



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

ANTONIO FERNANDO VIVAS DA SILVA

PEDRA, LUZ E PIXEL

[uma romaria digital]

Fotorreportagem para web sobre as tecnologias digitais na romaria de Bom Jesus da Lapa

SALVADOR
2014.1

ANTONIO FERNANDO VIVAS DA SILVA

PEDRA, LUZ E PIXEL

[uma romaria digital]

Fotorreportagem para web sobre as tecnologias digitais na romaria de Bom Jesus da Lapa

Memória apresentada como requisito parcial de avaliação do Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Rossoni

SALVADOR
2014.1

A todas as pessoas que ajudaram na
construção desse trabalho com suas
imagens, palavras e verdades.

*Na gruta do Bom Jesus tem água,
tem pedra, tem luz*
(refrão de hino dos romeiros)

RESUMO

O presente trabalho busca abordar as transformações tecnológicas dentro do universo da romaria de Bom Jesus da Lapa e como os romeiros e a própria igreja católica se apropriou dessas ferramentas e estabeleceu novas vivências no contexto da expressão da fé e no mundo do trabalho, já que o registro do evento pelos profissionais de fotografia locais, que movimentava a economia da região, sofre as influências do advento da fotografia digital e sua popularização, que dissolve os limites entre produtores e receptores de conteúdo. Em seu formato, a fotorreportagem para a web Pedra, luz e pixel é construída a partir de instrumentos próprios do momento vivido pelo jornalismo, que também sofreu impactos das mudanças tecnológicas e passou por um período de transição, que iniciou na transposição de produtos jornalísticos e culminou no surgimento de novas modalidades e rotinas que aproveitam as potencialidades trazidas pela internet. No caso do fotojornalismo, o gênero das pictures stories (histórias fotográficas) é remodelado a partir da possibilidade de agregar elementos multimídia – imagens, som e texto – para a construção e publicação de narrativas.

Palavras-chave: Bom Jesus da Lapa | Fotojornalismo | Fotorreportagem | Tecnologia | Picture Stories

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Morro de Bom Jesus da Lapa, August Riedel, 1868	12
Figura 2 - Câmera Ermanox, Casa Ermanox,	23
Figura 3 - Erich Salomon com Ermanox.....	24
Figura 3 - Câmera Leica, Carl Zeiss Co.....	24
Figura 5 - Imagem da superfície de Marte, NASA, 1965.....	26
Figura 6 - Protótipo de câmera Kodak de 1975, Eastman Kodak.....	27
Figura 7 - Páginas da Berliner Illustrierter Zeitung.....	34
Figura 8 - Efeito Kuleshov, reprodução.....	39
Figura 9 - Paloma al aire, Ricardo Cases.....	45
Figura 10 - Violet Isle, Alex e Rebecca Norris Webb	45
Figura 11 - Scotland Stories. Murdo MacLeod.....	46

SUMÁRIO

Introdução	8
1 A romaria de Bom Jesus da Lapa	11
1.1 A origem do Santuário	14
1.2 O novo Santuário	16
2 O fotojornalismo	19
2.1 Transformações do Fotojornalismo	28
2.2 Fotojornalismo na web	36
2.3 Picture Stories	41
3 Processo de trabalho	43
3.1 Edição	46
4 Considerações finais	50
5 Referências bibliográficas	51

INTRODUÇÃO

O produto dessa pesquisa é a fotorreportagem para *web* **Pedra, Luz e Pixel - uma romaria digital** utilizando recursos multimídia (fotografias e áudios com depoimentos, rezas e músicas gravados diretamente do ambiente investigado), realizada durante a romaria na cidade baiana de Bom Jesus da Lapa, nos meses de agosto e setembro de 2013. Esse trabalho, com duração de 6 minutos e 42 segundos, será exibido na *web* através do YouTube (site de hospedagem e compartilhamento de vídeos na internet).

A proposta surgiu a partir de viagens que fiz, desde o final dos anos 80, para regiões de romarias (Bom Jesus da Lapa e Monte Santo), com intuito de fotografar rituais de fé dos peregrinos. Estava começando na fotografia, dividindo o tempo como laboratorista de campanha política e fazendo os primeiros “frilas” como fotojornalista. Em 2008 – já como fotógrafo do jornal A Tarde, onde comecei a trabalhar desde 2003 – fiz, durante uma semana, a cobertura dos Festejos do Bom Jesus da Lapa. Esse foi o mais prolongado período que fiquei na região e pude notar algumas mudanças no cotidiano dos devotos, em relação a minha primeira incursão à região na década de 1980.

Em primeiro lugar, observei uma redução no número de fotógrafos que ficavam na Esplanada, a área de entrada do Santuário, na parte externa, oferecendo o serviço de retratos aos romeiros. Em compensação, o número de câmeras entre os próprios romeiros era bem maior. Esse fator serviu de mote quando pensei em escolher um tema para meu TCC, já que foi uma transformação percebida no mercado fotográfico em Salvador e que se processou em todo o mundo com o advento das câmeras digitais. Mas, naquele microcosmo, acreditava que esse fato não poderia ser notado com tanta intensidade. Então, as alterações sofridas na paisagem da romaria, além de me causar surpresa, levaram-me a querer entender o que significavam e como seriam reinterpretadas no contexto religioso em que ocorriam.

Voltei à cidade em 2013 para executar esse projeto. A quantidade de câmeras tinha sido superada por telefones celulares, que eram apontados pelos romeiros para os mais diversos locais e direções do santuário. Percebi também o crescente uso de fotos em substituição as tradicionais esculturas de

ex-votos, antes em madeira, que posteriormente passaram a ser de cera e, em alguns casos, de plástico. O número de fotógrafos profissionais, de acordo com os entrevistados, chegava a mais de 50, no passado, mas foi reduzido para 20, que estão reunidos agora na Associação dos Fotógrafos Lapenses. Os laboratórios que serviam ao batalhão de fotógrafos que acorriam à cidade no período dos festejos também fecharam com a redução da demanda pelos serviços. Agora, podem ser encontradas pequenas impressoras nas ruas próximas ao Santuário, e até mesmo em cima da serra do Bom Jesus, executando a tarefa dos antigos *minilabs*. As missas celebradas durante a semana que antecede a procissão do Bom Jesus, no dia 6 de agosto, agora podem ser transmitidas pela internet em tempo real. Para isso, a Diocese de Bom Jesus da Lapa instalou um provedor de internet próprio, com capacidade de 2 Mbps (megabytes por segundo). Durante o chamado Novenário – nove dias anteriores à procissão –, as missas noturnas são mostradas, também ao vivo, pela Rede Aparecida, maior rede de TV católica do Brasil, com sede no município paulista de Aparecida, palco da maior peregrinação católica do país. Para realizar a transmissão, a diocese de Bom Jesus contrata uma produtora de vídeo carioca com equipamentos que permitem o envio das imagens via satélite.

Com o provedor, o Santuário do Bom Jesus da Lapa pode também lançar sua própria WebTV, a TV Bom Jesus. Desta forma, os devotos que estão distantes e não tiveram como participar da romaria podem assistir à missa em tempo real e interagir de várias formas, desde escrevendo no mural de recados até acendendo velas virtuais com pedidos ao Bom Jesus. Serviços oferecidos aos fiéis que navegam pelo site do Santuário. Segundo o webdesigner do Santuário, Sandro Azevedo, as velinhas virtuais são responsáveis pelo maior número de acessos do portal.

Através de observação e entrevistas, desenvolvi uma narrativa no formato de áudio slideshow a partir da análise do universo dos romeiros, mostrando como essas novas tecnologias digitais estão sendo inseridas nos rituais desses peregrinos. São abordados desde os registros pessoais que os peregrinos fazem com câmeras fotográficas digitais, celulares e *tablets*, ao processo de adaptação dos antigos fotógrafos do santuário às novas rotinas de produção exigidas pela fotografia digital. Abordei também como a igreja se

apropriou da difusão dessas ferramentas para se aproximar dos fiéis e atualizar a sua relação com o próprio evento, que guarda em si, ao longo de sua história, um conteúdo de misticismo que foi reinterpretado nos tempos atuais, mas ao mesmo tempo sobrevive, apesar do progresso técnico-científico.

Optei por desenvolver um produto audiovisual, compondo uma narrativa com fotografias, sons ambientes, depoimentos, cânticos e rezas para expressar esse tensionamento entre a fé, expressão e comunicação popular. A fotorreportagem, formato que já conheço, é potencializada quando levada para o ambiente virtual, já que, pelo seu caráter multimídia, amplifica o conteúdo e traz novas possibilidades de leitura.

1. A romaria de Bom Jesus da Lapa

A cidade de Bom Jesus da Lapa está situada no centro-oeste do estado da Bahia, na mesorregião do Vale do São Francisco, a 850 km de Salvador (IBGE, 2014) e tem 63,5 mil habitantes, de acordo com o Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010). Na região, inicialmente, era habitada por índios tapuias antes da chegada, no final do século XVII, dos bandeirantes que buscavam minérios preciosos, escravizar indígenas ou recapturar os africanos que se refugiavam nos sertões do Brasil Colonial. Foi alçada à condição de cidade em 1923 (IBGE, 2010).

Baseado em documentos do Arquivo Público da Bahia, o antropólogo Carlos Alberto Steil afirma em seu livro, "O sertão das romarias", que o povoamento da região aconteceu a partir de 1663, quando o tabelião Antonio Guedes de Brito recebeu da Coroa Portuguesa uma extensa área de terra, abrangendo desde o Morro do Chapéu às nascentes do rio das Velhas (STEIL, 1996, p.28). A área compreendia desde o recôncavo baiano até o norte de Minas Gerais.

Na época, a sesmaria de 150 léguas de Guedes de Brito, que deu origem ao morgado da Casa da Ponte, só perdia em tamanho para a Casa da Torre, de Garcia d'Ávila, considerado o maior latifúndio das Américas. Pesquisadores atribuem aos processos empregados na construção da "sociedade pastoril" colonial, reflexos na atual realidade rural do Brasil. Segundo Drummond:

Esse sistema, denominado enfiteuse romana, durou todo o período colonial e pode ser entendido como a primeira razão histórica da concentração de terras e da falta de controle sobre terras públicas. (DRUMMOND apud FERRARO JR., 2008, p.387)

Para tomar posse das terras doadas pelo Rei de Portugal, Guedes de Brito, que também ganhou da Coroa honrarias como a patente de mestre de Campo, financiou expedições para fundar fazendas de gado, engrossando, assim, o trecho que ficou conhecido como "Caminho dos Currais do Sertão". Uma dessas propriedades, a fazenda "Morro", deu origem ao povoado de Bom Jesus.



Fig. 1 – Morro de Bom Jesus da Lapa fotografado por August Riedel, 1868

Relatos históricos (KOCIK, 1988; STEIL, 1996) afirmam que, no final do século XVII, surgiu na região outro personagem importante, responsável pelo aumento do povoamento e da futura inclinação religiosa da cidade que se formaria a seguir: o ourives português Francisco de Mendonça Mar.

Documentos do início do século XVIII dão conta da existência de um monge leigo que descobriu, em 1691, uma gruta às margens do Rio São Francisco (local que coincide hoje com santuário de Bom Jesus da Lapa), e fundou em seu interior uma humilde capela consagrada à Nossa Senhora da Soledade. O primeiro registro é encontrado no livro Santuário Mariano (tomo IX). A publicação de 1722, editado em Portugal pelo frei Agostinho de Santa Maria, traz a versão oficial para a história da vida do peregrino que, depois de doar todos os seus bens, iniciou uma caminhada de Salvador, no litoral do Brasil em direção à região mais inóspita do país.

Tinha Francisco de Mendonça, por este tempo, trinta anos ou pouco mais, e distribuindo o cabedal que tinha, que talvez não seria muito, saiu em hábito humilde e pobre, acompanhado de uma devota imagem de Cristo Crucificado, do tamanho de três palmos, a quem pediu luz para que todos os seus passos fossem dirigidos a sua maior honra e glória, meteu-se no sertão adentro, onde achou vários sítios onde poderia ficar, mas como Deus o destinava para outro lugar, quis que se alargasse mais, e assim foi dar uma grande montanha que fica nas margens do rio São Francisco e em distância de duzentas léguas de sua foz e da vila que tomou o nome do mesmo Santo, que lhe haviam imposto os primeiros descobridores quando descobriram

em 4 de outubro aquelas suas grandes correntes. (SANTA MARIA, 1949, p.169)

A motivação da peregrinação do ourives foi um ordenamento divino que teria recebido enquanto estava preso injustamente (episódio obscuro e de poucos relatos), por ordem do provedor-mor da Bahia (consta nos anais do Arquivo Público da Bahia uma carta na qual Francisco reclama de sua indevida prisão ao Rei de Portugal, que seria motivada por uma dívida que o provedor-mor da Fazenda Real lhe negava pagar). Essa primeira versão sobre a vida do Monge da Gruta, como passou a ser chamado o eremita Francisco, tornou-se oficial por ter sido escrita pelo monsenhor Sebastião Monteiro Da Vide (1643-1722), quinto arcebispo da Bahia (1702-1722), como a hagiografia de ordenamento de Francisco de Mendonça Mar, tornado frei Francisco da Soledade, em 1706.

