

Imagens da cultura: um olhar sobre fotografias publicadas nos suplementos *Ilustrada* (Folha de S. Paulo) e *Segundo Caderno* (Zero Hora)

Images of culture: a look on the photographs published in the supplements Ilustrada (Folha de S. Paulo) and Segundo Caderno (Zero Hora)

Ana Gruszynski*

Cristiane Lindemann**

RESUMO

O artigo apresenta resultados de pesquisa que identificou e analisou características de utilização de fotografias nos suplementos culturais diários dos jornais brasileiros *Ilustrada* (Folha de S. Paulo/FSP) e *Segundo Caderno* (Zero Hora/ZH), considerando quantidade, espaço ocupado, fonte/autoria (crédito) e relações com o texto verbal. Problematisa o papel das imagens fotográficas na cobertura cultural contemporânea, considerando o papel relevante do *design* nos periódicos vinculados a essa editoria. Os procedimentos metodológicos abrangeram revisão bibliográfica e análise de conteúdo. Observaram-se especificidades dos títulos vinculadas às diretrizes editoriais e comerciais de

* Professora na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil. Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da PPGCOM/UFRGS. *E-mail*: <anagru@gmail.com>

** Professora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), RS, Brasil. Mestre em Comunicação e Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Doutoranda no mesmo programa. Professora na Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc). *E-mail*: <cristiane_lindemann@yahoo.com.br>

cada veículo, bem como constrangimentos relativos à periodicidade diária e ao espaço gráfico/formato. A presença de fotografias foi significativa em ambos os jornais, creditadas em sua maioria como divulgação. As imagens produzidas pelas equipes dos jornais se encontraram prioritariamente nas colunas sociais. Em contrapartida, pautas com tratamento diferenciado utilizaram fotos que se integram a abordagens de caráter mais interpretativo e/ou crítico, enfatizando aspectos estéticos além daqueles informativos.

Palavras-chave: Fotojornalismo. Jornalismo cultural. Projeto gráfico. *Design*.

ABSTRACT

This article presents the results of the research that identified and analyzed the characteristics of the utilization of photographs in the cultural supplements of the Brazilian daily newspapers *Ilustrada* (Folha de S. Paulo/FSP) and *Segundo Caderno* (Zero Hora/ZH) considering quantity, occupied space, source/authorship (credit), and relations to the verbal text. It problematizes the function of photographic images in the contemporary cultural coverage, considering the relevant role of design in the periodicals linked to this editorial. The methodological procedures comprehended bibliographical review and content analysis. It was observed the specificities of titles linked to the editorial and commercial guidelines of each vehicle, as well as the constraints due to daily periodicity and to the graphic space/format. The presence of photographs was significant in both newspapers, mostly credited as release. The images produced by the papers teams were found mainly in the social columns. On the other hand, stories with differential treatment used photos that integrated the approaches of character that were more interpretative and/or critical, emphasizing esthetical aspects beyond those informative.

Keywords: Photojournalism. Cultural journalism. Graphic design. *Design*.

Introdução

Tipografia, imagens e recursos gráficos de apoio são alguns dos elementos visuais presentes em uma publicação que, articulados por meio de um *layout*, contribuem para a produção de sentidos.

Crerios editoriais e comerciais norteiam o planejamento, a seleçao e a configurao das informaoes, produzidas segundo estruturas, fluxos de trabalho e valores prprios do campo jornalstico. Tendo isso em vista, o presente artigo apresenta resultados de pesquisa que identificou e analisou caractersticas de utilizao de fotografias nos suplementos culturais diarios *Ilustrada* e *Segundo Caderno*, dos jornais brasileiros *Folha de S. Paulo/FSP* e *Zero Hora/ZH*, respectivamente, considerando quantidade, espao

ocupado, fonte/autoria (crédito) e relações com o texto verbal.¹ A partir dos dados levantados, problematiza seu papel na cobertura cultural contemporânea, considerando a função relevante do *design* – historicamente constituída – nos periódicos vinculados a essa editoria, cujo projeto gráfico costuma ser diferenciado do restante do jornal, cedendo espaço à exploração das imagens, como veremos adiante. Os procedimentos metodológicos abrangeram a revisão bibliográfica e a análise de conteúdo (quantitativa/qualitativa).

