profundidade, em vez de 8 bits por pixel, que é o default. Isto irá lhe garantir 64 cores, um número perfeitamente suficiente para a maioria das aplicações num jornal experimental. (VENETIANER, *apud* PALACIOS & MACHADO, 1997)

E Palacios e Machado chegam a sugerir: “Antes de incluir uma foto ou ilustração em uma matéria, pergunte-se se ela realmente acrescenta algo à informação, se não é um acessório desnecessário naquele contexto, se o tamanho está adequado, se a forma de processamento da imagem foi de molde a maximizar seu tempo de carregamento com garantia de uma qualidade aceitável do produto final.” (IDEM, 1997)

Em 1996 o Webjornal *San José Mercury* é considerado o melhor jornal digital do mundo⁵⁵, e é também o primeiro jornal da *Web* a anunciar que deixaria sua parceria com seu provedor de serviços *on-line*. O ano de 1997 marca uma fase do aparecimento de inúmeras outras versões digitais na Internet de conceituados jornais como o *USA Today*, o *Wall Street Journal*, o *Washington Post*, o *Wall Street Journal* e o *The New York Times*.

No Brasil, após iniciativas pioneiras nos anos 80, porém de pouco alcance do Grupo Estado de São Paulo, surge em 1995, o primeiro jornal brasileiro na Internet: o *Jornal do Brasil*. Nos meses seguintes é a vez do *Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo* e o *O Globo*, entre outros.

1.5.4 – A terceira geração dos Webjornais

Possíveis rupturas indicam uma reestruturação do modelo vigente nos jornais *on-line* de primeira e segunda geração e apontam no sentido de que, o que era apenas um potencial da *Web*

⁵⁵ *Conference of the online newspaper*. Disponível em: <<http://www.medeainfo.com>> (PALACIOS; MACHADO, 1997).

possa vir a ser realidade, rompendo padrões até então adotados principalmente pelas limitações técnicas na velocidade de transmissão de dados e libertando o jornalismo na Internet das amarras da metáfora, que o atrelam ao suporte impresso que lhe serve de modelo.

Segundo Mielniczuk (2003), algumas dessas rupturas já podiam ser observadas, em 2003, em Webjornais como o *The New York Times*, *CNN.com* e o *MSNBC.com*, sites que desenvolvem ferramentas (*softwares*) de publicação que otimizam o trabalho do jornalista, voltados exclusivamente para a produção de notícias *on-line*; apresentam novas características para a utilização da fotografia jornalística como seqüências de imagens (*Slideshow*) para narrar fatos, conciliando sons e comentários a respeito da situação ou produção das coberturas fotográficas.

É neste ponto de evolução dos Webjornais que, entendemos, começa a se consubstanciar um momento inédito para o fotojornalismo tanto na *Web* como na sua histórica relação com o jornalismo. Segundo Suzana Barbosa (2004a):

Na terceira geração do jornalismo digital ou terceira onda do jornalismo *online* como prefere classificar Larry Pryor⁵⁶ (2002), que é caracterizada não só por operadores e equipes mais sofisticados, maior integração dos usuários na produção dos conteúdos, proliferação de plataformas móveis e, sobretudo, pela utilização de novos *softwares* capazes de habilitar poderosas formas de publicação e formatos de produtos, as aplicações para a implementação de conteúdo mais original, contextualizado e multimídia passam pela adoção de estruturas de bancos de dados inteligentes, funcionando a partir da lógica descentralizada que rege as redes telemáticas, especificamente a Internet.

É um momento que se caracteriza pela busca do jornalismo em encontrar nesse novo meio uma linguagem própria, utilizando suas características e seu potencial, sendo por isso denominado de geração do “Webjornalismo”. É também neste momento que surgem e se difundem dois formatos que passaram a ter crescente importância no conjunto do jornalismo praticado na *Web* e que serão analisados com mais detalhes nos capítulos subseqüentes: os

⁵⁶ Segundo ele, a terceira onda do jornalismo *on-line* começa em 2001.

Weblogs e o jornalismo de pauta aberta, que constituem nosso principal foco de interesse neste trabalho.

O Webjornalismo de terceira geração, pelo que se pode verificar pelas descrições acima, não é definido por um modelo único ou específico. Trata-se de um momento em constituição, caracterizado por buscas e experimentações, não existindo portanto cânones fechados que o definam. A heterogeneidade da aplicação das várias potencialidades abertas pela *Web* em cada jornal analisado é que vai, muitas vezes, possibilitar a caracterização de um determinado Webjornal como sendo um produto de terceira geração.

Do ponto de vista de nosso trabalho nesta dissertação, adquire especial interesse a questão da multimidialidade. A utilização de multimídia interativa, através da infografia digital por exemplo, integrando texto, gráficos, áudio, fotos e vídeo, cria um novo formato coerente e interativo para construir a notícia, oferecendo uma pluralidade maior de pontos de vista. (RIBAS, 2004)

Uma boa amostra do emprego da multimidialidade - justamente numa situação que claramente caracteriza um desses “momentos de crise” que estamos usando com um dos fios condutores deste capítulo - pode ser observada no site da *MSNBC.com*, na seção denominada “*Multimedia*”, na qual é apresentado um infográfico interativo multimidiático da cidade de Nova Orleans chamado “*Katrina Fly-Over*”, que possibilita ao usuário seguir, através de um mapa (primeiro gráfico, depois, a medida que o leitor, através de uma ferramenta de *zoom*, aproxima a imagem, o mapa se transforma em uma foto de satélite) da cidade de Nova Orleans, a devastação produzida pelo furacão Katrina. À medida que o usuário avança com o *mouse* sobre o mapa, numa janela disponibilizada sobre o infográfico, chamada “*Bird’s-Eye View*”, vão aparecendo imagens aéreas das regiões da cidade (Figura 01). Clicando em ícones específicos desse mapa (pequenas máquinas fotográficas) abre-se uma janela dupla, denominada “*Bird’s-Eye images of*

Katrina's devastation” (Figura 02) em que aparecem duas fotografias do mesmo local, uma Antes e outra Depois da passagem do furacão. Além disso, o usuário pode navegar pela foto e aproximar ou afastar o enquadramento desta, chegando até o detalhe da devastação. Tudo isso com um texto de identificação que ajuda a situar o usuário dentro do mapa.

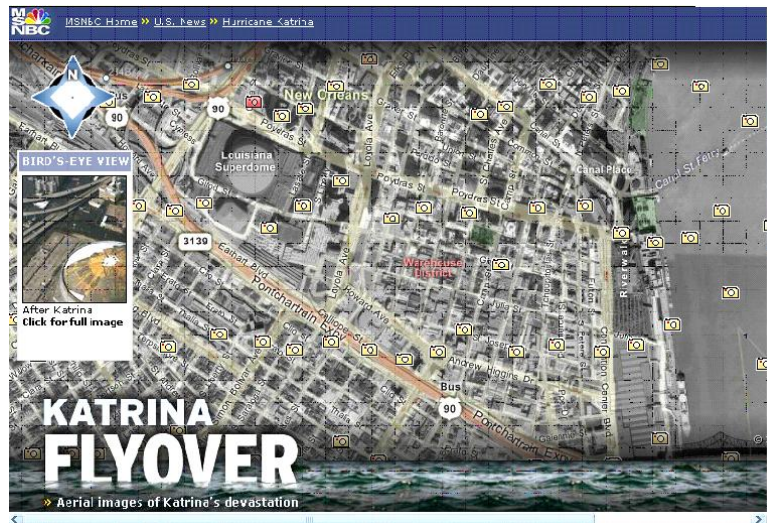


Figura 01 - Infográfico interativo multimidiático do site da MSNBC.com. Ícones clicáveis e janela *Bird's-Eye View*, onde aparecem fotos das regiões da cidade rastreadas pelo mouse.



Figura 02 – Janela “*Bird's-Eye images of Katrina's devastation*”, onde o usuário interage com as imagens Antes e Depois da catástrofe, arrastando ou ampliando, para ver os detalhes.

Interessa-nos, igualmente, já que um dos objetos privilegiados de nossa análise nos capítulos subseqüentes é o jornalismo de pauta aberta, a questão da interatividade, nesse âmbito do jornalismo de terceira geração. Mielniczuk (2003) assinala que a utilização do processo multimidático, com a exploração do uso da hipertextualidade e da narrativa multi-sequencial do fato jornalístico, é também um processo multi-interativo que envolve o leitor com a própria publicação, com o jornalista e também com outros leitores. Para a pesquisadora este novo modelo de interatividade possibilita o surgimento de gêneros jornalísticos inusitados, como os CMIs (Centros de Mídia Independentes), os *Weblogs*, sites como o *Slashdot* e o *OhmyNews*, onde há uma efetiva participação dos leitores na apuração dos fatos noticiosos e na produção e disseminação do material informativo. Vários *links* proverão caminhos multilíneares para o acesso à narrativa jornalística, tornando o usuário um colaborador e criando condições deste interagir com a produção do material noticioso, numa espécie de co-autoria com o jornalista. Nosso interesse será averiguar, mais adiante, de que forma o fotojornalismo passa também a se integrar a esse tipo de produção aberta e coletiva.

Outra importante característica que vem sendo apontada como um desenvolvimento recente de grande impacto já efetivo, mas principalmente potencial, na terceira (ou quarta?)⁵⁷ geração de Webjornais é a utilização de bancos (ou bases) de dados inteligentes. Esse tipo de recurso constitui, segundo alguns pesquisadores, o elemento que deverá gerar inúmeras rupturas e inflexões nos próximos tempos:

(...) a adoção de um conceito de bancos de dados tal qual propõe Lev Manovich (2001) como um complexo de armazenagem de formas culturais, constituindo-se no centro do processo criativo ou na principal forma de expressão cultural da era dos computadores e podendo ser trabalhada a partir das possibilidades de criação de novos gêneros e narrativas. Especialmente no que concerne à produção da informação jornalística, os bancos de dados podem contribuir para a geração de

⁵⁷ Começa a ficar claro na leitura que fizemos de alguns autores que a crescente utilização de bases de dados pode se constituir em um re-articulador tão potente dos processos de produção e recepção a ponto de caracterizar uma nova fase do jornalismo na Internet.

uma maior variedade de conteúdos, mais adaptados às características de um produto digital, considerando os elementos que conferem especificidades para o jornalismo, tais como: multimídia, hipertextualidade, personalização, interatividade, memória e atualização contínua. (BARBOSA, 2004a).

Do ponto de vista da utilização da fotografia na *Web* e especialmente levando-se em conta os *Weblogs* e jornais de pauta aberta, que constituem nosso principal foco de interesse e análise, o que mais importa assinalar é que o uso dos recursos que caracterizam esta terceira geração de *sites* jornalísticos, só vem sendo possibilitado pela expansão da tecnologia de transmissão de dados: a banda larga. O emprego de encadeamento de imagens como narrativa seqüencial de fatos ou como um ensaio fotográfico, na forma de *slideshows*; a utilização do áudio para narrar histórias, associado muitas vezes à seqüências de imagens de um determinado acontecimento; o uso da animação e de infográficos multimídia para narrar um fato; o uso de vídeo associado a algumas possibilidades da *Web* tais como oferecer *links*, *chat*, entre outros, são algumas características dos Webjornais de terceira geração, possibilitados pelo crescimento da largura de banda.

Nesse sentido, com relação ao emprego da fotografia e o desenvolvimento do fotojornalismo na *Web*, constatamos uma certa defasagem, no que se refere às três gerações discutidas pelos diversos autores. Apesar das diferenças que pudemos observar ao longo das fases descritas, com relação à fotografia e à imagem de maneira geral, um divisor de águas se impõe: o antes e o depois do emprego da banda larga. Esse fator tecnológico surge como decisivo para a caracterização das transformações experimentadas pela imagem na Internet e portanto coloca o fotojornalismo numa posição especial e, de certo modo, numa certa defasagem quando considerado no contexto das três fases descritas pelos diversos autores, merecendo talvez uma análise mais específica e descolada das fases tradicionalmente adotadas para o tratamento do Webjornalismo de modo geral, a fim de possibilitar a criação de uma tipologia mais rica e exata

no que se refere ao seu desenvolvimento particular. Tal análise e eventual criação de uma tipologia extrapolariam os limites deste trabalho. Limitamo-nos a anotar esta observação como uma possível linha para desdobramentos posteriores.

Terminado este breve percurso e tendo situado historicamente nossos dois objetos principais de análise, podemos passar, em seqüência, à investigação mais detalhada dos *Weblogs* e veículos de pauta aberta como espaços de produção fotojornalística. Tentaremos inicialmente caracterizar esses espaços no ambiente da Internet (Capítulo 2), para em seguida (Capítulos 3 e 4) investigar especificamente de que maneira, – confrontados com essas formas novas de expressão na *Web* –, a fotografia e o fotojornalismo se fizeram gradativa e crescentemente nelas presentes, agora num contexto de adoção e rápida difusão de tecnologias de transmissão de dados em alta velocidade.

CAPÍTULO 2 – JORNALISMO NOS *WEBLOGS* E EM VEÍCULOS DE PAUTA ABERTA: DECENTRALIZAÇÃO, PLURIVOCALIDADE E AGILIDADE.

Neste capítulo vamos analisar o fenômeno dos *Weblogs* e das tecnologias de construção coletiva de texto na *Net*, dentro da perspectiva da sua apropriação⁵⁸ pelo jornalismo, de um modo geral, para mais adiante, discutirmos como a fotografia jornalística vem se desenvolvendo neste novo ambiente comunicacional e como a tecnologia e determinados momentos considerados como “momentos de crise” se articularam ao ambiente jornalístico na *Web*, da mesma forma que acompanhamos no capítulo anterior, com o meio impresso e analógico, para de alguma forma modificar o fazer fotojornalístico, sua produção e difusão.

Para que entendamos melhor a importância dos *Weblogs* e dos veículos de pauta aberta e compreendamos como eles se tornaram ferramentas chave para o desenvolvimento da prática de produção participativa no contexto da *Web*, precisamos antes conhecer suas principais características e como estas nos levam a repensar as relações já estabelecidas do fazer jornalístico e a antever novas e dinâmicas possibilidades na complexa relação entre produtor e consumidor das notícias.

⁵⁸ Entendemos aqui a apropriação como o ato de se utilizar uma ferramenta com a finalidade de, através de palavras, imagens ou idéias, se produzir um sentido que vai além das relações de uso programadas inicialmente pelo criador.

2.1 – Situando os Blogs

A expressão *Weblog*, cunhada em dezembro de 1997 pelo norte-americano Jorn Barger, surge da junção das palavras inglesas *Web* (rede) e *log* (diário ou livro de bordo)⁵⁹ o que identifica claramente a sua intenção inicial de ser um mero diário, um repositório de comentários, experiências íntimas e de alguns *links* pessoais feitos a partir de assuntos de interesse do próprio autor/editor e disponibilizados em uma página da Internet de forma cronológica e datados. Os *Weblogs* também são conhecidos pela abreviação *blogs* e costuma-se identificar o seu autor ou autores como *Webloggers* ou *bloggers* (no Brasil, blogueiros). No Brasil, os *Weblogs* são também conhecidos como “Ciberdiários”:

Ciberdiários, *webdiários* ou *Weblogs* são práticas contemporâneas de escrita online, onde usuários comuns escrevem sobre suas vidas privadas, sobre suas áreas de interesse pessoais ou sobre outros aspectos da cultura contemporânea. (LEMOS, 2002, p.44)

Os primeiros *Weblogs* que surgiram exigiam de seus autores, a maioria composta de *webdesigners* e desenvolvedores de programas, conhecimentos de linguagem *html* (*hypertext markup language*)⁶⁰ e de operação de protocolos *ftp* (*file transfer protocol*)⁶¹, o que limitava sua utilização. Contudo em julho de 1999, Andrew Smales da *Pitas*⁶² lança um *software* que viria revolucionar os modos de construir e publicar páginas na Internet: a primeira ferramenta livremente disponível na *web* para construção e publicação de *Weblogs* (*free build-your-own-Weblog*). Em um curto período, dezenas de outras ferramentas similares surgem gratuitamente na rede, e em agosto deste mesmo ano Evan Williams, da empresa *Pyra Labs*, cria o *Blogger*⁶³,

⁵⁹ Segundo o dicionário Antonio Houaiss – 14ª edição – Rio de Janeiro, 2003. No dictionary Oxford Concise: “(also logbook) an official record of events during the voyage of a ship or aircraft”

⁶⁰ *html* é a linguagem básica para a construção de *websites* disponíveis na Internet.

⁶¹ *ftp* é um dos três protocolos básicos da Internet (*mail*, *www* e *ftp*).

⁶² Disponível em <<http://www.pitas.com/>>

⁶³ disponível em <<http://www.blogger.com>> .

considerado uma das mais populares e importantes ferramentas de criação e postagem de *Weblogs*, e uma das grandes responsáveis pela sua disseminação pela rede.

O que caracteriza tais ferramentas de construção de páginas é a facilidade com que o usuário, mesmo sem conhecimento algum de linguagens de programação, cria e atualiza seu *Weblog* na rede. Essas ferramentas tornam extremamente simples o processo de montagem dessas páginas, oferecendo ao usuário alguns ícones de fácil reconhecimento, e uma interface de edição muito “amigável”, que se assemelha aos já conhecidos processadores de texto, além de disponibilizar um espaço de hospedagem gratuita para o *blog*. Através destes poucos e simples mecanismos, o internauta pode não apenas criar sua página pessoal, mas também customizá-la, escolhendo cores, acessórios e *templates* que são oferecidos pela maioria dos programas de edição de página.

Atualmente existem inúmeros softwares disponíveis gratuitamente na rede, tais como o *Edith This Page*⁶⁴, o *Groksoup*⁶⁵, *Weblogger*⁶⁶, *Squishdot*⁶⁷, *GreyMater*⁶⁸, *Movable Type*⁶⁹. Estas ferramentas, cada uma com suas especificidades, possuem em comum o fato de serem um sistema descentralizado de publicação e manutenção, de fácil acessibilidade, propiciando um rápido e expressivo crescimento do número de *Weblogs* disponíveis na rede, gerando um novo ambiente virtual comunicacional e de socialização denominado blogosfera (*blogosphere*)⁷⁰.

⁶⁴ Disponível em <<http://www.ediththispage.com>>

⁶⁵ Disponível em <<http://www.groksoup.com>>

⁶⁶ Disponível em <<http://www.Weblogger.com>>

⁶⁷ Disponível em <<http://squishdot.org>>

⁶⁸ Disponível em <www.noahgrey.com/greysoft>

⁶⁹ Disponível em <<http://www.movabletype.org>>

⁷⁰ *Blogosphere* ou blogosfera, é o termo coletivo que abrange todos os *Weblogs* ou *blogs*; *blogs* como comunidade; *blogs* como uma rede social. (...) Blogosfera é um conceito essencial para *Weblogs*, pois os *Weblogs* são apenas um formato na *Web* ao passo que a blogosfera é um fenômeno social.” (Wikipedia, disponível em: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Blogosphere>>.

Apesar dos *Weblogs* terem inicialmente se caracterizado como diários privados⁷¹, os primeiros *Weblogs* eram apenas uma coleção de *links* escolhidos pela preferência de navegação do seu editor. Não existe um consenso em relação a quais foram realmente os primeiros *Weblogs*, mas um grande número de autores tende a concordar que foi o *What's New?*⁷², de Tim Berners-Lee, lançado em 1º de junho de 1993. Esse primeiro *site* com características de *Weblog*, não passava então de um conjunto de *links* para outros *sites*, resultado de suas navegações pela Internet (PAQUET, 2003; WINER, 2004). Já Rebecca Blood afirma que o primeiro *Weblog*, no mesmo estilo do de Berners-Lee, foi uma compilação de *links* denominados “*other sites like this*”, de Jesse James Gerrett, editor do *blog Infosift*⁷³, e que foram publicados em novembro de 1997, por Cameron Barrett, no *site* denominado *Camworld*⁷⁴ (BLOOD, 2002). Já o primeiro *Weblog*, com formato de diário pessoal⁷⁵, foi publicado pelo norte-americano Justin Allyn Hall, em janeiro de 1994, e se chamava *Justin's Link from de Underground*⁷⁶. Com detalhes íntimos do seu dia-a-dia, divagações, namoradas, viagens, e fotos, Justin Hall pode ser considerado o pioneiro na rede a manter este tipo de ciberdiário íntimo com atualizações diárias sobre as mais diversas experiências do cotidiano⁷⁷.

⁷¹ Para um estudo detalhado dos *Weblogs* enquanto diários íntimos veja-se OLIVEIRA (2002).

⁷² Disponível em <<http://info.cern.ch/>>

⁷³ Disponível em <<http://www.jjg.net/infosift>>

⁷⁴ Disponível em <<http://www.camworld.com/>>

⁷⁵ Diferente da clássica noção de diários íntimos e privados, onde confissões e sentimentos possuíam um caráter secreto, íntimo, de auto-reflexão e introspecção, “o fenômeno dos diários publicados na *web*, com toda a sua parafernália de confissões multimídia (...) fornecem um prisma privilegiado para examinar o desvanecimento da interioridade clássica, ao tempo que permitem focalizar as tendências exibicionistas e performáticas que alimentam os novos mecanismos de construção e consumo identitários. Essa espetacularização do eu por meio de recursos performáticos visa ao reconhecimento nos olhos do outro e, sobretudo, ao cobiçado fato de ‘ser visto’.” (SIBILIA, Paula. In: **Olhares sobre a cibercultura**. 2003, p.139)

⁷⁶ Disponível em <<http://web.archive.org/web/20031008121957/www.links.net/vita/web/original.html>>

⁷⁷ Veja-se Oliveira (2003, p.123) disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-rosa-meire-diarios-publicos-mundos-privados.pdf>>.

Os *Weblogs* são fundamentalmente estruturas textuais⁷⁸ baseadas nos princípios de microconteúdos (informações relevantes, tais como títulos e legendas, contidas em trechos normalmente reduzidos de texto) que são normalmente dispostos periodicamente num espaço comum na *Web*. Ou seja, são estruturas escrituráveis digitais organizadas em blocos de conteúdo textuais e disponibilizadas em função do tempo, numa ordem cronológica reversa e sempre datadas, de forma que as últimas atualizações, chamadas também de postagens (*posts*)⁷⁹, apareçam na parte superior do *site*, enquanto que postagens anteriores vão sendo deslocadas para baixo. Quando nos referimos a escrituras digitais textuais, estamos nos referindo a um textual amplo como nos observa Gabriela Häbich:

Nas formas de escritura digital, se multiplica a possibilidade de diversas formas de escritura e leitura. Discursividade e visibilidade juntam-se estreitamente; se reforçam, se sustentam mutuamente (...). O texto deixa sua linearidade e é explorado icônicamente. (HÄBICH *apud* DÍAZ NOCI, 2002, p.110).⁸⁰

Desta forma, cada postagem, que também pode ser traduzida como comentário ou nota, é uma estrutura textual que pode comportar não somente textos escritos, mas também imagens e por vezes sons, e onde a hipertextualidade é amplamente explorada através dos mais variados *links*⁸¹ para outros endereços/URLs (*Uniform Resource Locators*) na *Web*.

Portanto, os *Weblogs* poderiam ser sinteticamente definidos, a princípio, como *websites* pessoais onde a informação é atualizada freqüentemente e apresentada em blocos de textos curtos,

⁷⁸ Entendemos como texto aqui não somente o uso empírico da linguagem escrita, mas também utilização de outros sistemas semióticos normalmente adotados nas práticas sociais comunicativas, tais como imagens e gráficos.

⁷⁹ Postagem é uma expressão relativa a *posts*, que são blocos de texto, imagens e sons, também denominados por algumas ferramentas como *entries*. São concebidos em forma de texto do próprio autor (ou autores), imagens, arquivos de áudio (. . .) e/ou em forma de *links* para sítios que o autor achar interessante, geralmente acompanhados por comentários, imagens e textos que os apresentam e são geralmente precedidos por um título que se refere a um texto, imagem ou *link* disposto na página. (SILVA, 2003, p.21)

⁸⁰ “En las formas de escritura digital, se multiplica la posibilidad de diversas formas de escritura y lectura. Discursividad y visibilidad se ensamblan estrechamente; se refuerzan, se sostienen mutuamente (...). El texto deja su linearidad y es explorado icônicamente.” (nossa tradução)

⁸¹ “A novidade do hipertexto digital não está na não-linearidade ou na intertextualidade em si mesmas, mas no *link*, o recurso técnico que vai potencializar a utilização de tais características.” (MIELNICZUK, 2003)

estruturados em função do tempo. Mas um *Weblog* é mais do que isso: ele é também um amplo espaço de comunicação e de interação, um espaço de liberdade de idéias e de expressão, onde a troca de conhecimento por vezes impulsiona o franco debate.

Para Díaz Noci e Salaverría (2003, p.296), um *Weblog* pode ser definido por cinco características: “é um espaço de comunicação pessoal, seus conteúdos abarcam qualquer tipologia, os conteúdos apresentam uma marcada estrutura cronológica, o sujeito que os elabora normalmente vincula conexões a sítios da *web* que tenham relação com os conteúdos que foram desenvolvidos e a interatividade contribui para um alto valor agregado como elemento dinamizador no processo de comunicação.”⁸² Analisando estas cinco propriedades, um *Weblog* não se diferenciaria muito de algumas páginas pessoais encontradas pelo ciberespaço, mas os *Weblogs* têm algumas características muito importantes que os distinguem de outros sítios na Internet e que lhes acrescentam uma dinâmica inovadora: suas ferramentas projetadas para facilitar ao máximo sua construção e publicação, além da rapidez de agregação e recuperação como veremos em detalhe mais adiante.

2.2 – A blogosfera

De acordo com dados (maio de 2005) do *Perseus Development Corp.*⁸³ o número total de *sites* da blogosfera superou a marca dos 10 milhões. Segundo a *Pew Internet Study*⁸⁴ (janeiro de 2005), 11% dos estimados 50 milhões de usuários da Internet são leitores regulares de *blogs*. Um novo *Weblog* é criado a cada 7.4 segundos, o que significa 12 mil novos *blogs* por dia numa

⁸² "Un medio interactivo definido por cinco rasgos: es un espacio de comunicación personal, sus contenidos abarcan cualquier tipología, los contenidos presentan una marcada estructura cronológica, el sujeto que las elabora suele adjuntar enlaces a sitios *web* que tienen relación con los contenidos que se desarrollan y la interactividad aporta un alto valor añadido como elemento dinamizador en el proceso de comunicación" (DÍAZ NOCI; SALAVERRÍA, 2003, p.296)

⁸³ Fonte: <<http://dijest.com/bc/>>

⁸⁴ Disponível em: <http://www.pewinternet.org/PPF/r/113/report_display.asp> acesso em: 25 jun. 2005.

média de 275 mil *posts* diários. Já o *site* da Technorati⁸⁵, especializado na busca de informação contida em *blogs*, indexava 13.300.000 *Weblogs* em julho de 2005. Para se ter uma idéia do rápido crescimento desse tipo de *site*, de março de 2003 a fevereiro de 2005, o número de *Weblogs* vem dobrando a cada cinco meses (Figura 03).

Como todo dado estatístico sobre a Internet, tais números devem ser tomados com cautela, devido às variações de metodologias de coleta. Além disso, muitos *blogs* são iniciados e logo abandonados. Os números, no entanto, deixam claro que estamos diante de um fenômeno de grandes proporções, envolvendo milhões de usuários em todo o mundo.