Apesar de fundamentação histórica, é na tradição oral que a lenda do monge peregrino ganha contornos de fábula e literatura fantástica. No livreto “Catecismo dos romeiros”, editado pela gráfica do santuário, a gráfica e editora Bom Jesus, o cordelista Minelvino Francisco Silva explica assim o motivo da peregrinação do frei Francisco da Soledade: “(...) quando ele estava preso em uma cela ouviu uma voz que dizia: ‘Francisco, Francisco, procure o calvário da gruta’” (SILVA, 2013, p.3). Em outro trecho, Minelvino descreve o encontro do peregrino com uma onça:

(...) e viu de repente uma onça pintada enorme, deitada como quem fazia o pulo para pegá-lo. Assim que ele virou gritou: ‘Valei-me bom Jesus!’ Nisso a onça ficou calma, ele andou calmamente em direção a ela e descobriu que estava com uma lasca de pau enorme cravada em uma das patas [...] até passar a mão no lombo da onça, procurando jeito e tirando assim a lasca de pau que tanto maltratara aquele pobre animal. (SILVA, 2013, p. 4)

No livro O sertão das romarias, o antropólogo Carlos Alberto Steil, através de depoimentos colhidos dos romeiros, demonstra outras lendas que foram agregadas a origem do santuário de Bom Jesus da Lapa e do frei da Soledade. Uma dessas histórias atribui ao padre Cícero a orientação seguida pelo peregrino Francisco de Mendonça Mar para descoberta da gruta: “Então padre Cícero disse: meu filho, vou te dar aqui uma imagem, você vai levar essa

imagem e, no dia que você encontrar uma gruta, vai colocar lá” (1996, p.166).

A impossibilidade desse encontro dá-se pelo fato do religioso cearense Cícero Romão Batista, o padre Cícero, ter nascido em 1844, mais de um século após a morte do frei da Soledade, ocorrida em 1722. Outros depoimentos falam que a descoberta da gruta foi feita por um vaqueiro, outros que a nacionalidade do frei da Soledade era espanhola. Já em 1902, Euclides da Cunha descrevia em Os sertões a gruta e “a lenda emocionante de um monge que ali viveu em companhia de uma onça” (CUNHA, 1975, p. 165). Para o jornalista carioca, que passou pelo sertão baiano ao cobrir a Guerra de Canudos em 1897, quase duzentos anos após a morte do monge Francisco, Bom Jesus da Lapa era “A Meca dos sertanejos”: o local “predileto de romarias piedosas, convergentes dos mais longínquos lugares, de Sergipe, Piauí e Goiás” (CUNHA, 1975, p. 165).

Segundo Steil, a romaria de Bom Jesus da Lapa é um “fenômeno que é *reinventado* [grifo do autor] em diferentes momentos por diversos agentes” (1996, p.13), superando a ideia de ser uma apenas a resistência de uma tradição frente às mudanças da Igreja e da sociedade. O autor indica três momentos em que foram criados discursos para institucionalização do culto ao Bom Jesus da Lapa: na origem do santuário, na fase posterior ao Concílio Vaticano II e com a administração do santuário pelos padres Redentoristas.

1.1. A origem do Santuário

O pesquisador Carlos Alberto Steil afirma que o surgimento do santuário de Bom Jesus da Lapa está inserido em duas expressões comuns ao catolicismo ibérico do Velho e do Novo Mundo, acontecidas entre os séculos XVI e XVIII: a peregrinação em direção à natureza e as aparições de imagens milagrosas. O sucesso do livro *Compêndio Narrativo do Peregrino da América*, de Nuno Marques Pereira, uma “ficção de fim e caráter religioso” (Veríssimo, 1915), que foi editado em Lisboa, em 1728, confirma o interesse que o tema despertava na época. A obra, que tem 476 páginas e descreve as aventuras de um personagem que sai do litoral da Bahia em direção às minas de ouro de Minas Gerais, foi reeditada quatro vezes entre 1731 e 1765. Na introdução da versão brasileira do *Compêndio*, editada em 1988 pela Academia Brasileira de

Letras, o acadêmico Afrânio Coutinho afirma que a peregrinação é:

(...) uma ideia católica e barroca por excelência, que denota o dilema do homem desta que época que, ao mesmo tempo se vê atraído para Deus, não consegue negar seu apego ao Mundo. (COUTINHO, 1988, apud STEIL, p. 217)

O êxodo entre o litoral e o interior do Brasil em busca de ouro, foi comum na Bahia a partir de 1680, com a crise provocada pela baixa do preço do açúcar decorrente da concorrência internacional e de sucessivas safras ruins (Schwartz apud Steil, 1996, p. 214). O santuário da Lapa estava assim no meio do caminho geográfico dos exploradores, servindo de confortável abrigo aos dilemas espirituais vividos pelo homem colonial. Normalmente os peregrinos criavam capelas (ermidas) em lugares ermos e prestavam assistência religiosa às comunidades próximas. Eram homens que levavam uma “vida de consagração ao serviço religioso, sem assumir necessariamente as ordens religiosas” (STEIL, 1996, p.219). Na Bahia, a história do eremita da Lapa se encaixa perfeitamente nessas características.

A obra Santuário Mariano, constituída de dez livros publicados em Portugal, entre 1707 e 1723, que traz histórias sobre as imagens milagrosas da Virgem Maria espalhadas pelo mundo lusófono, dedica um capítulo de seu nono volume ao santuário de Bom Jesus da Lapa, ou melhor, à aparição de Nossa Senhora da Soledade no interior da gruta. Entre as histórias relatadas pelo Frei Agostinho de Santa Maria, autor do Santuário Mariano, também aparece a figura de Francisco de Mendonça Mar, após a descrição dos “certões” (SANTA MARIA, 1949, p.168), da extensão magnífica do Rio São Francisco, das riquezas naturais nas terras banhadas por ele, o que incluía minas de ouro, prata e pedrarias. O religioso faz menção também aos “gentios”, que obrigavam os vaqueiros a andarem armados e que necessitavam ser doutrinados e convertidos por missionários (SANTA MARIA, 1949, p.168).

O moço, “filhos de pays pobres & oficial de ourives”, além do “achaque da pobreza padecia de outras queyxas; & entendendo que mudando de terra, poderia conseguir perfeyta saúde, que desejava, assim se resolveu a passar a Bahia, tendo de idade pouco mais de vinte anos” (SANTA MARIA, 1949, p.169). Francisco de Mendonça era muito devoto de Nossa Senhora, relata o frei, porém acabou declinando em vícios por conta do clima de “delicia, & largueza” que encontrou. Sua ida para o interior do estado, já por volta dos 30

anos, de acordo com o relato, é atribuído à Nossa Senhora, que “se resolveu a deyxallo, & retirar a algua parte, aonde fugindo ao trato dos Homes se pudesse empregar no serviço de Deos” (SANTA MARIA, 1949, p.169). Nesse trecho, apesar de não se fazer menção clara à prisão, deixa-se entrever que Francisco teve problemas e precisou se retirar da capital.

Acompanhado de uma imagem de Cristo Crucificado “do tamanho de três palmos”, saiu de Salvador por volta de 1680, rumo ao sertão. No Santuário Mariano, é citado que ele encontra “vários sítios onde poderia ficar, mas como Deos o destinava para outro lugar, quis que se alargasse mais”. Nesse momento, Francisco encontra uma grande montanha, às margens do Rio São Francisco. A essa altura da história, o frei já se refere a ele como “eremitão”, que na sua conversão, se batizou como “Francisco da Soledade”. O Templo, no entanto, já existia, em que já se descreve o cruzeiro, a capela e o sino, tendo o peregrino apenas a função de descobri-lo. Por achar ali “hum singular buraco, que mysteriosa, & proporcionadamente recebia a Cruz da Santíssima Imagem de Christo” (SANTA MARIA, 1949, p. 170), o Irmão Francisco da Soledade – em cerca de dois parágrafos ele já aparece com essa identificação – se pôs, entre confuso e alegre, a chorar culpas e render graças, e ali resolveu ficar. Mais tarde, ao saber do ocorrido, o Arcebispo de Salvador, Sebastião Monteyro da Vide o levou a condição de sacerdote. De rapaz pobre caído em vícios ao “Padre já, e não irmão Francisco da Soledade” (SANTA MARIA, 1949, p. 171), a história desse romeiro inaugural vai se revestindo de milagres e de um discurso que autoriza, legitima e institucionaliza o culto naquele local.

1.2. O novo Santuário

Se, após três séculos de romarias, devotos ainda imploram aos mesmos santos os mesmos milagres (riqueza, chuva, boa colheita, casa, amores e felicidade), os modos de pedir e agradecer sofreram transformações.

Por exemplo, os ex-votos, objetos deixados no santuário como sinais de agradecimento às graças conseguidas, ou como forma de pedidos, que antes de metal ou madeira, se tornaram de cera ou plástico. Materiais mais baratos e adequados à realidade financeira dos romeiros. Os quadros pintados com cenas vividas ou imaginadas pelos pagadores de promessas, com o passar do

tempo foram substituídos por fotografias. O barateamento e a rapidez do processo fotográfico tomava o lugar do procedimento artesanal dos “pintores de milagres”, se formando assim, na frente do santuário, um verdadeiro batalhão de fotógrafos.

Agora, as missas são transmitidas ao vivo pela internet. Para garantir o fluxo de dados, a diocese tem seu próprio provedor, com capacidade de processar todo o conteúdo on-line da cidade. No audiovisual, as falas públicas de dois padres são utilizadas, em referência a amplificação da voz eclesial. A primeira, do padre Roque Silva, captada na missa campal realizada na esplanada do santuário, é uma orientação aos romeiros sobre seu comportamento frente às câmeras durante a transmissão pela WebTV. Como um mestre de cerimônia, ele fala ao microfone, do palco e, por meio de caixas de som, é ouvido até a praça central da cidade, distante cerca de um quilômetro. Consultor do Pontifício Conselho da Cultura e das Comunicações Sociais do Vaticano, o teólogo jesuíta Antonio Spadaro, cita o teórico Marshall McLuhan para falar do papel do microfone no ambiente da igreja.

Em termos de uso do microfone na liturgia pode-se observar que a amplificação acústica sobrecarrega o nosso canal sensorial auditivo, diminuindo o limiar de atenção da experiência visual e individual da liturgia, assim como do espaço arquitetônico, isolando o indivíduo numa bolha de som. (MCLUHAN, 2002 apud SPADARO, 2012, p. 123)

A sonorização, explica Spadaro, cria um vínculo direto entre o celebrante e o indivíduo, em oposição ao latim e a voz não amplificada, que criavam uma “distância corporativa” entre essas duas instâncias. O mesmo microfone que une, no entanto, pode criar dispersão, sobretudo quando usado para alcançar multidões, caso da missa campal da romaria. McLuhan menciona “a nuvem sonora que envolve todos os participantes; uma nuvem esférica cujo centro está em toda parte e a circunferência em nenhum lugar”. Assim se sem um microfone, o orador permanece em um “centro único” de atenção, com ele, “está em toda parte ao mesmo tempo” (MCLUHAN, 2002 apud SPADARO, 2012, p. 123). Neste sentido, mais do que mestres de cerimônia, os sacerdotes tem que se tornar quase “animadores de plateia”, de forma a recuperar a

atenção dos fiéis, que ainda concorrem com o uso de dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*.

Os romeiros agora se dividem entre cantar, rezar e até dançar durante a missa, ao mesmo tempo em que precisam registrar o evento e divulgar sua participação e suas percepções nas redes sociais, muitas vezes como forma de compartilhar sua vivência com aqueles que não puderam fazer a romaria – que tem um sentido físico do deslocamento para estar presente. Essa ponte entre os que fizeram concretamente a romaria e os que assistem à distância é vista por Spadaro como um dos pontos críticos das celebrações eucarísticas online, já que “a Igreja não é redutível a ser *the ultimate social network*, uma espécie de rede social definitiva”, mas se relaciona com outras forças, impulsionadas pelas plataformas digitais de convivência (SPADARO, 2012, p. 128). Para o pesquisador, “o perigo é a alienação”, pois ao se preocupar em compartilhar com os irmãos ausentes, pode-se negligenciar o que se vive com os presentes, a comunhão literal exigida no ato religioso.