A *Folha de S. Paulo*, que completou 91 anos de existência em 2012, é resultado da fusão dos títulos *Folha da Noite* (1921), *Folha da Manhã* (1925) e *Folha da Tarde* (1945), ocorrida em janeiro de 1960. O *Ilustrada* começou a circular em 1958, nos três veículos. Em formato *standard* e com circulação nacional, a publicação hoje pertence ao *Grupo Folha* e tem em sua trajetória significativos investimentos na área tecnológica – que se refletem em mudanças gráficas e editoriais ao longo de sua história. O jornal *Zero Hora*, por sua vez, criado em maio de 1964, é distribuído em todo o Estado do Rio Grande do Sul e se destaca como o principal dos oito periódicos do *Grupo Rede Brasil Sul* (RBS), empresa que atua em diversos ramos ligados à informação e a entretenimento. É um jornal tabloide e, conforme dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), em 2011, chegou a uma média diária de circulação paga de 190.761 exemplares, mantendo-se líder no Rio Grande do Sul e ocupando a sexta posição no País. O *Segundo Caderno* teve sua primeira edição lançada em março de 1980. O *corpus* selecionado para discussão neste artigo compreende os suplementos diários dos dois jornais publicados no mês de setembro de 2009.

Jornalismo cultural e projeto gráfico

Desde as experiências pioneiras, as produções jornalísticas voltadas à cultura evidenciam dois eixos fundamentais: o *compromisso social*, cuja finalidade é a formação cultural do público, e o *arrojo visual*, com o propósito de levar ao espectador um produto diferenciado – o que decorre, talvez, da natureza das pautas. Uma das primeiras iniciativas do jornalismo cultural brasileiro, a revista *O Cruzeiro*, criada em 1928, já nasceu com essas duas marcas. Com projeto gráfico moderno para a época, a publicação lançou o conceito de reportagem investigativa e deu contribuições significativas à cultura nacional ao publicar contos de José Lins do Rego e Marques Rebelo, artigos de Vinicius de Moraes e Manuel Bandeira, ilustrações de Anita Malfatti e Di Cavalcanti, colunas de José Cândido de

¹ O trabalho apresenta parte dos resultados da pesquisa.

Carvalho e Rachel de Queiroz, além do humor de Péricles (O Amigo da Onça) e Vão Gogo (vulgo Millôr Fernandes). “Nos anos 30 e 40, *O Cruzeiro* seria a revista mais importante do Brasil por sua capacidade de falar a todos os tipos de público.” (PIZA, 2004, p. 33).

Surgida em novembro de 1928, a revista *O Cruzeiro* instaura novo momento para a imprensa ilustrada, com a publicação de fotografias em grande formato, reportagens com dezenas de imagens procurando explorar, pela visualidade, e de forma exaustiva, todos os aspectos da notícia e a publicação da autoria da fotografia. A partir da década de 1940, a revista se consolida como marco do fotojornalismo brasileiro investindo em ampla mudança editorial e apostando nas grandes reportagens que atingem o gosto do leitor. (BARBOSA; LOUZADA, 2012, p. 64).

A propagação das revistas foi seguida pela dos jornais, no fim dos anos 50 (séc. XX), repetindo a busca por projetos gráficos e editoriais inovadores em relação ao jornalismo praticado até então. Os primeiros a se aventurarem nesse novo nicho foram o *Jornal do Brasil*, *Última Hora* e *Diário Carioca*. Segundo Lessa (1995, p. 22), o *Suplemento Dominical do Jornal do Brasil*, caderno cultural da publicação, já possuía, em 1957, “um padrão visual bem mais avançado, permitido em um suplemento literário”. O cruzamento de uma equipe com competências e atuação profissional singulares no meio jornalístico, sob um cenário artístico marcado pelo *Concretismo* e *Neoconcretismo*, resultou em um projeto gráfico de ordem funcionalista, sustentado pela legibilidade do texto, modulação do diagrama de construção das páginas e o uso do espaço em branco como elemento compositivo. Durante a reforma, dividida em pelo menos três fases cronológicas, criou-se o suplemento cultural diário *Caderno B*, que se tornou uma referência: “Com seus textos criativos e sua diagramação arrojada, o *Caderno B* tornou-se então um ponto de referência na imprensa do país. ‘*Caderno B*, você ainda vai ter um’ poderia ter sido o *slogan* dos jornais brasileiros.” (DAPIEVE, 2002, p. 95). Para Dapieve (2002), ele não apenas tratava de cultura, mas era em si mesmo um produto cultural.