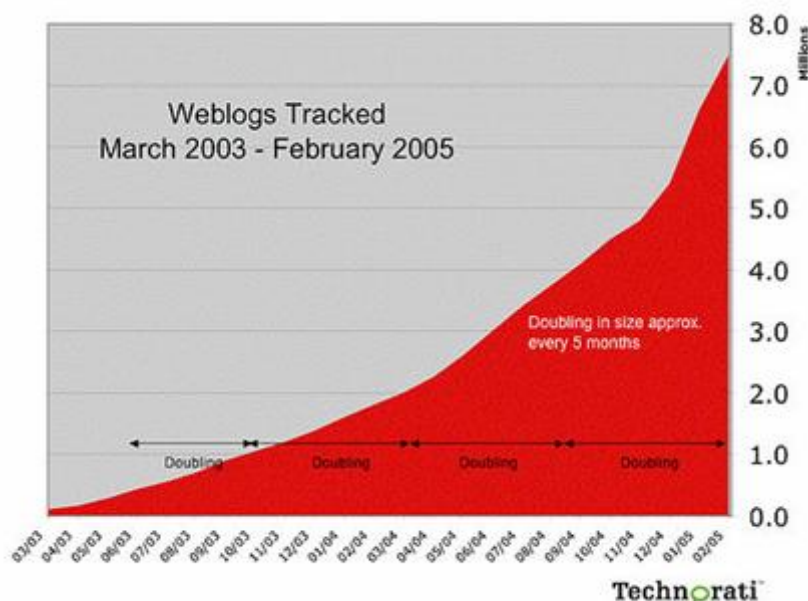


Figura 03 – Crescimento do número de *blogs* no período de março de 2003 a fevereiro de 2005. Fonte: <<http://www.technorati.com>>.

O aspecto interacional dos *Weblogs*, é alimentado pela inserção de comentários⁸⁶ (em sua quase totalidade os *Weblogs* permitem a postagem de comentários por parte dos usuários) tornando os *Weblogs* uma ferramenta comunicacional dinâmica bastante eficaz na troca de idéias

⁸⁵ Disponível em: <<http://www.technorati.com>>

⁸⁶ “O sistema de comentários funciona de uma maneira simples: A cada *post* publicado aparece, logo embaixo, um *link* para que o leitor comente o que leu. Geralmente o número de comentários já feitos aparece ao lado. Para comentar basta clicar no *link* e escrever o que se deseja.”(RECUERO, 2002)

e de opiniões sobre os mais variados assuntos, possibilitando aos leitores interagir e construir um diálogo com o autor do *blog*.

Nos *Weblogs* há um predomínio da interconexão: blogueiros lêem *blogs* de outros blogueiros, provêem *links* para outras páginas, referenciam outros *blogs* em seus próprios *sites* e postam comentários entre si. Assim acabam por gerar uma rede de comunicação, agregando à sua volta comunidades virtuais com cultura própria, ou seja, “...agregados sociais que surgem da Rede [Internet], quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante (...) discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no espaço cibernético [ciberespaço]”⁸⁷. (RHEINGOLD, 1994, p.20)

Se basicamente, segundo Wood e Smith, para que uma comunidade virtual se efetive há a necessidade de se identificar pelo menos quatro qualidades: 1) um mínimo nível de interatividade; 2) uma variedade de comunicadores; 3) um espaço público comum; e 4) um nível mínimo de membros constantes⁸⁸, o conjunto dos *Weblogs* se ajusta a isso perfeitamente, oferecendo aos seus usuários, não apenas a possibilidade de uma rápida comunicação em tempo real, sem filtragens nem formulários prévios, através de suas práticas ferramentas de postagem, mas também propiciando uma diversificada gama de assuntos, um espaço de múltiplas subjetividades, onde as mais variadas temáticas são tecidas, numa espécie de malha de infinitos assuntos, gostos, preocupações políticas, científicas, religiosas, curiosidades, etc.

Dadas a quantidade e variedade de *Weblogs* existentes na blogosfera, faz-se necessário que se busque uma classificação (categorização) para um melhor entendimento e sistematização

⁸⁷ “Las comunidades virtuales son agregados sociales que surgen de la Red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo estas discusiones públicas durante un tiempo suficiente, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético.”(nossa tradução). Para uma melhor compreensão de comunidades virtuais ver também Palacios, 1998; Donath, 1999; Smith, 1999; Wellman e Gulia, 1999; Paccagnella, 1997, entre outros.

⁸⁸ “1. A minimum level of interactivity; 2. A variety of communicators; 3. Common public space; 4. A minimum level of sustained membership” (WOOD and SMITH *apud* CHRISTINE CARL, 2003, p.26). Para uma discussão mais detalhada das características das comunidades virtuais veja-se Palacios (1996).

do fenômeno. Os *softwares* e ferramentas de criação de *Weblogs* oferecem geralmente duas variantes que se referem mais à estrutura dos *blogs*, são os ***Weblogs individuais***, em que o controle e a autonomia de publicação pertencem exclusivamente ao autor/criador do *blog* e é a categoria que predomina na *Web*, e os ***Weblogs coletivos***, onde mais de uma pessoa pode fazer postagens permitindo, assim, que múltiplos autores/criadores participem da sua manutenção.

À medida que o fenômeno dos *Weblogs* vai se alastrando pela rede, novas tentativas de classificação vão surgindo⁸⁹, não existindo ainda um consenso entre os pesquisadores da área sobre estas classificações, a não ser de que nenhuma delas é estanque ou absoluta, sendo passíveis de constantes revisões em função das rápidas transformações à qual a blogosfera está sujeita.

A amplitude de temas na blogosfera nos leva a conceber não apenas uma comunidade virtual de blogueiros, mas um conjunto de comunidades com seus interesses particulares ou de grupos que acabam por constituir esse sistema maior chamado blogosfera. Na blogosfera formam-se os chamados *webrings*, ou seja “círculos de blogueiros que lêem seus *blogs* mutuamente e interagem nestes *blogs* através de ferramentas de comentários. Os *blogs* são linkados uns aos outros e formam um anel de interação diária, através da leitura e do comentário dos *posts* entre os vários indivíduos, que chegam a comentar os comentários uns dos outros ou mesmo deixar recados para terceiros (...) Os *webrings* são, portanto, compostos não apenas do *blog*, mas do círculo de blogueiros e seus comentários sobre o *blog*, do suporte tecnológico da comunidade virtual.” (RECUERO, 2002a, p.8)

⁸⁹ Rebecca Blood (2002), por exemplo, propõe uma classificação em apenas três categorias: os ***Blogs***, os ***Notebooks***, e os ***Filtros***. Já Florence Le Cam (2003) apresenta uma categorização fundamentada sobre o conteúdo dos *Weblogs*, dividindo-os em ***Weblogs especializados mono-temáticos***, ***meta-Weblogs***, ***Weblogs institucionais***, ***Weblogs íntimos***, ***Fotologs***, ***Moblogs*** e os ***Weblogs híbridos***. Raquel Recuero (2003) nos apresenta um outro formato de categorias de *Weblog* que é bastante aceito entre alguns pesquisadores da área, são os ***Weblogs Diários***, ***Weblogs Publicações***, ***Weblogs Literários***, ***Weblogs Clippings***, e os ***Weblogs Mistos***.

A vastidão numérica e temática da blogosfera tem levado ao desenvolvimento de novas ferramentas que visam facilitar a indexação e recuperação de conteúdos, possibilitando aos usuários de *blogs* uma melhor utilização da informação. Destacam-se aqui os agregadores de conteúdos com uso de RSS “*feeds*”⁹⁰ (*Really Simple Syndication*), que possibilitam ao usuário de *blogs* e de outros tipos de *sites*, recuperar em seu computador, ou mesmo *on-line*, conteúdos que lhe sejam importantes. Os agregadores, segundo Dan Gillmor, podem vir a se tornar “o próximo principal método de distribuição, coleta, e recebimento de vários tipos de informação”⁹¹ na *Web*.

Os RSS *feeds* são em síntese descritores produzidos em linguagem *xhtml*, servem para descrever estruturas e conteúdos contidos em páginas na *Web*, possibilitando ao usuário coletar notícias e informações de diferentes *sites* e *blogs* e dispor todo este conteúdo em uma só tela no seu computador. Facilita o trabalho de jornalistas e pesquisadores na rede, permitindo a estes uma melhor organização e sistematização de seu trabalho, agregando os conteúdos mais significativos no amplo espectro de informações disponíveis na *Web*. Exemplo de agregadores através do uso de RSS e disponíveis gratuitamente na *Web* são: o *Bloglines.com*⁹² e também o *Rojo*.⁹³ O *Bloglines* permite, inclusive, o acesso aos *feeds* através de telefone celular.

Serviços de busca especialmente desenvolvidos para se procurar e localizar páginas de interesse, *Weblogs* mais populares, notícias importantes, e os assuntos mais comentados na blogosfera, estão disponíveis na Internet. O mais conhecido é o *Technorati*⁹⁴, que possibilita que

⁹⁰ *Feeds* é como são chamados os arquivos que “alimentam” estes tipos de agregadores. Funcionam semelhantes a *tags* na linguagem *html*, ou seja, são comandos em linguagem *xml* inseridos em um documento que especificam como este ou uma parte deste deve ser formatado. Os *feeds* permitem que chamadas para textos postados nos *blogs* indicados pelo usuário sejam automaticamente alimentados em seu programa ou *site* de agregação. Para definições mais extensas e precisas, bem como um histórico do desenvolvimento dos RSSs vejam-se as entradas pertinentes na *Wikipedia* (<http://en.wikipedia.org/wiki/RSS>)

⁹¹ “It could well become the next mainstream method of distributing, collecting, and receiving various kinds of information” (GILLMOR, 2004, p.39).

⁹² Disponível em: <<http://www.bloglines.com>>.

⁹³ Disponível em: <<http://www.rojo.com/>>.

⁹⁴ Disponível em: <<http://www.technorati.com/>>.

se destaquem as idéias de maior evidência, e a velocidade em que estão acontecendo, salientando o que as pessoas estão dizendo na Internet sobre uma determinada empresa, seus produtos, seus concorrentes, suas políticas, ou outras áreas de interesse, tudo em tempo real. Todas essas atividades são monitoradas e indexadas minutos após a postagem, provendo uma visão dinâmica da conversação global na *Web*, rastreando na blogosfera 13 milhões e 300 mil *Weblogs* e algo em torno de 1.3 bilhões de *links*⁹⁵.

A diversidade de discursos que a blogosfera comporta nos permite visualizar a amplitude de alcance dessa nova ferramenta, deixando claro que os *Weblogs* representam uma nova forma comunicacional na qual o diálogo, a conversação, a partilha e difusão de informações e a livre expressão de idéias constituem a forma de estruturação de seu funcionamento, só limitadas ainda pelo elevado número de pessoas que não possuem acesso à Internet.

2.3 – *Weblog* como fonte noticiosa

Certos *Weblogs* passaram a representar importantes fontes de informação sobre um determinado assunto, muitas vezes divulgando notícias e eventos que não são publicados nas mídias tradicionais. A leitura desses *blogs* tornou-se parte importante da rotina profissional de muitos jornalistas. Cada vez mais os *Weblogs* vão se afirmando como ferramentas capazes de sustentar um discurso diferenciado do da mídia comercial, e isso começa a se evidenciar e atrair a atenção da própria grande mídia a partir, principalmente, dos atentados ao *World Trade Center* em 11 de setembro de 2001, que geraram segundo dados do *Pew Internet Project*⁹⁶ o maior tráfego de visitas a *sites* noticiosos e não-noticiosos da história da Internet.

⁹⁵ Dados de julho de 2005, disponíveis em: <<http://www.technorati.com/>> acesso em 14 jul. 2005.

⁹⁶ Maiores detalhes em: <http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_9-11_Report.pdf> Acesso em: 05 jul. 2005

Em meio à ampla cobertura dada pelos mais diversos meios noticiosos tradicionais (rádios, jornais e televisão) aos acontecimentos daquele dia e seus desdobramentos subseqüentes, jornalistas do mundo inteiro, “agências de notícias e os principais meios de comunicação do mundo, como a CNN e o *Washington Post*, colocaram equipes de plantão para checar *blogs*, potencializando assim uma cadeia informativa, embasando seus noticiários com maiores informações sobre a situação do WTC e o andamento dos serviços de prestação de socorros.” (CONCEIÇÃO, 2004).

Apesar de os primeiros *sites* postados com denúncias, críticas e informações relacionados a um confronto bélico terem surgido em 1999, na guerra do Kosovo, a consolidação dos *Weblogs* como instrumento jornalístico se dá em 2003, na invasão do Iraque pelas tropas americanas. A partir desse momento percebe-se uma proliferação do que virá a ser denominado de *Warblogs*: *sites* independentes dedicados a todo e qualquer tipo de informação concernente à guerra. Com a capacidade de oferecer distintos pontos de vista, estes *blogs* passam a competir fortemente com os meios convencionais, que até então evitavam se aprofundar nos problemas e conseqüências dessa guerra para o cidadão comum iraquiano, fornecendo registros apenas do que era permitido pelo exército invasor. A falta de equilíbrio e de imparcialidade na informação provida pela grande mídia, levou grande parte dos internautas, ativistas da paz e jornalistas espalhados pelo mundo a procurarem informações mais aprofundadas nas páginas dos *Warblogs*.

Estes *warblogs* são diários da guerra produzidos por distintos autores: cidadãos iraquianos, jornalistas profissionais, correspondentes internacionais *freelances*, analistas políticos e por militares que se encontravam na região do conflito. Um dos *Weblogs* mais acessados naqueles dias foi o *Where is Raed?*⁹⁷ de Salam Pax, pseudônimo de um jovem estudante de arquitetura que escrevia diretamente de Bagdad, descrevendo seu cotidiano e as dificuldades encontradas

⁹⁷ Disponível em: < http://dear_raed.blogspot.com/>.

naqueles dias, assim como relatos pessoais sobre o sentimento de seu povo em relação à invasão de seu país pelas tropas americanas. Outro *Weblog* que se destacou foi o *Back to Iraq 3.0*⁹⁸, do jornalista independente Christopher Allbritton, que angariou doações e partiu para o Iraque com um *laptop* e um telefone por satélite, com o objetivo de retratar de forma mais independente possível o que se passava no *front*.

Entre os *blogs* militares se destaca o *A Minute Longer – A Soldier’s Tale*⁹⁹, produzido por um reservista americano que se identifica como “Will” e que narra o dia-a-dia e as aventuras dos soldados no deserto iraquiano, sem entrar em detalhes de onde ele se encontra ou qual a sua identidade. Outro exemplo de *blog* militar é o *Iraq Pictures*¹⁰⁰ (Imagens de soldados, *marines*, força aérea, marinheiros, contratantes e civis que servem no Iraque), um *Warblog* fotojornalístico desenvolvido por uma mulher que se identifica como “Veritas” e cuja intenção, segundo ela, é prover notícias e informações sobre o Iraque, de forma imparcial, e que não estejam veiculadas pela grande mídia americana.

Claramente atentos ao fenômeno dos *Warblogs* e limitados pelo difícil acesso às fontes noticiosas durante a invasão americana, meios convencionais de comunicação percebem rapidamente o poder informativo dessas páginas pessoais e decidem empreender uma nova estratégia de comunicação permitindo que seus jornalistas produzam seus próprios *Weblogs*. A *BBC* cria um *blog* coletivo de seus correspondentes no Iraque chamado *Reporter’s Log: War in Iraq*¹⁰¹, onde seus jornalistas têm espaço para se manifestarem mais subjetivamente, dando opiniões e descrevendo situações do dia-a-dia na região do conflito. Outro exemplo de *Weblog* “oficial” é o do jornal norte-americano *Seattle Post Intelligencer*, que disponibilizou um espaço

⁹⁸ Disponível em: < <http://www.back-to-iraq.com/> >.

⁹⁹ Disponível em: < <http://rooba.net/will/> >

¹⁰⁰ Disponível em: < <http://iraqpictures.blogspot.com/> >.

¹⁰¹ Disponível em: < http://news.bbc.co.uk/2/hi/in_depth/world/2003/reporters_log/default.stm >.

chamado *War on Iraq*¹⁰² para seus jornalistas que, em 2003, estavam cobrindo a guerra do Iraque, e também um espaço alternativo, chamado *Voices on the War*¹⁰³, onde não só jornalistas mas também o público em geral analisava os acontecimentos e dava opiniões sobre a guerra.

O fato de cada vez mais a chamada grande mídia abrir espaço para os *Weblogs* não significa que estes veículos estejam abrindo mão de filitragens e de certas convenções impostas por suas linhas editoriais, como ilustra o exemplo da CNN, que obrigou um dos membros de seu *staff*, o jornalista Kevin Sites¹⁰⁴, a retirar seu *Weblog* da rede, alegando que a cobertura na CNN é um trabalho de tempo integral, exigindo que seu repórter se concentrasse exclusivamente nisso¹⁰⁵.

2.4 – *Weblogs* jornalísticos institucionais X independentes

Segundo Raquel Recuero (2003), os *Weblogs* jornalísticos aparecem em três categorias distintas, os *blogs* “**diários**” que apresentam apenas a opinião do autor sobre os fatos, as “**publicações**” que embasam suas opiniões e discutem fatos pautados pela grande mídia, e os “**clippings**” que fazem um apanhado geral de informações disponíveis na rede sobre um determinado assunto, vez por outra acrescentando um comentário pessoal.

O caráter individual da maioria destes *Weblogs* fica marcado pelo uso constante da primeira pessoa, a assinatura dos *posts* e a apresentação do autor. Alguns ainda incluem a foto do autor. Dessa forma o leitor de um *Weblog* noticioso sabe que estará sempre sujeito às escolhas idiossincráticas de seu autor.

Além disso, ainda segundo Recuero (2003), os *Weblogs* jornalísticos também são classificados como “**oficiais**”, que são *Weblogs* hospedados dentro de grandes instituições

¹⁰² Disponível em: <<http://seattlepi.nwsource.com/iraq2003/weblogs/>>.

¹⁰³ Disponível em: <<http://seattlepi.nwsource.com/iraq2003/voices.asp>>.

¹⁰⁴ O *Weblog* de Kevin Sites esteve disponível em: <<http://www.kevinsites.net/bio.php>>.

¹⁰⁵ “*La cobertura para CNN es un trabajo de tiempo completo y le hemos pedido que se concentre en eso exclusivamente*”. Edna Jonson, relações públicas da CNN, disponível em: <<http://www.saladeprensa.org/index.html>> acesso em 01 jul. 2005.

noticiosas, em sua grande maioria produzidos por jornalistas profissionais do próprio *staff* da instituição; e os *Weblogs* “**independentes**” ou “**não-oficiais**”, produzidos por profissionais ou amadores não vinculados a qualquer mídia jornalística. Os chamados *Weblogs* “oficiais” contam com o respaldo e credibilidade de suas instituições, geralmente mídias já consolidadas, mas os *blogs* “não-oficiais”, dependem exclusivamente do número de acessos e da credibilidade de seu autor junto aos blogueiros, da qualidade dos seus *links* e do número de vezes que a página é citada por outras através do mecanismo de *hiperlinks*¹⁰⁶. A vasta gama de fontes e a qualidade de seus *links* atestam o valor e a credibilidade de um *Weblog* jornalístico.

Cada vez mais as grandes corporações midiáticas, atentas ao potencial de penetração dos *Weblogs* na comunicação cotidiana do usuário da Internet, têm percebido como estes contribuem, não apenas na reconfiguração das políticas entorno da vida diária das pessoas, incrementando idéias de maior liberdade, democracia, comunidade, empoderamento (*empowerment*)¹⁰⁷ do cidadão, mas como este novo meio de produção, partilha e distribuição de notícias está reengajando uma audiência alienada (principalmente de jovens), descrente e desiludida com as formas tradicionais de se produzir jornalismo.

O fenômeno dos *Weblogs* redimensiona a idéia de se produzir jornalismo *on-line*. Novas formas interativas de se produzir conteúdo flexibilizam o poder comunicacional da mídia vigente, permitindo ao usuário uma participação mais efetiva na construção das notícias. Essa característica veio ao encontro de uma ansiedade do leitor de, não apenas participar do processo comunicacional como um “mero” receptor, mas de também produzir conteúdo, gerando conhecimento e sendo realmente parte integrante e constitutiva da notícia.

¹⁰⁶ O mecanismo *Google*, disponível em: <<http://www.google.com.br/>>, classifica os resultados de uma busca na Internet conforme a quantidade de vezes que uma página é citada.

¹⁰⁷ A expressão empoderamento, um anglicismo já corrente em português, refere-se ao crescimento do poder político, social ou econômico de indivíduos ou grupos, usualmente com o crescimento da confiança desses indivíduos ou grupos em suas próprias capacidades. Para uma discussão mais detalhada do termo, suas origens e desdobramentos, veja-se: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Empowerment>>.

Alguns setores da grande mídia entenderam a necessidade de rapidamente incorporar esta nova revolução jornalística e começam a destinar um espaço mais significativo em suas edições *on-line* a seus jornalistas para que construam seus próprios *Weblogs*. Uma das empresas jornalísticas a criar este espaço foi a britânica *The Guardian*, pioneira no uso de *blogs*, linkando a partir da versão *on-line* as melhores reportagens encontradas por sua equipe de editores. O *Weblog* do *The Guardian*¹⁰⁸ passa a ser indicativo de um novo modo de se produzir jornalismo. Apesar de preservar alguns fortes aspectos da chamada mídia tradicional, transpondo algumas convenções jornalísticas para seu formato, tais como a manutenção do papel de um *gatekeeper*¹⁰⁹, não dando espaço para o leitor nas matérias produzidas pelo seu corpo editorial, o *Weblog* do *The Guardian* engaja-se num diferente esforço comunicativo, estabelecendo-se como um lugar de múltiplos e amplos conhecimentos do mundo provendo, especialmente em sua primeira versão¹¹⁰, uma vasta quantidade de *links*, remetendo o usuário para as mais diversas fontes noticiosas e informativas disponíveis na rede, ampliando e aprofundando, dessa forma, o conhecimento do leitor.

Diferentemente do *Weblog* do *The Guardian*, que não possui uma voz em particular ou um conjunto de vozes que se assumem como comentadores, a rede BBC abre espaço para diversos jornalistas de sua equipe produzirem *Weblogs*. Editado por Damon Rose, o *Crippled Monkey*¹¹¹ é um bom exemplo de *blog* que exhibe notícias mais trabalhadas. Outro exemplo de

¹⁰⁸ Disponível em : <<http://www.guardian.co.uk/weblog/0,6798,517233,00.html>>.

¹⁰⁹ “(...) uma das primeiras pesquisas empíricas sobre influências no conteúdo jornalístico é a pesquisa de David White, que partindo de analogia proposta pelo psicólogo social Kurt Lewin, representou os jornalistas como porteiros ou vigias das notícias [*gatekeeper*], responsáveis por selecionar dentre a grande quantidade de acontecimentos diários em todo o mundo aqueles que chegarão ao conhecimento dos leitores.” Pesquisas posteriores “(...) têm mostrado que a cobertura jornalística é o resultado de relações que envolvem interações pessoais, processos organizacionais e padrões e condições estruturais” (SERRA, 2004). Para um conhecimento mais genérico sobre a questão situando historicamente veja-se (WOLF, 2002).

¹¹⁰ A primeira versão do *Weblog* do *The Guardian* foi desativada em setembro de 2004. A nova versão, está disponível em: <<http://blogs.guardian.co.uk/news/>>, continua com uma grande variedade de *links* para fora e dentro do jornal, mas adicionou mais conteúdo próprio aos comentários e opiniões.

¹¹¹ Disponível em: <www.bbc.co.uk/ouch/weblog>.

blog da BBC é o *Scotblog*¹¹², que contém comentários pessoais do *staff* da BBC *On-line* na Escócia.

No Brasil o jornal *O Globo*¹¹³ disponibiliza *Weblogs* de 16 de seus jornalistas, alguns com colunas no jornal impresso, que abordam os mais variados assuntos do cotidiano: os bastidores da política nacional, comportamento, esportes, diários íntimos, temas jovens e infantis, música etc. Outros webjornais brasileiros também mantêm *blogs* de seus principais articulistas, entre eles destacamos o *Estadão On-line* com o *Blog do Noblat*¹¹⁴ e a *Folha On-line* com o *blog* do colunista do jornal *Folha de São Paulo*, o jornalista Josias de Souza¹¹⁵. Além disso alguns importantes jornalistas independentes disponibilizam *blogs* onde discutem poesia, jornalismo, ética e outros assuntos relacionados à mídia, podemos aí citar o exemplo do jornalista Sérgio Mattos e seu *blog O poeta é o vigia do tempo*¹¹⁶.

John Hiler (2002) nos traz a perspectiva de que juntos *Weblogs* e jornalismo convergem para uma nova simbiose. Jornalistas passam a ver os *Weblogs* como uma fonte de informação em potencial e blogueiros, por sua vez, contribuem nessa ação conjunta, linkando, emitindo opiniões ou criticando as notícias publicadas pela mídia tradicional.¹¹⁷

Os *Weblogs* jornalísticos são ferramentas midiáticas que acabam por reforçar o movimento pela democratização da comunicação, e por conseqüência amplificam a idéia do jornalista cidadão, do jornalismo participativo¹¹⁸, fornecendo um ferramental que possibilita a

¹¹² Disponível em: < www.bbc.co.uk/scotland/webguide/scotblog > .

¹¹³ Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/online/blogs/Default.asp> >.

¹¹⁴ Disponível em: < <http://noblat1.estadao.com.br/noblat/index.html> >.

¹¹⁵ Disponível em: < <http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/> >.

¹¹⁶ Disponível em: < <http://smattos.blog.com/> >.

¹¹⁷ “In many ways, bloggers and journalists are in a mutually symbiotic relationship, working together to report, filter and break the news.” (HILER, 2002). “De muitas maneiras, blogueiros e jornalistas estão numa relação mutuamente simbiótica, trabalhando juntos para reportar, filtrar e dar as notícias.” (nossa tradução)

¹¹⁸ “Esse modo jornalístico consiste na forma pela qual cidadãos ou grupos de cidadãos desenvolvem uma participação ativa no processo de coleta, organização, análise e disseminação de notícias e informação. O objetivo dessa participação é proporcionar informação independente, fidedigna, precisa, completa e relevante que requer uma democracia”. (BOWMAN e WILLIS, 2003 – nossa tradução).

qualquer usuário da Internet construir seu próprio site noticioso, com baixo custo e, teoricamente, de alcance global. Seu caráter amplamente hipertextual e interativo alicerça a idéia de um jornalismo fundamentado na conversação ao invés de um jornalismo apenas de leitura. A abundância de uso de *hyperlinks*, principalmente nos *Weblogs* de clipagem, abre uma nova perspectiva em relação ao fazer jornalístico, pois não só exige um novo conhecimento por parte do editor em relação ao que selecionar na vastidão da Internet, como também dá ao usuário um maior poder comunicativo, provendo amplitude e profundidade às notícias pela vasta opção de *links* que oferece.

Em contrapartida, ao permitir múltiplos caminhos para a construção e consumo do material noticioso, exige-se do usuário um maior esforço na busca de seu próprio caminho para dar sentido à notícia através do material à disposição. Estabelece-se aí um modelo de conhecimento-como-processo em lugar do modelo tradicional de conhecimento-como-produto (MATHESON, 2004, p.458).

Cada vez mais o cidadão comum tem participado da construção de uma blogosfera jornalística, informando, noticiando, ajudando e criticando, mostrando a viabilidade dos *Weblogs* na sedimentação da idéia de um jornalismo cidadão.

Apesar de um grande número de jornalistas profissionais estarem aderindo à blogosfera, criando seus próprios *blogs* noticiosos, a maior parte destes *sites* origina-se fora do meio jornalístico tradicional, são produzidos pelo cidadão comum. Muitos blogueiros se apresentam como jornalistas amadores. Eles se fundamentam no fato de realizarem tarefas muito semelhantes às dos jornalistas profissionais, selecionando, comentando, contatando fontes e difundindo informações. Um bom exemplo de um *blog* noticioso produzido por não-jornalistas é o *Boing-*

*Boing*¹¹⁹, um dos mais acessados da blogosfera e que já recebeu vários prêmios, inclusive o *The Webby Award*¹²⁰ de 2005. O *blog* poderia ser classificado como de “variedades” (*fait divers*), com uma cobertura ampla, e autodenominando-se “*a directory of wonderful things*”. No entanto muitas das postagens são efetivamente “notícias” (*news*), especialmente no que diz respeito à Internet e às novas tecnologias de comunicação, dando um caráter jornalístico ao *blog*.

Os *Weblogs* noticiosos praticam, em geral, um jornalismo de opinião em que os *hiperlinks* são parte integrante do modo como as notícias são construídas. Eles permitem ao usuário seguir por múltiplos caminhos no consumo do material noticioso. Muitos desses *Weblogs* aproximam-se de certas idealizações da Internet como um amplo espaço democrático no qual todas as vozes de seus atores sociais podem ser ouvidas e onde audiências podem se tornar públicos ativos.