Outro exemplo do que Spadaro nomeia como “remote communion” (comunhão à distância), é a possibilidade de o romeiro poder acender velas virtuais no site oficial do Santuário do Bom Jesus, e fazer pedidos de qualquer parte do mundo. Essas provas de “fé digital” já são validadas pela Igreja. No início deste ano, pelo *Twitter*, o papa Francisco ofereceu indulgências plenárias aos fiéis que não puderam ir a Jornada Mundial da Juventude (JMJ) no Rio de Janeiro. Seu antecessor, o papa Bento XVI, já tinha abençoado as redes sociais em 2011, durante as comemorações do Dia Mundial das Comunicações Sociais. Essa adaptação aos novos tempos seria uma forma que a igreja católica encontrou para deter a fuga de fiéis para outras religiões. Se os pentecostais dominaram as TVs, aproveitando-se das “dificuldades em lidar com o ritmo e com a lógica dos meios de comunicação de massa” (NOVAES, 2001, p. 60), a web pode ser um novo e fértil terreno para a renovação da Igreja.

O núcleo da questão, para Spadaro, é o “status ontológico incerto da existência virtual”, que “prescinde da presença física, mas oferece uma forma, às vezes até vívida, de presença social” (2012, p. 135). O ambiente virtual, onde se processam essas relações, se configuraria como um mundo “intermediário, híbrido que põe em discussão da metafísica da presença”

(SPADARO, 2012, p. 136). Quando o indivíduo de existência real age no contexto virtual, pode ser considerado um *cyborg* (do inglês, *cybernetic organism*), que atua por meio de próteses, neste caso o computador/celular e o próprio avatar, a “extensão digital do mesmo sujeito”, que não pode ser considerada um ser autônomo, já que o espírito que o anima é a pessoa da vida real (SPADARO, 2012, p. 136).

Na convergência da liturgia para o ambiente online, os instrumentos do rito, ligados a elementos da vida, como a água, o alimento, o óleo, o ato de lavar-se, ungir-se, etc., são reformatados em instrumentos tecnológicos. Para Spadaro, o que aproxima a vivência do mistério que se realiza no ambiente religioso com a participação digital na liturgia, é o fato de ambas as transições (do terreno ao espiritual, do corpóreo ao virtual, por meio da interface gráfica) estarem calcados em uma transformação que opera no campo do simbólico (SPADARO, 2012, p. 138).

É preciso considerar também, sobre a apropriação da internet e outras tecnologias pelas religiões, que essas ferramentas já fazem parte da vida diária. Spadaro diz não ser possível eliminá-la e “voltar a uma época ‘inocente’, já que o próprio funcionamento do nosso mundo primário, dos transportes às comunicações de qualquer tipo, se baseia na existência deste mundo chamado virtual” (SPADARO, 2012, p.17). Nas palavras do empresário Clauberdan Pereira, que já possuiu um laboratório em Bom Jesus da Lapa antes da popularização da fotografia digital, ao explicar a nova realidade do mercado fotográfico local, “o povo evoluiu demais, [...] não existe mais besta”. Essa naturalização ocorre, como diz o monsenhor Domenico Pompili, diretor do Ofício Nacional para a Comunicação Social, da Conferência Episcopal Italiana, porque a internet é “um espaço do homem, um espaço humano que já é habitado pelo ser humano. Não é mais um contexto anônimo e asséptico, mas um ambiente antropológicamente qualificado” (POMPILI, 2011 apud SPADARO, 2012, p. 17).

2. O fotojornalismo

O pesquisador português Jorge Pedro Sousa define o fotojornalismo

como uma atividade “que usa a fotografia como um veículo de observação, de informação, de análise e de opinião sobre a vida humana e as consequências que ela traz ao Planeta” (SOUSA, 2004, p.9). Esse campo onde, segundo Sousa, não existem “fronteiras claramente delimitadas” (SOUSA, 2004, p.11), pode-se abrigar várias categorias. Desde as fotografias de notícia, assim como os projetos documentais (distintos do fotojornalismo pela tipologia de trabalho, embora a imprensa possa ser usada pelo primeiro como suporte de difusão), às ilustrações fotográficas e os *features* (com características de “*new journalism*”). Em comum, essas subdivisões do fotojornalismo estão a serviço de uma mesma finalidade: a informação.

E para informar, ainda segundo Sousa, o fotojornalismo precisa combinar fotografias e textos.

A fotografia é ontogenicamente incapaz de oferecer determinadas informações, daí que tenha de ser complementada com textos que orientem a construção de sentido para a mensagem. (SOUSA, 2004, p. 12)

Para o pesquisador francês Jean-Pierre Amar, até o século XIX, a escrita era o alicerce da informação, cabendo desconfiança ao mundo das ilustrações:

O desenho, mais ou menos fiel a realidade, é frequentemente fantasista [...] Quanto à pintura, é muitas vezes feita por encomenda dos poderes estabelecidos. A sua objetividade é, portanto, rara. (AMAR, 2012, p.63)

No livro *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*, Sousa defende que o fotojornalismo surgiu como consequência dos desenvolvimentos tecnológicos. Quando “a fotografia já havia se beneficiado dos avanços técnicos, químicos e óticos que lhe permitiram abandonar os estúdios e avançar para a documentação imagética do mundo com o “realismo” que a pintura não conseguia” (SOUSA, 2000, p. 33). Ou seja, desde sua invenção, em 1839, a fotografia demorou quase um século até que, efetivamente, viesse dividir espaço com o texto nas páginas dos jornais. A configuração do fotojornalismo moderno foi lenta, apesar da fotografia ter sido criada em plena era do Positivismo, onde a “verdade” buscada pela ciência parecia ser inerente

à nova tecnologia que “copiava” a natureza com perfeição inquestionável.

Essa rejeição deveu-se tanto aos impedimentos técnicos do processo tipográfico na época – não podendo ser diretamente impressas, as fotografias precisavam ser transcritas por desenhistas para xilogravuras, litogravuras ou águas-fortes para ganhar as páginas dos jornais –, quanto à supremacia da escrita no campo jornalístico. Os editores, até o final do século XIX, “desvalorizavam a seriedade da informação fotográfica e também consideravam que fotografias não se enquadravam nas convenções e na cultura jornalística dominante” (HICKS apud SOUSA, 2004, p. 17). E nesse processo de evolução do fotojornalismo, três tecnologias foram fundamentais para sua atual configuração: o processo de impressão tipográfica *halftone*, a compactação das câmeras fotográficas e o surgimento da fotografia digital.

Desde 1842, jornais e livros publicavam em suas páginas gravuras usando fotografias como base, embora, muitas vezes, ganhando retoques dados pelos desenhistas – como “adição ou supressão de elementos, ou com modificação da perspectiva da composição original” (VASQUEZ, 2012, p.107). Algumas recebiam a assinatura dos gravuristas, embora fosse comum o uso de legendas informando o leitor que a imagem era copiada de um original fotográfico.

O processo tipográfico que veio permitir a impressão da fotografia diretamente sobre a página do jornal só surgiria no final do século XIX. Os pesquisadores creditam datas e autores diferentes para o uso da tecnologia da autotipia, ou, em inglês, o *halftone*: o português Jorge Pedro Sousa (2000, p. 42) acredita que a primeira impressão coube ao jornal sueco *Nordisk Boktryckeri-Tidning*, em 1871, pelas mãos do gravador Carl Carleman. Por sua vez, Ivan Luiz Giacomelli afirma que o norte-americano David Clayton Philips atribui o processo ao fotógrafo Frederic Eugene Ives, em 1880, e que a primeira foto teria saído no mesmo ano, no jornal nova-iorquino *The Daily Graphic* (PHILIPS, 1996 apud GIACOMELLI, 2012, p.47). O fotógrafo Eugene Ives, que teria “registrado mais de 70 patentes”, inclusive “um processo para obtenção de fotografias coloridas, em 1892”, é tido como responsável pelo aperfeiçoamento do *halftone* entre 1881 e 1885 (GIACOMELLI, 2012, p.47).

A técnica consistia em registrar no papel, através de um aparelho, uma trama de linhas que transcrevia os tons de cinza de uma foto em um gradiente

de pequenos pontos, praticamente imperceptíveis a olho nu. Onde os cinzas são mais claros, os pontos são menores e nos locais onde são mais escuros, os pontos são maiores. A imagem completa é reconfigurada por ilusão de ótica, de maneira em que se percebem apenas os tons de cinza da figura original (GIACOMELLI, 2012, p. 46). O método ficou conhecido como autotipia, mas se popularizou como *halftone* (meio tom), em menção à escala de cinzas.

De acordo com Sousa, Carleman preconizou que somente através de sua invenção “a fotografia poderia penetrar massivamente no público e tornar-se o meio mais poderoso para elevar culturalmente a humanidade” (SOUSA, 2000, p. 42).

Já Phillips afirma que o aprimoramento levado por Ives ao *halftone* deu o pontapé inicial no fenômeno da “enxurrada de revistas populares, ilustradas fartamente com fotografias”, que custavam poucos centavos – as chamadas *ten-cent magazines* (GIACOMELLI, 2012, p. 48).

Embora prestigiada, a fotografia ainda não tinha adquirido sua autonomia na imprensa. Segundo o fotógrafo e pesquisador Pedro Afonso Vasquez, somente em 1910 a fotografia passou a ser usada “sistematicamente como fonte de informação e não como mera ilustração” (VASQUEZ, 2012, p. 109). Citando K. Baynes, Sousa revela que as fotografias “deixaram de ser secundarizadas como ilustrações do texto” e passaram a ser definidas como “categoria de conteúdo” em 1904, com o Daily Mirror, primeiro tablóide fotográfico. (BAYNES, 1971 apud SOUSA, 2004, p. 17).

Na transição entre o uso ilustrativo e o informativo, o embrião do fotojornalismo moderno é atribuído às publicações ilustradas alemães, que surgiram após a Primeira Guerra Mundial. Entre 1920 e 1930, essas publicações alcançaram tiragens de “mais de cinco milhões de exemplares” (LACAIIO e RUSSEL, 1990 apud SOUSA, 2004, p. 19).

O sucesso editorial advindo da incorporação da fotografia nos veículos jornalísticos, que promoveu uma acirrada competição na busca por leitores, crescimento de circulação, publicidade e, por conseguinte, lucro, acelerou o aprimoramento no fotojornalismo (HICKS apud SOUSA, 2000, p.18). Os veículos tinham que levar ao leitor fatos exclusivos e com rapidez. Surge então a doutrina do *scoop* – a cobertura jornalística baseada em foto única. Essa demanda gera, então, pesquisas técnicas que culminaram com a construção

de máquinas menores, lentes mais luminosas e filmes mais sensíveis (HICKS apud SOUSA, 2000, p.18).

Depois do *half-tone*, uma das principais mudanças tecnológicas que beneficiaram diretamente a fotografia e a fizeram “abandonar os estúdios e avançar para a documentação imagética do mundo” (SOUSA, 2000, p. 33) foi o surgimento de câmeras mais leves e com boa qualidade ótica. A pioneira Ermanox foi lançada na Alemanha, em 1924, com o seguinte anúncio no jornal ilustrado *Muncher Illustrierte Presse*:

Você pode fazer fotografias no teatro durante a representação – exposições de curta duração ou instantâneos. Com a câmera Ermanox, pequena, fácil de manipular e pouco visível. (FREUND, 1984 apud BAPTISTA, 2001, 38)



Fig. 2 - Câmera Ermanox, de 1925

Produzida pela Casa Ernemann, a Ermanox apresentava dimensões reduzidas para a época e utilizava como negativo uma placa de vidro de 5 x 7 cm emulsionada por sais de prata mais sensíveis do que eram utilizados em película de celuloide transparente. Ela foi lançada como o equipamento ideal para fazer fotografias à noite e de interiores sem flash, graças à lente f/2.0, considerada naquele momento a mais luminosa do mundo (GIACOMELLI, 2012, p. 52).

O fotojornalismo vivia agora uma realidade bem diferente da enfrentada pelos primeiros fotógrafos, que conviviam com várias limitações: tamanho e peso das câmeras; baixa sensibilidade das emulsões, o que acarretava longos tempos de exposição; e, no processo de revelação, que

tinha que ser feito imediatamente após emulsão da chapa e exposição à luz.

As facilidades também fizeram surgir novos paradigmas dentro do campo do fotojornalismo. Os primeiros traços do que veio a ser a cultura do paparazzo apareceram nesse momento. O advogado alemão Erich Salomon (1886-1944), que fez a fama da câmera Ermanox, foi pioneiro da *candid photography* (a fotografia “cândida”, feita sem a cooperação dos fotografados). Com uma postura de caçador, mais invasiva, ganhou o epíteto de “o rei dos indiscretos” pelo político francês Aristide Briand:

Usava eventualmente a câmera escondida no chapéu, na valise, o que o fez ser visto (assim como outros fotógrafos ousados) como um novo tipo de herói dos tempos modernos. (BAPTISTA, 2001, p.37-8)

Sua grande façanha, a partir de 1928, foi ter conseguido entrar nos círculos mais herméticos da política e do espetáculo e aprimorar cada vez mais suas estratégias para revelar os bastidores desses universos fechados, parte deles reunidos na coleção de sua autoria, *Contemporains célèbres dans des moments d'inattention* (ROUILLÉ, 2009, p. 130).