Já os dois principais jornais paulistas (*O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*) consolidaram seus cadernos culturais diários, a *Ilustrada* e o *Caderno 2*, apenas nos anos 80 (séc. XX), mantendo vigor até o início dos anos 90, “sintonizados com a efervescência cultural que a cidade vinha ganhando e com o espírito de abertura democrática do país”. (PIZA, 2004, p. 40). Foi neste período também que, segundo o autor, os assuntos dos cadernos de cultura se ampliaram para além das chamadas “sete artes” (literatura, teatro,

pintura, escultura, música, arquitetura e cinema), abrangendo temas, como: moda, gastronomia e *design*.

O jornalismo, que faz parte dessa história de ampliação do acesso a produtos culturais, desprovidos de utilidade prática imediata, precisa saber observar esse mercado sem preconceitos ideológicos, sem parcialidade política. Por outro lado, como a função jornalística é selecionar aquilo que reporta (editar, hierarquizar, comentar, analisar), influir sobre os critérios de escolha dos leitores, fornecer elementos e argumentos para sua opinião, a imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe. (PIZA, 2004, p. 45).

Para Piza (2004), o jornalismo contemporâneo não tem conseguido cumprir essa função com clareza e eficácia, por vários motivos, dentre eles a lógica mercadológica da divulgação de produtos e eventos – fator evidente em nossa pesquisa, conforme veremos nos dados apresentados em seção posterior. O resultado desse processo são cadernos – especialmente os diários – superficiais, pautados por temas como celebridades e lançamento de produtos, restringindo grandes reportagens e textos críticos, abrindo espaço significativo para o colunismo social e para *releases*. Às vezes pouco evidente em meio ao conteúdo editorial, esse cunho mercadológico pode ser constatado até mesmo nas fotografias, a partir da análise de sua origem (crédito), como verificamos nesta investigação.

Quanto ao projeto gráfico dos jornais, a história da imprensa também nos dá indícios de que sempre houve uma preocupação com o *design*, especialmente a partir dos anos 60 do citado século, já com a presença da televisão e do sistema de impressão *offset*. A paginação modular se estabelece nesse período como alternativa para a produção de *layouts* mais atrativos, fugindo das bases verticais ou horizontais utilizadas até então. Fotos maiores e propostas tipográficas diferenciadas ganham espaço e visam a criar uma identidade própria de cada publicação. Essas experiências são atravessadas por uma mudança fundamental, editorial e gráfica – a divisão do jornal em seções, ocorrida nos anos 70 (séc. XX). (SOUSA, 2005). Outro momento importante ocorreu no fim dessa década, quando se percebe a tensão entre conteúdo e forma fortemente vinculada aos recursos das tecnologias digitais de diagramação e de produção gráfica. Esse processo se desencadeia em um quadro midiático contemporâneo complexo, no qual o *design* é valorizado como elemento fundamental na

disputa pela atenção de um leitor-consumidor. O resultado são projetos gráficos sistematicamente reformulados e apresentados aos leitores em atendimento às suas demandas. (GRUSZYSKI, 2010, 2011).

Portanto, historicamente, o desenvolvimento tecnológico vem sendo absorvido pelo campo jornalístico, refletindo em mudanças de ordem editorial e gráfica. Essa dinâmica não se dá ao acaso, sendo estruturada a partir da ideologia das empresas, da estrutura comercial que as sustenta, do perfil dos produtos e do público ao qual se destinam. Partimos, então, da premissa de que o projeto gráfico não atua apenas na constituição da identidade visual dos periódicos, mas também no estabelecimento de um contrato de comunicação entre esses e seus leitores. Nesse contexto, vamos explorar a fotografia como elemento essencial na construção do discurso jornalístico, tendo em vista as especificidades do segmento cultural.