Preocupados com as transformações que estão ocorrendo no mundo jornalístico em função do surgimento dos *blogs* e pela forma como os *Weblogs* também estão se envolvendo e se transformando no processo de aproximação com o jornalismo, ocorreu, em janeiro de 2005, uma importante conferência organizada pela *Harvard Law School* envolvendo um grupo especializado de 50 jornalistas, blogueiros, executivos da área jornalística, acadêmicos e bibliotecários de importantes centros tais como o Berkman Center for Internet & Society, o Shorenstein Center on Press Politics and Public Policy na Harvard Kennedy School of Government, e o Office of Information Technology Policy da American Library Association.

Essa conferência denominada ***Blogging, journalism & credibility: battleground and common ground***, teve como tema central as relações e tensões que estão se estabelecendo entre o jornalismo e os *Weblogs*, principalmente no que tange a aspectos de credibilidade e confiança.

¹¹⁹ Disponível em: <<http://boingboing.net/>>.

¹²⁰ Os prêmios *Webby*, são prêmios internacionais de reconhecimento ao que melhor vem sendo produzido na *Web* em relação à criatividade, utilidade e funcionalidade. Estabelecido em 1996, possui mais de 500 membros *experts* em *sites* da *Web* e que atuam na seleção e premiação.
Disponível em: <<http://www.webbyawards.com/webbys/current.php>>.

Alex Jones, um dos responsáveis pela organização, coloca os motivos de se realizar tal evento e sugere algumas questões para debate:

Nossa compartilhada motivação em convocar tal conferência é a nossa convicção de que o mundo do jornalismo está sendo transformado pelos *blogs*, e que – similarmente – a blogosfera está envolvida e sendo transformada no processo. Não pode haver nenhuma dúvida de que o fenômeno de blogar, especialmente *blogs* focados sobre a política e negócios públicos, mudou a informação de modo a se tornar notícia de primeira página. (...) Para ambos jornalismo e *blogs*, a credibilidade é essencial. Quais são as áreas de concordância partilhadas por estas muito diferentes aproximações para controlar notícias e informações? Podem jornalistas como também *blogs* fazer seus trabalhos sem conflitar normas estabelecidas? Devem blogueiros adotar padrões e uma transparência que elevará sua credibilidade? (MACKINNON, 2005, p.6)¹²¹

Como conclusão principal dessa conferência, destacou-se o objetivo comum de jornalistas e blogueiros no fortalecimento do discurso público e no fortalecimento da democracia, apontando para dois aspectos importantes:

- a) que estas áreas de concordância realmente existem, e;
- b) que todos estão ansiosos para trabalhar juntos, jornalistas e blogueiros, com o objetivo de criar uma sociedade melhor e meios melhores de dar aos cidadãos as informações eles precisam e o fórum de discussão requerido que assegure credibilidade e confiança a essas informações.

A tônica dominante na Conferência de Harvard foi a de que blogueiros e jornalistas tradicionais não devem competir, mas sim se complementarem, trabalhando juntos para criar uma nova forma de se produzir notícia. A tensão e a competição entre ambos é real, mas também pode

¹²¹ “Our shared motivation for convening such a conference is our conviction that the world of journalism is being transformed by blogging, and that - similarly – the blogosphere is evolving and being transformed in the process. There can be no question that the phenomenon of blogging, especially blogs focused on politics and public affairs, has changed the way information becomes front page news.” (...) To both journalism and blogging, credibility is essential. What are the areas of common ground shared by these very different approaches to handling news and information? Can journalists who also blog do their work without conflicting standards? Might bloggers adopt standards and a transparency that will elevate their credibility?” (nossa tradução)

ser considerada saudável, no sentido de forçar o aprimoramento dessas duas formas de produção da informação noticiosa.

Em relação à credibilidade e confiança, concluiu-se que elas são parte de um processo social que se forma a partir do diálogo aberto criado com a comunidade através das histórias reportadas pelos *blogs*, envolvendo a audiência num processo de co-autoria, transformando a leitura em conversação, de forma a estabelecer com o usuário mais um relacionamento do que um contrato. Outros fatores devem ser levados em conta, como as redes de *links* que são construídas em torno de alguns *blogs*, mas não de outros, e a autoridade conquistada pelo autor de um *blog*, principalmente quando este expõe sua identidade.

Alguns modelos de *Weblogs* como o *This is Rumor Control*¹²², um *blog* noticioso que investiga rumores na blogosfera sobre a política exterior dos Estados Unidos e que taxa postagens numa escala de 1 a 10 indo da certeza absoluta ao rumor total, podem ajudar o leitor de *Weblog* a avaliar melhor as informações que estão sendo postadas e seus *links*.

A Conferência, que foi transmitida *on-line*, disponibilizando inclusive um *blog* e um *chat* para que outros internautas pudessem participar das discussões, deixou algumas questões sem serem completamente respondidas: estariam os *blogs* mudando a natureza da confiança e da credibilidade? Como as grandes empresas midiáticas poderão capturar a vitalidade, a energia e a voz que torna muitos *blogs* legíveis e úteis, sem sacrificar completamente suas convenções e normas estabelecidas na sua prática diária?

Não se trata aqui de sugerirmos que os *Weblogs* poderão, em algum momento futuro, substituir os meios jornalísticos convencionais; muito menos é nossa intenção entrar na polêmica

¹²² Disponível em: <<http://www.thisisrumorcontrol.org/>>.

questão do reconhecimento do blogueiro/cidadão-comum como jornalista¹²³. Trata-se de entender que os *Weblogs*, com suas características particulares, propõem um novo modelo de se trabalhar jornalismo, repensando seus valores e relações com o público leitor nesse contexto de mudanças sociais e, dessa forma, deixando o “ecossistema midiático” mais diversificado e robusto.

2.5 – Situando os veículos de pauta aberta

Como vimos no caso dos *blogs*, o empoderamento do indivíduo e sua crescente participação na produção de todo o tipo de informação avançam consideravelmente a partir do desenvolvimento de programas de *software* que permitem a qualquer pessoa, não-especialista das complexas linguagens de programação de computador, construir, partilhar e difundir informação de forma simples e direta. Através de interfaces simplificadas de geração de conteúdos para a *Web* desenvolve-se uma nova forma de se praticar jornalismo, desvinculado do aparato institucional ou empresarial. Paralelamente ao desenvolvimento dos *blogs*, surgiu e está em desenvolvimento na *Web*, o que é chamado de “jornalismo de fonte ou pauta aberta” ou mais simplesmente “publicação aberta”, como é denominado por Schwingel (2004), termos que usaremos como sinônimos ao longo deste trabalho.

As bases para essa forma de atividade jornalística enraízam-se num fenômeno amplo, que é o movimento de “fonte aberta” (*open source*), no que se refere à produção de *softwares* em geral.

Segundo Silva Jr (2004):

Como fonte aberta, temos geralmente a concepção derivada da produção cooperativa entre usuários no desenvolvimento de sistemas operacionais, cujo código de funcionamento não é de caráter fechado, ou seja, encriptado, e codificado através de chaves de segurança digitais. Essa prática surge em

¹²³ Para um artigo recente sobre o assunto veja-se Rosen (2005), disponível na Internet em: <http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/15/berk_pprd.html>.

meados dos anos 80, tendo se ampliado com o crescimento da Internet aberta. O sistema operacional Linux, por exemplo, tem as suas rotinas abertas, podendo qualquer programador, livremente, incrementar seu funcionamento e, simultaneamente, compartilhar seu desenvolvimento com os demais usuários. Em paralelo, há organizações independentes que certificam esses desenvolvimentos e os validam a fim de que os melhores e mais estáveis recursos e aperfeiçoamentos componham a próxima versão do software operacional. Assim, essa produção orienta-se segundo uma cooperação descentralizada, porém organizada e certificada, segundo padrões mínimos que garantam a universalidade de compatibilidade do que é desenvolvido com o resto do sistema.

O autor complementa o conceito afirmando que o movimento dos que produzem em fonte aberta surgiu claramente como uma alternativa aos proprietários de *software* de código fechado, programas que, como numa caixa preta, permitem que se veja o que eles fazem, sem entretanto nos revelar como eles trabalham.

Em 1984, Richard Stallman deixa o seu posto de programador no Laboratório de Inteligência Artificial do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), para lançar um projeto baseado na criação de um sistema operacional totalmente livre, que qualquer pessoa teria direito de usar e distribuir conteúdos sem ter que pagar licenças de uso. O projeto chamado GNU, que além de identificar um mamífero, utilizado como logomarca do projeto, é o acrônimo de “**G**NU is **N**ot **U**nix” (GNU não é Unix) deixa claro, já no nome, que este sistema operacional GNU foi concebido para ser utilizado num sistema operacional UNIX¹²⁴, porém sem usar o código fonte do UNIX. O objetivo do trabalho de Stallman, e de seus vários colaboradores (a grande maioria *hackers*), é o de assegurar que usuários de computador tenham acesso livre a programas de *software* para as mais diferentes tarefas. Eles argumentam que os usuários de *software* devem ter

¹²⁴ “Um sistema UNIX é totalmente orientado a arquivos, tudo nele é arquivo. Seus comandos são na verdade arquivos executáveis, que são encontrados em lugares previsíveis em sua árvore de diretórios, e até mesmo a comunicação entre entidades e processos é feita por estruturas parecidas com arquivos. O acesso a arquivos é organizado através de propriedades e proteções. Toda a segurança do sistema depende, em grande parte, da combinação entre a propriedade e proteções setadas em seus arquivos e suas contas de usuários.”
Disponível em: < <http://pt.wikipedia.org/wiki/UNIX> > acesso em: 26 set. 2005.

liberdade para partilhar conteúdos com seus vizinhos e para fazer mudanças nos *softwares* por eles usados, da maneira que melhor lhes convier.

Dessa forma Stallman cria o movimento Software Livre, que se refere a *softwares* que são fornecidos a usuários com a liberdade de executar, estudar, modificar e repassar (com ou sem alterações) sem que, para isso, tenham que pedir permissão ao autor do programa.

Mais precisamente, Software Livre se refere a quatro tipos de liberdade para os usuários do *software*, definidas pela FSF (*Free Software Foundation*)¹²⁵:

1. A liberdade de executar o programa, para qualquer propósito;
2. A liberdade de estudar como o programa funciona, e adaptá-lo para as suas necessidades. O acesso ao código-fonte é um pré-requisito para esta liberdade;
3. A liberdade de redistribuir cópias de modo que você possa ajudar ao seu próximo;
4. A liberdade de aperfeiçoar o programa, e liberar os seus aperfeiçoamentos, de modo que toda a comunidade se beneficie. Acesso ao código-fonte é um pré-requisito para esta liberdade.¹²⁶

Em 1991, um jovem finlandês chamado Linus Torvalds, desenvolve um projeto independente chamado Linux, contração de Linus e Unix, que pode ser combinado com o software GNU, gerando um sistema operacional mais completo chamado sistema operacional GNU/Linux ou apenas Linux. Apesar de Stallman rejeitar a expressão, o movimento Software Livre ganha outro nome: Fonte Aberta (*open source*), que descreve a disponibilidade de um código de fonte aberto para o usuário.

¹²⁵ *Free Software Foundation (FSF*, Fundação para o Software Livre) é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 1985 por Richard Stallman e que se dedica à eliminação de restrições sobre a cópia, redistribuição, entendimento e modificação de programas de computadores.

¹²⁶ Informação disponível em: < http://pt.wikipedia.org/wiki/Software_livre > acesso em: 26 set. 2005.

O pesquisador Silva Jr (2004) destaca pelo menos duas fortes características da produção em fonte aberta em relação ao usuário e à estrutura tecnológica:

Em primeiro lugar, a idéia do software de código aberto por se ampliar com o advento da rede, coloca a contribuição entre usuários dispersos geograficamente como condição para a sua proliferação. Temos, portanto, uma base tecnológica condicionando a cultura cooperativa entre pessoas.

Em segundo lugar, a apropriação dessa condição de produção, permite que os usuários operem um recorte entre o caráter operacional do código no qual estão trabalhando e suas próprias iniciativas, ou sugestões. Dessa forma, a criação em fonte aberta pressupõe essa descentralidade operativa e particularização das características propostas para o produto.

A mesma filosofia que preside o movimento de fonte aberta para a produção de *softwares*, norteia a produção de publicações jornalísticas participativas, os chamados veículos de pauta aberta. Esse caráter aberto, descentralizado, distribuído e multidirecional da operação e atividade, que identificamos no movimento do software livre, é também adequado e aplicável às demandas do usuário em relação ao jornalismo produzido na Internet, pois permite a qualquer pessoa (inclusive jornalistas profissionais), uma produção noticiosa e informativa livre das amarras da “imparcialidade” e “objetividade” que vem regendo o jornalismo vigente nas grandes empresas midiáticas e que servem, muitas vezes, para mascarar interesses maiores corporativos e de uma elite política. Essa produção livre se caracteriza pelo ponto de vista independente na construção do conhecimento e pela forma colaborativa de atuação, acentuando o aspecto plurivocal, em que não existe mais apenas um autor, mas sim múltiplos autores com múltiplos pontos de vista sobre um determinado assunto. (GILLMOR, 2004)

Não se trata, evidentemente, de afirmar que o jornalismo de pauta aberta é a solução para os problemas de credibilidade que a grande mídia vem sofrendo, mas sem dúvida nos deparamos com uma nova e participativa forma de produção jornalística, em que há o crescimento da

consciência de uma cidadania planetária, passando a usar a mídia para se informar, informar aos outros e construir novas e dinâmicas relações sociais e políticas.

Um bom exemplo dessa lógica participativa na produção e circulação da informação é o modelo de compartilhamento de arquivos denominado *peer-to-peer* (P2P). Um modelo inicial de compartilhamento de arquivos, que no entanto estava centrado apenas na circulação e não na produção, foi o *Napster*, um mecanismo de compartilhamento de arquivos de música, criado em 1999, através do qual usuários interligados pelo *software* podiam partilhar seus arquivos de música com outros usuários sem, obviamente, pagar qualquer direito autoral. O sistema foi objeto de uma ação conjunta do governo e de grandes empresas de mídia de entretenimento, que alegaram quebra de *copyright*, levando a que a sua operação fosse interrompida em 2002¹²⁷.

O conceito de *peer-to-peer* entende “a partilha de recursos e serviços através de troca direta entre sistemas”¹²⁸. O princípio aplicado ao jornalismo dá origem ao chamado jornalismo *open source* ou de fonte aberta, produzido por *sites* como o *Slashdot*¹²⁹, considerado o pioneiro nesse formato de produção jornalística. Surgido no verão de 1997, como “*Chips & Dips*”, este *site*, criado por Rob Malda (CmdrTaco) e Jeff Bates (Hemos), alcançou rapidamente o sucesso e, em novembro de 2001, foi vendido à empresa *Andover.net.*, hoje OSTG (*Open Source Technology Group, Inc.*)¹³⁰. O *Slashdot* funciona como um fórum noticioso diversificado e plural, centrado nas novas tecnologias digitais, integrando uma determinada comunidade através de interesses específicos em comum, procurando, por um lado, extrair do fluxo global da informação os temas e assuntos que especificamente interessam aos usuários e, por outro, disponibilizando

¹²⁷ O *Napster* foi reaberto em 2003, porém como uma empresa legalizada, que passou a pagar *royalties* para as empresas fonográficas.

¹²⁸ Disponível em: Peer-to-Peer Work Group < <http://www.p2pwwg.org> > acesso em: 25 set. 2005.

¹²⁹ Disponível em: < <http://slashdot.org/> >.

¹³⁰ Disponível em: < <http://www.ostg.com/> .

um fórum onde se pode comentar as notícias de forma imediata e global, estipulando os preceitos e critérios dessa discussão e os ângulos de análise.(NOGUEIRA, 2002)

O jornalismo de fonte aberta nos apresenta uma nova forma de relacionamento com o leitor, pois este se torna produtor da notícia, trazendo os mais diversificados assuntos para o espaço público e, dessa forma, contribuindo para uma agenda social e informativa descentralizada. O leitor torna-se o editor, autor e co-autor e também atua como crítico, contribuindo para a gestão dos fatos, idéias e opiniões.

Outro exemplo da forte presença do leitor tanto na construção, como na hierarquização da notícia, é o *site* colaborativo *Kuro5hin*, que descreve a si próprio como “tecnologia e cultura, das trincheiras”.¹³¹ Este *site* independente é escrito e editado totalmente pelos seus leitores. Os usuários avaliam as matérias que mais gostam deslocando estas, a depender do tipo de avaliação que recebem, para o *top* ou para posições inferiores na página, atuando, dessa forma, não só como colaboradores na construção da notícia, mas também como editores/moderadores, ao definirem o grau de importância de cada notícia e se ela deve ou não permanecer na página.

Um importante experimento, que tem no cidadão um importante colaborador na produção da notícia, foi iniciado na Coreia do Sul em 2000, por iniciativa de Oh Yeon Ho. O *OhmyNews* tornou-se um *site* jornalístico conhecido e respeitado quando, em dezembro de 2002, ajudou a eleger o presidente Roh Moo Hyum, um reformador da política Coreana, que concedeu sua primeira entrevista coletiva ao *site*, em detrimento dos três maiores jornais conservadores do país.

Sob o mote “cada cidadão é um jornalista”¹³², o *OhmyNews* tem um *staff* de 55 pessoas que publicam 20% do material noticioso, enquanto a grande maioria dos artigos que são disponibilizados provêm de cerca de 39 mil repórteres cidadãos espalhados pelo mundo e que

¹³¹ “ technology and culture, from the trenches” disponível em: < <http://www.kuro5hin.org/> >.

¹³² “Every Citizen is a Reporter” Disponível em: < <http://english.ohmynews.com/index.asp> >.

atuam como *freelancers* voluntários. Alguns poucos, mais atuantes, são remunerados. O *site* chega a receber de 200 a 250 artigos diariamente, produzidos por cidadãos não-jornalistas, publicando aproximadamente 70% destes.

Com o lançamento em 2004 da versão em inglês, o *OhmyNews International* e com a produção de uma versão impressa, o *site* expande suas fronteiras absorvendo jornalistas cidadãos do mundo todo e já projeta novos objetivos com a intenção de “ir além da crítica do sistema social existente para propor alternativas para uma nova sociedade”¹³³ O fundador do *site* acredita que, num futuro bem próximo, as contribuições do cidadão não serão apenas de textos, mas também de vídeos e áudio e que há a necessidade urgente do *OhmyNews* se expandir em direção à multimídia, pensando inclusive na criação de um programa de TV na Internet. Já existe por parte do *site* uma preocupação em relação à fotografia e um número significativo de suas matérias é ilustrado com uma ou mais fotos.

O *OhmyNews International* possui um sistema de envio de artigos e controle de trabalho para cada cidadão-repórter. Após um cadastro extremamente detalhado, o membro tem seu pedido avaliado pela coordenação do projeto e, uma vez autorizado, pode submeter artigos. Existe também um sistema, chamado “*Reporter Desk*”, que mantém o autor das matérias informado sobre o *status* de cada trabalho, o número de acessos e comentários dedicados às suas matérias, as mensagens recebidas através do *site* e ainda presta contas do “*cybercash*”, ganho com as publicações. O trabalho de edição é um dos pontos fortes do *site* e a autenticidade da matéria é assegurada com o preenchimento de um formulário no momento do envio desta, em que o cidadão-repórter é convidado a explicar como fez o trabalho, se apurou pessoalmente, se apenas cruzou dados e se a matéria já foi publicada em outro veículo.

¹³³ "go beyond criticism of the existing social establishment to propose alternatives for a new society." Disponível em: <http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?article_class=8&no=246787&rel_no=1> Acesso em: 20 set. 2005.

Muitos usuários *on-line* têm trabalhado para estender a democracia na rede e *sites* como *OhmyNews*, com sua política redacional inovadora, têm incentivado e ajudado a democratização da informação:

A fácil coexistência de amadores e profissionais breve parecerá natural. Publicações, tais como o *OhmyNews*, aparecerão em todos os lugares, pois elas fazem sentido, combinando o melhor das velhas e das novas formas jornalísticas. *OhmyNews* é um experimento do amanhã. Até aqui brilhante.¹³⁴(GILLMOR, 2004)

Graças ao modo como a Internet tem se desenvolvido, de forma democrática e emancipadora, através do crescimento planetário de uma consciência cidadã, gerando novos modelos de relacionamento político e social, e promovendo radicais transformações através do uso de novas tecnologias, de novas formas culturais e comunicacionais, abrem-se espaços para os mais diversos grupos minoritários antes discriminados pela grande mídia e sem voz. Discussões ativistas passam a tomar um maior espaço na rede. Movimentos políticos que antes tinham pouca representatividade, passam a se articular através das novas formas de produção jornalística abertas ao cidadão comum.

Assim, emerge uma nova forma de jornalismo, ligado aos movimentos sociais, à democratização e à afirmação cívica das comunidades. Proliferam os exemplos na Internet, desde os *BBS* usados com sucesso, nos anos noventa, pelo movimento Zapatista, em Chiapas no México, para promover eventos contra o neo-liberalismo e o capitalismo, até acontecimentos de proporções mais globais, como o “*Carnival Against Capital*”, uma demonstração ocorrida em junho de 1999, que veladamente organizou centenas de protestos através do mundo. Dentre as várias manifestações uma é bastante significativa, a “Batalha de Seattle”, ocorrida em dezembro de 1999, na cidade norte-americana de Seattle, e que propiciou a criação de um dos mais

¹³⁴ “The easy coexistence of the amateurs and professionals will, soon enough, seem natural. Publications such as *OhmyNews* will pop up everywhere because they make sense, combining the best of old and new journalistic forms. *OhmyNews* is an experiment in tomorrow. So far, it’s a brilliant one.” (nossa tradução)

importantes *sites* ativistas, o CMI (Centro de Mídia Independente – *Indymedia*), criado por diversas organizações ativistas com o intuito de cobrir os protestos que marcariam a “Rodada do milênio” da OMC (Organização Mundial do Comércio).

O primeiro CMI surge de uma articulação de jornalistas independentes ou ligados a movimentos sociais e ativistas que, a partir de Seattle, utilizam o Centro para distribuir relatos pela Internet através de uma estrutura de publicação aberta e sem censura.

O noticiário impresso era distribuído através do jornal *The Blind Spot*; segmentos em áudio eram transmitidos 24 horas pela rádio on-line Studio X de Seattle. depois das manifestações, cinco vídeos documentários foram produzidos e distribuídos nos EUA, através do site Indymedia e de canais de TV públicos e comunitários. mas o meio principal de difusão seja de texto, áudio ou vídeo foi o site www.indymedia.org, que veiculava críticas, depoimentos e toda a diversidade de opiniões e posicionamentos que vinham sendo ignorados sistematicamente, tanto pela OMC, quanto pela mídia geral. (HOLANDA, 2004)

Ganhando força pelo número de visitas recebidas durante a conferencia, mais de um milhão e 500 mil, e sendo usado como fonte de informações pela grande mídia, que temia os desmentidos publicados pelo *site*, o *Indymedia* veio se fortalecendo, baseando sua credibilidade no caráter testemunhal da cobertura, pois grande parte dos relatos apresentados vinha diretamente dos participantes envolvidos, até assumir a dianteira na cobertura da reunião da OMC, pautando os principais jornais do mundo.

Após a formação do CMI de Seattle, em 2000 surgem o CMI de Boston, que dá cobertura ao *Biodevestation Convergence*, e o de Washington, para cobrir os protestos contra o Banco Mundial e o FMI (Fundo Monetário Internacional). Até o final de 2000 surgiram CMIs em vários países e cidades do mundo, na Bélgica, México, Canadá, França, Itália, em Londres e em Praga.

A expansão dos Centros se dá rapidamente e de forma desordenada, mas todos com projetos semelhantes, caracterizados pela flexibilidade e heterogeneidade de uma estrutura de

rede aberta, horizontal, e com um objetivo comum: a aplicação às notícias das idéias do movimento de *software* livre, de código de fonte aberto.

Como notamos, ao lado dos *blogs*, esse modelo de produção e circulação de informações, calcado numa proposta aberta e participativa, constitui um importante elemento de construção de um formato alternativo de jornalismo na Internet e, portanto, estabelece um novo espaço para a veiculação fotojornalística, objeto central de nossas preocupações neste trabalho. No quarto capítulo apresentaremos uma análise mais detalhada de alguns dos principais Centros de Mídia Independente espalhados pelo mundo, avaliando como estes *sites* têm utilizado a fotografia jornalística cidadã para reforçar seus compromissos de informação e notícia com independência e diversidade, provendo, dessa forma, uma opção inovadora de desenvolvimento para o Webjornalismo e, senão de superação, pelo menos de complementação de modelos de mídia tradicionais.

2.6 – *Weblogs* e Pauta Aberta: espaços para um fotojornalismo cidadão

Os *Weblogs* e os experimentos de jornalismo em pauta aberta aceleram a prática emergente de expressão do cidadão, proporcionando uma maior e mais ativa participação nos processos de comunicação. Seu aspecto marcadamente interacional, facilita e impulsiona a prática social da “conversação”¹³⁵, produz uma situação de diálogo, gerando a construção de uma rede circular de informações, dessa forma reforçando seu aspecto comunicacional e possibilitando ao internauta/leitor uma participação mais ativa na estruturação desse processo.

¹³⁵ “Esta relação biunívoca entre enunciador e enunciatário – sintetizada no termo ‘conversação’ –, estimulada e realizada em *blogs* pode ser (...) aferida tendo em conta a utilização do sistema de comentários. Este sistema compreende uma pequena janela *pop-up* (uma nova janela, de dimensões reduzidas, que pode ser maximizada, dependendo da vontade do usuário) que se abre assim que clicamos no *link* correspondente, geralmente colocado logo abaixo do *post*. A janela que surge permite que o usuário possa comentar, debater, complementar, contestar ou até mesmo apontar uma retificação à informação postada. Para estimular os leitores a comentar os *posts*, em geral, os blogueiros fazem uso da competência discursiva, tratando determinado assunto com dessemelhança ou similitude.” (CONCEIÇÃO, 2004)

Diluem-se os limites que separavam o produtor e o consumidor da informação. Agora o leitor de um *blog* ou de uma publicação aberta pode ser também coadjuvante na construção de sentido de uma determinada informação, participando diretamente, ativamente, da sua constituição.

Muitos *Webloggers* apresentam uma visão comunitária mais radical, trazendo consigo idealizações da Internet como um espaço em que todas as vozes dos atores sociais podem ser ouvidas, e onde audiências podem se tornar públicos ativos.¹³⁶ (MATHESON, 2004, p.452)

A popularização e transparência dos *Weblogs* e das publicações abertas incrementam o número de vozes na esfera dos meios de comunicação, e propõem uma nova forma de comunicação descentralizada, com uma ativa participação do leitor no processo de coleta, análise e disseminação da informação, produzindo uma mudança histórica no fluxo informacional que antes se processava de um-para-um (telefone, telégrafo) e de um-para-muitos (jornal, rádio, televisão), passando para um modelo de fluxo de muitos-para-muitos, muitos-para-um, um-para-muitos ou de um-para-um, tornando os *Weblogs* e as publicações abertas as formas mais desenvolvidas de escritura digital participativa na *Web*. (WOLTON, 1999)

Como Marshall McLuhan pressagiu em seu trabalho seminal *Understanding Media: The Extensions of Man*:

Depois de três mil anos de explosão, graças às tecnologias fragmentárias e mecânicas, o mundo ocidental está implodindo. Durante as idades mecânicas, projetamos nossos corpos no espaço. Hoje, depois de mais de um século de tecnologia elétrica, projetamos nosso próprio sistema nervoso central num abraço global, abolindo tempo e espaço (pelo menos naquilo que concerne ao nosso planeta). Estamos nos aproximando rapidamente da fase final das extensões do homem: a simulação tecnológica da consciência pela qual o processo criativo do conhecimento se estenderá coletiva e corporativamente a toda sociedade humana, tal como já se fez com nossos sentidos e nossos nervos através dos diversos meios e veículos. (MCLUHAN, 1974, p.17).