Fig. 3 – Erich Salomon com sua Ermanox.

Outra câmera que revolucionou a fotografia e, por conseguinte o fotojornalismo, foi a Leica, “o mais significativo avanço no equipamento

fotográfico profissional do século XX” (BAPTISTA, 2001, p.39).



Fig. 3 – Câmera Leica, de 1925

Produzida comercialmente a partir de meados da década de 1920, essa câmera tinha como característica o uso do filme 35 mm, inusitado formato (24x36 mm), com bordas perfuradas, criado originalmente para o cinema.

Permitia que se fizesse com rapidez (graças a mecanismo de avanço do filme) várias imagens no mesmo rolo de filme e possuía lentes bastante luminosas (ideais para fotografar em locais de pouca incidência de luz), que podiam ser trocadas (permitindo ângulos diferentes a partir de um mesmo ponto).

A Leica é responsável pela configuração da “cara” das câmeras fotográficas até os dias atuais (desde os aparelhos de visor direto até as “reflex”), além de ter proporcionado uma nova estética nas imagens produzidas por seu equipamento, ao permitir que o enquadramento e ajustes de foco, diafragma e obturador, fossem feitos na altura dos olhos do fotógrafo, o que levou ao desenvolvimento de uma nova postura entre fotógrafo e fotografado, rendendo uma estética mais “espontânea”, com o uso de instantâneos e de poses mais naturais nos retratos (GIACOMELLI, 2012, p. 52).

Recentemente, a lendária Leica comemorou o centenário de fabricação de sua primeira câmera. O protótipo, chamado inicialmente de "Lilliput", foi desenvolvido pelo engenheiro alemão Oskar Barnack em 1914, mas foi deixado de lado durante a I Guerra e só retomado no início dos anos 20.

Além dos 100 anos de seu mais importante produto, a empresa

comemora também a superação da crise que viveu no início da década, em virtude do atraso em aderir à fotografia digital. Atualmente, a Leica “desenvolveu um nicho de mercado em um mundo dominado pelos asiáticos, como Nikon, Canon, Sony, Fuji, Panasonic e Olympus, e pelos produtores de semicondutores” (EFE, 2014). Assim, mesmo ocupando apenas 0,15% do mercado, a empresa tem faturamento de 270 milhões anuais (EFE, 2014).

Mais recentemente, a partir da década de 1990, o mundo começou a viver sua mais recente revolução tecnológica com a fotografia digital. Derivada do programa espacial americano, a fotografia digital surgiu – assim como a internet –, de experiências militares no contexto da Guerra Fria.

Imagens da superfície de Marte, feitas em 1965, ainda que não pudessem ainda ser chamadas de “digitais” – pois eram gravadas em fita magnética e capturadas por sensores analógicos –, são consideradas o início desse processo que, três décadas depois, viria revolucionar a fotografia.

Foram 22 fotos em preto e branco, com 0,04 megapixel de resolução, que foram produzidas pela sonda espacial Mariner 4 e levaram quatro dias para serem transmitidas, via rádio, para a Terra.



Fig. 4 – Imagem da superfície de Marte capturada pela Mariner 4

Um componente importante das atuais câmeras digitais, o CCD (Charge Coupled Device), responsável pela captura da imagem, foi criado em 1969, à partir do aperfeiçoamento do circuito CMOS (Complementary Metal Oxide

Semiconductor), que equipava a câmara de vídeo da espaçonave Mariner 4.

Passado meio século do assombro que o mundo viveu com as fascinantes fotos de 0,04 megapixel enviadas da órbita de Marte, nossos prosaicos telefones celulares são equipadas com câmeras de 5 megapixel que geram mais imagens, com menor ruído e maior sensibilidade à luz, do que todas as que foram produzidas pelas espaçonaves da Guerra Fria.

Em 1975, Steve Sasson, engenheiro elétrico da Kodak, construiu o protótipo de uma câmara com 4 kg, que levava 23 segundos para processar e armazenar em fita cassete uma imagem de 0,01 megapixel.

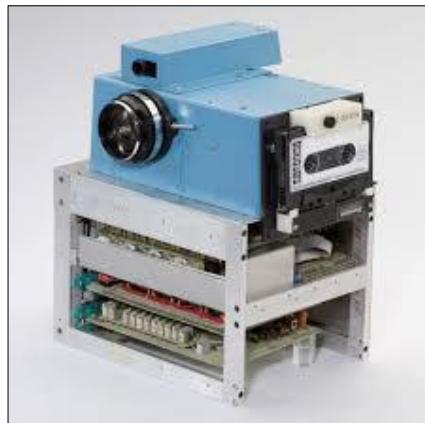


Fig. 5 – Protótipo de câmera digital da Kodak, de 1975

Embora revolucionário, o processo da “fotografia sem filme”, como chamou, não era totalmente digital e a criação do equipamento seguiu os ditames das câmeras analógicas: a máquina usava um botão disparador (em vez de um interruptor, por exemplo), porque, segundo Sasson, as pessoas estavam acostumadas a apertar botões para fotografar (o pioneiro anúncio da Kodak dizia: “Aperte o botão!”); usando a mesma lógica, ele preferiu colocar uma fita cassete, por ser mais reconhecível por todos, a investir em uma nova mídia de armazenamento como um cartão, e por fim, limitou a 30 o número de fotos permitidas por fita, por esse ser uma média dos filmes de 24 ou 36 encontrados no mercado (FRIEDMAN, 2011).

A Kodak arquivou o protótipo em 1976. Em 2009, Steven Sasson foi condecorado pelo presidente Barack Obama com a medalha Nacional de Tecnologia e Inovação dos Estados Unidos.

Sendo assim, apesar de ter participado na descoberta da fotografia digital, a Kodak não incentivou sua comercialização para proteger a indústria

que praticamente inventou (o mercado de cópias fotográficas) e dominou durante mais de um século. A empresa perdeu seis anos no emergente mercado da informatização, entre 1995 até 2001, até lançar uma linha de câmeras digitais para o segmento amador. Era tarde demais. No início de 2012, a Kodak apela para um dispositivo da Lei de Falências dos Estados Unidos e pede concordata em um tribunal de Nova Iorque.

Ironicamente, depois de tanta relutância com o setor digital, a Kodak tentou conseguir uma sobrevivência com a venda de suas patentes relativas à fotografia digital – a empresa detinha mais de mil patentes referentes ao processo e chegou a processar empresas como a Apple, HTC, Research In Motion e Samsung pela tecnologia de transmissão de imagens digitais (STEMPEL, 2012).

A primeira empresa a acreditar na fotografia digital foi a Sony, que colocou no mercado a Mavica (Magnetic Still Camera), em 1981, que só conseguiu robustez no mercado em 1988, com barateamento de suas câmeras: a Mavica C1 (US\$ 230) e A10 (US\$ 350). A partir daí a tecnologia digital entra de vez no mercado da fotografia.

O fotojornalismo ensaia uma aproximação da tecnologia digital quando a Canon, em 1984, usa um protótipo para capturar imagens das Olimpíadas de Los Angeles e enviá-las, por telefone, para o jornal Yomiuri Shimbun, no Japão. As fotografias têm 0,4 megapixel e o tempo de transmissão alcança 30 minutos.

A partir de 1989, as primeiras câmeras digitais são efetivamente colocadas no mercado e surgem também os softwares de edição, armazenamento e visualização de imagens, mudando definitivamente a forma de produzir e consumir imagens.

Dentro das redações, o fotojornalismo foi uma das áreas que mais sofreu modificações durante o século XX, e não só em termos de tecnologia, mas também de linguagem (BACK, 2012, pg. 3).

2.1. Transformações do Fotojornalismo

Já é sabido que para os primeiros fotógrafos, a atuação profissional teve

enormes limitações: desde o tamanho e peso dos equipamentos à baixa sensibilidade das emulsões. Mas, mesmo assim, como ressalta Vasquez, esses percalços “não constituíram impedimento para o aparecimento, aqui e ali, dos precursores do fotojornalismo” (VASQUEZ, 2012, p. 103).

Pesquisadores atribuem à cobertura das guerras papel preponderante na história do fotojornalismo. Tema clássico nas pinturas, o heroísmo e o horror das batalhas despertavam o patriotismo na população que podiam ver nas fotografias a distante realidade que se passava nas trincheiras.

O primeiro conflito que eclodiu logo após a invenção da fotografia foi a Guerra da Criméia (1853 – 1856). Por cobrir a Criméia, Roger Fenton (1819 – 1869) costuma ser considerado o primeiro repórter fotográfico da história, mas não foi o único a produzir imagens do conflito. Em 1854, o pintor romeno Carol Szathmari (1812 – 1887) fez registros nos campos de batalha com sua carroça equipada com uma câmara escura (SECOMBE, 2012, p. 128).

Nas imagens surgidas nas placas de colódio úmido de Fenton não aparecem as atrocidades da guerra; cenas com mortos e mutilados são substituídas por situações prosaicas de militares em acampamentos e paisagens estéreis dos campos de batalhas. Transformadas em xilogravuras para publicação no *The Illustrated London News*, em 1855, fotografias como *Vale da sombra da morte* impressionaram os leitores, apesar da ausência dos horrores das batalhas, recebendo comentários como esse de Baudelaire:

(...) nenhum relato escrito, nenhum livro exprime tão bem, em todos os seus pormenores dolorosos e no seu sinistro esplendor, esta grande epopeia da guerra da Crimeia. (AMAR, 2011, p. 65)

A guerra da Secessão, ocorrida entre 1861 e 1865, foi citada pelo historiador Henry Lanier (1911), como o primeiro grande conflito que recebeu “testemunhos iconográficos que são indiscutivelmente autênticos, expressivamente esclarecedores e a prova derradeira de cada pormenor” (LANIER, 1911 apud AMAR, 2011, p. 66).

O fotógrafo Mathew Brady (1823 – 1896), por exemplo, partiu para os campos de batalha, em 1861, custeando do próprio bolso um ambicioso projeto no qual chefiava 26 outros fotógrafos. Juntos, produziram cerca de 7000 chapas, mas o objetivo de Brady, de obter lucros com a venda das fotos ao

Governo, não se concretizou: o Ministério da Guerra pagou a quem do esperado pelas imagens, treze anos após o final da guerra. Provavelmente, o prejuízo de Brady deveu-se a grande oferta de imagens produzidas durante todo o conflito: uma lista elaborada pelo Exército deu salvo-conduto a 300 fotógrafos durante a Guerra da Secessão (AMAR, 2011, p.67).

Apesar do farto material fotográfico produzido pelo “exército” de Brady, coube a seu desafeto Alexander Gardner (1821 – 1882), seu ex-funcionário, a mais famosa e polêmica imagem do conflito. Intitulada “O abrigo do franco atirador”, a fotografia realizada em 1863, que mostra um soldado morto numa trincheira em Gettysburg é considerada uma das primeiras manipulações do fotojornalismo.

Outro icônico registro do horror nos campos de batalha, que também teve sua veracidade questionada é conhecido como a “Morte de um soldado republicano”, do lendário fotógrafo húngaro Robert Capa. Publicada em 23 de setembro de 1936 na revista francesa Vu, ilustrando reportagem sobre a Guerra Civil Espanhola, a imagem mostra o exato momento em que um homem tomba nos arredores de Cerro Muriano, em Córdoba, atingido por um tiro.

Em ambos os registros, tanto de Gardner quanto de Capa, o que os pesquisadores questionam é uma suposta “encenação” da morte. O estatuto da “verdade” torna-se um cânone no fotojornalismo, justamente na era moderna vivida por Capa, assim como o “instantâneo confundiu-se com a própria natureza da fotografia” a partir dos avanços tecnológicos permitidos a partir dos anos 1920 (LISSOVSKY, 2012, p. 15). Através da noção do verdadeiro fotográfico – cuja ausência impedia inicialmente o uso da fotografia como informação - o campo se legitima, começa a se institucionalizar e a ganhar valor de mercado. A categoria profissional “fotojornalista” se delineia a partir de sua prática para depois alcançar sua deontologia.