Fotojornalismo e cobertura cultural

A fotografia, elemento fundamental no projeto gráfico dos cadernos de cultura, tem como embrião as ilustrações presentes nos jornais e revistas do século XIX. Foi somente a partir do século XX, quando o desenvolvimento tecnológico viabilizou a produção e publicação de fotos com maior facilidade, que elas passaram a ser veiculadas em periódicos diários. Isso ampliou as possibilidades descritiva e argumentativa do texto, uma vez que o campo do visual permite essas mesmas funções, adicionadas de indicialidade, presença e testemunho próprios desse tipo de imagem. (SILVA JÚNIOR; QUEIROGA, 2010).

Durante boa parte do século XX, ser fotógrafo exigia, além de talento, investimento de capital em equipamentos, filmes e papéis fotográficos. Não raras vezes, a dificuldade em lidar com os aparatos requeria um curso técnico – aprendido esse que os aspirantes a jornalistas aprendiam na universidade. Mas, no fim do século XX, começaram a surgir o fotômetro automático, o *zoom*, o *flash* embutido, entre outros, que tornaram a prática fotográfica acessível a todos. Já no século XXI, a invenção das câmeras digitais facilitou ainda mais o ato de fotografar, banalizando-o, inclusive – e exigindo uma nova discussão sobre a formação do repórter fotográfico e a noção de verdade. (VEGAS, 2010).

Para Sousa (2004b, p. 12), o fotojornalismo é uma atividade “de realização de fotografias informativas, interpretativas, documentais ou ‘ilustrativas’ para a imprensa ou projetos editoriais ligados à produção de informação da atualidade. Nesse sentido, caracteriza-se mais pela finalidade, pela intenção, e não tanto pelo produto”. Segundo o autor, é por meio da fotografia de acontecimentos e da cobertura de assuntos de interesse

jornalístico que o fotojornalismo “pode visar informar, contextualizar, oferecer conhecimento, formar, esclarecer ou marcar pontos de vista (‘opinar’)”. (SOUSA, 2004b, p. 12). Assim, as imagens jornalísticas podem ser classificadas, conforme Sousa (2004b), em fotos documentais (foto documentarismo), ilustrativas (fotos de divulgação, por exemplo), *spot news* (fotografias únicas que condensam a representação de um acontecimento e o significado desse) e *feature photos* (fotografias de situações peculiares encontradas espontaneamente pelos fotógrafos).

Apesar da forte relação com o paradigma positivista e com a busca histórica pela objetividade, na contemporaneidade, a fotografia não mais certifica a existência de um fato por meio da presença do referente, devido às possibilidades de digitalização, edição e manipulação. Entretanto, no campo do jornalismo, como documento, ela ainda é um valor, tensionado pela noção de verdade. “Acompanhando textos (títulos, matéria, legendas), a foto torna-se argumento do jornalista, complementando a busca pela veracidade sobre o que ali se escreve, ajudando a comprovar o que foi dito.” (VAZ, 2006, p. 9-10). Ou seja, o texto orienta os significados da imagem.

Segundo Munhoz (2007), na passagem do milênio, três importantes avanços técnicos na área digital impuseram mudanças na rotina do fotojornalismo: (1) a digitalização da transmissão dos negativos que aceleraram os ganhos de tempo e dinheiro, ainda que o sistema precário só permitisse enviar duas ou três fotos por dia (1995); (2) o uso de câmeras digitais quando as fotos passaram a ser transmitidas em poucos segundos diretamente do local do acontecimento (1998); (3) a digitalização de arquivos de grandes agências e a criação de bancos de dados integrados na internet possibilitaram que empresas como *Agence France-Presse*, *Associated Press* e *Reuters* passassem a oferecer, em tempo real, fotos de acontecimentos em qualquer lugar do mundo (séc. XXI).