¹³⁶ “Many bloggers present a more radical communitarian view, drawing on idealizations of the internet as a democratic space in which all social actors’ voices may be heard, and where audiences can become active publics”. (nossa tradução)

Este novo tipo de fluxo de informações caracteriza o que André Lemos chama de “liberação do pólo de emissão”:

As diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que o que está em jogo como o excesso de informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos *mass media*. A liberação do pólo da emissão está presente nas novas formas de relacionamento social, de disponibilização da informação e na opinião e movimentação social da rede.(LEMOS, 2003, p.22)

Trata-se de um fluxo comunicacional prioritariamente horizontalizado, onde se diluem as hierarquias de distribuição de informação, e onde há um predomínio de uma inédita participação do internauta/blogueiro na produção e emissão de conteúdos. Dessa forma, igualmente ao que se verifica em publicações de pauta aberta, como o CMI, alguns *blogs* assumem-se como espaços que vão além de um repositório de confidências e opiniões subjetivas, para se posicionarem como ferramentas de mobilização da opinião pública, como *sites* noticiosos de atualidades, selecionando, comentando e difundindo as mais diversas e relevantes informações.

Como uma das experiências mais bem sucedidas de produção independente na *Web*, os *blogs* e as publicações abertas estabelecem processos de desenvolvimento colaborativos capazes de produzir informações de alta qualidade geradas pela própria comunidade. Os níveis flexíveis de envolvimento permitem que todos participem de um determinado projeto, variando de contribuições únicas e mais modestas, a um envolvimento maior e de longo prazo, dependendo do interesse, das qualificações e dos recursos.

Com a difusão da banda larga, os *blogs* e os veículos de pauta aberta vão se tornando mais e mais multimidiáticos, com a incorporação de fotos, vídeos e áudios, igualmente produzidos de maneira descentralizada e cidadã.

Nos próximos capítulos direcionaremos nossa atenção para o uso da fotografia nesse tipo de suporte e tentaremos produzir uma avaliação do estágio do fotojornalismo nessas plataformas colaborativas.

CAPÍTULO 3 – WEBLOGS, CELULARES, CRISE E OUTROS ELEMENTOS DE UM FOTOJORNALISMO CIDADÃO

Como vimos no capítulo anterior, o fenômeno dos *Weblogs* se tornou importante instrumento para o desenvolvimento da prática de produção jornalística participativa e democrática no contexto da *Web*, e rapidamente se popularizou entre internautas e profissionais como uma ferramenta comunicacional dinâmica, bastante eficaz na troca de informações sobre os mais variados assuntos, possibilitando aos leitores interagir e construir comunidades em torno de interesses comuns.

Em 2002, exatamente para suprir uma demanda cada vez maior de fotografias, tanto de cunho profissional como, principalmente, provenientes do meio amador, Adam Seifer, Scott Heiferman e “Spike” criaram um *site* denominado *Fotolog.net*¹³⁷, que permite ao usuário, com facilidade e gratuitamente, postar suas fotos digitalizadas com um texto legenda ou com um título reduzido. Cria-se aí um novo tipo de plataforma, os *Fotologs*, que se difundem rapidamente pela Internet gerando uma grande quantidade de *sites* destinados a publicar e partilhar todo o tipo de fotografias.

Com o mesmo conceito e características dos *Weblogs*, os *Fotologs*, ao invés do texto escrito, dão ênfase à fotografia. Apresentam seu conteúdo em ordem cronológica reversa – em

¹³⁷ Disponível em: <<http://www.fotolog.net/>> . A expressão *Fotolog* surge da junção a das palavras Fotografia e *Weblog*.

alguns a diferença é que a última postagem aparece em maior destaque na página, permitem ainda ao visitante do *site* ou outro blogueiro tecer comentários (*guestbook*), que são acrescentados logo abaixo do espaço reservado para as mais recentes fotos publicadas. No *Fotolog* há o predomínio da fotografia de cunho amador, fotos íntimas, artísticas e pictóricas.

Segundo um dos mais conhecidos e acessados *sites* de hospedagem de *Fotologs*, com 1 861 353 membros e 59 902 748 fotografias¹³⁸, o *Fotolog.net*:

Posts de um *Fotolog* tendem a ser uma porção de imagens com poucas palavras. Afinal de contas, para a maioria das pessoas, é mais fácil de ver algo interessante que dizer algo interessante. Alguns dizem que a web é um ‘meio escriturável’ – nós dizemos que a revolução dos weblogs não é necessariamente sobre o escrever – ela é sobre publicação pessoal, contínua, independente de se dar por palavras ou imagens.¹³⁹

Diferente do formato de galerias disponíveis na Internet¹⁴⁰, que mais se assemelham a álbuns fotográficos (uma coleção de imagens não necessariamente datadas ou em ordem cronológica), a proposta da maioria dos *Fotologs* é partilhar fotos como peças de informação pessoal, partilhar a intimidade, em um formato de diário, através do registro fotográfico de momentos significativos do cotidiano, nos mais diversificados estilos fotográficos. A narratividade das imagens é complementada por rápidos comentários que contextualizam e identificam tais momentos. Um espaço de diálogo e de *links* é disponibilizado através de ferramentas apropriadas de edição de texto, que reforçam suas características de *Weblog*, além de oferecer arquivos de memória que funcionam como autênticas galerias datadas de fotos

¹³⁸ Segundo dados do *Fotolog.net* de 28 out. 2005.

¹³⁹ “Fotolog posts tend to be a lot of images with a few words. After all, for most people, it's easier to see something interesting than to say something interesting. Some say that the web is "a writing medium" -- we say that the weblogging revolution isn't necessarily about the writing -- it's about personal, continual publishing irrespective of whether it's done through words or images.” Disponível em: <<http://my.fotolog.net/FAQ.html#whatis>> acessado em: 16 jul. 2005.

¹⁴⁰ Encontradas em *sites* como *Fotki*, disponível em <<http://www.fotki.com/>>; o *Ofoto*, disponível em <<http://www.kodakgallery.com/Welcom.jsp>>; ou o *ShutterFly*, disponível em <<http://www.shutterfly.com/>>.

produzidas pelo autor. O autor de um *Fotolog* é chamado de “flogueiro” ou “*Fotologger*” e, assim como nos *Weblogs*, é o único que pode postar (flogar) fotos em seu *site*.

Os mais conhecidos *sites* de hospedagem de *Fotologs* possuem dois objetivos principais: ajudar o usuário a disponibilizar suas fotos para as pessoas que importam para eles e habilitar novos modos de organizar fotografias. Oferecendo diversos *templates* e hospedagem aos seus associados, estes *sites* muitas vezes também organizam seus *Fotologs* por temas, para facilitar a busca dos usuários. Dentre os que mais se destacam temos o já citado *Fotolog.net*; o *Photoblogs.org*¹⁴¹, fundado por Brandon Stone e que possui 11 834 *photoblogs* hospedados, disponível em 93 países e em 42 idiomas diferentes; o *Flickr – Photo Sharing*¹⁴², versão Beta, recentemente o único *Fotolog* indicado pelo *The Webby Awards 2005*¹⁴³ na categoria melhor *blog*, e que desempenhou importante papel na divulgação de fotos dos ataques terroristas de 7 de julho de 2005, em Londres, como veremos mais adiante em detalhe.

No Brasil, o fenômeno dos *Fotologs* fica evidenciado pela grande quantidade de usuários hospedados no *Fotolog.net*. Dados de agosto de 2004 indicavam que dos 509 mil flogueiros utilizando esse servidor, 226 mil eram brasileiros, ou seja mais de 44% de todos os *Fotologs* publicados no mundo¹⁴⁴. Nos moldes de *Fotolog.net*, uma grande variedade de *Fotologs* nacionais foram surgindo, alguns hospedados em portais como o *UOL*¹⁴⁵ e o *Terra*¹⁴⁶. Destacamos aqui o que é considerado a maior comunidade flogueira do Brasil: o *Flog Brasil*¹⁴⁷,

¹⁴¹ Dados de 28 out. 2005, disponíveis em: <<http://photoblogs.org/>>.

¹⁴² Disponível em: <<http://www.flickr.com/>>.

¹⁴³ Disponível em: <<http://www.webbyawards.com/webbys/current.php>>. É interessante observar que apesar das inúmeras categorias de prêmios que o *The Webby Awards* oferece, não existe uma categoria específica para os *Fotologs*, nem para fotografia na *Web*.

¹⁴⁴ Maiores informações: BARRETO, Paulo C. ***Fotolog.net é um caso perdido***. Disponível em: <<http://www.diegocasagrande.com.br/main.php?flavor=artigos&id=1386>> Acesso em 18 jul. 2005.

¹⁴⁵ *Fotolog* disponível em: <<http://fotoblog.uol.com.br/>>.

¹⁴⁶ *Fotolog* disponível em: <<http://fotolog.terra.com.br/flog.cgi>>.

¹⁴⁷ Disponível em: <<http://flogbrasil.terra.com.br/>>.

que em parceria com o portal *Terra* chegou à marca de 825 649 *flogs* cadastrados, com 11 690 568 fotografias¹⁴⁸.

Segundo o termo de serviço de outro popular servidor, o *Flogs*¹⁴⁹:

O *Flogs.com.br* apenas fornece um local transitório e temporário para que você possa arquivar cópias em formato de arquivos eletrônicos de suas fotos, imagens, textos e de seus materiais em forma digital, em ambiente remoto, disponível pela Internet, para exibi-los a seus convidados.

O *Flogs.com.br* tem por finalidade, exclusivamente, fornecer o meio físico para exposição de seus arquivos, proporcionando relacionamentos sociais e culturais entre pessoas, sem qualquer outro propósito.¹⁵⁰

A grande maioria dos *Fotologs* parece compartilhar da idéia que os autores do *Flogs* têm do objetivo de um *site* de hospedagem de diários fotográficos privados: criar um espaço alternativo de comunicação e compartilhamento de informações, de atualização contínua e estritamente pessoal, onde a linguagem comum utilizada é a imagética. Fica claro o aspecto pessoal no caráter doméstico da grande maioria das fotografias postadas nos mais diversos *Fotologs*, tanto nacionais quanto internacionais. A temática dos *Fotologs* é tão vasta e variada quanto a dos *Weblogs*. O que as ferramentas dos servidores oferecem é apenas a possibilidade de se criar, de maneira fácil, um *Fotolog* individual ou coletivo.

Visto não existir na literatura disponível uma categorização de *Fotologs*, sentimos a necessidade de criar uma classificação nossa que ajudasse a organizar e sistematizar o que observamos em nossa pesquisa. A partir do levantamento realizado, propomos uma tipologia constituída por cinco categorias:

¹⁴⁸ Dados do próprio *Flog Brasil*, em 28 out. 2005. Disponível em: < <http://flogbrasil.terra.com.br/> >.

¹⁴⁹ Disponível em: < <http://www.flogs.com.br/> > .

¹⁵⁰ Termo de serviço do *Flogs*, disponível em: <<http://www.flogs.com.br/tds.php>> Acesso em: 18 jul. 2005.

- a) *Fotologs* de “**clipagem**”, em que os flogueiros não postam imagens próprias, mas sim imagens capturadas pela Internet. Um bom exemplo é o *Escrúpulos Precários*¹⁵¹ (Figura 04);
- b) *Fotologs* “**íntimos**”, são os conhecidos álbuns de família, onde são flogadas imagens pessoais de filhos, parentes, amigos e do próprio flogueiro. Inclui-se aí também os *Fotologs* de viagens. Bons exemplos de *Fotolog* íntimo são o *Anjinhadepantufa*¹⁵² (Figura 05) e o *Femme Fatale*¹⁵³;
- c) *Fotologs* “**temáticos**”, onde é eleito um determinado tema específico e as fotografias postadas obedecem a esse tema. Muitos destes *Fotologs* são coletivos. O *The Finger*¹⁵⁴ com 74 membros e o *S!gns*¹⁵⁵ (Figura 06) com 1 257 membros e mais de 7 mil colaborações são dois bons exemplos;
- d) *Fotologs* “**artísticos**”, que são espaços para as mais diversas expressões artísticas relacionadas à imagem, onde há um uso irrestrito da criatividade e de programas de edição, como o *PhotoShop* da Adobe¹⁵⁶. Podemos aqui citar como exemplos o *Ukiyoe Desktop*¹⁵⁷ (Figura 07) e o *Chromasia*¹⁵⁸;
- e) *Fotologs* “**profissionais**”, que abrangem os mais variados temas relacionados à profissão ou a um interesse do flogueiro neófito (seja ele amador ou profissional). São temas que vão da arquitetura ao marketing, da pesca à astrologia. Um exemplo é o *CSSmith's photos*¹⁵⁹. É nesta categoria que os

¹⁵¹ Disponível em: <<http://escrupulosprecarios.blogspot.com/>>.

¹⁵² Disponível em: <<http://www.fotolog.net/anjinhadepantufa>>.

¹⁵³ Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/agentangel/>>.

¹⁵⁴ Disponível em: <<http://www.flickr.com/groups/thefinger/>>.

¹⁵⁵ Disponível em: <<http://www.flickr.com/groups/signs/>>

¹⁵⁶ Para maiores informações consulte o site <<http://www.adobe.com/products/photoshop/main.html>>.

¹⁵⁷ Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/jonyao/27117871/>>.

¹⁵⁸ Disponível em: <<http://www.chromasia.com/iblog/>>

¹⁵⁹ Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/cssmith/>>.

Fotologs **fotojornalísticos** se enquadram. Dois bons exemplos são o *Fotogarrafa: olhar, reportar, publicar*¹⁶⁰ e o *Iraq Pictures*¹⁶¹ (Figura 08)

Assim como na categorização dos *Weblogs* (págs.83 e 84), fica claro que essa classificação dos *Fotologs* é instável e sujeita a constantes hibridismos e modificações, não pretendendo de forma alguma ser uma tipologia absoluta e estanque.



Figura 04 – Tela do Fotolog *Escrúpulos Precários*.
Fonte: <<http://escrupulosprecarios.blogspot.com/>>
Acesso em: 02 ago.2005.



Figura 05 – Tela do Fotolog *Anjinhadepantufa*.
Fonte: < <http://www.fotolog.net/anjinhadepantufa> >
Acesso em: 01 ago. 2005.

¹⁶⁰ Disponível em: <<http://www.fotogarrafa.com.br/index2.html>>

¹⁶¹ Disponível em: <<http://iraqpictures.blogspot.com/>>.

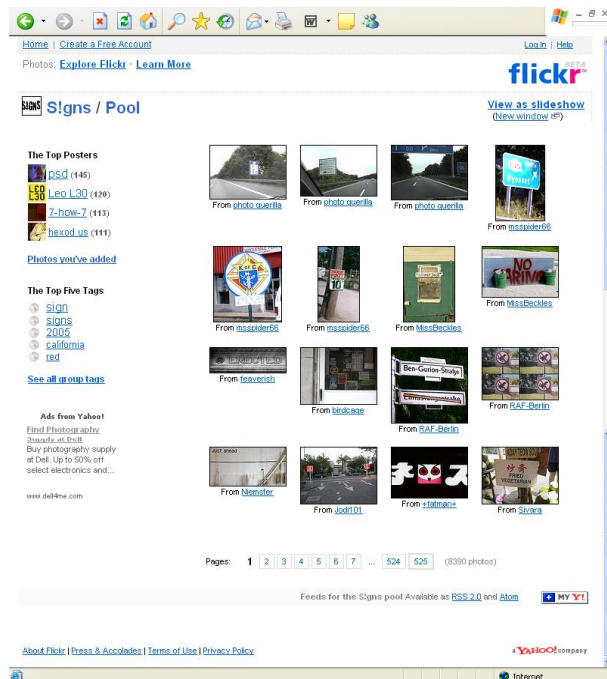


Figura 06 – Tela do Fotolog *S!gns*.

Fonte: < <http://www.flickr.com/groups/signs/> >
Acesso em 02 ago. 2005.

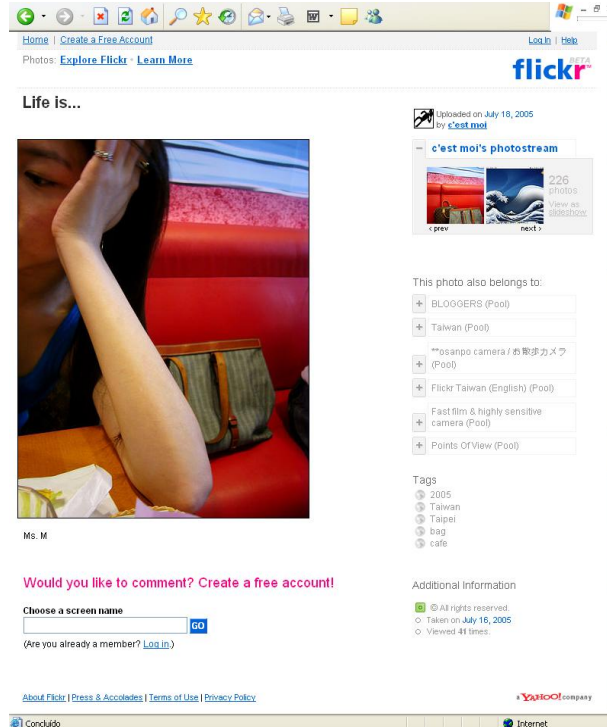


Figura 07 – Tela do Fotolog *Ukiyoe Desktop*.

Fonte: < <http://www.flickr.com/photos/jonyao/27117871/> >
Acesso em: 01 ago. 2005.

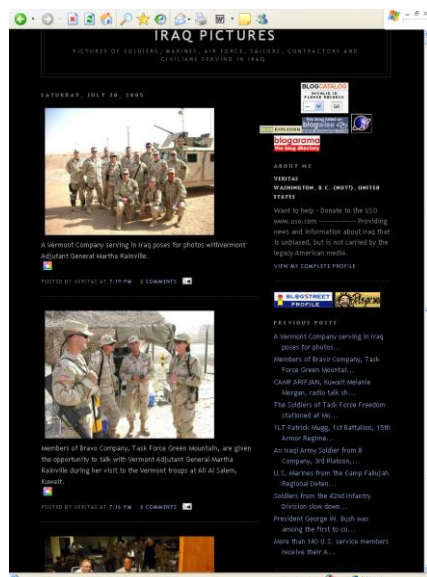


Figura 08 – Tela do *Fotolog Iraq Pictures*.
 Fonte: < <http://iraqpictures.blogspot.com/> >
 Acesso em: 02 ago. 2005.

3.1 – *Fotologs* e o fotojornalismo

Como vimos no Capítulo 1, nos anos noventa do século XX, uma nova revolução tecnológica tem lugar: a revolução dos *bits*. A digitalização de toda e qualquer informação, aliada às mais diversas redes de comunicação, possibilita à fotografia jornalística utilizar-se dos mais variados suportes, ampliando seu espaço de abrangência e possibilitando um momento único para a história da fotografia jornalística: a ruptura dos limites crono-espaciais aos quais ela esteve sujeita durante toda sua convivência com o texto jornalístico escrito. Teoricamente a fotografia deixa de estar condicionada ao limitado espaço físico outrora reservado a ela nos jornais e revistas impressas, mas acaba ficando condicionada à velocidade de transmissão de dados, problema que só começa a ser solucionado com o surgimento e popularização da banda larga¹⁶².

¹⁶² O acesso à banda larga na Internet se tornou rapidamente um mercado em expansão em muitas áreas no começo do ano 2000; o uso da banda larga nos Estados Unidos cresceu de 6% em junho de 2000 para mais de 30% em 2003. Para maiores detalhes sobre banda larga consulte: <http://en.wikipedia.org/wiki/Broadband_Internet_access>.

Segundo Palacios (2001), um ponto de partida interessante para a compreensão do papel da Internet em contraste à cobertura feita pelas televisões durante os eventos de 11 de setembro, é a dicotomia sugerida por Dominique Wolton (1999) estabelecendo “a distinção entre uma lógica da **oferta**, que caracteriza as mídias tradicionais (rádio, TV, imprensa), que funcionam por emissão de mensagens e uma lógica de **demanda**, que caracteriza a Internet, que funciona por disponibilização e acesso do usuário às mensagens. E [que] essas modalidades midiáticas são complementares e não pontos ascendentes numa escala evolucionária.” O autor explicita a complementaridade entre os dois tipos de lógica no caso dos ataques ao WTC:

Aos poucos a tensão foi relaxando. Já havíamos visto uma centena de vezes as múltiplas imagens dos choques dos aviões contra as torres, as explosões, as correrias, as nuvens de pó e fumaça (é como num filme!... é como num filme!...), as pessoas sangrando e gritando em desespero. Parecia que nada mais de sensacional iria ocorrer a curto prazo. Era o momento de abaixar o volume da TV e retornar ao computador. E passei a me comunicar por e-mail, buscando notícias de amigos, amigas, parentes, mais próximos dos acontecimentos. Passei a vasculhar os sites de minha preferência, tirando proveito dos bancos de imagem, áudio e vídeo que começavam a se formar. Agora era possível ver, rever, copiar, estocar todas as fotos, todos os sons todos os vídeos, que haviam sido mostrados na TV. (PALACIOS, 2001).

O atentado ao WTC talvez tenha sido o evento da era das redes digitais que mais tenha explorado a retórica imagética do mundo *on-line*. A abundância, variedade e poder das imagens veiculadas ajudaram a moldar uma reação global em relação aos fatos e geraram uma nova compreensão da força desse novo suporte em prover informação, conteúdo e conhecimento, tanto em tempo real, quanto e - talvez principalmente - de maneira assíncrona, porém extensiva, sobre os acontecimentos em curso nos mais distantes e recônditos lugares do planeta.

A maior parcela de contribuições fotográficas durante e nos dias que se seguiram ao atentado do WTC, foram produzidas por fotojornalistas profissionais. A princípio o poder da Internet de prover um robusto mercado alternativo para a fotografia jornalística é explorado, principalmente, pelas grandes corporações midiáticas que passam a oferecer em seus *sites* e

portais noticiosos as mais diversas galerias de imagens sobre os acontecimentos, inclusive dando opção ao usuário de acessar as fotografias em baixa ou em alta resolução, explorando a convergência multimidiática, utilizando, em alguns casos, recursos de projeções de *slides*.

Grande parte dos *blogs* que se destacaram durante os atentados do WTC não postaram fotos, fixando-se mais no texto escrito, muito provavelmente por limitações tecnológicas, não dispondo de ferramentas apropriadas e devido à ainda pequena difusão da banda larga fora dos EUA. A proliferação de fotografias postadas em *blogs*, realmente com a intenção de informar, característica principal da fotografia jornalística, aconteceu no *boom* dos *Warblogs*, durante a invasão do Iraque pelas tropas norte-americanas. Essas fotos foram majoritariamente produzidas por máquinas digitais amadoras e por cidadãos residentes nas áreas de conflito, que mesmo sem nenhum conhecimento aprofundado da técnica fotográfica e sem seguir os rígidos cânones que orientam o fazer fotojornalístico, conseguiram atingir seus objetivos: informaram, contextualizaram e denunciaram ao mundo fatos que não estavam sendo divulgados pelos veículos da imprensa especializada que se encontrava na região.

Essas fotografias não eram ainda divulgadas em *Fotologs*, mas em *Weblogs* ou *Warblogs*, servindo mais para ilustrar ou contextualizar alguns textos e, definitivamente, não abundavam dentro destes *sites*. Dois exemplos destes *Weblogs* são o *Where is raed?*¹⁶³ e o *A Star from Mosul*¹⁶⁴. Mesmo os *Weblogs* produzidos por jornalistas profissionais, vinculados ou não às redes que davam cobertura à invasão, disponibilizavam um número muito reduzido de fotos como podemos perceber no *Weblog Kevin Sites*¹⁶⁵ de Kevin Sites, jornalista pioneiro em jornalismo multimídia e que transmite suas histórias direto das principais áreas de conflito no mundo para o seu *blog*.

¹⁶³ Disponível em: <http://dear_raed.blogspot.com/>.

¹⁶⁴ Disponível em: <<http://astarfrommosul.blogspot.com/>>.

¹⁶⁵ Disponível em: <<http://www.kevinsites.net/>>.

Assim, ainda durante a invasão do Iraque, grandes redes noticiosas, grandes portais e importantes jornalistas, independentes ou não, começam a produzir *Weblogs* com fotos produzidas por eles mesmos ou capturadas na vastidão da rede. Dessa forma, a fotografia jornalística começa a ganhar espaço nos *Weblogs* jornalísticos e espaço exclusivo em *Fotologs*. Seja direto do *front*, como o *Lance in Iraq*¹⁶⁶, uma narrativa visual do dia-a-dia dos soldados aquartelados no Iraque, seja na segurança do lar ou da redação, como o *Pictures in Baghdad*¹⁶⁷, produzido por cidadãos que se identificam por pseudônimos, começam a proliferar *Fotologs* jornalísticos pelo mundo todo.

Como não existem *sites* de hospedagem de *Fotologs* destinados a abrigar exclusivamente *Fotologs* jornalísticos, a grande maioria deles fica diluída por entre os *Fotologs* pessoais, artísticos e temáticos, dificultando, dessa forma, o nosso trabalho de pesquisa.

Partindo de nossa observação sistemática, construímos uma tipologia que busca caracterizar a forma como as fotografias jornalísticas são apresentadas na *Web*, através desse novo tipo de plataforma. Assim temos:

- a) **“Weblogs fotojornalísticos”**, são caracterizados por uma grande quantidade de textos noticiosos, geralmente acompanhados por uma ou no máximo duas fotografias. Assemelham-se a modelos de transposição do jornal impresso para os *Weblogs*, como acontece com os jornais *on-line* em sua primeira fase na *Web*¹⁶⁸. Um exemplo dessa sub-categoria de *Fotolog* jornalístico é o *Photo Blog Spot*¹⁶⁹ (Figura 09); outro bom exemplo é o *Newsblog* do *The Guardian*, que de maneira semelhante aos jornais *on-line* oferece também uma seção chamada

¹⁶⁶ Disponível em: <<http://iraq.billhobbs.com/>>.

¹⁶⁷ Disponível em: <<http://picturesinbaghdad.blogspot.com/>>.

¹⁶⁸ Maiores informações sobre transposições para o jornalismo praticado na *Web* consultar Palacios (2003)

¹⁶⁹ Disponível em: <<http://foto.blogspot.com/>>

“*Picture of the day*”, publicando uma foto diferente diariamente. Esse tipo de *Fotolog* jornalístico é um híbrido de *Weblog* e *Fotolog*, pois texto e imagem são apresentados sinteticamente;

- b) “**Fotologs fotojornalísticos**”, apresentam-se como verdadeiras galerias de fotografia jornalística, com muito pouco texto ou apenas um título contextualizando a foto. Podemos aí citar o brasileiro *Foco Seletivo*¹⁷⁰, com fotos produzidas pela repórter fotográfica Adriana Paiva, o *Ups & downs of a London Kurd*¹⁷¹ (Figura 10) produzido por um cidadão kurdo, que tematiza a discriminação ao povo kurdo na Inglaterra;
- c) “**Fotologs jornalísticos de clipagem**”, nos quais as fotografias são apresentadas também com o mínimo de texto escrito. Estes *Fotologs* apresentam uma seleção de fotografias jornalísticas capturadas na Internet. O *Fotolog* “*Fotojornalismos*”¹⁷² (Figura 11) é um bom exemplo desse tipo de utilização;
- d) “**Fotologs jornalísticos de discussão**”, são os *Fotologs* que além de apresentarem uma grande quantidade de fotografias jornalísticas funcionam como um amplo fórum de discussão entre os profissionais da área fotojornalística. Um bom exemplo é o *PhotoJournalism*¹⁷³ (Figura 12), um site dedicado a discutir fotografias jornalísticas publicadas nos mais variados jornais diários norte-americanos.

¹⁷⁰ Disponível em: <<http://focoseletivo.blogspot.com/>>.

¹⁷¹ Disponível em: <<http://londonkurd.blogspot.com/>>.

¹⁷² Disponível em: <<http://fotojornalismos.blogspot.com/>>.

¹⁷³ Disponível em: <<http://markhancock.blogspot.com/>>.