Entre os vários lados de um conflito bélico e político, os veículos de comunicação e, por conseguinte, os fotojornalistas, tinham duas opções de posicionamento em relação aos fatos que se desenrolavam na frente das câmeras. Uma delas pode ser exemplificada com os chamados *party press*, os jornais panfletários e combativos “de partido”, que em sua radicalidade, apontavam para uma busca oposta pela precisão, objetividade e simplicidade

da linguagem. Na tentativa de alcançar esses ideais, surgem as primeiras agências de notícias, ainda em 1856: a Havas, na França; a Reuter, na Inglaterra e a Wolff, na Alemanha (SOUSA, 1998, p.129).

Inicialmente responsáveis pela tradução de notícias da imprensa estrangeira para venda nos países onde tinham sede, aos poucos passaram a mirar o mercado externo, tanto no que diz respeito à cobertura noticiosa – relacionada à expansão imperialista e impulsionados pelos avanços nos transportes, na comunicação e nos armamentos, os confrontos passaram a ter um caráter multinacional, que culminou na 1ª Guerra Mundial – quanto em relação à comercialização dos produtos de informação. Para dar conta da globalização das guerras e ao mesmo tempo garantir fatias seguras de mercado, essas agências organizaram esquemas de cooperação e exclusividade. De acordo com Sousa, no período anterior à 1ª Guerra, foi feita a seguinte divisão: à Wolff, coube a cobertura do Império Alemão, Rússia, Áustria-Hungria e Escandinávia; à Reuter, o Império Britânico e Extremo Oriente, com ramificações na Bélgica e Alemanha, e a Havas tinha o Império Francês e os países latinos, incluindo Portugal. A cobertura dos restantes dos países era livre (SOUSA, 1998, p. 131).

A profissionalização do fotojornalismo, dentro do que se configurou o “jornalismo industrial”, entre o fim do século XIX e os anos 1930, teve suas bases nos Estados Unidos, que ao contrário da conturbada Europa, tinha características ideais para o florescimento de estruturas de produção em série no campo jornalístico: a crescente urbanização que gerou interações sociais que favoreceram o surgimento de “uma cultura urbana de convivência e tolerância”; a socialização da política, que culminou na participação dos cidadãos na vida pública através do voto e leva a necessidade de informação; a cultura de mercado e o clima econômico, que permitiam uma visão de negócio para os jornais surgidos na época, além do investimento em uma estrutura tecnológica e comunicacional; entre outros fatores (SOUSA, 1998, p.135-6).

Com isso, na imprensa popular nos EUA é possível notar os contornos dos gêneros jornalísticos. Com necessidade de agradar “a largas faixas de audiência”, os conteúdos eram multifacetados, como explica Sousa:

(...) abarcavam da política ao crime, passando pelo comércio e informações de serviços, e onde **todos** [grifo do autor], pobres ou ricos, políticos e operários, homens ou mulheres, **podiam ser objeto de notícia** [grifo do autor] (o que, simbolicamente, também parece eliminar as diferenças sociais). Enquanto a grande imprensa se cingia, essencialmente, aos assuntos políticos, econômicos e militares, os jornais populares americanos, como dizia Schudson (1978, 22-23), alargaram as representações de mundo, aos pequenos fatos da vida social quotidiana (crimes, incêndios, etc.), embora seja de se referir, como se disse atrás, que crimes e criminosos, tragédias, assuntos insólitos e vida dos famosos já eram notícia desde vários séculos antes. (SOUSA, 1998, p. 80).

Neste trecho, Sousa descreve dois gêneros jornalísticos: as **spot news** e **general news**. O primeiro se difere pela imprevisibilidade dos fatos, como os crimes, incêndios, acidentes, conhecidos como hard news, os acontecimentos “duros” (SOUSA, 2004, p.90). Por contingências de produção, acabam por pedir a fotografia única e resumitiva, registrada no calor do acontecimento e que requer muita agilidade do fotorrepórter. Essa categoria pode ser vista facilmente nos meios impressos, já que por disponibilizar um espaço reduzido, precisa condensar o “essencial” e ser esteticamente atrativa para o leitor.

(...) é a capacidade de reação que muitas vezes determina a qualidade jornalística da foto. A capacidade de reação de um fotojornalista adquire-se, em grande medida, com a experiência profissional. É a experiência que permite a um fotojornalista obter, com rapidez, fotografias comunicativamente claras e compostas de forma a tornar a cena principal imediatamente reconhecível. (SOUSA, 2004, p. 90)

Os imperativos das *spot news* configuram o que se estabeleceu como o que se conhece como reportagem “clássica”, que, como cita o historiador e teórico de fotografia francês André Rouillé, se baseia na “estética da transparência e da pureza” (ROUILLÉ, 2009, p.133). Nos aspectos técnicos, há uma busca pela nitidez, grande profundidade de campo, pouca granulação, gama de cinza contínua (referindo-se ao universo da fotografia em preto e branco, nos primórdios do fotojornalismo). Atrelado a isto, está “a sacralização do instante, o culto do enquadramento e o fetichismo da ‘integridade da visão’” (ROUILLÉ, 2009, p.133). Estes conceitos e valores estão ligados à ideia do verdadeiro fotográfico, que considera que a verdade pode ser “extraída da realidade, através da fotografia” (ROUILLÉ, 2009, p.133).

As *general news*, por outro lado, também envolve fatos da vida cotidiana, mas abrange o reverso da moeda: os fatos rotineiros e sazonais. São fruto da antecipação do fotojornalista frente a um fato pré-definido (exemplos: coberturas de reuniões políticas, shows, festas). Permite as *photo opportunities*, ou *photo ops*, que são os eventos coberto por grande número de fotojornalistas, onde o mais importante é uma boa localização frente a objeto fotografado e se ater ao gestual do fotografado. Esta categoria se beneficia das rotinas jornalísticas, que “obrigam” os profissionais a fazer coberturas sazonais (no caso específico de Salvador, temos Carnaval, a lavagem do Bonfim, festa de Iemanjá, posse de prefeitos/governadores, etc.) ou a ter alvos preferenciais, como autoridades políticas, artistas, representantes de categorias profissionais e mesmo “tipos”, os chamados personagens, que personificam arquétipos já esperados em determinadas reportagens (o aposentado, o taxista, o vendedor ambulante, a criança, o jovem, o fã, a celebridade avessa ao assédio, entre muitos outros). Desta forma, é possível prever acontecimentos ou gestos, para os quais o fotógrafo já se prepara e posiciona-se estrategicamente (SOUSA, 2004, p.91).

O pesquisador português ainda delimita outros dois gêneros fotojornalísticos: as *features photos* e as *picture stories*. As primeiras constituem-se como “imagens fotográficas que encontram grande parte de seu sentido em si mesmas, reduzindo o texto complementar a informações básicas” (SOUSA, 2004, p. 92) e que requerem rapidez de reação frente ao acontecimento, mas tem maior liberdade artística. O que interessa, neste caso, é “a imagem incomum, cheia de força visual, frequentemente colorida, capaz de atrair imediatamente o leitor, desde que inserida numa página importante com um tamanho condigno” (SOUSA, 2004, p. 92). É comum a exploração do humor na criação dessas cenas, além da adequação dos elementos visuais, como a composição e a luz, de forma a fazer o leitor das imagens a atentar-se “a beleza do mundo, das pessoas e das coisas” – o que Sousa chama de *features* de interesse pictográfico.

As *picture stories* ou histórias em fotografias, definidas por Sousa como um “gênero em que uma série de imagens que se integram num conjunto que procura constituir um relato compreensivo e desenvolvido de um tema” (SOUSA, 2004, p.107). Esses conjuntos, às vezes, oferecem fotografias

isoladas, com potencial de *spot news*, *features*, retratos (SOUSA, 2004, pg. 100). As *pictures stories* dividem lugar de nobreza com as *spot news*, entre a comunidade jornalística. Valorizada por seu grau de dificuldade (raridade), muito em face à casualidade envolvida, as fotografias únicas são mais “valorizadas” pelos fotojornalistas. Para Sousa, as *pictures stories* “seriam para o fotojornalismo aquilo que a reportagem é para o redator” (SOUSA, 2004, p. 101).

Nesta categoria, aparecem duas subdivisões, bastante exploradas pelas revistas ilustradas europeias, que proliferaram no mesmo período em que se desenvolveu a “fotografia industrial” nos EUA: o foto-ensaio e a fotorreportagem. Para Sousa (2004), o foto-ensaio se caracteriza como uma história contada em fotografias, que busca fazer análises e emitir opinião sobre ela. Nesse contexto, o peso entre imagens e texto muitas vezes é similar, de forma que as palavras podem ocupar grande espaço no meio de publicação do trabalho. A grande diferença em relação à fotorreportagem, segundo o pesquisador, está na flexibilidade da qual a primeira dispõe, de modo em que é possível recorrer ao recurso da encenação fotográfica, à combinação ou sobreposição de imagens e maior liberdade de manipulação digital (SOUSA, 2004, p. 104).

No segundo caso, posicionar-se em relação ao assunto não é o objetivo, além do produto final geralmente ser menos extenso e se apoiar em fotolegendas ou pequenos textos, em geral introdutórios e de caráter explicativo, servindo “para orientar a leitura das imagens” (SOUSA, 2004, p. 104).

As revistas ilustradas europeias foram um grande motor para o desenvolvimento destes dois últimos gêneros. As *illustriertes*, como eram chamadas as revistas ilustradas semanais, a partir do século XVIII na Alemanha, eram baratas – 25 centavos do marco alemão, o exemplar – e eram muito consumidas pela população. Entre as mais importantes, citadas por Giacomelli (2012), estavam a *Münchener Illustrierte Presse*, de Munique; a *Frankfurter Illustrierter*, de Frankfurt, a *Kölnischer Illustrierte Zeitung*, de Colônia e a *Berliner Illustrierter Zeitung*, de Berlim, que chegou a dois milhões de cópias em 1930.



Fig. 6 – Páginas da Berliner Illustrierter Zeitung – Reprodução

Ainda segundo Giacomelli, foram estas publicações as responsáveis por uma inovação na imprensa até aquele momento: a veiculação de reportagens compostas apenas por fotografias em sequência, que contavam uma história com início, meio e fim. De textos, apresentava apenas legendas identificadoras de locais e personagens, além de uma breve introdução. Não era incomum também que essas revistas “rassassem” a capa com alguma imagem chamativa, que tomava todo o espaço disponível (GIACOMELLI, 2012, p. 54).

Com a ascensão de Adolf Hitler, a partir de 1933, fotógrafos e editores que colaboraram para o uso moderno da fotografia tiveram que fugir do país e as *illustriertes* entraram em declínio. Fora da Alemanha, os principais nomes desses movimentos passaram a criar novas revistas que deram continuidade e aprofundaram o desenvolvimento dessa cultura visual. Inspirado no trabalho dos germânicos, o editor francês Lucien Vogel criou a revista *Vu* em 1928, que privilegiava grandes fotorreportagens, que muitas vezes ocupavam uma edição inteira sobre um tema (GIACOMELLI, 2012, P. 58). Com dinheiro emprestado de uma namorada, o editor alemão Stefan Lorant, da *Münchener*, lançou em 1937 a *Liliput*, uma revista de bolso, que acabou sendo vendida um ano depois para uma editora, a Hulton Press. Da *Berliner*, Kurt Korff foi convidado pelo Publisher americano Henry Luce, fundador da *Time*, *Fortune* e *Sports Illustrated*, para ser consultor de uma nova revista ilustrada. Já nos EUA, para onde foi em 1935, ajudou na criação da *Life*, uma das mais famosas e influentes revistas ilustradas de todos os tempos (GIACOMELLI, 2012, p. 59). Lançada em 1936, a *Life* se tornou um paradigma a visão de mundo da época,

sobretudo para os norte-americanos, com seus ensaios dos melhores fotojornalistas, como Henri Cartier-Bresson, Robert Capa, W. Eugene Smith, Margareth Bourke-White, Eve Arnold, entre outros. Seu modelo inspirou a criação da francesa *Paris-Match*, da americana *Look* e das brasileiras *O Cruzeiro*, *Manchete* e *Realidade*. Neste impulso, foram criadas várias agências fotográficas, que buscavam, principalmente, uma fotografia “de autor” (GIACOMELLI, 2002, p. 60) – a Magnum Photos, criada em 1947, dois anos após o fim da 2ª Guerra Mundial por Cartier-Bresson, Capa, George Rodger e David “Chim” Seymour, foi a mais notável delas.

Para manter a independência dos fotógrafos e os direitos das fotografias que eram encomendadas, que até então ficavam com as revistas, a agência se fundamentou em um modelo de cooperativa. Com um escritório em Nova York e outro em Paris, os afiliados eram enviados para a cobertura de acontecimentos em todo mundo (WEISS, 2012, p. 327). Originada no seio das grandes guerras, a Magnum seguia a direção rumo a uma fotografia mais humanista, mesclando reportagens de fatos históricos a ensaios sobre o modo de vida de sociedades diversas, além de retratos de personalidades da cultura (WEISS, 2012, p.326).