A evolução e popularização da fotografia banalizam seu propósito social, pois geram uma contradição entre quantidade e qualidade, conforme assinala Buitoni (2011). Em meio a um imenso número, fotografias de grande qualidade estética e/ou informativa são relativamente poucas. “A facilidade tecnológica e a pressão do tempo fazem com que as imagens dos jornais, revistas e do jornalismo na internet venham perdendo qualidade, ao invés de se aperfeiçoarem, como seria de supor, quando nos deparamos com tantas ferramentas e equipamentos.” (BUITONI, 2011, p. 6).

Com potencial técnico à disposição, cabe às empresas jornalísticas definirem novas estratégias para acompanhar todas essas novidades e tirar proveito delas. A intensa produção fotográfica, que encontra nos bancos

de dados uma forma de organização e armazenamento, mobiliza a revisão de parâmetros consolidados de produção e configuração dos produtos editoriais onde as fotografias circulam. Trata-se de uma realidade que demanda a atualização constante dos fotojornalistas e editores às novas rotinas, táticas e estratégias profissionais, exigindo também o estabelecimento de parâmetros que balizem a prática e confirmem unidade ao campo.

A pesquisa de Sallet (2006), realizada na *ZH*, é um exemplo dessa tensão entre potencialidades e práticas. A autora indica que a empresa possui um *staff* mínimo de fotojornalistas para dar conta de sua produção – do que depreendemos que a redação mantém brechas favoráveis à absorção de imagens cedidas por agências, assessorias de imprensa ou outros colaboradores. Os achados da nossa pesquisa, apresentados a seguir, evidenciam que, quando se trata do segmento cultural, essa é uma ação recorrente. Temos, portanto, de um lado, a expectativa de que esse seja um suplemento do jornal onde as imagens encontrem mais espaço e, assim, ganhem força no discurso/narrativa – o que, de fato, ocorre; de outro, um alto índice de aproveitamento de materiais de terceiros, ou seja, que não são feitos pela equipe de reportagem dos jornais estudados – o que demonstra que a editoria não é priorizada no conjunto editorial dos periódicos, sobretudo se levarmos em consideração as possibilidades criativas e interpretativas que as temáticas viabilizam.

À margem do que constatamos, entendemos que o jornalismo cultural comporta tanto as produções mais urgentes, imediatas e testemunhais quanto aquelas mais planejadas, com tempo prolongado de elaboração. No primeiro caso, temos o caráter informacional como essencial; no segundo, há uma aproximação do fotodocumentarismo (SOUSA, 2004b), mais interpretativo, e da ilustração, quando a foto, em si, não é essencialmente notícia, mas proporciona experiência estética e é capaz de suscitar associações mais livres. A escolha pela produção e publicação de fotografias que ora priorizem uma função simbólica, ora estética, ora informativa, permite que o jornal diferencie o conteúdo oferecido, fornecendo também, por meio das imagens, parâmetros interpretativos para a cultura de uma determinada época e local, contribuindo, assim, à formação de públicos e avaliando o sistema cultural. (GOLIN, 2008).

A fotografia nos suplementos analisados

A pesquisa realizada avaliou as edições de janeiro, março, setembro e dezembro de 2009. Apresentaremos dados iniciais relativos aos quatro meses analisados para, então, nos determos nas edições de setembro, com

o propósito de aprofundarmos aspectos específicos relacionados à fotografia. A análise quantitativa foi efetuada em dois níveis: primeiro, do caderno como um todo, distinguindo as áreas editorial e comercial, e, depois, de cada página, quando foram tabuladas as áreas editorial e comercial, bem como o número de matérias por página. Posteriormente, realizamos a análise qualitativa – mês de setembro – a partir de um roteiro que visou a observar, sobretudo, as relações entre os elementos gráficos na página, avaliando a composição do *grid* (diagrama) e a hierarquia entre níveis de texto e imagens, identificando também os tipos de imagem e sua fonte/autoria (crédito).