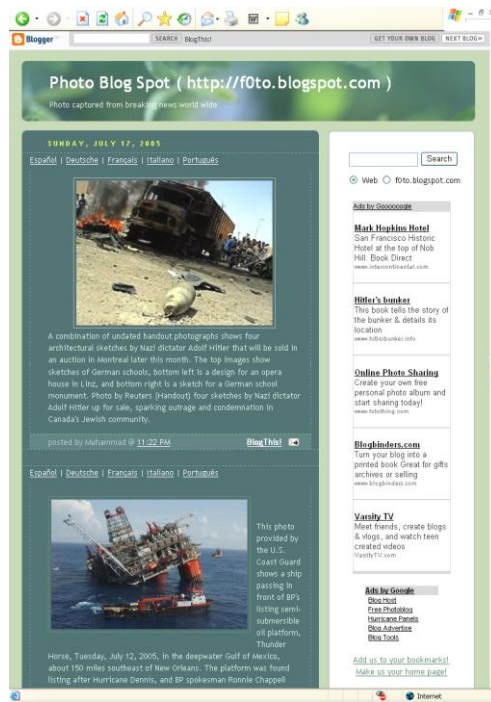


Figura 09– Tela do Weblog fotojornalístico *Photo Blog Spot*. Acesso em 01 ago. 2005.
Fonte: <<http://foto.blogspot.com/>>

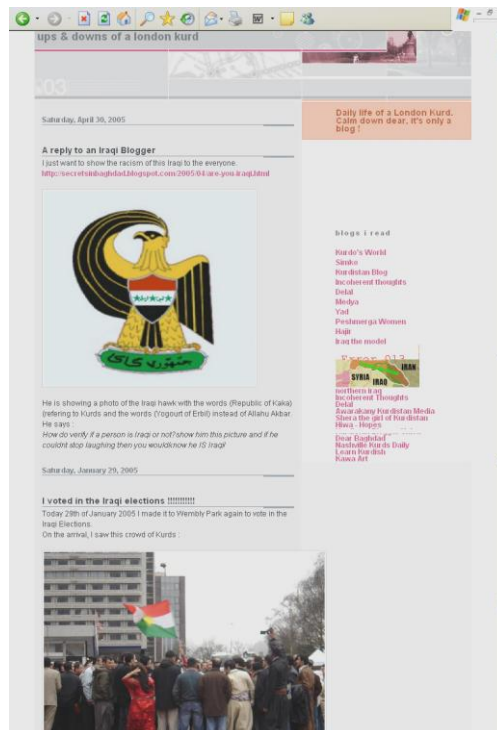


Figura 10 – Tela do *Ups & downs of a London Kurd*.
Fonte: <<http://londonkurd.blogspot.com/>>
Acesso em: 02 ago. 2005.



Figura 11 – Tela do Fotolog jornalístico de clipagem *Fotojornalismos*.

Fonte: < <http://fotojornalismos.blogspot.com/>>
Acesso em: 01 ago. 2005.

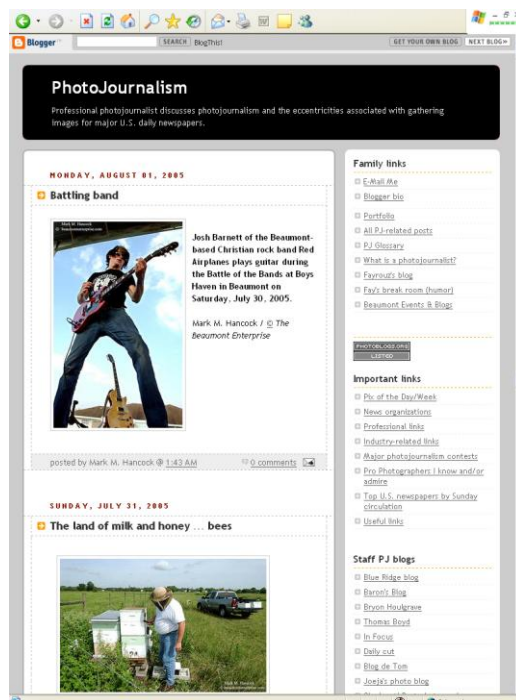


Figura 12 – Tela do Fotolog jornalístico de discussão *PhotoJournalism*. Acesso em: 02 ago. 2005.
Fonte: <<http://markhancock.blogspot.com/>>

3.2 – *Flogs* e jornalismo cidadão em tempos de crise: as bombas em Londres

Um dos pontos de partida desta dissertação é nossa hipótese de que os “momentos de crise” tensionam o uso das tecnologias, provocando novas formas de apropriação social e, algumas vezes, substancialmente alterando os “modos de fazer” ou “modos de usar” das tecnologias. O dia 7 de julho de 2005, serve de excelente ilustração e espaço para teste de tal hipótese. Ao longo desse dia, servidores que até então haviam funcionado basicamente como espaço de lazer e diversão, abrigando os mais variados tipos de fotografia, sem qualquer compromisso, a não ser o de partilhar com amigos e familiares bons momentos do seu cotidiano ou de expressar-se através da arte em fotografia, passariam a ser importantes fontes noticiosas em relação aos ataques terroristas acontecidos em Londres.

Enquanto as grandes redes de informação noticiavam com extrema cautela os ataques em Londres, por alegadas razões de segurança, milhões de internautas disponibilizavam, através de suas câmeras-fones, em *Weblogs* e *Fotologs*, uma grande quantidade de dados e imagens, fornecendo *on-line* e em tempo real um detalhado panorama de suas experiências e dos acontecimentos, diretamente dos locais dos atentados. Milhões de pessoas, espalhadas pelo mundo, recorriam a estes *sites* em busca de informações que não estavam chegando pelas vias tradicionais, que minimizavam e até ocultavam informações em função de uma suposta questão de segurança interna do país e para evitar pânico.

A quantidade de informações coletadas e distribuídas ou partilhadas por meio de *Weblogs*, *Fotologs*, através de *sites* especializados em busca, organização e análise de dados como o *Technorati* e o *Feedster*¹⁷⁴, marcaram o crescimento e fortalecimento da idéia de um rol ativo

¹⁷⁴ O *Feedster* é uma ferramenta de busca semelhante ao *Technorati*, ele provê a todo o momento um novo índice, cruzando mais de 11 milhões de *RSS feeds* várias vezes por hora, adicionando milhões de documentos diariamente. O *Feedster* também inclui mais de 75 mil fontes profissionalmente publicadas, tais como a *BBC* e o *New York Times*. Disponível em: <<http://www.feedster.com/>> dados de agosto de 2005.

assumido por cidadãos no processo de coletar, reportar, analisar e difundir notícias e informações, como previu Dan Gillmor (2004, p. 35):

Muito rapidamente redes e câmeras quase onipresentes nas mãos de pessoas comuns, de maneira que grandes eventos – aqueles que tem algum elemento que possa ser capturado por uma câmera – sejam vistos, e capturados, por algumas ou muitas pessoas. Manter segredos, ademais, será mais difícil para negócios e governos.¹⁷⁵

Contra o silêncio oficial e as desinformações das grandes redes internacionais, milhares de usuários da Internet se converteram em produtores de notícias, passando informações e produzindo fotos com seus celulares diretamente dos lugares onde ocorreram os atentados, estes cidadãos se converteram em cronistas se colocando na vanguarda dos acontecimentos, noticiando e analisando criticamente os acontecimentos.

A idéia de unir tecnologias móveis, *Weblogs* e o conceito de jornalismo participativo, teve sua primeira grande experiência em dezembro de 2004, na catástrofe provocada pelas *Tsunamis*¹⁷⁶, quando foram postados milhares de imagens fotográficas e em vídeo e histórias circularam pela Internet com uma quantidade enorme de dados inéditos. No momento da tragédia e nos dias que se seguiram, o uso de celulares e da Internet sem fio, também chamada *Wi-Fi*¹⁷⁷, foi crucial no auxílio à recuperação da comunicação nas áreas afetadas, uma vez que grande parte das linhas físicas de comunicação tinham sido destruídas. Da mesma forma, *blogs* e *Fotologs* se constituíram na principal fonte de informação e de ajuda na busca por pessoas desaparecidas.

No mesmo dia, ou alguns dias após o desastre, com a dificuldade de comunicação devido aos estragos das marés, cerca de 100 mil linhas telefônicas ficaram fora de operação e grandes jornais da Ásia, como o “Serambi Indonésia”, foram destruídos.

¹⁷⁵ “(...) faster networks and nearly ubiquitous cameras in the hands of average people means that big events – the ones that have some element that can be captured on camera – will be seen, and captured, by several or many people. Keeping secrets, moreover, will be more difficult for businesses and governments” (nossa tradução).

¹⁷⁶ Maiores informações sobre *Tsunamis* estão disponíveis em: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Tsunami>>.

¹⁷⁷ “O *Wi-Fi* de *wireless fidelity*, é o nome do protocolo de conexão sem fio *ethernet* 802.11 que faz com que computadores possam se conectar à Internet sem a parafernália de fios e cabos por meio de ondas de rádio em frequências específicas.” (LE MOS; NOVAS, 2005).

Com linhas físicas destruídas, as mensagens de texto vindas de celulares, as SMS, se tornaram as principais fontes de informação sobre a tragédia. *Blogs* ao redor do mundo começaram também a criar redes de informação e formas de ajuda às vítimas. A blogosfera (rede de *blogs* planetária) e as comunidades móveis (SMS, voz e acesso sem fio à Internet por *link* por satélites) começaram imediatamente a entrar em ação nos países afetados e em diversos países do mundo. (...) Estas ferramentas tornaram possível a ajuda às vítimas, aproximando continentes e criando uma rede de assistência virtual [e de informações] sem precedentes na história recente. (LE MOS; NOVAS, 2005)

Nos acontecimentos de Londres o que se verificou foi a edição dos dados disponibilizados nos *blogs*, preenchendo, dessa forma, os espaços deixados pela mídia convencional e, num certo sentido, indo mesmo além de uma simples complementação e chegando a substituí-la, já que, por força de censura ou auto-censura, a mídia convencional eximia-se de cumprir o seu papel informativo. Num segundo momento, essa mesma mídia convencional vai passar a fazer uso do material disponibilizado nos *blogs* como fonte para suas coberturas.

Dessa forma, o 7 de julho pode ser considerado um dos marcos para o jornalismo participativo e também do uso jornalístico das tecnologias móveis. A utilização dos celulares com câmeras, também conhecidos como Telemóveis ou Câmerafones (em inglês *Camera phone*, *Cellphone* ou *Mobile*), indica como a tecnologia, em momentos críticos, é potencializada ao limite.

Em Londres, nos momentos que se seguiram ao ataque, câmerafones proveram algumas das mais intensas e imediatas cenas da tragédia: imagens feitas por cidadãos ainda abalados pelas explosões, mas que mesmo assim tiveram o discernimento e a presença de espírito de documentar e imediatamente disponibilizar suas imagens para os mais importantes servidores de *Fotologs*.

Segundo dados da *Mobile Imaging Report*¹⁷⁸, calcula-se que serão vendidos, só este ano, 370 milhões de máquinas digitais, das quais 76,29% estarão integradas em telefones móveis.

¹⁷⁸ Disponíveis em: <<http://telemoveis.com/news/item.asp?id=19079>> dados de outubro de 2005, acesso em: 21 jul. 2005.

Grande parte dos usuários dessa nova tecnologia se utilizará de *Moblogs* (junção das palavras *mobile* e *blog*), para disponibilizar suas fotos. Apesar de atualmente já existir um significativo número de *Moblogs* na rede, tais como o *We're not Afraid*¹⁷⁹ e o *Alfies Moblog*¹⁸⁰, foram os grandes servidores de *Fotologs*, principalmente o *Flickr.com* e o *MoblogUK*¹⁸¹, tipicamente arquivos de fotos de família e fotos urbanas, transformados repentinamente em cronistas dos ataques, os grandes responsáveis pela ampla divulgação, em tempo real, da maioria das fotos captadas nos primeiros minutos após os atentados de 7 de julho em Londres.

Enquanto a mídia se limitava a uma informação dosada, abordando o assunto com extrema cautela, jornalistas independentes, redes internacionais da notícia, e algumas poucas redes locais reforçaram suas coberturas, instando os internautas a que disponibilizassem seus testemunhos em suas páginas. O jornal britânico *The Guardian* montou um espaço paralelo chamado “*Newsblog Updates*”, onde o usuário tinha à sua disposição um jornalismo alternativo, produzido por cidadãos em sites como *Boing-Boing*, *MoblogUK*, *Wibbler.com*, *Flickr*. Redes *on-line* mais inovadoras, como o *NY Times.com* e a *BBC News*, veicularam anúncios pedindo aos leitores e internautas que enviassem seus relatos e fotos, apostando com força na informação produzida pelo cidadão e no uso de meios mais participativos:

*If you're in the area we would like to hear from you. Send us your comments using the form below including if possible a phone number. If you have any pictures please send them to yourpics@bbc.co.uk or by mobile phone to 07921 648159.*¹⁸²

¹⁷⁹ Disponível em: <<http://www.werenotafraid.com/>>.

¹⁸⁰ Disponível em: <<http://moblog.co.uk/view.php?id=77571>>.

¹⁸¹ Disponível em: <<http://moblog.co.uk/>>.

¹⁸² Anuncio veiculado em pé de página pela *BBC News* em 07 jul. 2005, disponível em: <<http://weblogs.clarin.com/weblogs/#00195>>. “Se você está na área nós gostaríamos de ouvir você. Mande-nos seus comentários usando a seguinte forma incluindo se possível um número de telefone. Se você tiver qualquer imagem por favor mande para yourpics@bbc.co.uk ou por telefone móvel para 07921 648159” (Nossa tradução). A *BBC News*, disponível em: <<http://news.bbc.co.uk/1/hi/default.stm>>, reportou mais tarde, que foram recebidas quase 1000 fotos enviadas por telefones celulares e 20 fragmentos de vídeo.

Nos anos 90 vimos emergir duas das maiores agências de fotografia, a *Corbis* de Bill Gates e a *Getty* de Mark Getty. Essas mega-agências se tornaram “fábricas” de fotografias provendo imagens para os principais jornais e revistas espalhados pelo mundo, mas a tecnologia digital aliada às novas visões de um cidadão mais participativo na produção das notícias parece estar mudando tudo isso. As grandes agências terão de se adaptar à rapidez com que o material jornalístico será disponibilizado na Internet. A primeira fotografia jornalística, dos eventos de 7 de julho em Londres, a surgir nas capas dos principais jornais on-line não foi gerada por nenhuma das grandes agências internacionais: foi produzida e postada por um cidadão comum (Figura 13), Adam Stacey, que fotografou com sua câmerafone e a disponibilizou em vários *Fotologs*, licenciada pela “*Creative Commons*”¹⁸³, com a única condição de que fosse creditada a cada utilização. Esta fotografia foi baixada e publicada tanto pela *BBC News* quanto pela *Sky News*, e também por vários outros jornais na *Web* e mesmo em veículos impressos.

Mesmo que posteriormente inúmeros repórteres fotográficos tenham dado ampla cobertura aos eventos, as fotografias produzidas por pequenas câmerafones permaneceram como as mais vívidas ilustrações do que ocorreu no dia 7 de julho de 2005. Talvez uma das melhores coberturas jornalísticas nesse dia tenha sido a do *Wikinews*. Uma prova da alta circulação de informações produzidas pelo cidadão comum está no gráfico disponibilizado pela *Technorati* em 7 de julho (Figura 14), no qual está evidenciado o alto número postagens no dia dos ataques terroristas em Londres: 30% de aumento em relação aos dias normais. De cada 10 postagens feitas nesse dia, oito eram relacionadas com os atentados¹⁸⁴, fazendo dos *Weblogs* referência informativa na Internet, ao mesmo tempo em que fica reforçada a grande desconfiança dos

¹⁸³ Disponível em: <<http://creativecommons.org/licenses/>>.

¹⁸⁴ Informação do The Wall Street Journal online, disponível em: <http://online.wsj.com/public/article/0,,SB112074780386479568-Fnj6Lqv_Hf1RxwVSpb8eG0T4pg_20050806,00.html?mod=blogs>, acessado em: 07 jul. 2005.

leitores (principalmente jovens) em relação aos veículos de informação convencionais e de suas supostas objetividade e imparcialidade.

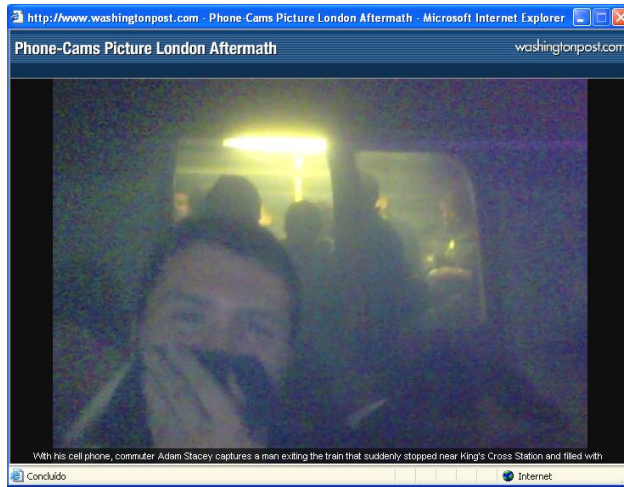


Figura 13 – Fotocam de Adam Stacey veiculada pelo *WashingtonPost.com* no dia 07 de julho, momentos após aos ataques no metrô de Londres.
Fonte: <<http://washingtonpost.com/attack/>> Acesso em: 07 jul. 2005.

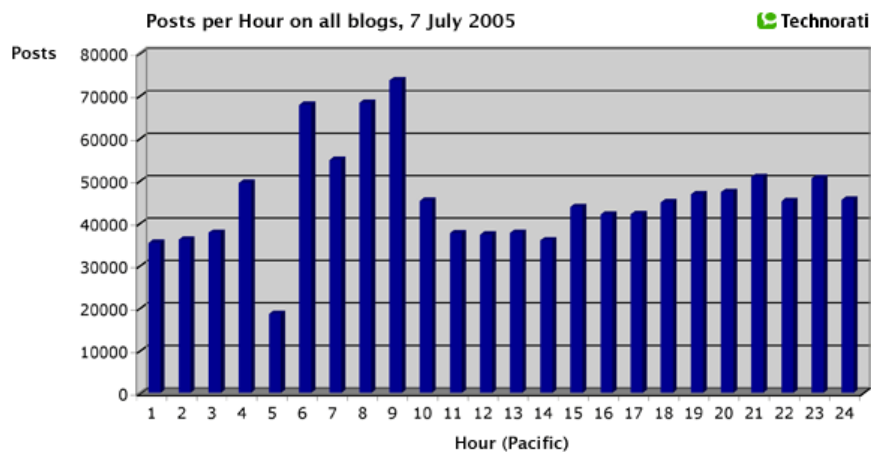


Figura 14 – Postagens por hora no dia 7 de julho, segundo fontes do *Technorati*.
Fonte: <<http://www.technorati.com>> Acesso em 07/07/2005.

Como pudemos perceber neste capítulo, muito da procura por novos formatos mais democráticos e abertos se deve à crise de credibilidade do cidadão nos meios de comunicação tradicionais. E, como fruto dessa desconfiança, e de uma busca por uma informação mais crível e

menos manipulada por pontos de vista que representem as grandes forças políticas e econômicas, surge o conceito *Indymedia* de se produzir e divulgar, de forma amplamente participativa conteúdos noticiosos. É esse formato inovador e o modo como a fotografia jornalística vem se desenvolvendo nesse contexto, que vamos analisar no Capítulo 4 desta dissertação, principalmente no que se refere às formas de produção e apresentação fotojornalísticas que envolvem o cidadão, ativo e partícipe dos acontecimentos, na construção de uma informação imagética atualizada e dinâmica.

CAPÍTULO 4 – O UNIVERSO FOTOGRÁFICO DO CMI: O USO O FOTOJORNALISMO EM UMA PLATAFORMA ALTERNATIVA INTERNACIONAL

Neste capítulo vamos analisar os usos que estão sendo dados à fotografia jornalística em alguns *sites* vinculados à vasta rede dos Centros de Mídia Independente (*Indymedia*) espalhados pelo mundo. O CMI pode ser descrito como uma federação mundial de jornais alternativos *on-line*, baseada num modelo de *design* básico e construída ao redor de um projeto editorial que comporta variações consideráveis em termos de linhas políticas, mas que tem em comum uma forma participativa e democrática de produção e distribuição da notícia, baseada no conceito de jornalismo participativo de pauta aberta ou fonte aberta, já visto em capítulos anteriores. De acordo com Arnison (2001) :

Publicação aberta significa que o processo de criar notícias é transparente para os leitores. Eles contribuem com um relato e o observam surgir instantaneamente no grupo aberto de relatos disponíveis ao público. Estes relatos são filtrados o mínimo possível para ajudar os leitores a encontrar os relatos que desejam. Os leitores podem ver as decisões editoriais feitas por todos. Podem saber como se envolver e ajudar a tomar as decisões editoriais. Se podem elaborar uma melhor maneira para o *software* ajudar a tomar decisões editoriais, eles podem copiá-lo (porque é gratuito), modificá-lo e utilizá-lo para começarem seu próprio *site*. Se desejam redistribuir as notícias, eles podem fazê-lo, preferencialmente, num *site* de publicação aberta.¹⁸⁵

¹⁸⁵“Open publishing means that the process of creating news is transparent to the readers. They can contribute a story and see it instantly appear in the pool of stories publicly available. Those stories are filtered as little as possible to help the readers find the stories they want. Readers can see editorial decisions being made by others. They can see how to get involved and help make editorial decisions. If they can think of a better way for the software to help shape editorial decisions, they can copy the software because it is free and change it and start their own site. If they want to redistribute the news, they can, preferably on an open publishing site.” (nossa tradução)

Da mesma forma que as contribuições de artigos ao CMI são geradas pelo cidadão comum, engajado declaradamente como repórter-ativista, oferecendo assim uma alternativa aos meios de comunicação tradicionais, é também forte a participação do fotojornalista cidadão. Com sua máquina digital em punho ou até mesmo através de câmera digital de um celular, ele fornece material foto-noticioso atualizado, muitas vezes diretamente do local dos acontecimentos, suprimindo de forma eficiente esses *sites*, indiciando o desenvolvimento de opções inovadoras na área da fotografia jornalística. O objetivo da análise no decorrer deste capítulo é entender como esta modalidade de fotojornalismo cidadão vem evoluindo e sendo aproveitada, não só para ilustrar e contextualizar, mas também para dar maior credibilidade ao texto escrito construído nesse âmbito, sempre atentos à premissa que tem regido nosso trabalho, qual seja a de que os “momentos de crise” funcionam como catalisadores de mudanças substanciais no desenvolvimento da fotografia jornalística.

4.1 – O modelo CMI

O CMI nasce como uma proposta alternativa de superação do jornalismo tradicional, quase sempre atrelado a grandes grupos econômicos e políticos. A proposta centra-se no objetivo de chamar a atenção do público para o que vem sendo sistematicamente ignorado pela grande mídia e por diversos governos: o trabalho desenvolvido pelos mais diferentes grupos ativistas através do planeta, suas reivindicações e batalhas contra a globalização e o neo-liberalismo e por uma maior democratização e diversidade da informação. Como o próprio centro afirma, “o *Indymedia* é uma rede internacional de produtores independentes de mídia, que busca ser uma

fonte alternativa para fornecimento de informações, desvinculada de qualquer interesse corporativo.”¹⁸⁶

Como vimos no Capítulo 2, surgido em Seattle, em 1999, o modelo CMI vem sendo implantado por vários países do mundo, formando uma rede internacional de jornais independentes distribuídos em 150 Centros: 69 destes localizados na América do Norte, 43 na Europa, 17 na América Latina, 12 na Oceania, 5 na África e 3 no Oriente Médio. Devemos considerar que em alguns países, como no Brasil, estes centros são compostos por diversos coletivos locais. No nosso caso, 11 coletivos locais abastecem de notícias o CMI Brasil. Além disso, mais recentemente, começam a surgir projetos CMI de caráter internacional, centrados em temáticas de caráter universal. É o caso do *Biotech Independent Media Centre*, criado em junho de 2005:

O Biotech Independent Media Centre é um site temático do Indymedia, dedicado à biotecnologia e engenharia genética na agricultura, alimentos, medicina, bem como sua relevância para a globalização. Centra-se em lutas em qualquer parte contra a mercantilização da vida e pela busca de alternativas¹⁸⁷

Cabe observar também que, apesar de todo o discurso de democracia e independência que envolve o movimento *Indymedia*, esses Centros acabam por se concentrar nas áreas mais ricas do planeta.

O próprio lema do *Indymedia*, “*Don’t hate the media, be the media!*”¹⁸⁸, deixa clara a intenção de se criar uma fonte alternativa de notícias que independa da manipulação informativa da mídia corporativa e de seus interesses na manutenção de uma ideologia dominante. Usando as tecnologias de fonte aberta e influenciados pelos modelos de sociabilidade possibilitados pela

¹⁸⁶ Disponível em: < <http://www.midiaindependente.org/> > Acesso em: 01 out. 2005.

¹⁸⁷ Biotech Independent Media Centre is an issue based Indymedia site dedicated to biotechnology and genetic engineering in agriculture, food, medicine as well as its relevance to globalisation. It is about struggles everywhere against the commodification of life, and about alternatives. <http://biotech.indymedia.org/en/static/mission.shtml>

¹⁸⁸ “Não odeie a mídia, seja a mídia!”, slogan da contracapa do livro publicado pelo *Indymedia*, *The IMC – A New Model*, disponível em: <<http://www.hedonistpress.com/indymedia/index.html>> Acesso em 29 set. 2005.

Internet, os CMIIs fundamentam sua credibilidade nessa independência em relação a quaisquer grupos econômicos e na participação livre e ativa do público na geração de conteúdos.

Os CMIIs devem ser fundamentalmente produzidos e mantidos por pessoas ou grupo de pessoas voluntárias sem quaisquer vínculos institucionais ou comerciais com outras entidades. As fontes noticiosas devem ser tão somente os cidadãos comuns, sem o uso de fontes institucionais que possam de alguma forma afetar a credibilidade do jornal.

Cabe ao coletivo de edição¹⁸⁹, um grupo de editores voluntários especialmente selecionados, a mediação entre o conteúdo apresentado pelos leitores e o disponibilizado no *site*. São eles que agendam, selecionam, normatizam e por vezes censuram¹⁹⁰ o material enviado.

O modelo básico de apresentação dos *sites* do CMI é dividido em quatro partes: menu principal, coluna central, coluna da direita e coluna da esquerda (Figura 15).



Figura 15 – Divisão funcional da interface do *site* do CMI Brasil.

¹⁸⁹ Para uma melhor compreensão do processo de formação dos coletivos editoriais veja-se: <http://docs.indymedia.org/view/Local/CmiBrasilNovosColetivos#Como_o_Processo_Funciona>

¹⁹⁰ A “lixeira aberta” é para onde são enviados os artigos recusados pelo coletivo editorial, quer por irem de encontro à política editorial do CMI, quer por serem materiais de cunho ofensivo ou racista. Esta lixeira é aberta e permite que o usuário vasculhe seu conteúdo. Mas existe ainda uma seção de “artigos escondidos” com material indisponível ao leitor/usuário. Para maiores detalhes sobre o funcionamento dessa forma de censura veja-se Holanda (2004).

O **menu principal** localiza-se abaixo do logotipo do *site* que identifica a cidade ou país ao qual pertence o Centro de Mídia. Nesse menu encontramos informações **Sobre o CMI**, **Ajuda**, **Contato**, **Seja Voluntário**, **Política Editorial**, **Notícias**, que remete ao arquivo de *Newswire*, e **Publique** onde se encontra a ferramenta de publicação que ajudará o usuário a incluir sua matéria na página. Em alguns CMIs é também onde encontramos a **Media Gallery** (galeria de mídias).

A **coluna central** é o espaço destinado às publicações do grupo coletivo editorial e que refletem sobremaneira o pensamento da própria rede *Indymedia*. São matérias mais bem elaboradas, consideradas as principais notícias do *site*. Essas matérias podem ser produzidas por membros do coletivo ou aproveitadas, re-trabalhadas e editadas a partir de artigos, matérias ou informações disponibilizadas pelos leitores, no espaço reservado a estes, ou seja, a **coluna da direita**. Convém observar que todas as matérias disponibilizadas nos *sites* do CMI permitem que sejam adicionados comentários, que aparecem logo abaixo do artigo integral.

As notícias apresentadas na parte central do *site* aparecem com uma certa hierarquia em que a mais importante e mais recente tende a se manter no topo da página, enquanto as demais vão sendo empurradas para baixo até irem para o arquivo.