A agência sempre foi expoente das novas tecnologias e mudanças que foram sendo incorporadas à fotografia ao longo dos tempos. Quando diapositivos e negativos coloridos passaram a ser usados nas revistas ilustradas, a partir da década de 60, muitos dos associados aderiram (WEISS, 2012, p.327). Mais do que acompanhar e se adequar às mudanças e novas demandas do mercado, alguns fotógrafos se tornaram referências dessas práticas - o austríaco Ernst Haas, membro da Magnum, é considerado um ícone da fotografia colorida. Entre 1960 e 1970, no auge da televisão como meio de comunicação, a agência começou a fazer experimentos com imagens em movimento. E, mais recentemente, adequando-se a era do ciberjornalismo, foi criada, em 2004, a Magnum In Motion, ramificação da Magnum Photos que constrói narrativas multimídia utilizando imagens fotográficas, sons e vídeos.

Assim como a indústria fonográfica passou a reciclar seu acervo, relançando ou compilando antigas gravações de seus artistas, frente à concorrência criada pelas novas lógicas de produção, circulação e consumo de conteúdos, geradas pela tecnologia digital e pela internet, a Magnum encontrou

na In Motion, uma saída para sobreviver num novo mercado feito por imagens que circulam pelo mundo em tempo real. Inicialmente, uma equipe formada por editores de vídeo e áudio, músicos, artistas visuais e jornalistas transformava em ensaios interativos os portfólios dos integrantes da Magnum, dividindo-os por temas. Posteriormente, os fotógrafos que passaram a produzir material já se preocupavam com essa nova plataforma (capturando áudio e intercalando fotografia e vídeo).

2.2. Fotojornalismo na Web

Inicialmente o jornalismo *online* se caracterizava pela mera migração do seu conteúdo impresso para a plataforma digital. O marco da distribuição de conteúdo jornalístico na web ocorre, segundo a pesquisadora Raquel Longhi, nos anos 2000, com a fusão do portal de conteúdo online AOL (America Online) e a produtora Time Warner (LONGHI, 2010, p.3). Para Nora Paul, esse processo é natural quando se trata de convergências midiáticas. “Toda mídia nova passa por uma fase de transição” (PAUL, 2012, p.121). E, exemplifica: “No início, as notícias de televisão eram simplesmente reportagens de rádio lidas ante uma câmera” (idem).

Longhi aponta cinco dimensões que competem na convergência tecnológica: propriedade, táticas, estrutura, captura de informação e apresentação (narrativa), sendo a última concernente à convergência tecnológica, já que no ambiente web, novas formas de apresentação, com suporte multimídia, podem ser utilizadas.

(...) a convergência tecnológica também abriu novas formas de apresentar a informação. A convergência tecnológica levou à apresentação da informação em multimídia. A internet permite que plataformas ou meios narrativos anteriormente separados – texto do impresso; o áudio do rádio, figuras e gráficos do design visual; e imagens em movimentos, animação, filme e televisão – sejam combinados em novas formas de proporcionar a informação. (KOLODZY, 2009 apud LONGHI, 2010, p. 2)

Mas as mudanças não se resumem apenas a uma adequação de

suportes tecnológicos, mas também representam alterações na forma de pensar, produzir e distribuir a notícia, até mesmo para manter e atrair leitores e espectadores (KOLODZY, 2009 apud LONGHI, 2010, p.3). A chamada convergência de mídias “altera a relação entre tecnologias existentes, indústria, mercados, gêneros e públicos” (JENKINS, 2009, p. 43). O fotojornalismo seguiu percurso semelhante ao se integrar no universo da web.

Na busca por adaptar as tecnologias de captação de imagem ao desenvolvimento de novos procedimentos relacionados à circulação de conteúdo, fotojornalistas e profissionais ligados ao campo da imagem nas redações (designers, web-designers, editores de imagem, programadores visuais, entre outros) procuram desenvolver modelos que possibilitem a utilização de recursos próprios ao ambiente virtual, distanciando-se do padrão de distribuição de conteúdo explorado desde o surgimento da atividade fotojornalística (...). (PEIXOTO, 2012, p.3)

Voltando ao exemplo citado acima, a televisão “levou anos para o aprimoramento de novas técnicas que tirassem proveito da nova mídia”, para construir um novo vocabulário (PAUL, 2012, p. 121). O fotojornalismo começou há bem pouco tempo a criar modelos eficientes que explorem os recursos da internet. Dentro do campo jornalístico, o fotojornalismo foi uma das áreas que mais sofreu modificações durante o século XX, “em termos de linguagem e principalmente tecnologia”, como salienta o professor Clério Back (BACK, 2012, p. 3).

Entre as recentes transformações, primordial é a conversão do processo fotográfico tradicional – ou analógico --, baseado em reações químicas de emulsões sensíveis à luz, para o eletrônico, fundamentado nas reações de impulsos elétricos reproduzidas sobre um suporte, gerando o que passa a chamar de imagem digital. Como Jorge Pedro Sousa explica, “a imagem digital é uma realidade discreta, codificada num código de zeros e uns, subdividida uniformemente numa grelha finita de células – os pixels (...)” (SOUSA, 2004, p. 116).

Essas mudanças experimentadas pelo jornalismo e, particularmente, pelo fotojornalismo, acontecem dentro de um novo ambiente informatizado que se forma na sociedade: a cibercultura. Uma esfera virtual onde o compartilhamento dos conteúdos simbólicos é “totalmente baseada no imediatismo e na velocidade das informações” (BACK, 2012, p. 2). Esse

ambiente onde predominam as lógicas digitais e interativas que permitem a “aproximação entre os polos de produção e recepção de conteúdo”, leva o fotojornalismo a se adaptar “a novas rotinas de produção, a novos arranjos, novas formas de conceber e distribuir informação visual ao público consumidor” (PEIXOTO, 2012, p. 2).

A chamada convergência digital, e seu conseqüente distanciamento dos suportes impressos, faz surgir novos formatos de produção e circulação de conteúdos fotojornalístico dentro do ambiente virtual. Em comum, essas novas formas de se contar histórias por meio da fotografia, buscam aproveitar-se ao máximo dos recursos multimidiáticos, fazendo uso, por exemplo, em suas narrativas, “da utilização de hiperlinks, de arquivos de áudio, vídeo entre outros” (PEIXOTO, 2012, p.2). Segundo Longhi (2011), atualmente, os *slideshow*, as *pictures stories* e os especiais multimídia são os principais formatos utilizados no webjornalismo.

O ***slideshow*** se configura por uma sequência de fotos com legendas, normalmente nomeado como “galeria de imagens”, que podem ser acessadas pelo usuário/leitor por botões (setas ou *play*). Embora rústico, esse formato, “onde o que importa é o conteúdo individual de cada fotografia” , pode ser considerado noticioso e narrativo, “quando o contexto causado pela sucessão de imagens é capaz de lhe conferir um sentido expressivo”, transpondo assim o “sentido individual de cada foto em particular”. (LONGHI, 2011, p. 783).

A narratividade é expressa no agrupamento e na hierarquia imposta a esta seleção de imagens. Detendo-se na lógica utilizada para estabelecer uma sequência de fotos para um *slideshow*, é possível perceber que os modelos pelos quais se opta sofrem a interferência do caráter interativo da internet, que permite ao leitor interferir com mais liberdade no próprio modo de visualização do material disponibilizado (PEIXOTO, 2012, p.9).

Esta característica participativa não envolve apenas o receptor, mas também o produtor das imagens. Uma plataforma multimídia e sem restrição de espaço, como nos meios impressos, encoraja a inclusão de descrição das cenas – já que o fotógrafo não precisa mais resumir os fatos presenciados em uma única foto, podendo dar vazão as suas percepções – e a inserção de depoimentos das fontes (PEIXOTO, 2012, p.9).

No que diz respeito à narrativa, o *slideshow* é percebido a partir de sua

disposição sequencial, que delimita o efeito semiótico resultante da contiguidade das imagens (LONGHI, 2011, p.790). Quando as imagens são organizadas de forma cronológica, a relação se faz pela lógica de implicação, em que a ordem deixa entrever uma ligação causal entre elas. Dispostas lado a lado, as imagens são relacionadas por uma lógica de atribuição.

Para explicar essa associação, o chamado “Efeito Kuleshov” é um experimento interessante. Ao associar a mesma imagem de um ator com outras de um prato de comida, de uma pessoa morta e de uma mulher em pose sensual, o cineasta e teórico soviético Alexei Kuleshov demonstrou como o espectador pode ter interpretações variadas à mesma cena, a partir do contexto a qual está ligada (SANTAELLA E NÖTH, 1997 apud LONGHI, 2011, p. 791).



Fig. 7. Efeito Kuleshov. Reprodução

Para ter autonomia noticiosa, ou seja, funcionar sozinha como um formato de notícia, é preciso que a narrativa se alie à ideia de história e com ela, componha um conjunto indissociável. Em outras palavras, para se contar uma história, deve-se utilizar uma técnica narrativa.

As narrativas fotográficas não seguem necessariamente uma estrutura com começo, meio e fim como nas narrativas textuais. Segundo a pesquisadora inglesa Maria Short, “na comunicação visual, uma narrativa não precisa seguir um sentido linear”, podendo apresentar desde uma estrutura cíclica, se ater a uma única imagem ou, como nos interessa nesse trabalho, “fazer referências cruzadas, que, quando reunidas, substanciem o entendimento ou interpretação que o espectador faz das intenções do

fotógrafo” (SHORT, 2013, p. 98).

Para o pesquisador João Guilherme de Melo Peixoto, dentro do fotojornalismo, a concepção de narrativa é associada à ideia de contexto.

A inclusão de elementos (assim como a exclusão e outros) que amplifiquem o poder de reverberação do discurso visual criado é fundamental para a consolidação da cadeia de circulação e consumo da atividade. Diferentemente do que se costumou pregar com o surgimento e o desenvolvimento de uma prática fotografia associada ao instantâneo, a concepção de modelos de visualização de conteúdo para as redes telemáticas não se esgota no momento da captura. (PEIXOTO, p. 14, 2012)

Neste sentido, além do agrupamento de fotografias, os slideshows precisam das legendas para a inclusão de informações adicionais, que explicam em que contexto as imagens foram produzidas. O som também pode ser uma forma de acrescentar informação e até mesmo alterar a história que está sendo contada, pelo ponto de vista do espectador (LONGHI, 2011, p. 793-4).

Assim, abre-se caminho para outro formato derivado do *slideshow*, como indica pesquisador pernambucano João Guilherme de Melo Peixoto:

Novos modelos de configuração dessa ferramenta foram desenvolvidos, os quais buscam associar recursos hipermediáticos que permitem a incorporação de áudio às produções. Tais potencializações de efeito narrativo introduziram para o campo do fotojornalismo um formato emergente: o áudio *slideshow*. (PEIXOTO, 2012, p. 5)

2.3. Picture Stories

Para Longhi, a imagem assume papéis distintos no jornalismo tradicional e no webjornalismo. Se no primeiro “a imagem vem em geral acompanhada do texto verbal, ou do áudio, em forma de narração”, no segundo ganha destaque, é “usada como matéria-prima da notícia”. A autora afirma que “no ambiente hipermediático digital, a imagem fotográfica é capaz de desprender-se da

dependência do texto que tinha com o impresso, tornando-se mais autônoma (...)” (LONGHI, 2011, p.789).

Se o slideshow como “galeria de imagem” é a configuração mais precária em termos de caráter noticioso, as reportagens fotográficas são um gênero fotojornalístico que tem suas potencialidades ampliadas com este formato. A denominação *pictures stories*, ou histórias fotográficas, é bastante usada no estudo do webjornalismo, mas foi trazido e adaptado das pesquisas sobre os gêneros jornalísticos no meio impresso, e caracteriza um conceito de fotorreportagem mais profundo, que desenvolve um relato mais amplo sobre determinado tema (LONGHI, 2010, p.5).

Esse formato noticioso é um modelo de narrativa com imagens “onde uma história é contada tendo como principal linguagem a imagem fotográfica” – semelhante à fotorreportagem –, mas com uma “sucessão de imagens e narração em *off*, além de música e/ou fala dos próprios personagens/entrevistados” (LONGHI, 2011, p.789).