No que se refere à totalidade do *corpus*, constatamos que, enquanto o *Ilustrada* varia o número de páginas em função dos anúncios (de 6 a 16), o *Segundo Caderno* mantém fixo o conjunto de oito – o que, possivelmente, justifica o menor índice de anúncios no jornal gaúcho, além de esse ter formato tabloide. Considerando a área reservada ao conteúdo editorial, o *Ilustrada* dedicou a ele 75% da mancha,² o *Segundo Caderno*, 83%. A área comercial ficou com 25% e 17%, respectivamente. No mês de setembro, os espaços dedicados às imagens (ilustrações, fotografias, charges e quadrinhos) e aos infográficos somados é significativa em ambos os suplementos, tendo um peso praticamente equivalente aos conteúdos textuais. Dentre as imagens, as fotografias são, com saliência, as que mais se destacam nas publicações, conforme podemos ver nos gráficos 1 e 2.

Gráfico 1 – Imagens e infográficos no *Segundo Caderno* (set. 2009)

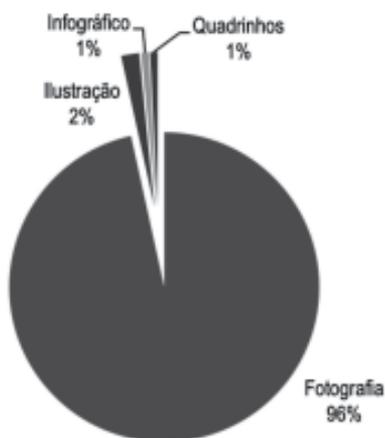
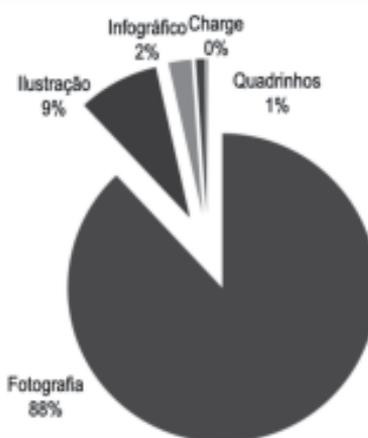


Gráfico 2 – Imagens e infográficos no *Ilustrada* (set. 2009)



Fonte: Elaborados pelas autoras.

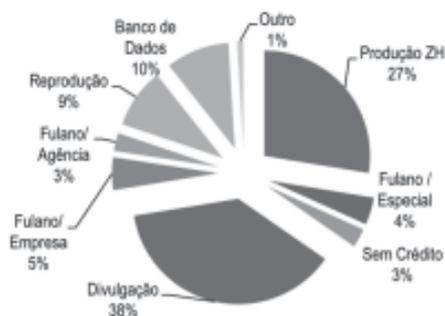
² *Mancha* é o nome dado ao espaço delimitado para a impressão dentro de uma página.

Apesar de jamais alcançar a plenitude da objetividade – visto que o próprio recorte de tempo e de espaço, a angulação e o equipamento utilizados (para ficarmos em alguns exemplos) já denotam subjetividade e escolhas –, a fotografia ainda é, dentre as imagens possíveis de serem utilizadas no jornalismo impresso, a que mais se aproxima do *real*. Ela capta o instantâneo, “atributo imperativo para o desenvolvimento do fotojornalismo” (BARBOSA; LOUZADA, 2012, p. 63) e pode preencher uma necessidade de confirmação visual ou proporcionar ao observador algum sentido de realidade (ou de uma realidade dentre tantas possíveis). (SOUSA, 1998). Contudo, ressalta Sousa, devemos considerar que uma foto é sempre fabricada dentro de um determinado contexto e é dentro dele que as situações que ela representa permitem significações ou, pelo menos, associações mais coerentes com a realidade hipoteticamente referenciada.

Ao falarmos de contexto, falamos, sobretudo, de uma espécie de contexto *externo* à fotografia, o contexto que respeita a relação da imagem com a História, a sociedade, a cultura, as ideologias, a eventual organização em que foi produzida, a profissão de fotógrafo (fotojornalista), a situação e o autor. (SOUSA, 1998, p. 79).