Em geral as matérias centrais vêm acompanhadas de apenas uma fotografia na capa, que a depender do CMI aparecem em destaque e com boa resolução, ou apenas como *thumbnails*. Geralmente estas fotos remetem para suas respectivas matérias ampliadas. As notícias veiculadas nessa seção só serão descartadas quando perderem seu valor jornalístico, se desatualizarem, ou forem suplantadas por notícias mais importantes. Convém salientar que as notícias só aparecem na coluna central quando devidamente escolhidas através de mediação operada entre os membros do coletivo e de comum acordo com todos. O consenso é buscado em reuniões periódicas promovidas por estes membros.

A **coluna da direita** é a seção da página destinada à participação efetiva do leitor. É onde ele publica suas matérias e imagens a partir de *templates* de publicação que são oferecidos pelo *site* em **Publique**. Os textos e arquivos de mídia ficam à disposição do público leitor através de *links* que contém o nome do artigo, o autor (se não for anônimo), a data de postagem e número de comentários, até que sejam submetidos ao coletivo editorial, que decide se o material permanece ali, se vai para uma “lixeira aberta”, que é para onde o material recusado é destinado, ou se entra como destaque na página central.

A **coluna da direita** é cumulativa e organizada pela atualidade. À medida que mais postagens vão chegando, vão empurrando as anteriores para baixo, até desaparecerem da página e serem deslocadas para o arquivo de notícias, o **Newswire**. Essa coluna também apresenta ícones que sinalizam para o leitor se o artigo vem acompanhado de fotos, vídeo, áudio ou se é apenas texto. É na **coluna da direita** que se efetivam as relações interacionais propostas pelo CMI e onde ocorre a estratégia de publicação aberta defendida pela comunidade.

Em relação ao material fotográfico, em alguns *sites* não há limites estipulados tanto em relação à quantidade, quanto em relação ao tamanho do arquivo, como pudemos constatar, por exemplo, no CMI Brasil. Em outros a quantidade de imagens é livre, desde que o peso do arquivo não ultrapasse a um determinado número de megabytes e a largura da foto não exceda aos 600 *pixels*, a exemplo do CMI de Los Angeles. Mas o que constatamos é que não há um formato padronizado para publicação de imagens, como nos mostra a “ajuda de publicação” do CMI do Reino Unido:

Fotografias devem ser em um formato comprimido como jpeg e deveriam ter ao menos 50K de tamanho de arquivo e não mais que 200K no máximo. A largura para ser facilmente visível em qualquer tela deveria estar restringida a 540 pixels, certamente não mais que 1024 pixels. Ao usar um editor de imagem você pode optar por adicionar texto à própria imagem, como por exemplo seu endereço (URL), uma vez que freqüentemente imagens se separam de suas legendas. Logos e desenhos de linha formatados como imagens, com apenas poucas cores,

podem estar em formatos de menor perda tais como gif ou png para dar melhor qualidade que o jpeg.¹⁹¹

A **coluna da esquerda** é onde encontramos a barra de navegação, com *links* para outras seções internas e para todos os *sites* que compõem a rede global *Indymedia*. Podemos também encontrar a ferramenta de busca, inclusive com opções de buscas por imagens, áudios e vídeos; e mais, ferramentas de tradução, fórum e *chat*. É na **coluna da esquerda** que encontramos também o polêmico repositório de “artigos escondidos”. Como nos assinala Holanda (2004):

A contradição ganha importância porque enquanto faz propaganda da suposta ausência de censura da sua cobertura, e associa a desonestidade e a orientação tendenciosa no exercício do trabalho jornalístico às necessidades comerciais do jornalismo corporativo, o próprio CMI reproduz os métodos e o discurso que denuncia, inclusive utilizando os mesmos eufemismos sobre a necessidade de “filtrar” as informações que oferece à opinião pública, posto que sejam informações e “decisões **sensíveis** (grifo do autor) que pela própria natureza não podem ser públicas”. A existência de censura no CMI obedece às necessidades nascidas do embate político com grupos rivais (...), e da construção de uma imagem de credibilidade junto ao público, ou seja, rigorosamente as mesmas forças que a impõem ao jornalismo comercial.

Apesar de alguns Centros de Mídia diferirem em pequenos detalhes no seu *layout* do modelo descrito acima, a grande maioria apresenta a mesma estrutura de funcionamento, o que facilita a qualquer cidadão acesso e postagem. Adiante, em nosso trabalho, vamos proceder a uma análise do universo fotográfico de diversos CMIs, através de uma amostragem de *sites* localizados em diversas partes do mundo.

4.2 – Seleção do corpus e sua análise

¹⁹¹ “Photos should in a compressed format such as jpeg and should be less than 50k file size and no more then 200k at very most. The width to be viewable easily on everyones screen should be restricted to 540 pixels, certainly no more than 1024. While using an image editor to resize you may wish to add text to image itself such as a url as images can often be detached from captions. Logos and line drawings as images with only a few colours can be in lossless format such as gif or png to give better quality than jpeg.”

Disponível em: < <http://www.indymedia.org.uk/en/static/help.html> > Acesso em: 11 out. 2005.

A decisão de como definir uma amostra para análise, dentre a centena e meia de CMIs hoje em funcionamento, foi tomada levando-se em conta o caráter fundamentalmente qualitativo de nossa abordagem ao longo de toda esta dissertação. Mais importante de que definir uma amostra estatisticamente relevante dentre o conjunto de *sites* existentes, pareceu-nos fazer uma escolha que pudesse representar, simultaneamente, a dispersão geográfica e a abrangência mundial do projeto, bem como oferecesse oportunidade para uma observação relevante para nosso objeto central de interesse, ou seja os usos da fotografia e do fotojornalismo. Tínhamos também em mente, ao fazermos a seleção dos *sites* a serem examinados, que deveríamos criar um universo que permitisse uma vez mais, testar a nossa hipótese relativa à importância dos “momentos críticos” na utilização das tecnologias .

Em geral todos os CMIs estão utilizando fotografias, mas a partir de navegações exploratórias feitas por nós em setembro e outubro de 2005, procuramos selecionar como *corpus* de nossa pesquisa os *sites* que apresentassem uma maior riqueza no uso da fotografia e, além disso, sub-dividimos nossa busca por continentes e sub-continentes, tal qual a rede *Indymedia* se apresenta. Ao final, buscando dar maior representatividade e amplitude ao corpus analisado, optamos por selecionar um país de cada um dos continentes, incluindo ademais um *site* norte-americano (devido à grande concentração de CMIs naquele país) , bem como o *site* do *Indymedia* Porto Rico, que funciona como uma espécie de CMI geral da América Central e Caribe. Dessa forma, procedemos à análise para um conjunto de nove sites, a saber:

- a) CMI Los Angeles;
- b) CMI África do Sul;
- c) CMI Quezon (Filipinas);
- d) CMI Aotearoa (Nova Zelândia);
- e) CMI Israel;

- f) CMI Reino Unido;
- g) CMI Thunder Bay (Canadá);
- h) CMI Porto Rico ;
- i) CMI Brasil.

Definido o *corpus*, partimos para o exame de suas *home page* no que se refere às colunas direita e central, evitando as seções internas do *site* por estas apenas reproduzirem de forma reduzida o formato encontrado na página principal.

4.2.1 – CMI Los Angeles¹⁹²

O Centro de mídia Independente de Los Angeles é um bom exemplo do aproveitamento que vem sendo dado às fotografias, além de galerias de fotos com ampliações de boa resolução, oferece uma galeria de fotos e suas respectivas matérias no ícone de fotos da coluna da direita. Nos dias analisados, 100% das matérias que compunham a página central estampavam fotos com uma média de resolução de 240 x 180 *pixels*, e sem *links*. As matérias dessa coluna vêm com *links* em destaque sinalizando os aspectos multimidiáticos disponíveis, tais como galerias de fotos, vídeos e áudio, diferentemente de outros *sites* do CMI onde há a necessidade de se entrar na matéria para saber se ela dispõe de algum recurso multimidiático.

Nas orientações de publicação no *link Publish*, a única recomendação que existe em relação à postagem de fotografias é de que elas não devem ultrapassar a largura de 600 *pixels*, e 1000 Mb de tamanho de arquivo, sem se referir a limite de fotos para postar. Encontramos, nas galerias disponíveis na coluna central, fotografias que variam de 580 x 420 a 607 x 450 *pixels*, algumas com *links* para ampliações de até 1 944 x 2 592 *pixels*. Algumas matérias apresentam

¹⁹² Disponível em: < <http://la.indymedia.org/> >.

mais de uma galeria, como uma intitulada “*Stop the War Protests in LA and OC*”¹⁹³, com 12 galerias de fotos, numa média de 15 fotos por galeria, todas em boa resolução e algumas ampliáveis. Pelo que pudemos observar no período de nossa análise, todas as fotos são produzidas por não-profissionais, e grande parte delas são identificadas apenas por iniciais ou pseudônimos como: Lal, Tonya ou Marcus.

Na coluna da direita pudemos observar que, apesar de ainda ser uma menor parte o número de matérias ilustradas com fotografias (identificadas pelo ícone), as fotos que ali se apresentavam possuíam uma boa resolução. Em algumas matérias encontramos galerias com até 20 fotos, sendo que apresentadas no tamanho 610 x 460 eram ampliáveis para até 1000 x 750 *pixels*. Todas as fotos também produzidas por fotojornalistas cidadãos. Nessa mesma coluna, na parte superior, encontramos um ícone chamado **Photo** que nos remete a uma ampla galeria de fotos, no formato *thumbnail*, acompanhadas de um breve resumo de suas respectivas matérias, todas elas linkando para a matéria ou outras galerias ampliadas. Convém observar que os comentários adicionados a uma determinada matéria, pelos leitores do *site*, admitem fotos complementares.

Na parte inferior da coluna da direita do *site* também encontramos uma seção denominada **latest media** que remete o usuário a um *index* de *uploads* de 2005, com informações da data de postagem e peso do arquivo, além da URL da imagem.

4.2.2 – CMI África do Sul¹⁹⁴

O uso de fotografias neste *site* é de aproximadamente 50% das matérias principais, ou seja, as que se encontram na coluna central do jornal. As fotos apresentam uma resolução média de

¹⁹³ Disponível em: < <http://la.indymedia.org/> > acesso em: 12 out. 2005.

¹⁹⁴ Disponível em: < <http://southafrica.indymedia.org/> >.

300 x 225 *pixels*. Todas as matérias que apresentam galerias de fotos estão linkadas em expressões como: **View Pitures**, **Pics: 1 | 2 | 3** ou **Photos from**. Mesmo com a recomendação do *site* para que não se anexe fotos com mais de 600 *pixels* e com tamanho de arquivo de até 30Mb, encontramos em algumas galerias fotos de até 2 560 x 1 920 *pixels*, isso representa uma imagem na tela do computador de 90 x 67 cm, o que nos mostra que não há um rigor em relação à postagem das fotos.

As galerias encontradas nas matérias principais apresentavam fotografias em ótima resolução¹⁹⁵ e numa média de 12 fotos por galeria, algumas tendo mais de 20 fotos. Ao contrário de outros CMI's analisados, grande parte das fotografias é assinada, não deixando, evidentemente, de existir os anônimos, uma característica do formato do CMI para textos e que se estende, até com mais força, para as fotografias

Na coluna da direita encontramos, já no início, na seção chamada **Latest Newswire**, um *link Photos*, que nos remete a um arquivo com somente matérias que contém imagens ou diretamente para alguma galeria de fotos. Mais abaixo, em **Local News**, ícones assinalam quais as matérias que possuem imagens. Apenas 20% das matérias disponibilizadas nos dias de observação, possuíam *links* para fotos e algumas poucas galerias com uma média de quatro fotos em boa resolução (400 x 300 *pixels*) e produzidas, em sua totalidade, por repórteres cidadãos ou ativistas.

4.2.3 – CMI Quezon (Filipinas)¹⁹⁶

Foi no continente asiático que encontramos no decorrer de nossa análise o uso mais reduzido de fotografias, sendo que no CMI de Burma¹⁹⁷ constatamos a inexistência de fotografias,

¹⁹⁵ Consideramos uma ótima resolução aquelas imagens que superam os 600 x 400 *pixels*.

¹⁹⁶ Disponível em: <<http://qc.indymedia.org/>>.

apesar de existir um espaço destinado à postagem de imagens. Durante os dias de nossa pesquisa não foi possível acessar o CMI Japão por estar indisponível. O CMI Quezon foi o que apresentou uma melhor utilização de imagens, ilustrando algumas de suas matérias da coluna central com um número reduzido de fotos num tamanho médio de 300 x 220 *pixels*. As matérias possuem *links* indicando a existência de fotos, remetendo, em sua grande maioria, para galerias fora do *Indymedia*, para *sites* ativistas. A resolução das fotografias é boa, em média 500 x 350 *pixels*, a ferramenta de publicação do *site* corresponde a um modelo padrão usado em grande parte dos CMIs, onde pede-se para que a largura das fotos não ultrapasse a 600 *pixels* e, como em outros CMIs, encontramos muitas fotos que ultrapassaram essas medidas, como por exemplo, uma das poucas galerias internas¹⁹⁸ do CMI Quezon que apresenta uma série de fotografias com dimensões de 640 x 480 *pixels*.

Em relação à coluna da direita, encontramos um número reduzidíssimo de matérias com fotos. Das 30 matérias existentes na *home page* do *site*, apenas três delas possuem o ícone de imagem (uma pequena câmera fotográfica) e somente uma contém uma galeria de fotos, com 8 fotos no tamanho de 600 x 450, com *links* para ampliações de 1 280 x 960 *pixels*.

Na parte superior da coluna encontramos em ***Latest Newswire*** o link ***Photos***, que remete a uma galeria de fotos, no formato *thumbnail*, anexada a um resumo de suas respectivas matérias. Em relação a créditos das imagens, grande parte das fotos vinculadas ao *site* é de autoria de “arkibong bayan”, e as restantes são assinadas pelos grupos ativistas que colaboram com o CMI, sendo todas aparentemente produzidas por repórteres não-profissionais.

¹⁹⁷ Disponível em: <<http://burma.indymedia.org/en/>>.

¹⁹⁸ Segundo a distribuição geográfica do *Indymedia*, o CMI Quezon (Filipinas) está localizado na Ásia e também na Oceania, optamos por considerar como fazendo parte do continente asiático.
Disponível em: <<http://qc.indymedia.org/news/2005/06/3799.php>>, acesso em: 14 out. 2005.

4.2.4 – CMI Aotearoa (Nova Zelândia)¹⁹⁹

O interessante deste *site* é a disponibilização, já no menu principal, de uma galeria multimídia intitulada **Media Gallery**, que remete para 4 024 itens midiáticos entre imagens gráficas, áudio, vídeo e principalmente fotografias (Figura 43) , divididos em categorias, além de, no topo da coluna da direita, exibir um *display* também chamado **Media Gallery**, onde exibe fotos que vão se alterando randomicamente, apresentando-nos uma nova imagem a cada clique do mouse. Ao clicar em um dos *thumbnails* da galeria, a imagem é ampliada para um tamanho de aproximadamente 400 x 300 *pixels*, oferecendo uma legenda e informações tais como peso do arquivo, autor, data de postagem e um *link* para a matéria completa, além e oferecer uma nova ampliação em resoluções que ultrapassam os 2 000 *pixels*.

Este *site* disponibiliza fotos na maioria de suas matérias principais, localizadas na coluna central, todas no formato de *thumbnail* com *links* para a mesma foto ampliada com a respectiva matéria ou para galerias de fotos, alguns *links* também aparecem no formato **Photos** e remetem diretamente para galerias de fotos, que chegam a ter 30 fotos, numa resolução média de 400 x 600 *pixels*, mas ampliáveis, muitas vezes, até 2 000 *pixels*. Segundo o *site*, as fotografias postadas são automaticamente calculadas em suas largura e altura, bastando ao usuário informar as reais dimensões da foto.

Em relação à coluna da direita, o CMI Aotearoa apresenta uma grande quantidade de matérias com imagens, quase 50%, sendo que algumas remetem a galerias com fotos, num tamanho praticamente padrão de 400 x 300 *pixels*. Pelo que pudemos observar, grande parte das fotografias são assinadas por pseudônimos, grupos ativistas ou são anônimas.

¹⁹⁹ Disponível em: < <http://www.indymedia.org.nz/> >.

4.2.5 – CMI Israel²⁰⁰

Este *site* disponibiliza, já no menu principal, uma galeria de fotos denominada *indymedia photos*, apresentando um texto onde o CMI Israel procura deixar claro o empenho, ineditismo e a credibilidade do material produzido pelos fotógrafos-ativistas:

Israel Indymedia Press (IIP) é uma nova agência de notícias baseada no ativismo. A agência provê fotografias digitais e vídeos completos de histórias politicamente relevantes em Israel e na Palestina. Os fotógrafos ativistas do IIP, que freqüentemente tomam parte apoiando a luta palestina, podem prover uma visão única de dentro das ações de protesto e freqüentemente ter acesso exclusivo a ações diretas.²⁰¹(nossa tradução)

Além dessa observação inicial, o *site* oferece um endereço para consulta de fotos de anos anteriores (<https://israel.indymedia.org/pbook/index.php>). A galeria é composta por fotografias no formato *thumbnail*, acompanhadas de um resumo de sua respectiva matéria. O *link* para a foto ampliada está localizado no título da matéria que a acompanha. As fotos ampliadas fazem parte de galerias que vão de oito a 26 fotos por assunto, apresentadas uma a uma em excelente resolução, algumas chegando a ter dimensões de 780 x 640 *pixels*. Na página que explica como proceder para “carregar” (*upload*) fotos, fica claro que a largura e a altura das fotografias são calculadas automaticamente.

Das 12 matérias estampadas na coluna central do *site*, durante o período de nossa análise, apenas duas não continham fotografia ilustrando. Sem *links* específicos para fotos ou galerias, há a necessidade de se clicar no *link* para a matéria na íntegra (*More...*) para se ter acesso às galerias de fotos sobre o assunto. Todas as matérias ilustradas na coluna central levaram a galerias com

²⁰⁰ Disponível em: <<https://israel.indymedia.org/>>.

²⁰¹ “Israel Indymedia Press (IIP) is a new activist-based press agency. The agency provides Digital still photographs and video footage of politically relevant stories in Israel and Palestine. The activist-photographers of IIP who often take part in supporting the Palestinian struggle can provide unique inside view of protest actions and often have exclusive access to direct actions” Disponível em: <<https://israel.indymedia.org/pbook/index.php>> Acesso em: 15 out. 2005.

uma média de oito fotos por assunto e, não só com uma excelente resolução (640 x 520 *pixels* em média), mas também com uma qualidade fotojornalística surpreendente.

Em relação à coluna da direita, encontramos no alto desta uma janela intitulada **Media Gallery**, que exhibe uma fotografia no formato *thumbnail* que se altera aleatoriamente. Ao clicar na janela abre-se uma galeria com 1 133²⁰² itens midiáticos, com predomínio da fotografia. Essa galeria exhibe páginas com aproximadamente nove fotos, distribuídas lado a lado, no formato *thumbnail*, com o título da matéria respectiva. Clicando no *thumbnail*, somos conduzidos a fotografias em alta resolução no mesmo formato do “*indymedia photos*”, mas com informações da autoria, nome do arquivo, tamanho do arquivo em kbytes, e data da postagem, além de um *link* para a matéria completa.

Já o uso de fotografias para ilustrar as matérias que compõe a publicação aberta da coluna da direita é muito reduzido. Das 48 matérias publicadas entre 19 de setembro e 15 de outubro de 2005, apenas cinco delas apresentam fotos. O que caracteriza, ao nosso ver, um empenho extra do coletivo editorial, no sentido de garantir uma boa cobertura fotojornalística nas matérias principais exibidas pelo *site*.

4.2.6 – CMI Reino Unido (UK)²⁰³

Este CMI não apresenta seções especialmente voltadas para a fotografia ou multimídia, mas 100% das matérias da coluna central aparecem ilustradas com imagens, todas no formato *thumbnail*. Os *links* para fotos ou galerias são assinalados como **Pictures 1| 2 | 3, [pic]**, ou somente **Photos**, remetem às galerias internas do *Indymedia*, com uma média de oito fotos, em

²⁰² Dados de 15 de outubro de 2005, disponíveis em:

<<https://israel.indymedia.org/media/index.php?function=browse&category=all&submit=Browse>>.

²⁰³ Disponível em: <<https://publish.indymedia.org.uk/en/>>. Os administradores do *Indymedia UK* o chamam também de *Indymedia United Kollektives* numa referência aos outros coletivos do Reino Unido.

tamanhos entre 480 x 350 e 600 x 500 *pixels*, mas também remetem para várias galerias externas ao *site*, com tamanhos e quantidades de fotografias variadas, e até para *Fotologs* como o *Blogger*. Algumas fotografias chegam a ter uma ampliação de 1 920 x 2 560 *pixels*, mas o CMI Reino Unido não estipula dimensões para as fotografias, especificando apenas que elas não devem ultrapassar o tamanho de arquivo de 20Mb.

Quanto à coluna da direita, não encontramos uma utilização muito significativa de fotos. Apesar de muitas matérias apresentarem o ícone de fotos, a grande maioria não passou de apenas uma fotografia, numa média de tamanho de 640 x 480 *pixels*. Encontramos entre estas matérias duas galerias, uma com 13, e outra com 20 fotos, no tamanho 640 x 425 *pixels*. As fotografias observadas em nossa análise desse *site* eram em sua totalidade identificadas por pseudônimos como: Mini Mouse, Kriptick, Chris e Guido.

Optamos pelo CMI Reino Unido, ao invés de outros CMIs europeus com utilizações mais ricas do fotojornalismo, com o intuito de avaliarmos o desempenho desse tipo de mídia em um momento de crise, como foi o caso dos atentados a Londres, em 7 de julho de 2005, abordado em nossa análise de *Weblogs* nos Capítulos 3 e 4. Em relação a este evento poucas imagens foram postadas. Encontramos apenas cinco fotos, das quais duas foram retiradas de *sites* da grande mídia (fotos com livre direito de publicação). No dia do atentado e nos dias que o precederam, a atenção do CMI estava principalmente voltada para as manifestações contra a reunião de cúpula do G8 em Edimburgo, e poucas matérias e fotos sobre os atentados foram postadas. Só voltamos a achar alguma referência maior ao terrorismo em Londres no dia 24 de setembro, mesmo assim encontramos bem mais galerias de fotos (cerca de seis galerias com uma média de oito fotos em cada e em boa resolução) referentes à morte do brasileiro Jean Charles de Menezes, no dia 21 de setembro, do que sobre os ataques terroristas à Londres. Isso caracteriza, ao nosso ver, um foco “radical” dos CMIs nos eventos de cunho ativista e de militância de esquerda, praticamente

negligenciando outros tipos de notícias. Sendo assim, a definição de “momentos críticos” para esse tipo de *site* jornalístico não pode se pautar pelos mesmos critérios utilizados para uma análise da mídia tradicional e comercial.

4.2.7 – CMI Thunder Bay (Canadá)²⁰⁴

Em geral os CMIs do Canadá não apresentam uma utilização ampla da fotografia em seus *Indymedias* e na sua versão local de CMI, o CMAQ (Centro de Mídia Alternativa de Quebec). O CMI Thunder Bay apresenta, em suas matérias principais da coluna central, algumas poucas ilustradas com imagens no formato *thumbnail* e indicam suas poucas galerias com *links* como: **Pictures [1] [2] [3]** ou **Photos 1 | 2 | 3**, cada número destes nos remete a galerias com uma média de sete fotografias cada, em ótima resolução, entre 640 x 480 e 800 x 600 *pixels*. Encontramos galerias tanto internas ao *site* como localizadas em outros CMIs (Bolívia, Reino Unido).

O *site*, no alto da coluna da direita, apresenta o *link photo*: um arquivo das matérias postadas com imagens. Este apresenta ícones que nos remetem a apenas uma fotografia ou desenho gráfico por matéria e em baixa resolução. Nenhuma das matérias acessadas nessa seção conduziu a galerias de fotos.

Em relação à coluna da direita, não temos muito a acrescentar, uma vez que são poucas as matérias que apresentam imagens e mesmo estas nos levam a uma ou duas fotos em baixa resolução (200 x 100 *pixels*) ou a imagens gráficas. Das 31 matérias publicadas entre 19 de setembro e 18 de outubro, somente seis possuem o ícone relativo à presença de imagem e destas só três eram efetivamente ilustradas com fotos. As fotos internas ao CMI Thunder Bay são de autoria do próprio coletivo ou assinadas por pseudônimos.

²⁰⁴ Disponível em: <<http://thunderbay.indymedia.org/>>.

4.2.8 – CMI Porto Rico²⁰⁵

Este *site* possui um caráter especial que o distingue de outros CMIs situados pelo *Indymedia* na América Latina, exatamente por agregar os diversos países da América Central e Caribe. Neste CMI todas as matérias que compõem a coluna central do *site* ilustradas com imagens, numa resolução média padrão de 320 x 240 *pixels*. O bom aproveitamento das imagens que ilustram a página principal já sinaliza uma rica utilização de fotos dentro do *site*. Grande parte das imagens da capa contém *links* para matérias muito bem ilustradas e para galerias de fotos amplas e com boa resolução, todas numa dimensão praticamente padrão de 600 x 450 *pixels*, além dessas estarem acompanhadas por *links* para uma outra página que oferece a mesma foto em três dimensões opcionais, 640 x 480, 503 x 377 e 260 x 195 *pixels*.

Outra característica observada na página principal do CMI Porto Rico, é o fato das matérias de arquivo que complementam as matérias principais virem sinalizadas com ícones que identificam a presença de imagens (uma pequena máquina fotográfica), sendo que na maioria dos *sites* por nós pesquisados estes ícones só se apresentavam na coluna da direita. Navegando por estes *links* de arquivos pudemos constatar a presença de mais galerias nos mesmos moldes de ampliação anterior, sendo que algumas dessas ampliações chegaram a 2 560 x 1 704 *pixels*, apresentando até 20 fotos ampliáveis. Uma das matérias principais do *site* chega a apresentar até seis galerias de fotos complementares.

Em relação à publicação de imagens a única observação é a de que os arquivos não devem ultrapassar o tamanho de 50Mb. No alto da coluna da direita localiza-se o ícone ***imagen*** que nos remete a uma galeria de fotos no formato *thumbnail*, acompanhadas de um resumo de suas respectivas matérias e que, quando clicadas, nos conduzem, em geral, a uma única foto ampliada

²⁰⁵ Disponível em: <<http://indymediapr.org/>>.

com a sua matéria completa ou para galerias de fotos nos mesmos moldes anteriores, com boa resolução e variando de nove a 20 fotos por galeria.

Na coluna da direita, de livre publicação, encontramos cerca de 40% das matérias ilustradas com imagens. Não detectamos uma uniformidade, tanto no número de fotos, como nas dimensões destas, daí a existência de fotos de 400 x 300 até fotos de 2 288 x 1 712 *pixels*.

4.2.9 – CMI Brasil²⁰⁶

O *site* do CMI Brasil não possui uma seção exclusiva para fotografias. Estas estão distribuídas pelas matérias e identificadas por ícones relativos à presença de imagens (o desenho de uma pequena máquina fotográfica) ou explicitamente com o termo **Fotos**.

A coluna central não apresenta em todas as suas matérias fotos e as que possuem ilustração disponibilizam-nas num tamanho médio de 250 x 180 *pixels*, sem *links*. De um total de 15 matérias publicadas durante o período de nossa análise, encontramos *links* para 18 galerias de fotos que variavam de cinco a 13 fotografias por galeria, com uma média de dimensões de 530 x 398 *pixels*, mas chegando a ter galerias de 10 fotos no tamanho 800 X 600 *pixels*.

Em relação à coluna da direita, de publicação livre, encontramos uma boa utilização de fotos, com cerca de 30% das matérias com fotos ou galeria de fotos, algumas com até 20 fotos, todas em ótima resolução, variando de 640 x 480 até 2 304 x 1 728 *pixels*, essas últimas chegando a gerar ampliações de 81 x 60 cm em 72 DPIs²⁰⁷. Apenas uma galeria de fotos, de todas as que nós encontramos, tinha a identificação do autor. A grande maioria leva a identificação do CMI da região onde foi produzida a foto.