Já os especiais multimídia, também classificados por Longhi como formatos noticiosos, se caracterizam pelo “conteúdo” de “uma grande reportagem em multimídia, que apresenta a combinação e o rearranjo de texto, imagem e sons com características narrativas” (LONGHI, 2011, p.789). Os especiais multimídia costumam ser encontrados nos portais noticiosos, com predominância de vídeos, como webdocumentários. Um exemplo é o especial multimídia da Folha de São Paulo “Tudo sobre – A batalha de Belo Monte”, publicado no dia 15 de dezembro de 2013, sobre a polêmica construção da usina de Belo Monte, no Pará. Mais recentemente, a revista eletrônica Animal Político, do México, disponibilizou na web seu especial multimídia *Menores Migrantes*, que mostra o problema das crianças mexicanas que tentam ingressar ilegalmente nos Estados Unidos. E, apesar de ter sido feito em 2009, um bom exemplo de uma *pictures stories* construída de forma complexa com fotografias, sons ambientes e depoimentos é *Les corps incarcérés*, publicado no site do jornal francês Le Monde.

Como já citado anteriormente, as *pictures stories* podem ser divididas em dois subgêneros: o foto-ensaio e a fotorreportagem. Para a pesquisadora Raquel Longhi, quando se combina um dos dois subtipos ao formato *slideshow*, “o webjornalismo está configurando um novo gênero narrativo”, já que ampliam

as imagens estáticas do impresso, com o uso do som, em uma mescla de linguagens que define o conceito de intermídia.

(...) se apresenta como uma forma ou modo de configuração textual e constitui um conjunto de procedimentos combinados, de regras produzidas de acordo com estruturas convencionais, previamente estabelecidas, reconhecidas e desenvolvidas reiteradamente durante um tempo. (SOJO, 1998 apud LONGHI, 2010, p. 6)

Assim, as narrativas audiovisuais que somam imagens e sons, para ser reconhecidos pelos autores e pelo público, possuem características comuns e estruturas convencionais que se estabeleceram ao longo do tempo e por isso, fazem a transição do jornalismo no ambiente digital. Ao mesmo tempo, respondem às novas necessidades de comunicação surgidas com as potencialidades da internet.

Pioneiro em multimídia, o fundador da agência MediaStorm.org, Brian Storm, afirma que o “som dá vida às imagens de uma maneira como legendas sozinhas não conseguem” (STORM apud KOBRE, 2011, p. 171). Um dos motivos para isso é o fato do áudio aumentar sensorialmente a conexão entre o espectador e a história que ele acompanha, tanto com o uso das falas dos personagens (que revelam sotaques, sentimentos e intenções) quanto se tem acesso à ambiência do cenário onde se desenrolam os acontecimentos. Neste trabalho, foram combinados tanto os depoimentos coletados em entrevistas quanto o som ambiente captado durante a romaria, como a ladainha dos fiéis dentro da gruta do Bom Jesus.

3. PROCESSO DE TRABALHO

Para desenvolver esse trabalho, visitei Bom Jesus da Lapa entre os dias 1º a 4 de agosto e entre 13 a 15 de setembro de 2013. Fiz as duas viagens dirigindo um carro alugado em Salvador. Foram mais de onze horas de estrada até chegar a Bom Jesus da Lapa. A cansativa viagem só foi superada pela dificuldade de achar uma pousada na cidade. Descobri que nesse período do ano, quando a cidade costuma receber 300 mil pessoas (BAHIATURSA, 2013)

– quase cinco vezes a população do município – as reservas de hotéis devem ser feitas com bastante antecedência.

A iluminação no interior das grutas é precária, mas preferi não usar flash para conservar a naturalidade do ambiente e não chamar a atenção dos devotos, muitas vezes em estado de profunda contemplação diante das imagens. Além de precária, a luz disponível é bastante irregular. Se em alguns trechos predomina a tonalidade amarelada das lâmpadas incandescentes, em outros, as fotos adquirem tons esverdeados provocados pela luz fluorescente, além de recintos banhados por luz natural, que entra por aberturas nas rochas. Mais uma vez optei por não fazer a uniformização da temperatura de cor na câmera (White Balance), que corrige previamente esses desvios cromáticos, para manter as tonalidades que distinguem esses ambientes. A intensidade da iluminação é proporcional à caminhada rumo ao interior da gruta, portanto as mudanças (inclusive de tonalidade) têm função e significado neste caso.

Nas fotos internas, com pouca iluminação, utilizei a objetiva Carl Zeiss série EOS Canon 50mm, com diafragma de $f/1:1.4$. O baixo ruído das imagens capturadas pela Canon 5D Mark II, também foram essenciais quando, nessas condições de luz, tive que usar ISO mais altos, como 3200. Além da lente 50 mm, usei uma Kalimar Macro 28mm ($f/1:2.8$), com anel adaptador para montagem EOS das objetivas Canon, e uma objetiva Canon Ultrasonic 70-200 mm ($f/1:2.8$). Para captura do som, foi usado um gravador portátil Sony ICD-PX 820 (comumente usado por repórteres para gravar entrevistas). Como estava sozinho na primeira viagem, muitas vezes prendia o gravador na alça da mochila para capturar o som enquanto fotografava e tive que descartar alguns trechos de gravação que incluíam o ruído do disparador da câmera.

O sermão da Quaresma foi capturado com o programa aTube Catcher versão 3.8.7971, que extraiu a faixa de áudio do vídeo da homilia, disponibilizado na WebTV, em um arquivo mp3. Todos os áudios foram editados previamente com o programa Audacity versão 1.3.12 Beta e a edição do produto final foi feita com o editor de vídeo Camtasia Studio versão 8.4.1.

Esse áudio slideshow está dividido em focos narrativos. No primeiro, quis mostrar ao espectador o grande número de pessoas que participam da romaria de Bom Jesus da Lapa. Para isso, a abertura é feita com uma voz que saudando os integrantes dos grupos de romeiros, as chamadas “romarias”, e

suas cidades de origem (“Romaria de Feira de Santana, 80 pessoas”). Usei o efeito de *fade* (fusão) entre essas imagens iniciais para dar a ideia da chegada dos devotos à Esplanada e a importância que as missas noturnas da novena do Bom Jesus têm para os devotos.

Outro aspecto é abordado é a midiatização da missa, com a voz do padre conclamando os romeiros a rir para a câmera e a usar o telefone celular para mandar os amigos assistirem a missa pela internet. A partir daí, surge o título **Pedra, luz e pixel**, fazendo uma referência ao tensionamento entre a tradição da devoção (o uso das palavras **pedra** e **luz**, associadas à natureza divina da gruta/igreja, aparece em pelo menos dois hinos cantados pelos romeiros) e os novos dispositivos informacionais, que tem o **pixel** (a combinação em inglês das palavras **Picture** e **Element** – respectivamente, em português, **Imagem** e **Elemento**) como o menor ponto de uma imagem digital.

Na pesquisa por produtos similares, que pudessem servir de referência a esse trabalho, encontrei vários slideshows em portais noticiosos. A maioria ainda obedece ao antigo formato de “galeria de fotos”, com imagens de temáticas independentes colocadas em uma sequência que pode ser acionada pelo leitor por botões com setas de avanço e retorno. Comumente serve recebe o título de “foto do dia” e reúne imagens de fatos relevantes ou curiosos que aconteceram no mundo naquela data.

Mas outros inovam ao tirar partido dos recursos multimidiáticos para desenvolver uma narrativa de determinado temas. O mais criativo que encontrei foi o áudio slideshow *Paloma al aire*, do fotógrafo espanhol Ricardo Cases. O trabalho, que está hospedado em seu site pessoal, mostra uma corrida de pombos adestrados entre as cidades de Valencia e Murcia, no interior da Espanha. O áudio slideshow usa recursos de infografia, superpondo números, setas e riscos sobre as imagens das aves com bastante originalidade.



Fig. 8. Paloma al aire. Ricardo Cases, 2010.

Outro exemplo é o slideshow Violet Isle, do casal Alex e Rebecca Norris Webb, editado por Just Hunt para o Magum InMotion, que usa a música Silencio, do Buena Vista Social Club, como fio condutor da sequência de fotos do cotidiano dos cidadãos de Cuba. De forma simples, Hunt usa com precisão a sincronização das fotografias com as frases cantadas por Omara Portuondo para levar o espectador a refletir sobre a vida de um povo que resiste ao processo de globalização há mais de 50 anos.



Fig. 9. Violet Isle. Alex e Rebecca Norris Webb, 2008

No site do jornal inglês The Guardian existe uma galeria dedicada ao áudio slideshow onde podem ser encontrados trabalhos com tempo que variam de pouco mais de um a seis minutos de duração. O exemplo que cito aqui é a história de Liz Sim, dona de uma loja de aluguel de vestidos de noivas na cidade de Glasgow. Esse trabalho integra a série Independência Escocesa feita pelo fotógrafo Murdo MacLeod, que viaja o país mostrando histórias do povo da Escócia, às vésperas do referendo que vai decidir sobre a independência do país que atualmente pertence ao Reino Unido. Esses slideshows seguem um roteiro simples: uma sequência longa de imagens mostrando a atividade do personagem sobre a narração em off feita pelo próprio personagem.



Fig.10. Scotland Stories. Murdo MacLeod, 2014.

3.1. Edição

Dentre as quase duas mil fotos que produzi em Bom Jesus da Lapa durante as duas viagens que fiz para realizar esse trabalho, 77 foram aproveitadas na construção deste áudio *slideshow*. As imagens escolhidas foram as que podiam, unidas em sequência, ser tecidas em uma narrativa sobre o principal aspecto que integra o meu tema: a inserção das tecnologias digitais no universo da romaria de Bom Jesus da Lapa, principalmente a fotografia. Algumas dessas fotos, sozinhas, são “capazes” de contar uma

história, tendo a força de “foto única” das *spot news*. O objetivo, no entanto, era traduzir em imagens os problemas e percepções apontados nos depoimentos dos entrevistados, o que limitou o número de fotos ao tempo de “fala” do personagem. Sendo assim, algumas imagens poderosas individualmente não foram usadas em detrimento ao encadeamento das histórias.

O limite de tempo (3 a 5 minutos), que é recomendado a uma boa apresentação neste tipo de formato (KOBRE, 2011), sem que a torne monótona ou redundante, foi responsável pela definição dos personagens cujas entrevistas eram prioritárias para o trabalho e quais não seriam usados diretamente no produto final. É importante dizer, porém, que foram ouvidas mais de uma dezena de pessoas, entre romeiros, comerciantes, turistas e moradores, missionários redentoristas, pedintes, etc. Um missionário responsável pela segurança do santuário, por exemplo, fala sobre as dicas que dá aos visitantes para não terem os celulares roubados; um romeiro viajou de barco com a família, durante quatro dias no rio São Francisco, para pagar uma promessa atrasada; outros relatavam que foram atendidos pelo Bom Jesus, mantendo mistério sobre seus pedidos.

Os depoimentos suprimidos do áudio *slideshow* foram cruciais no entendimento do cenário em Bom Jesus da Lapa, das demandas dessas pessoas que vão todo ano ao santuário. Como em qualquer reportagem, nem todo material coletado em campo é utilizado no produto final oferecido ao leitor, espectador ou ouvinte, mas embasa e amplia as visões do jornalista sobre aquele tema. Ter a compreensão geral do assunto foi também a ferramenta de apoio à seleção do que ia ficar de fora e de quais personagens seriam mais representativos para a narrativa.

Na conclusão, abarco a cobertura midiática do evento, forma da igreja expandir o alcance da romaria por meio da transmissão via satélite (TV Aparecida) e internet; a participação do jovem nativo digital, do qual os dispositivos eletrônicos como celular e tablete já funcionam como extensões naturais do seu corpo e para quem as redes sociais são peça fundamental de sua relação com o mundo; o esvaziamento da demanda dos fotógrafos profissionais frente à independência adquirida pelos romeiros com suas próprias câmeras, e o reflexo no mercado de trabalho local, que tem fortes bases na festa; no mesmo sentido, mais profissionais afetados pelas mudanças

tecnológicas na fotografia, mas que absorveram e se adaptaram e conseguiram também sua independência (o que, por outro lado, fragmenta a concorrência); o uso da fotografia como ex-voto, que ao mesmo tempo em que se apropria da antiga relação mágica com os objetos e sua capacidade de representar o romeiro ou seu pedido de graças, a atualiza, tendo a fotografia como base de um culto à distância, funcionando como uma espécie de “procuração”.

Nesse mesmo sentido, há o site da diocese, que constrói um aparato tecnológico em torno da fé, profissionalizando o culto, já que traz pessoas de fora do círculo eclesiástico (profissionais de comunicação e tecnologia da informação) e usam seu trabalho os objetivos da igreja. Representando um dos elementos que remontam à tradição, o filho do cordelista Minelvino, autor de boa parte das cantigas e “benditos” dos romeiros, que transferiu as histórias criadas por seu pai, impressos em livros de cordel, para outro formato, tornando-as mais acessíveis.