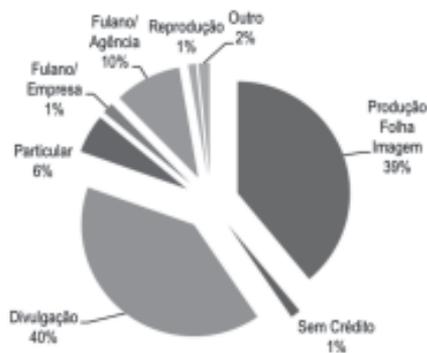
Daí, não podemos ignorar que, como parte do discurso jornalístico, a fotografia carrega sentido não apenas pelo contexto de produção e pelo que nela está representado, mas também por meio de seu tamanho, posicionamento e relações que estabelece com os outros elementos gráficos presentes na página. “A natureza formal, a matéria informativa, o conteúdo narrativo, a paginação, os textos que acompanham uma foto, todos estes são factores de manipulação que, ao nível do fotojornalismo, originam percepções e imagens diferenciadas da realidade.” (SOUSA, 1998, p. 84-85). Além disso, como argumentam Tavares e Vaz (2005, p. 126), “no jornal, as imagens funcionam como ponte entre o acontecimento e o leitor, permitindo a esse imaginar o cenário e de alguma forma a ação que ali ocorre”. Nas palavras de Sousa (2004a, p. 5), “a fotografia jornalística mostra, revela, expõe, denuncia, opina. Dá informação e ajuda a credibilizar a informação textual”. Na cobertura cultural diária, contudo, observamos que as fotografias foram provenientes de diferentes fontes, a grande maioria delas creditada como divulgação, como podemos visualizar nos gráficos 3 e 4.

Gráfico 3 – Fotografias *Segundo Caderno*, conforme o crédito (set. 2009)³



Fonte: Elaborados pelas autoras.

Gráfico 4 – Fotografias *Ilustrada*, conforme o crédito (set. 2009)



Esse alto índice nos permite inferir que tais imagens são fornecidas pelas fontes interessadas, adotam uma perspectiva que privilegia o seu ponto de vista e, em termos de circulação, ocorre que uma mesma fotografia pode se repetir em diferentes veículos. Em sua maioria, elas apresentam um teor mercadológico, de promoção ou tentativa de venda de produtos ou eventos, também por meio do destaque a personalidades a eles ligados, como vemos nas figuras 1 e 2, onde Isabelle Huppert consta na coluna de Mônica Bergamo (*FSP*) – da qual trataremos a seguir –, e em foto similar na capa do *Segundo Caderno* (*ZH*). Na cobertura cultural, essas imagens de divulgação muitas vezes detêm qualidade estética, como é possível observar nas figuras de 3 a 6, consonante com um valor caro ao campo cultural, conforme tratamos na parte inicial do presente texto. Contudo, noções como verdade, comprovação de ocorrência de um fato, testemunho e função informativa – ingredientes associados ao jornalismo – não parecem ser valorizados. As imagens mais anunciam/apresentam o que está por acontecer do que retratam cenas de um evento que ocorreu e/ou versam sobre sua repercussão. Mais adiante veremos alguns exemplos que fogem dessa tendência.

³ *Folha Imagem* é a designação utilizada pela *FSP* para indicar as fotografias produzidas pela equipe de reportagem. Em *ZH* consta apenas o nome do autor no crédito. Definimos, então, a nomenclatura *Produção ZH* para as fotografias produzidas pela equipe desse jornal.

Figura 1 – Ilustrada, 16/9/09. E2

Mônica Bergamo

bergamo@folha.com.br

Repetico

Um grupo musical do nordeste tem "The UKM" que se apresenta em SP e Rio no início de maio, vai voltar ao Brasil. Paulo Hornal quer voltar à cidade com o grupo de 2000. São, São Paulo, Porto Alegre, Curitiba, Belo Horizonte, Brasília e Salvador já estão confirmadas. Recife e Fortaleza dependem de última data.

LEMBRANÇAS

ACI não é depois de qualquer tempo, mas gravações são, pois quando se trata de um documentário de história de um país, o que se registra é o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

EM CASA

Um grupo de artistas, "Ainda", é o nome do trabalho para São Paulo. É que, se depois de 10 anos, o trabalho não mudou, o trabalho não mudou. A história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

PRIMEIRA NOÇÃO

De um momento de gravação. Lela, adora o trabalho. Ela que está sendo feita a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

TABO

Um trabalho de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

NOVIDADE

A história de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.



Em um trabalho de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.