²⁰⁶ Disponível em: < <http://www.midiaindependente.org/pt/blue/>>.

²⁰⁷ DPI (Dots per Inch) é a medida de resolução para impressão, em pontos por polegadas, de uma imagem digital. para melhores informações sobre o assunto, acesse: < <http://en.wikipedia.org/wiki/Dpi> >.

Pela grande quantidade de postagem de fotos por parte do usuário, observada em nosso exame deste *site*, percebemos que há um desinteresse do coletivo responsável pela organização em relação à fotografia. O *site* não apresenta seções específicas para fotos e, na seção **Publique**, não disponibiliza dimensões e tamanhos de arquivos fotográficos para orientação do usuário. O tutorial para tratamento de fotos do *site* chamado: “como editar fotos para serem postadas usando o *photoshop*”, está indisponível desde que começamos nossa pesquisa.

4.3 – Os CMI e o uso de fotos em momentos críticos

Como já indicamos no texto no item 4.2.6, a idéia de “momento crítico” que temos utilizado em nosso trabalho, tem que ser adaptada para uso no contexto do CMI, dada a linha editorial e a orientação política estabelecidas para o projeto *Indymedia*.

Para fazermos a análise de “momentos críticos” no conjunto de *sites* CMI incluídos em nosso *corpus*, partimos do pré-suposto da importância das atividades de caráter militante e de oposição. A ênfase da cobertura dos CMIs, como já vimos, “é sobre os movimentos sociais, particularmente, sobre os movimentos de ação direta (os ‘novos movimentos’) e sobre as políticas às quais se opõem”²⁰⁸. Uma possível estratégia a adotar para a seleção de um assunto ou de assuntos para análise seria a da escolha de momentos críticos diferenciados para cada CMI, dada a forte ênfase na cobertura local, que pode ser detectada em todos os agrupamentos. No entanto, identificar “momentos críticos” locais, para cada um dos *sites* incluídos no *corpus*, torna-se uma tarefa difícil, já que o observador terá que exercer um juízo de valor sobre cada situação em particular, classificando um ou outro evento como “crítico” para aquela realidade específica. Além disso, tal procedimento inviabilizaria comparações diretas entre os *sites*.

²⁰⁸ [Http://www.midiaindependente.org/pt/blue/static/about.shtml](http://www.midiaindependente.org/pt/blue/static/about.shtml)

Para solucionar esse impasse, partimos da hipótese de que, constituindo o CMI uma federação internacional, poderíamos encontrar caracterizados como “momentos críticos” aqueles eventos que simbolizam o exercício de um poder hegemônico e conservador, demandando em contrapartida uma reação oposicionista e libertária e uma cobertura jornalística que se contraponha àquela produzida pela grande mídia. Essas situações estariam caracterizadas por eventos internacionais como encontros do G8, ou reuniões internacionais para discussões de protocolos internacionais, como o de Kyoto, que envolvem as lideranças políticas dos blocos de poder. Além disso, poderiam ser incluídos como “momentos críticos” neste contexto, acontecimentos de grande repercussão na mídia internacional e passíveis de suscitar críticas quanto à ação do Estado e de grupos de poder, como grandes catástrofes representadas por terremotos, erupções vulcânicas, *tsunamis*, furacões de grandes proporções.

Com base nessas considerações optamos por analisar, nos *sites* incluídos em nosso *corpus*, a recente passagem do furacão Katrina pelos Estados Unidos. Sua grande repercussão na mídia internacional e a desastrada atuação do governo Bush ao longo da tragédia, qualificam a situação como “momento crítico” paradigmático, no contexto da política editorial do CMI como um todo.

O que encontramos em nossa exploração foi, de fato, a forte tendência dos CMIs na cobertura dos aspectos políticos na administração dos problemas gerados pela passagem do furacão Katrina, sendo que a tragédia em si pouco despertou interesse da maioria dos CMIs. Em se tratando da cobertura fotográfica o problema se agrava ainda mais. Alguns CMIs como o de Israel e o de Thunder Bay do Canadá simplesmente desprezaram o fato, não veiculando nada sobre o assunto. Outros CMIs só noticiaram os problemas gerados em Nova Orleans a partir do momento em que a tragédia deixa de ser um problema humanitário para se tornar um problema sócio-político. O CMI Quezon das Filipinas, por exemplo, sua primeira postagem, tanto da notícia como de uma fotografia em resolução média (350 x 181 *pixels*), só aparece no dia 08 de

setembro²⁰⁹, já em forma de crítica ao governo Bush. O mesmo acontece com o CMI Porto Rico,, em que as primeiras postagens, três fotografias, também numa resolução não muito significativa (em média 200 x 300 *pixels*), se comparada a outras coberturas do *site*, aparecem somente no dia 03 de setembro, cinco dias após a passagem destruidora do furacão, e já com uma conotação crítica em relação à inércia do governo Bush. O título da matéria é “Que alguém responda...” e utiliza fotos dramáticas de negros lutando para serem atendidos em meio aos olhares desesperados das crianças. O CMI África do Sul, só no dia 03 de setembro aparece com a primeira postagem do Katrina pedindo donativos, uma foto de 400 x 288 *pixels*, mas no dia seguinte o viés da cobertura já é outro e o título da matéria é “*Bush's God Hates Blacks*”. O CMI Aotearoa (Nova Zelândia) não é diferente dos demais citados acima. Posta apenas três matérias com fotos em baixa resolução, sendo uma sobre a evacuação de Nova Orleans, outra solicitando ajuda, quatro dias após a passagem do furacão, e uma matéria ilustrada com uma foto, numa resolução melhor de 400 x 300 *pixels*, protestando contra o descaso político norte-americano.

Constatamos que no dia da passagem do Furacão Katrina, e nos dias que o precederam, a grande parte dos CMIs pesquisados por nós estava mais preocupada com problemas internos relativos aos temas que envolvem a concepção dos CMIs. No Brasil, por exemplo, problemas de transporte coletivo e manifestações estudantis dominavam a cena. Todas as postagens fotográficas que encontramos no CMI Brasil, relativas ao Katrina, foram de cunho crítico ao governo Bush. Com títulos como “Bush declara guerra aos negros”, “O governo dos EUA é culpado de negligência” ou “Catástrofe em Nova Orleans: castigo para os negros e lucros para capitalistas”, o *site* brasileiro também negligencia a catástrofe para dar ênfase ao preconceito e ao descaso dos políticos norte-americanos. A única matéria proveniente da editoria, ilustrada com apenas uma foto, é também crítica e destaca no título: “População pobre é ignorada por Bush”.

²⁰⁹ O furacão Katrina assola a cidade de Nova Orleans no dia 28 de agosto de 2005.

Encontramos uma cobertura mais abrangente apenas nos CMIs do Reino Unido e de Los Angeles, onde nos dias 28 e 29 de agosto já eram postados pedidos de ajuda e descrições da tragédia. No CMI Reino Unido, temos a única galeria de fotos nos moldes de outras coberturas fotográficas encontradas em nossa análise, com sete fotos no tamanho 650 x 433, com *links* para ampliações em alta resolução de 2 504 x 1 536 *pixels*, sobre os campos e hospitais de assistência improvisados em áreas de Nova Orleans. Mas o número maior de postagens fotográficas fica por conta do CMI Los Angeles, com 19 fotografias, que vão de *thumbnails* de 139 x 111 a fotos em alta resolução de 640 x 480 *pixels*, distribuídas em 12 matérias sobre o assunto. Mas as críticas ao presidente Bush e sua política excludente não passam despercebidas por estes *sites*, com títulos como “*President Bush Doesn’t Care About Black People...*” e “*Katrina photos the Bush controled media won't show you*”, o *site* de Los Angeles publica nove das 12 matérias com teor crítico sendo uma matéria do editorial, e no CMI do Reino Unido, das 20 postagens sobre o Katrina (apenas quatro disponibilizaram fotos), 13 delas teciam severas críticas a atuação do governo Bush.

CONCLUSÕES

Guiados pela questão central de nosso trabalho – o lugar e os usos da fotografia jornalística na Internet – selecionamos, como objeto principal de nossa análise, dois formatos jornalísticos recentes e controversos desenvolvidos nesse suporte: os *Weblogs* e os CMIs – Centros de Mídia Independentes (*Indymedia*).

No decorrer de nossa pesquisa, após identificarmos historicamente alguns percursos da fotografia jornalística e sua conjugação com duas hipóteses por nós aventadas e que serviram de base na condução do nosso processo investigativo, a do peso dos “momentos críticos” e da direta influência dos avanços técnicos sobre os usos da fotografia jornalística, buscamos caracterizar, dentro dessa trajetória, de que maneira a mensagem fotográfica tem se estruturado no ambiente das redes, principalmente dentro destes dois novos modelos participativos de produção e circulação da informação jornalística.

Nessa perspectiva avançamos nosso olhar para o detalhamento dos usos da fotografia jornalística nessas plataformas colaborativas, criando/aperfeiçoando categorias de análise que nos ajudassem a melhor compreender esses usos no vasto ambiente da blogosfera e, através da seleção de um *corpus* específico, delineamos o lugar da fotografia jornalística nos CMIs.

Ao identificarmos os *Weblogs* e os CMIs enquanto veículos que partilham em comum inéditas concepções de produção e difusão de material jornalístico de forma amplamente

participativa, ressaltamos certas especificidades da utilização da fotografia no interior destes modelos e como esta se estruturou, alterando práticas e abrindo novas perspectivas ao fazer fotojornalístico. Mais do que grandes achados, a experiência de pesquisa nos possibilitou mapear desenvolvimentos presentes e vislumbrar futuros e instigantes caminhos da fotografia cidadã, lançando-nos na aventura de melhor compreender a realidade de um fenômeno recente e ainda pouco estudado: o florescimento do fotojornalismo participativo como consequência da emergência de novas tecnologias e novos e suportes midiáticos e sua apropriação para um uso democrático.

Em nosso primeiro capítulo, através de um breve histórico da fotografia jornalística desde suas primeiras utilizações como linguagem narrativa, buscamos apontar de que forma o seu desenvolvimento e o desenvolvimento de suas relações com o suporte impresso e depois digital, foram influenciados por mudanças e avanços tecnológicos e, seguindo uma de nossas hipóteses, como determinados momentos, – que em nosso trabalho denominamos “momentos de crise” –, tendem a potencializar e até provocar o surgimento de novas técnicas de produção fotojornalística. Com efeito, a conjugação das duas hipóteses é uma forma de operacionalizar a idéia dos usos e apropriações sociais da tecnologia, distanciando-nos de uma perspectiva puramente determinista dos efeitos da tecnologia sobre os processos comunicacionais.

A história da fotografia jornalística está entremeada de evoluções tecnológicas e rupturas que possibilitaram uma forma cada vez mais aperfeiçoada de produzir e veicular imagens. Em nosso trabalho, apontamos variados momentos dessa história em que crises impulsionaram mudanças fundamentais na forma de se produzir fotografia e de narrar um fato imagetivamente. Essas crises incorporadas em convulsões sociais, cataclismos, ou desastres de grandes proporções, fustigam o homem na busca e na adaptação de tecnologias que amenizem e que ajudem a superar suas dificuldades.

As situações de Guerra têm constituído, sem dúvida, “momentos críticos” por excelência ao longo de toda a história da humanidade, e foram cruciais para evoluções técnicas e rupturas, nas mais variadas áreas de atividade do Homem. Em relação à história do fotojornalismo, as Guerras apontam para reconfigurações de algumas importantes rotinas produtivas, supostamente já estabelecidas, rompem e criam novos cânones sempre na busca de uma melhor e mais precisa qualidade de informação que abasteça o leitor de significativos detalhes do desenrolar dos acontecimentos e possibilite uma melhor visão crítica, contribuindo para o repúdio ou aceitação das situações bélicas e até para produzir efeitos que reconfiguram os rumos do próprio conflito.

No percurso de nossa pesquisa, observamos momentos críticos conjugados a mudanças tecnológicas e rotinas de produção em todas as fases evolutivas da fotografia jornalística. Alternam-se as crises, e as formas de reação e absorção destas variam de acordo com estágio de evolução em que se encontram, naquele momento específico, as tecnologias.

Quando das recentes crises geradas por ataques terroristas, *tsunamis* e furacões, o cidadão ávido por informação soube se utilizar das ferramentas então disponíveis, como no caso os *blogs*, e potencializá-las como principal “arma” de reação na busca pela notícia precisa dos fatos. O cidadão recorreu à tecnologia que tinha a sua disposição e, motivado pela necessidade, rapidamente adaptou-a, gerando uma nova e poderosa forma de comunicação e de participação social devido ao carácter altamente aberto de produção dos *blogs*. Assim, a fotografia jornalística vê abrir-se um nicho inédito em sua recente história. Da mesma forma que George Eastman trouxe a popularização da fotografia e de seus processos, criando máquinas fotográficas mais baratas e fáceis de manusear, o advento da fotografia digital popularizou a produção e difusão da fotografia jornalística, tornando acessível ao cidadão comum registrar, editar e publicar seus mais diversos testemunhos do cotidiano, de forma simples e rápida. Cada cidadão agora pode se tornar um repórter fotográfico em potencial e prover um veículo jornalístico – tradicional ou alternativo

– de inéditas e atualizadas imagens, graças ao acesso à tecnologia digital de produção e transmissão de imagens: câmeras digitais populares, mas de alta resolução e Câmerafones.

O jornalismo na *Web* vem passando por fases evolutivas em sua adaptação ao novo ambiente comunicacional e essas fases (ou gerações) têm sido exaustivamente caracterizadas e discutidas por diversos autores, como tivemos oportunidade de verificar e detalhar. No entanto, ao longo deste trabalho, quando nos voltamos para a análise da evolução da fotografia jornalística na Internet, verificamos que a narrativa imagética não vivencia as mesmas fases atribuídas ao jornalismo: ela tem um percurso relativamente independente dos formatos que o jornalismo textual veio desenvolvendo na rede.

É forçoso concluir-se que há um descompasso entre as chamadas fases e gerações do Webjornalismo e o desenvolvimento do fotojornalismo em particular. A fotografia jornalística na *Web* se depara com uma barreira tecnológica que a condiciona: a questão da largura de banda. Até o advento da banda larga, a imagem fotográfica estava balizada em sua utilização pelos extenuantes tempos de *download*, que limitavam a sua utilização, impondo baixas resoluções e aplicações reduzidas e pouco criativas do conteúdo imagético. Concluímos que a banda larga funciona, efetivamente, como um divisor de águas em relação à evolução da fotografia e do fotojornalismo na *Web*, proporcionando-lhes novas e reais possibilidades de utilização dos potenciais até então latentes, que a Internet abre para o produto jornalístico.

No segundo capítulo, discutimos primeiramente o conceito de *Weblogs*, estabelecendo a sua origem, condições de seu surgimento, principais ferramentas, tipologia e sua apropriação como suporte jornalístico. As implicações desse formato no próprio contexto comunicativo também foram apontadas, assim como suas principais características que nos permitiram indicar transformações até configurar-se uma nova categoria para o jornalismo *on-line*. Destacamos como a simplicidade de seu ferramental à disposição do usuário permitiu a produção de

conteúdos mais flexíveis, possibilitando a este maior interação e uma participação mais efetiva na construção das notícias, e como o surgimento dos *Warblogs* consolidou um novo modelo de produção da notícia, abrindo múltiplos caminhos de construção e consumo de conteúdos informativos independentes gerados pelo próprio cidadão.

Nesse contexto surgem os *Fotologs*, a princípio, e a partir de uma evolução da largura de banda, a fotografia é postada em *blogs* dos mais diversos assuntos, mas à medida que a tecnologia de transmissão de dados evolui, novas ferramentas voltadas exclusivamente para a postagem de fotografias são lançadas no mercado e, em pouco tempo, circulam na *Web* milhares de *Fotologs* sobre os mais variados temas.

Ainda no segundo capítulo, mostramos como, paralelamente ao desenvolvimento dos *blogs*, surge na *Web* uma forma alternativa de se disponibilizar conteúdo chamada de “fonte aberta” (*open source*) e como ela é rapidamente difundida e agregada à produção jornalística, gerando novos modelos de publicação em que a participação do cidadão comum, na construção e distribuição de material noticioso, é essencial, e propondo uma nova forma de relacionamento com este. O leitor torna-se autor, co-autor e editor, atuando como crítico e contribuindo para a gestão de fatos, idéias e opiniões. No bojo desse conceito participativo de construção da notícia, salientamos o surgimento de *sites* jornalísticos como o *Slashdot* e o *OhmyNews*, para nos atermos especificamente a outro de nossos objetos de exame, o *Indymedia* (Centros de Mídia Independentes).

Os CMIs, enquanto modelo de jornalismo e sua crescente preponderância entre ativistas e movimentos sociais, ilustram a maneira como os veículos de pauta aberta vão se tornando ferramentas fundamentais do livre e democrático exercício do jornalismo. Da mesma forma que procedemos com os *Weblogs*, estabelecemos suas especificidades, definições, origem, localizando seu surgimento na *Web*, bem como suas principais características como um

importante modelo de construção de um formato alternativo de jornalismo na Internet, sempre salientando o forte aspecto interacional dos veículos de fonte aberta e como tal característica interativa marcadamente impulsiona a prática social da “conversação”, construindo uma rede circular de informações, onde a participação ativa do leitor/usuário é fundamental.

Durante a evolução do terceiro capítulo de nossa dissertação, sentimos que, para entender melhor os usos que estão sendo dados à fotografia jornalística nos *Fotologs*, deveríamos antes criar uma classificação, que organizasse e sistematizasse a vasta gama de assuntos e temas que envolve esse novo modelo de compartilhamento de informações, onde a linguagem comum predominante é a imagética.

A partir de um levantamento realizado, propusemos uma tipologia constituída por cinco categorias:

- *Fotologs* de “**clipagem**”, em que predominam imagens capturadas na Internet;
- *Fotologs* “**íntimos**”, onde são flogadas imagens pessoais do autor do *Fotolog*;
- *Fotologs* “**temáticos**”, onde há postagens de fotos que seguem um tema específico eleito pelo autor do *Fotolog*;
- *Fotologs* “**artísticos**”, que são espaços destinados às mais diversas formas de expressão artística que envolva a fotografia;
- *Fotologs* “**profissionais**”, que abordam os mais variados temas relacionados à profissão ou interesse do autor do *Fotolog*.

Através de exemplos reforçamos essas categorias por nós criadas, sempre observando que tal tipologia, até pelo seu ineditismo, é instável e sujeita, tanto a hibridismos, como a modificações.

Foi na categoria de *Fotologs* “**profissionais**” que enquadrámos os *Fotologs* fotojornalísticos, aqueles dedicados exclusivamente à produção e veiculação de material noticioso fotojornalístico. Esse tipo de postagem da fotografia jornalística costuma aparecer diluída entre os milhares de *Fotologs* localizados em *sites* de hospedagem, tais como o *Flickr – Photo Sharing* e o *Fotolog.net*, o que dificultou bastante nossa pesquisa sobre os usos da fotografia jornalística nesse novo e extremamente difundido formato de divulgação da notícia.

Mais uma vez, como constatamos em nossa pesquisa e reafirmando uma de nossas hipóteses, “momentos críticos” de nossa história apareceram como fatores determinantes na potencialização do uso de determinada tecnologia já existente, provocando novas formas de apropriação social dessa tecnologia e alterando substancialmente os modos, não apenas de utilização, mas também seus modos de produção e distribuição. Já com o atentado do WTC, em Nova Iorque, vemos ser veiculada uma grande quantidade de imagens em *Weblogs*, que ajudaram a moldar uma reação global aos fatos, assinalando uma nova compreensão do potencial jornalístico desse tipo de ferramenta, mas a proliferação de fotografias em *blogs*, com a real intenção de informar para além dos meios tradicionais de notícia, surge durante a invasão do Iraque pelas tropas norte-americanas, postadas em sua grande maioria por cidadãos residentes nas áreas de conflito. Nesse momento começa-se a perceber que a tecnologia dos *blogs* aliada à tecnologia da imagem pode produzir uma alternativa inédita de divulgação dos fatos desvinculados de qualquer poder econômico ou político.

Mas é com a tragédia das *tsunamis*, em dezembro de 2004, que presenciamos uma grande utilização de imagens circulando a Internet, principalmente em *blogs* e *Fotologs*, produzidas pelo cidadão não jornalista, em câmeras digitais comuns e por câmeras-fones, diretamente das áreas afetadas, muitas enviadas pelo sistema de transmissão *Wi-fi*, prestando auxílio crucial na divulgação da extensão da tragédia e também na busca por pessoas desaparecidas, e se

constituindo em importantes fontes de informação e de ajuda. Começa-se, já aí nestes momentos de crise mundial, a tomar forma um novo modelo de produção e veiculação da fotografia jornalística não profissional, produzida, editada e distribuída pelo cidadão comum, muitas vezes com equipamentos digitais rudimentares, se comparados aos profissionais, mas com uma qualidade informativa e noticiosa comparável à produção fotojornalística das mais sofisticadas redes noticiosas.

Mais recentemente, outro importante acontecimento nos serviu como ilustração e espaço de teste da nossa hipótese de que “momentos de crise” potencializam e tensionam o uso de tecnologias. Concluímos que os atentados de 7 de julho de 2005 em Londres, ao mesmo tempo em que marcam a expansão e o fortalecimento da idéia de um rol ativo de cidadãos no processo de coletar, reportar e difundir fotografia de caráter expressamente jornalístico, deve ser considerado um marco para o jornalismo participativo no uso de tecnologias digitais móveis na cobertura de um evento de grandes proporções. Os acontecimentos daquele dia mobilizaram os cidadãos, em uma reação aos espaços deixados pela mídia convencional na cobertura dos fatos, complementando as informações e indo além, suprimindo de detalhes e de imagens leitores ávidos por uma maior clareza do que realmente estava acontecendo.

Por outro lado, a utilização, por toda a mídia de imagens geradas pelos cidadãos e não por profissionais de agências de notícias ou jornais tradicionais, indicia uma nova e importante participação do cidadão comum, e suas câmeras portáteis, na construção e veiculação da notícia, abrindo uma nova e dinâmica fonte de informação para a grande mídia. Isso fica mais claro quando vemos que grandes redes internacionais e locais de notícia reforçaram suas coberturas, instando os internautas a que disponibilizassem seus testemunhos em suas páginas. Recentemente o jornal *O Estado de São Paulo*, num reconhecimento da importante contribuição que o cidadão tem a dar na cobertura dos fatos, convocou seus leitores a participar de seu novo projeto chamado

“Foto Repórter”. A idéia é publicar nas páginas de seu jornal qualquer material, independentemente produzido, que seja importante para complementar a compreensão dos fatos. O *Grupo Estado* ainda se propõe, através de sua agência, a comercializar o material disponibilizado pelo fotorepórter cidadão, que será remunerado. Segundo a editora de fotografia da *Agência Estado*, Mônica Maia:

É importante que a foto tenha informação jornalística, que interesse aos leitores, ou que seja inusitada, que surpreenda. São situações imprevisíveis que um fotógrafo profissional, que cumpre uma agenda prévia, muitas vezes não tem a chance de fotografar. É aí que entram os fotorrepórteres com seus equipamentos como um celular ou uma câmara digital. Muitas vezes uma pessoa está passando por um local, onde ocorre algo inusitado ou mesmo um crime, como um assalto. É isso o que poderá interessar a outros leitores, num exercício ao mesmo tempo de cidadania.²¹⁰

Essa proposta se coaduna com projetos similares adotados por jornais como o *New York Times* e *BBC News*, que nos dramáticos eventos da passagem do furacão Katrina, por Nova Orleans, e nos atentados a Londres, abriram suas páginas para esse mesmo tipo de material, conjugando uma visão pioneira e de aproximação com o leitor, a uma intenção, talvez mais subliminar, de manter um controle sobre o fluxo das informações. As grandes empresas jornalísticas aproveitam o respaldo que ainda possuem junto à comunidade para, através do cidadão comum, incrementar suas edições e galerias. Como afirma Ricardo Anderaós, editor do portal *Estadão.com*, “essa interação dos meios de comunicação com os leitores, numa relação de serviço e informação em tempo real, é o futuro e este já chegou e só tem a evoluir em equipamentos e velocidade da distribuição de conteúdo.”

Em função de uma quantidade substancial de *Fotologs*, que encontramos no desenvolvimento de nossa análise, dedicados exclusivamente à fotografia jornalística, espalhados

²¹⁰ Disponível em: < <http://www.estadao.com.br/tecnologia/telecom/2005/out/29/79.htm> >. Acesso em: 30 out.2005. A galeria Foto Repórter do jornal *O Estado de São Paulo* está disponível em: <<http://www.estadao.com.br/agestado/imagens2/>>.

nos vários *sites* destinados a abrigar *Fotologs* na *Web*, partimos para a construção de uma tipologia que nos ajudasse a caracterizar melhor a forma como a fotografia jornalística está sendo apresentada na rede através desse novo tipo de plataforma. Sempre observando que estas categorias não são estanques nem definitivas, sugerimos a seguinte tipologia:

- “**Fotologs fotojornalísticos**”, são galerias de fotos jornalísticas, sobre os mais diversos fatos, acompanhadas de legenda ou texto legenda.
- “**Weblogs fotojornalísticos**”, caracterizados pela predominância do texto, mas acompanhado geralmente por uma ou duas fotos, nos moldes do jornal impresso.
- “**Fotologs jornalísticos de clipagem**”, são galerias de fotos jornalísticas capturadas na Internet.
- “**Fotologs jornalísticos de discussão**”, são foros de discussão sobre fotojornalismo.

Apesar de existir um significativo número de *Fotologs* e *Moblogs* na rede, observamos que foram os grandes servidores de *Fotologs*, como o *Flickr.com* e o *MoblogUK*, e alguns Webjornais como o *New York Times*, os maiores responsáveis pela divulgação da maioria das fotografias capturadas nos momentos de crise por nós analisados, o que evidencia ainda a busca do cidadão por veículos de publicação mais consolidados na *Web*.

No quarto capítulo de nossa dissertação, procedemos ao exame da vasta rede de Centros de Mídia Independente (CMIIs) espalhados pelos cinco continentes. Após uma breve descrição de seu modelo básico de *design*, adotado pela quase totalidade dos mais de 140 CMIIs hoje existentes no mundo, elegemos para estudo mais detalhado nove Centros que, em seu conjunto, dão uma aceitável representatividade e amplitude geográfica ao *corpus* analisado e que, ao mesmo tempo, apresentaram uma maior riqueza no uso da fotografia (CMI Los Angeles; CMI África do Sul;

CMI Quezon (Filipinas); CMI Aotearoa (Nova Zelândia); CMI Israel; CMI Reino Unido; CMI Thunder Bay (Canadá); CMI Porto Rico; CMI Brasil).

Procedemos à apresentação da descrição e das especificidades de cada um dos nove CMIs, dando ênfase aos usos que estão sendo dados à fotografia jornalística, sua forma de apresentação e recorrência, durante os meses que nos propusemos a examinar: setembro e outubro de 2005.

Inicialmente, percebemos que as limitações existentes nos CMIs examinados, não são apenas tecnológicas, uma vez que o usuário que deseje postar uma imagem está restrito a *templates* básicos que impossibilitam uma maior utilização de características da Internet, como multimídia e hipertextualidade mas, principalmente, estão relacionadas às políticas editoriais do *Indymedia*, de cunho ativista de esquerda, que acabam muitas vezes por negligenciar notícias que não tenham vínculos diretos com a militância dos movimentos sociais, que ademais privilegiam fortemente eventos de caráter local, onde essa militância atua diretamente. Como uma forma de tentar contornar tal situação, durante o desenvolvimento do quarto capítulo, tivemos que estabelecer uma variante na caracterização dos chamados “momentos críticos”. Para tanto, fomos buscar naqueles eventos de grande repercussão na mídia internacional, fatos passíveis de suscitar críticas em relação à ação de grandes grupos econômicos ou políticos, um aspecto que nos parecia passível de mobilizar o interesse de comunidades militantes dispersas por vários pontos do planeta..

Partindo do pressuposto acima, observamos, por exemplo, que a tragédia provocada pela passagem do furacão Katrina por Nova Orleans, pouco despertou a atenção dos coletivos editoriais dos Centros e mesmo dos usuários, conclusão tirada pelo pequeno número de postagens encontradas nos diversos *sites* pesquisados durante a passagem do furacão. No entanto, quando direcionamos nossa busca para as críticas em relação à ação excludente e racista do governo

norte-americano em relação aos acontecimentos, nos dias que se seguem à catástrofe, deparamo-nos com uma grande quantidade de postagens e um maior número de imagens.