Na parte final do trabalho, destaquei dois discursos que coexistem no atual panorama da romaria de Bom Jesus da Lapa. Há a ladainha do Pai Nosso, que representa o discurso do mais arcaico que há ainda na romaria: a reza, que foi ensinada por Jesus Cristo, no relato bíblico, entoada pelas beatas. Para mostrar a dicotomia entre o cerne do evento, de forte cunho religioso, e as ressignificações realizadas a partir da modernização do culto, associei a gravação da oração coletiva à sequência de fotos que mostram o uso avassalador de câmeras por parte dos fiéis, que, em última instância, é a imagem mais representativa e frequente do que é a romaria de Bom Jesus da Lapa hoje.

Já na homilia (pregação) da Quaresma, que encerra o trabalho, o padre faz menção, na mensagem bíblica, aos atuais meios de circulação de informação. A partir do episódio da morte de Lázaro, que morava muito longe de Jesus, ele cita que a notícia de seu falecimento poderia chegar mais rápido caso naquela época existisse celular, Facebook e Whatsapp. Com sua fala, o padre Devaldo Menéz faz um exercício metalinguístico, já que acaba por fazer um retrato do estado da romaria: o Bom Jesus (no santuário) está muito longe de boa parte das pessoas, mas sua mensagem chega mais rapidamente e a um maior número de pessoas, pela existência da internet, das câmeras nos celulares e das redes sociais.

Este trecho do áudio slideshow contém o exemplo claro da opção por não usar o off narrativo para encadear as imagens. Até pelo tema da reportagem, já bastante abordado jornalisticamente e base de diversos ensaios fotográficos, preferi reduzir o didatismo na apresentação do assunto, já que o objetivo era amplificar o potencial comunicativo das imagens, e sim dar voz aos personagens, deixando que suas afirmações e questionamentos norteassem a narrativa. Trata-se de um evento conhecido e tradicional no estado; quis, portanto, jogar luz sobre aspectos não explorados do assunto. As imagens escolhidas e a edição a exemplo da sequência da ladainha, já operam como uma interferência crítica do repórter; já enquadram e criam relações que não preexistiam nos depoimentos colhidos.

Apesar disso, além dos áudios das entrevistas, incluí também algumas músicas no audiovisual. Inicialmente, usei um trecho de “Se Zé Limeira sambasse maracatu”, do grupo pernambucano Mestre Ambrósio, que mistura guitarra e viola em suas composições e servia de vinheta nas transições entre as falas dos personagens. Outro trecho, onde se evidencia a percussão do maracatu, foi utilizado como fundo musical da abertura do trabalho, no momento em que aparecem título e subtítulo. O uso dessa canção foi intencional, por fazer referências ao universo nordestino, ao mesmo tempo em que tem guitarras distorcidas de Lúcio Maia (Nação Zumbi), trazidas do rock: essa mescla de ritmos está relacionada à dualidade presente na temática do trabalho.

Após a finalização da primeira versão do audiovisual, analisei o resultado com o professor Rodrigo Rossoni, além de um primeiro teste de recepção, e percebi que a música era muito marcante, causando dispersão e até mesmo irritação por parte do espectador. Decidi então substituí-la por Tupy Tupy, de Lenine e Carlos Rennó, que também tem elementos que remetem ao universo cultural nordestino, como o berimbau, mas é mais suave e pontua as conexões entre os personagens sem desviar a atenção.

Encerra o audiovisual “Na gruta do Bom Jesus tem água, tem pedra, tem luz!” (domínio público), cantada na esplanada do santuário pelos dois padres que foram personagens do trabalho: Roque Silva e Devaldo Menéz. A escolha se deve, em grande parte, por fazer menção ao título, que por sua vez remete às características que historicamente fizeram a gruta de Bom Jesus da Lapa

ser considerada um local sagrado. Além disso, a canção é usada pelos sacerdotes em um momento de animação do público da missa campal, com o objetivo de embelezar a imagem transmitida pela equipe que registra o evento: os fiéis são convidados a erguer as mãos e chapéus, como ocorre na gravação de shows para DVD.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do desenvolvimento deste trabalho, dos questionamentos feitos ao longo do processo e do resultado final, pude perceber que o fotojornalismo vive uma fase de consolidação de novos formatos que satisfaçam a um novo espectador, que anseia por novas formas de ver, criados no seu próprio exercício de produção de imagens. No jornalismo, os novos modelos tentam responder a uma carência de uma maneira de contar histórias que atraiam esse público tão disperso e tão estimulado visualmente. Vejo como fenômeno parecido, o florescimento das revistas ilustradas, que germinaram facilmente em uma sociedade que já tinha contato com o cinema e com a fotografia.

Em um mundo tão saturado de fotografias, feitas e publicadas aos milhões, a construção de uma imagem e a edição de um ensaio fotográfico tem potencial de atender a parte dessa demanda, ou pelo menos, apontar um caminho para a fotografia. Para que serve uma foto? Quais são os limites de um trabalho que tenha a imagem como base? Uma imagem vale mais do que mil palavras – ou do que outras imagens, reunidas e encadeadas?

Não me sinto capaz de responder a essas questões, mas, como um profissional que viveu em sua trajetória as mudanças trazidas pela tecnologia, vejo com muito prazer a fotografia tomar fôlego com as potencialidades oferecidas pela internet – inclusive como meio de publicação, que dá voz a todos, amadores ou profissionais. Como trabalho de conclusão de curso, o produto realizado também me faz questionar o papel do jornalista em um mundo onde todos são produtores e receptores, onde esses contornos são tênues e a circulação de informações é muito rápida.

Encerro a graduação em Jornalismo com a sensação de que esse foi apenas um ponto de partida, rumo a uma compreensão mais ampla do meu

próprio ofício e a uma desenvoltura maior em meio às novas correntes e tendências. Acredito que a minha experiência não deve constituir amarras e sim ampliar as minhas possibilidades, já que ter um referencial de passado poderá fornecer mais consistência à remodelação do meu próprio trabalho.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMAR, Jean-Pierre. **História da fotografia**. 2 ed. Lisboa: Edições 70, 2011

BAHIATURSA. Realizada há mais de 300 anos, romaria de Bom Jesus da Lapa será destaque na Expocatólica. **Notícias**. 19 jul. 2013. Disponível em: <<http://www.bhiatursa.ba.gov.br/noticias/realizada-ha-mais-de-300-anos-romaria-de-bom-jesus-da-lapa-sera-destaque-na-expocatolica/>>. Acesso em: 24 mar. 2014

BACK, Clério A. Fotojornalismo e Multimídia: relações entre novas potencialidades narrativas. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 2012, Chapecó. **Revista Intercom**. São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-0120-1.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2014

BAPTISTA, Eugênio Sávio Lessa. **Fotojornalismo digital no Brasil: a imagem na imprensa da era pós-fotográfica**. Dissertação para Mestrado em Comunicação e Cultura. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2001.

CUNHA, Euclides da. **Os Sertões**. 2 ed. , São Paulo. Editora Cultrix, 1975

EFE. Leica celebra centenário da câmera que revolucionou a fotografia. EFE. 30 maio 2014. Disponível em: <<http://www.efe.com/efe/noticias/brasil/cultura/leica-celebra-centenario-camera->

que-revolucionou-fotografia/3/19/2332253>. Acesso em: 21 jun. 2014

FELZ, Jorge Carlos. **Fotojornalismo na Web**: atualização de alguns conceitos e usos a partir da análise das imagens fotojornalísticas disponíveis no UOL Notícias. VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. UMESP (Universidade Metodista de São Paulo), nov. 2008.

FERRARO JR., Luiz Antonio. **Entre a invenção da tradição e a economia da sociedade sustentável**: um estudo de caso dos fundos de pasto na Bahia. 2008. 484p. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável) – Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

FRIEDMAN, DAVID, Inventor portrait: Steven Sasson, David Friedman Blog, abr. 2011. Disponível em:
<<http://www.davidfriedmanphoto.com/blog/2011/04/inventor-portrait-steven-sasson.html>>. Acesso em: 01 jun. 2014

GIACOMELLI, Ivan Luiz. **A transição tecnológica do fotojornalismo**: da câmara escura ao digital. Florianópolis: Insular, 2012.

IBGE. **Bom Jesus da Lapa**: banco de dados. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em:
<<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=290390>>. Acesso em: 11 jan. 2014

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**; tradução Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KOBRE, Kenneth. **Fotojornalismo**: Uma abordagem profissional. 6. ed. São Paulo: Elsevier, 2011.

KOČIK, LUCAS. **Santuário do Bom Jesus da Lapa**. Bom Jesus da Lapa: Gráfica Bom Jesus, 1988.

LE CORPS INCARCERE. Soren Seelow et al. França, jun. 2009. Produção: Le Monde. Disponível em: <http://www.lemonde.fr/societe/visuel/2009/06/22/le-corps-incarcere_1209087_3224.html>. Acesso em: 08 mar. 2014.

LISSOVSKY, Maurício. Os fotógrafos do futuro e o futuro da fotografia. In: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana (Org.). **Impacto das novas mídias no estatuto da imagem**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

LONGHI, Raquel Ritter. Slideshow como formato noticioso no webjornalismo. In: **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia. PUCRS, pp. 782-800. Brasil, 2011. Vol 18, nº 3. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/10384/7282>>. Acesso: 10 de maio de 2014.

MAGNUM PHOTOS. Site disponível em: <http://www.magnumphotos.com/>. Acesso em: 08 mar. 2014.

MENORES MIGRANTES: México cierra la puerta a una generacion que huye de la violéncia. URESTE, Manuel et al. Produção: Animal Político. México, jun. 2014. Disponível em: <<https://readymag.com/animalpolitico/33897/>>. Acesso em: 01 jul. 2014.

NOVAES, Regina Reyes. Pentecostalismo, política, mídia e favela. In: VALLA, Victor Vincent (org). **Religião e cultura popular**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

PALOMA AL AIRE. Fotografias de Ricardo Cases. Slideshow: Kansei Sounds. Produção: Blank Paper. Disponível em: <<http://www.ricardocases.es/web.php?seccion=ver&trabajo=paloma>>. Acesso em: 12 abr. 2014.

PAUL, Nora. Elementos das Narrativas Digitais. In: FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, Hipermissão**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2012.

PEIXOTO, João Guilherme de Melo. Circulação de conteúdo no fotojornalismo contemporâneo: aspectos sobre arranjo, participação e narratividade. In: **Revista Culturas Midiáticas**. UFPB, pp. 01-20, Brasil, 2012, Vol. 5, n. 1. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/cm/article/view/12797/7354>>. Acesso em: 15 maio 2014.

ROUILLÉ, André. **A Fotografia entre documento e arte contemporânea**. Tradução Constancia Egrejas. 1. ed. São Paulo: Editora Senac, 2009.

SANTA MARIA, Frei Agostinho. **Santuário Mariano**: história das imagens milagrosas de Nossa Senhora. Salvador: Imprensa Oficial da Bahia, 1949.

SECOMBE, David. Conflito. In: HACKING, Juliet. **Tudo sobre Fotografia**. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

SCOTLAND STORIES: Liz Sim in her secondhand wedding dress shop. Fotografias de Murdo MacLeod. Produção: The Guardian. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/uk-news/audioslideshow/2014/may/08/scotland-wedding-dresses-photography>>. Acesso em: 30 maio 2014.

SILVA, Minelvino F.. A origem da romaria do Bom Jesus da Lapa. In: NETTO, Chico (Org.). **Catecismo dos Romeiros**: benditos de romaria e orações populares. Bom Jesus da Lapa: Gráfica e Editora Bom Jesus, 2013.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1998. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2014

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Chapecó: Grifos, 2000.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SPADARO, Antonio. **Cibertologia**: pensar o Cristianismo nos tempos da rede. Tradução Cacilda Rainho Ferrante. Ed Paulinas, São Paulo, 2012.

SHORT, Maria. **Contexto narrativo em fotografia**. Tradução: Maria Alzira Brum. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

STEIL, Carlos Alberto. **O sertão das Romarias**: um estudo antropológico sobre o santuário de Bom Jesus da Lapa – Bahia. Petrópolis: Vozes, 2009.

STEMPEL, Jonathan. *Kodak sues Apple, HTC over digital image patents*. **Reuters**. 10 jan. 2012. Disponível em: <<http://www.reuters.com/article/2012/01/10/us-kodak-apple-idUSTRE80929C20120110>>. Acesso em: 21 jun. 2014.

VASQUEZ, Pedro Afonso. **Fotografia escrita**: nove ensaios sobre a produção fotográfica no Brasil. Rio de Janeiro: Senac, 2012.

VIOLET ISLE. Fotografias de Alex Webb e Rebecca Norris Webb. Produção: Magnum In Motion. Slideshow: Justin Hunt. Disponível em: <<http://inmotion.magnumphotos.com/essay/violet-isle>>. Acesso em: 15 abr. 2014.

WEISS, Marta. Magnum Photos. In: HACKING, Juliet. **Tudo sobre Fotografia**. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.