Durante nossa análise dos usos da fotografia jornalística nos CMI, encontramos um grande aproveitamento de fotos na maioria dos *sites* pesquisados, tanto publicadas pelo coletivo responsável, como disponibilizadas pelo cidadão comum no espaço que lhes cabe, o da coluna da direita. Apontamos algumas características da interface de apresentação das imagens adaptadas a este novo formato participativo, apesar de reconhecermos que não nos aprofundamos muito nesse particular, principalmente em relação aos *Weblogs* e *Fotologs*, devido à sua grande multiplicidade de usos na rede, o que demandaria um tempo além do destinado à pesquisa. Deixamos, assim, essa tarefa direcionada para futuros estudos. O que constatamos foi ainda uma limitação das relações entre a imagem e a interface de trabalho, principalmente pelo fato destes novos modelos de jornalismo *on-line* participativos, estarem atados às restrições técnicas de publicação, submetendo seus usuários a *templates* pré-estabelecidos e de pouca versatilidade, em que a restringência de formatos e de aplicações multimidiáticas delimitam a usabilidade das imagens.

Observamos que os *sites* do CMI apresentam uma cobertura imagética bem abrangente dos acontecimentos. Destacamos suas colunas centrais, onde encontramos amplas galerias em alta resolução (imagens com até 2 560 x 1 920 *pixels*), muitas indo além do estipulado pelos *sites* (em geral um máximo 600 *pixels*), mas dotadas de pouca versatilidade no uso das potencialidades multimidiáticas oferecidas pela rede.

Vários formatos de galerias exclusivas para fotografias, foram encontrados nos CMIs. Com nomes como “*Media Gallery*” ou simplesmente “*Photos*”, algumas destas galerias, como a do CMI da Nova Zelândia, chegam a apresentar 4 024 itens midiáticos com prevalência da fotografia, geralmente apresentada no formato de *thumbnails* com *links* para ampliações em alta

resolução ou até para outras galerias, também com fotos de grandes proporções, além da complementação de suas respectivas matérias e de outros formatos midiáticos, como vídeos e áudios.

Em relação à qualidade imagética e jornalística das fotos publicadas vemos que, apesar da maioria delas serem referentes a passeatas e manifestações ativistas (há ainda pouca variação temática na produção fotográfica dos CMI's), isso não diminui a qualidade de muitas das fotografias veiculadas. São inegáveis a excelente qualidade e o caráter altamente jornalístico das fotos produzidas, por exemplo, no CMI de Israel, que de alguma forma tem a pretensão de funcionar como “agência de notícias” do ativismo da região. Mesmo o CMI Brasil, onde o coletivo de edição responsável não parece corresponder à mesma preocupação que os leitores dedicam à fotografia, encontramos fotos de grande valor jornalístico, muitas vezes produzidas com equipamentos considerados sofisticados e de difícil acesso ao cidadão comum.

O fato de grande parte dessas imagens ser gerada no ato e do local onde os eventos ocorrem, coloca em evidência não apenas questões em relação ao *modus operandi* do fotojornalista profissional, mas também em relação a este novo fazer fotográfico: como saber da autenticidade do material produzido? O que sabemos e precisamos saber sobre como estas fotos foram produzidas? Qual o envolvimento desse cidadão com os fatos registrados? Quais os riscos que decorrem do incentivo ao cidadão comum na busca e captura destes registros, como no recente caso do jornal *O Estado de São Paulo*? Como ficam as questões de direito autoral? Como o fotojornalismo se adaptará a esta nova forma de se produzir conteúdo fotográfico e como suplantará os riscos decorrentes da evidente imediatez de transmissão de fotos pelo cidadão comum, uma vez que muito provavelmente este cidadão estará diretamente envolvido nos fatos que reportará, inclusive não necessitando mais dos suportes midiáticos tradicionais para a divulgação do seu material? Que problemas e desafios tais desenvolvimentos estão colocando

para a profissão de fotojornalista? Que tipos de simbioses futuras podemos esperar entre esses formatos de jornalismo-cidadão e o jornalismo da grande imprensa e da mídia convencional em outros suportes? Como produzir sínteses utilizáveis, a partir de massas crescentes de informação produzidas por cidadãos dispersos por todas as partes do mundo?

Estas são algumas das perguntas que demandam investigação e aprofundamento na área de interesse deste trabalho e que fogem, nesse momento, aos objetivos por nós propostos. Apesar de a fotografia jornalística produzida pelo cidadão comum ainda estar nos seus primórdios, os recentes e dramáticos acontecimentos globais têm evidenciado um forte e consistente crescimento e conscientização da força dessa produção imagética alternativa e da agilidade e praticidade dos dispositivos móveis na transmissão de dados em tempo real sem intermediação de mídias convencionais.

Num momento da história da fotografia jornalística em que esta vem sendo seriamente questionada em sua veracidade e imparcialidade, fruto não apenas do descrédito que a chamada “grande mídia” vem sofrendo, mas também dos processos de digitalização e manipulação da imagem em sofisticadas ferramentas de edição, surgem estes novos formatos independentes e participativos de se produzir (foto)jornalismo, e com eles uma nova noção de autenticidade baseada na perspectiva de aproximação do repórter cidadão com os fatos. O engajamento declarado deste, o fato de ser testemunha e, muitas vezes, protagonista dos acontecimentos que relata, agrega ao produto fotojornalístico novos valores que redimensionam a própria noção de objetividade e imparcialidade do jornalismo tradicional e suscitam a necessidade de discussões contínuas sobre o que se deve entender, contemporaneamente, por credibilidade e legitimidade no fazer jornalístico.

A adoção e o sucesso do uso de câmeras-fones, *PDA*s (*personal digital assistant*), computadores *notebook*, e outras tecnologias que envolvem a fotografia digital, por parte das

mais diferentes camadas sociais, informando, noticiando, prestando auxílio, criticando e politizando, atesta o valor dos veículos de pauta aberta e de outras formas participativas de produção da notícia em fornecer o suporte ágil e democrático para a partilha de todos os dados produzidos por estes dispositivos. O limite de espaço quase inexistente nestes novos formatos, assinala com a possibilidade de se estruturar o material fotográfico de forma inédita, favorecendo o aprofundamento da informação imagética e disponibilizando-a de maneira criativa e dinâmica, proporcionando transformações significativas na narrativa do fato jornalístico. Da mesma forma a facilidade de acesso do cidadão a tais equipamentos digitais de alta tecnologia, tanto na produção como na disponibilização de dados, tem revolucionado a mídia informativa, gerando notícias diretamente do local dos acontecimentos, em tempo real, suplantando em muito a suposta “agilidade” da cobertura jornalística produzida pelos meios convencionais de imprensa e, dessa forma, impondo aos profissionais da fotografia jornalística novos paradigmas que o impelem a um redimensionamento do fazer fotojornalístico.

A prática do jornalismo não se resume apenas a selecionar, comentar e difundir informações. O fazer jornalístico demanda outras habilidades que incrementam e objetivam a natureza da cobertura e que vão além desses três componentes e caracterizam a construção de uma forma de saber específico e que complementa outros saberes socialmente produzidos com os quais convive e dialoga. Cabe ao jornalista a análise profunda da notícia como um todo, entender por que determinado fato está acontecendo, verificar os vários aspectos que cercam e contribuem para que este fato aconteça, contextualizando-o, procurando entender, apontar e esclarecer os vários lados envolvidos na notícia e, dessa forma, reportar de forma mais independente possível, as várias facetas que compõem o fato.

Sem dúvida os *Weblogs*, *Fotologs* e veículos de pauta aberta, como vimos inclusive nos “momentos de crise” por nós apontados, são um novo tipo de fonte de informação, ricas do valor

testemunhal e de atualidade que tanto caracteriza o bom jornalismo, e cabe, agora mais do que nunca, sabermos como depurar e selecionar nestas informações o que realmente é relevante para a compreensão mais ampla da notícia, unindo os conceitos tradicionais vigentes no jornalismo, à democracia, à livre expressão e à multiplicidade de pontos de vista proporcionados por estes novos formatos de se produzir jornalismo, onde a participação e interação do cidadão comum dão a tônica. Há uma necessidade crescente por parte dos fotojornalistas profissionais de incorporar novas técnicas e novas formas de narratividade ao seu trabalho cotidiano, pois só dessa forma ampliarão o espectro de sua atividade a uma maior representatividade e multivocalidade, criando espaços de construção de uma crítica mais independente e de maior credibilidade, em sintonia com uma contemporaneidade na qual a diversidade deve se erigir como um valor maior.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU SOJO, Carlos; ALEMAN, Adrian. **Los géneros periodísticos fotográficos**. Barcelona: Editorial CIMS, 1998.

AMAR, Pierre-Jean. **História da Fotografia**. Lisboa: Edições 70, LDA. Sem data.

ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. **História da fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

ARMAÑANZAS, Emy. et al. **El Periodismo Electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio**. Barcelona: Ariel, 1996.

ARNISON, Matthew. **Open publishing is the same as free software**. Disponível em: <<http://www.cat.org.au/maffew/cat/openpub.html>> . Acesso em: 16 set. 2005.

BAEZA, Pepe. **Por una función crítica de la fotografía de prensa**. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2001.

BARBOSA, Suzana. **Banco de Dados como metáfora para o jornalismo digital de terceira geração**. In: Anais VI Lusocom, (CD-ROM), Covilhã, Portugal, Abril, 2004a.

_____. **Identificando remediações e rupturas no uso de bancos de dados no jornalismo digital**. In: Anais do II SBPJor. Salvador-BA/Brasil, 2004b.

_____. **Bancos de dados: agentes para um webjornalismo inteligente?** *Paper* apresentado no V Congresso IberoAmericano de Periodismo em Internet, realizado nos dias 24 e 25 nov. 2004c, na FACOM/UFBA.

BARGER, Jorn. Weblog Resources FAQ. Disponível em: <<http://web.archive.org/web/20031202031250/www.robotwisdom.com/weblogs/>> Acesso em: 03 jun. 2005.

BENJAMIN, Walter. **Pequena história da fotografia**. In: Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1987.

_____. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. In: LIMA, Luiz Costa (Org.). Teoria da Cultura de Massa, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990, 4.a edição.

BLOOD, Rebecca. "Weblogs: A History and Perspective". 2000
Disponível em: <http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html> Acesso em: 01 jun.05.

_____. **The Weblog Handbook**. New York: Perseus Publishing, 2002.

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. **We Media: How audiences are shaping the future of news and information**. The Media Center at The American Press Institute, 2003. Disponível em: <http://www.openreader.org/wemedia/JackR/We_Media.htm> Acesso em: 12 jun. 2005.

BUSSELLE, Michael. **Tudo Sobre Fotografia**. São Paulo: Pioneira, 1982.

CARL, Christine R.. **Bloggers and Their Blogs: A Depiction of the Users and Usage of Weblogs on the World Wide Web**. Tese submetida à *Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University*. Washington, 2003.

CARLSON, David. **The history of Online Journalism**. In: CALLAHAN, C. (ed). *Practical Guide to Online Journalism Skills*. New York: McGrawHill, 2001.

CAZORLA, Alfredo; CERMELE, Leonardo; D' ALESSANDRO, Mauricio; LACHALDE, Jimena; PADILLA Miguel. **Las fuentes de información en tiempos de guerra**. Disponível em: <<http://www.saladeprensa.org/index.html>> Acesso em: 07 jul. 2005.

CHANDLER, Daniel. **Technological or Media Determinism**. 29 out. 2002. Disponível em: <<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/tecdet/tcet01.html>> Acesso em: 17 ago. 2005.

CONCEIÇÃO, Joel Rocha Neto da. **Práticas e desafios do participatory journalism em blogs**. Trabalho apresentado no V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet, 2004.

CORREIA, João Carlos. **Novo jornalismo, CMC e esfera pública**. Universidade da Beira Interior, sem data. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-cmc-esfera-publica.pdf> > Acesso em: 16 set. 2005.

DEUZE, Mark. **Online journalism: Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web**. In: http://www.firstmonday.dk/issues/issue6_10/deuze/ . Acesso em 27 jun. 2003.

DÍAZ NOCI, Javier. **La Escritura Digital**. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, sem data.

DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA, Ramón. **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003, Cap 6, p. 296.

FATORELLI, Antonio Pacca. **Algumas questões sobre a fotografia Contemporânea**. In: NETO, Fausto; PINTO, Milton J. **Mídia e Comunicação**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1997.

FREUND, Gisele. **Fotografia e Sociedade**. Lisboa: Vega, 1989.

GIACOMELLI, Ivan Luiz. **Fotografia Digital e o Fotojornalismo**. Campo Grande: Apresentado no XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, 2001.

GILLMOR, Dan. **We the Media: grassroots journalism by the people, for the people**. California: O'Reilly, 2004.

GURAN, Milton. **Linguagem fotográfica e informação**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed., 1992.

HILER, John. **Blogosphere: the emerging Media Ecosystem. How Weblogs and Journalists work together to Report, Filter and Break the New**. Microcontent News, 2002. Disponível em: < <http://www.microcontentnews.com/articles/blogosphere.htm> > Acesso em: 15 jun. 2005.

HOLANDA, André Fabrício da Cunha. **Credibilidade, Participação e contestação. O processo de construção da informação no Centro de Mídia Independente (CMI)**. Monografia de conclusão do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 2004.

INDYMEDIA, **The IMC, a new model**. Version 1.0. Hedonist Press. 2004. Disponível em <<http://www.hedonistpress.com/indymedia/index.html>>. Acesso em: 29 set. 2005.

KAHN, Richard; KELLNER, Douglas. **New Media and Internet Activism: from the "Battle of Seattle" to Blogging**. New Media & Society, 2004.

KESSLER, Jack. **The French Minitel: Is There Digital Life Outside of the "US ASCII" Internet? A Challenge or Convergence?** D Lib Magazine, 1995, Disponível em: <<http://www.dlib.org/dlib/december95/12kessler.html> > Acesso em: 20 set. 2005.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 1999.

LACAYO, Richard; RUSSELL, George. **Eyewitness, 150 Years of Photojournalism**. New York: Time e Oxmoor House, 1990.

LANDOW, George. **Hipertexto: la convergência de la teoría crítica contemporánea y la tecnología**. Buenos Aires: Paidós, 1995.

_____. (org.) **Teoría del Hipertexto**. Buenos Aires: Paidós, 1997.

LARA, Tiscar. **Weblogs y Periodismo Participativo**. Universidad Complutense de Madrid, 2004. Disponível em: < <http://www.pucrs.br/famecos/iamcr/textos/lara.pdf> > Acesso em: 07 jun. 2005.

LE CAM, Florence. **Le carnets (weblogs), une piste pour l'expression citoyenne locale?** Deuxième Workshop de Marsouin. ENST Bretagne, Brest, 2003.

LEGGAT, Robert. **A History of Photography from its beginnings till the 1920s**. Disponível em: < <http://www.rleggat.com/photohistory/> > Acesso em: 10 ago. 2005.

LEMOS, André. **A Arte da Vida: Diários Pessoais e Webcams na Internet**.

Trabalho apresentado no GT Comunicação e Sociedade Tecnológica do X COMPÓS na Universidade Federal do Rio de Janeiro, de 04 a 07 de junho de 2002 e publicado no e-Book do Gt.

_____. **Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época.** In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003, p.11 – 23.

LEMOS, André; NOVAS, Lorena. **Cibercultura e Tsunamis. Tecnologias de Comunicação Móvel, Blogs e Mobilização Social.** On-line 2005. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/Cibercultura%20e%20Tsunamis.pdf> Acesso em: 25 jul. 2005.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34., 1999.

LIMA, Ivan. **Fotojornalismo Brasileiro: Realidade e Linguagem.** Rio de Janeiro: Fotografia Brasileira, 1989.

LINS, Alene; VALENTE, Rosangela. **Fotojornalismo: Informação, Técnica e Arte.** Projeto experimental do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, 1997.

LISTER, Martin (compilador). **La Imagem Fotográfica em la Cultura Digital.** Barcelona: Paidós, 1997.

LOUZADA, Silvana. **Fotojornalismo na história: ascensão e queda de O Cruzeiro e Manchete.** Texto apresentado no I Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor), Brasília, novembro de 2003.

LUBISCO, Nidia Maria; VIEIRA, Sônia Chagas. **Manual de estilo acadêmico: monografias, dissertações e teses.** Salvador: UDUFBA, 2003.

MACHADO, Elias. **La Estructura de la Noticia en las Redes Digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo.** Tese de Doutorado (Comunicação) – Universidade Autônoma de Barcelona, Barcelona, 2000.

_____. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas.** Salvador: Calandra, 2003.

_____. **O banco de dados como espaço de composição de narrativas multimídia.** In: Anais do II SBPjor (CD-ROM). Salvador-BA/Brasil, 2004.

Mc ADAMS, Melinda. **Inventing an online newspaper.** 1995. Disponível em: <http://mindymacadams.com/sites.htm> > Acesso em: 10 out. 2005.

MACKINNON, Rebecca. **Blogging, Journalism & Credibility: Battleground and Common Ground.** Harvard University, 2005. Disponível em:

<http://cyber.law.harvard.edu:8080/webcred/wp-content/webcredfinalpdf_01.pdf> Acesso em: 01 out. 2004.

MADARIAGA, José María García de. **Periodismo de “código abierto”**. II Congresso Ibérico de Ciências da Comunicação. Disponível em: < www.cccc2004.ubi.pt > Acesso em: 01 out. 2005.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2001.

MATHESON, Donald. **Weblogs and the epistemology of the news: some trends in online journalism**. London: SAGE Publications, 2004. In: New media & Society.

MATTOS, Sérgio. **Censura de Guerra: Da Criméia ao Golfo Pérsico**. Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado da Bahia, 1991. Disponível em: <http://www.sergiomattos.com.br/liv_crimea01.html> Acesso em: 14 ago. 2005.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de Comunicação como extensão do homem (Understanding media)**. São Paulo: Cultrix, 1974.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/luciana_papersopcom.doc> Acesso em: 16 jun. 2003.

_____. **Interatividade como dispositivo do jornalismo online**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/luciana_dispositivo.rtf> Acesso em: 16 jun. 2003.

_____. **Jornalismo na Web: um estudo sobre o formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese de Doutorado, programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 2003.

MIELNICZUK, Luciana; PALACIOS, Marcos. **Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual**. Disponível em: < <http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/textos/lucianamarcos.htm> > Acesso em: 22 jun. 2003.

MOURA, Catarina. **O Jornalismo na era Slashdot**. Universidade da Beira Interior, Janeiro de 2002. Disponível em: < http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=moura-catarina-jornalismo-slashdot.html > Acesso em: 20 set. 2005.

MUNHOZ, Paulo. **Dias de Pânico em Salvador: estudo da cobertura da greve das polícias civil e militar nos jornais Correio da Bahia e A Tarde, a partir de pressupostos teórico-metodológicos da análise do discurso**. Trabalho apresentado no II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor), novembro de 2004.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NERONE, John; BARNHURST, Kevin. **Visual mapping and cultural authority: Design changes in U.S. newspapers, 1920 – 1940**. Journal of Communication, vol. 45, nº 2, p. 9 – 43, 1995.

NOGUEIRA, Luís Carlos. **Slashdot, comunidade de palavra**. Universidade da Beira Interior, fevereiro de 2002. Disponível em: < http://www.bocc.ubi.pt/pag/nogueira-luis-slashdot_texto.pdf > Acesso em: 17 set. 2005.

OLIVEIRA, Rosa Meira de Carvalho. **Diários Públicos, Mundos Privados: o diário íntimo com gênero discursivo e suas transformações na contemporaneidade**. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, UFBA, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-rosa-meire-diarios-publicos-mundos-privados.pdf> >.

_____. **De onda em onda: a evolução dos ciberdiários e a simplificação das interfaces**. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt> > Acesso em: 20 abr. 2005.

OUTING, Steve. **Newspapers and new media: the digital awakening of the newspaper industry**. Pittsburgh: GATEFPRESS, 2000.

PALACIOS, Marcos. **O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, Salvador, Bahia, em 21 set.1999.

_____. **Hipertexto, fechamento e uso do conceito de não-linearidade discursiva**. In: Lugar Comum, Rio de Janeiro, n. 08, p. 111-121, 1999.

_____. **Cotidiano e Sociabilidade no Cyberspaço: Apontamentos para Discussão**. In: FAUSTO NETO, Antonio; PINTO, Milton José. (Org.). *O Indivíduo e as Mídias*. Diadorim, Rio de Janeiro, 1996, p. 87-104. Disponível em: <<http://facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/cotidiano.html> >

_____. **Internet e TV no Ataque aos Estados Unidos**. Artigo publicado no Correio Brasiliense em 22 de setembro de 2001.

_____. **Jornalismo Online, informação e memória**. Comunicação apresentada nas jornadas de Jornalismo Online. Porto: Universidade da Beira Interior, 2002.

_____. **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória** (artigo no prelo, a ser publicado em coletânea do GJOL da FACOM/UFBA), 2003.

PALACIOS, Marcos; MACHADO, Elias. **Manual de Jornalismo na Internet: conceitos, noções práticas e um guia comentado das principais publicações jornalísticas digitais brasileiras e internacionais**. On-line, 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/fontes_manuais.htm > Acesso em: 01 set. 2005.

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/mapeamento_jol.doc > Acesso em: 22 jun. 2003.

_____. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português.** Trabalho apresentado no XXV Intercom. Salvador, 2002b.

PALACIOS, Marcos; MUNHOZ, Paulo. **Os Usos da Fotografia no Jornalismo On-line: Primeiros Lineamentos para um Estudo de Situação.** Salvador: apresentado no Seminário de Pesquisa sobre Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 2003.

PAQUET, Sébastien. **Personal knowledge publishing and its uses in research.** Disponível em: <<http://www.knowledgeboard.com/cgi-bin/item.cgi?id=96934&d=pnd>> Acesso em 01 jun. 05.

PAVLIK, John. **Journalism and new media.** New Youk: Columbia University Press, 2001.

PLATON, Sara; DEUZE, Mark. **Indymedia journalism: A radical way of making, selecting and sharing news?** Londres: SAGE publications, 2003.

PREUSS, Julio. **Fotografia digital: da compra da câmera à impressão das fotos.** Rio de Janeiro: Axcel Books Editores, 2004.

PRYOR, Larry. **The Third Wave of Online Journalism.** Disponível em: <<http://www.ojr.org/ojr/future/1019174689.php>> Acesso em 03 ago. 2003.

RAINIE, Lee; FOX, Susannah; MADDEN, Mary (orgs.). **One year later: September 11 and the Internet.** Pew Internet Project Survey Analysis, 2002.
Disponível em: < http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_9-11_Report.pdf > Acesso em: 05 jul. 2005.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais.** Artigo apresentado no VI Seminário Internacional de Comunicação, GT de Comunicação e Cultura (setembro de 2002 a). Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.html> Acesso em: 08 jun. 2005.

_____. **Comunidades Virtuais: Uma Abordagem Teórica.** Artigo apresentado no V Seminário Internacional de Comunicação, GT de Tecnologia das Mídias. (outubro de 2002 b). Disponível em: < <http://www.pontomidia.com.br/raquel/teorica.htm> > Acesso em: 10 jul. 2005.

_____. **Warblogs : Os Blogs, a Guerra do Iraque e o Jornalismo Online.** Artigo apresentado no Núcleo de Pesquisa de Tecnologias da Comunicação e da Informação do XXVI INTERCOM, 2003. Disponível em: <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/warblogs.pdf>> Acesso em: 14 jun. 2005.

REDECMIBRASIL. Documentação *On-line*. 2002. Disponível em: <<http://docs.indymedia.org/view/Local/RedeCMIBrasil>> Acessado em 02 out. 2005.

RHEINGOLD, Howard. **La Comunidad Virtual: Una Sociedad sin Fronteras.** Gedisa Editorial. Colección Limites de La Ciência. Barcelona, 1994.

_____. **A Slice of Life in my Virtual Community.** Junho de 1992. Disponível em: <gopher://gopher.well.sf.ca.us/00/Community/virtual_communities92> Acesso em: 24 ago. 2005.

RIBAS, Beatriz. **Infografia multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo.** Trabalho apresentado ao V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet. Salvador, 2004. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/jol>> Acesso em: 12 out. 2005.

RODRIGUES, Catarina. **Blogs: uma Ágora na Net.** Universidade da Beira Interior, 2004. Disponível em: <www.labcom.ubi.pt/agoranet> Acesso em: 10 maio 2005.

ROSE, Carla. **Aprenda em 14 dias fotografia digital.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

ROSEN, Jay. **Bloggers x Journalists is over.** Paper apresentado no evento Blogging, Journalism & Credibility realizado entre 21 e 22 de janeiro de 2005 em Cambridge (MA). Disponível em: <http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/15/berk_pprd.html> Acesso em: 29 set. 2005.

SCHAEFFER, Jean-Marie. **A imagem precária: sobre o dispositivo fotográfico.** Campinas: Papirus, 1996.

SCHWINGEL, Carla. **A arquitetura da informação e o sistema de publicação do Independent Media Center.** Trabalho apresentado ao V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet, Salvador, Bahia, 2004.

SERRA, Sonia. **Relendo o “gatekeeper”: notas sobre condicionantes do jornalismo.** In: Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura vol. 2, nº1, jun. 2004. Disponível em: <<http://www.contemporanea.poscom.ufba.br/pdfazuljun04/artigo%204jun04gatekeeper.pdf>> Acesso em: 04 ago. 2005.

SIBILIA, Paula. **Os Diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica.** In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003, p.139 – 152.

SILVA JÚNIOR, José Afonso da. **Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo.** Salvador, 2000. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas), Faculdade de Comunicação, UFBA, 2000.

_____. **A relação das Interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: Agências de notícias como estudo de caso.** Tese de Doutorado, FACOM – UFBA, 2001.

_____. **Dejá-vu onipresente: repetição, previsibilidade e homogeneidade no jornalismo on-line brasileiro.** Trabalho apresentado no XXV Intercom. Salvador, 2002.

_____. **A Interface Como Estrutura de Produção do Jornalismo de Fonte Aberta.** Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Porto Alegre, 2004. Disponível em:

<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_silvajr_interface_jol_fonteaberta.pdf> Acesso em: 20 set. 2005.

SILVA, Janalyne B. **Dos fanzines aos Weblogs: uma análise entre as semelhanças e diferenças entre os dois suportes.** Trabalho apresentado no XXV Intercom. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/2002/np08/NP8SILVA2.pdf>> Acesso 12 dez. 2003.

_____. **Weblogs, Apropriação Social e Liberação do Pólo da Emissão** (Dissertação de Mestrado) - Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador, BA. dez. 2003.

SONTAG, Susan. **Ensaaios sobre fotografia.** Rio de Janeiro: Arbor, 1981.

_____. **Looking at War: Photography's View of Devastation and Death.** Vol.78, issue 38. The New Yorker, 2002, p. 82-98.

SOUGEZ, Marie-Loup. **História da Fotografia.** Lisboa: Dinalivro, 2001.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental.** Chapecó: Argos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

_____. **Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa.** Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SUTHERLAND, Ewen. **Minitel: The resistible rise of French videotext.** *International Journal for Information Resource Management* (4) p. 4-14., Disponível em : <<http://www.sutherla.dircon.co.uk/minitel/>> Acesso em: 21 set. 2005.

VILCHES, Lorenzo. **Teoria de la imagem periodística.** Barcelona: Paidós, 1987.

WESTBROOK, Dillon. **A Brief History of Photojournalism.** On-line, 2002, disponível em: < <http://www.photography-schools.com/photojournalismhistory.htm> > Acesso em: 23 ago. 2005.

WINER, Dave. **The History of Weblogs.** Disponível em: <<http://newhome.weblogs.com/historyofweblogs>> Acesso em 28 maio 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação. Mass media: Contextos e paradigmas; Novas tendências; Efeitos a longo prazo; O newsmaking.** Lisboa: Editorial Presença, 7ª ed., 2002.

WOLTON, Dominique. **Internet et après: une theorie critique des nouveaux médias.** Paris: Flammarion, 1999.