Carla Lombardi no exterior do Cinema Itaú



Mônica Bergamo se diverte com Pedro Estanislau



Carla Esmeralda profere a sessão inaugural

Em um trabalho de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

MAIQUÊ COSTA TUDO
Uma gravadora, Paulo Maluf (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

LADREIRA ABARDO
Uma gravadora, Paulo Maluf (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

DEUS VINDO
Um trabalho de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

OS AMIGOS
Uma gravadora, Paulo Maluf (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

BARRAO NO BANHEIRO
Um trabalho de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

NOVIDADE
A história de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

THE NEW VERSION OF A LUXURY HOTEL
DPNY
MOTEL

Colômbia, o paraíso a você chegar
ADVour
Super Proteção para a melhor temporada!
Cartagena & San Andrés
06 noites
a partir de R\$ 1.000
incluindo de R\$ 100 a R\$ 150



EM UM TRABALHO DE PRISCILLA DE ARAÚJO. ELA É A HISTÓRIA DE UM PAÍS, O QUE SE VIVEU. O PROGRAMA PARLATÓRIO DE TV, COM A MARINA SILVA (DPV) FOI LANÇADO, E A FIM, O TEMPO E A HISTÓRIA DO BRASIL. COM O TEMPO, A HISTÓRIA.



A atriz Leticia Perillo, que cantou o show de abertura

QUINTO-CINCUETO
Um trabalho de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

SEXTA-CENTENA
Um trabalho de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

SÉTIMA-CENTENA
Um trabalho de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

OCTAVA-CENTENA
Um trabalho de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

NONATA-CENTENA
Um trabalho de Priscilla de Araújo. Ela é a história de um país, o que se viveu. O programa parlatório de TV, com a Marina Silva (DPV) foi lançado, e a FIM, o tempo e a história do Brasil. Com o tempo, a história.

Figura 2 – Segundo Caderno, 21/9/09. Capa

ZERO HORA PORTO ALEGRE, SEMPRE FORA, 21 DE SETEMBRO DE 2009

Segundo Caderno

Além: Tereza Echenozávez 126-132 Artista: www.terezaechenozavez.com.br




Isabelle, 50 anos, visita moda em sua homenagem em São Paulo

Por que amamos Isabelle Huppert

Estrela do 16º Porto Alegre Em Cena, atriz francesa encerra o festival com a apresentação da peça "Quartett", quarta e quinta

RENATA LEBRA

Ela não é exatamente linda – não daquela beleza que o cinema francês nos ensinou a enxergar nos rostos de Brigitte Bardot, Catherine Deneuve, Isabelle Adjani, Emmanuelle Béart. Tampouco rimosa e cativante evidente de outras divas de sua terra como Bérénice Bejo, Françoise Brétillon, Fanny Ardant.

Mesmo assim, Isabelle Huppert é um dos maiores patrimônios culturais da França contemporânea – um tesouro nacional que a capital gaúcha vai receber nesta semana.

A atriz encerra a programação do 16º Porto Alegre Em Cena, outubro em palco do Teatro de São Paulo no quarto dia e no quinto com a peça Quartett, versão de genial encenação americana Bob Wilson para o mesmo texto de Franz Kafka – por sua vez, baseada em estruturas

aportadas por Jacques Rivages, de Francis Ford Coppola de lado que inspirou a versão original. O festival de artes abstratas, aliás, já trouxe nesta edição mais personalidades: Susanna Dracopis e Hans, que conviveu o Teatro São Paulo na mesma passarela com o ator inglês La Doulon (Nicolás, Dominique e Isabelle trabalharam juntos em Du, Assis de Mello, no do Clube Club, que também se apresenta no próximo mês de setembro no festival de cinema).

Com mais de 80 filmes em seu currículo, premiada com mais importantes festivais, Isabelle Huppert, 50 anos, chega ao país com uma série de novidades: além de atuar na peça em São Paulo, a artista está sendo homenageada por 11 anos em uma exposição itinerante e em dois filmes em Caxias – que cada um recebe 100 mil reais em gastos elaborados e o diretor Robert Jacquet. Isabelle desempenha o cinema em Caxias. Em 2004, ambientou Ousé e Ousé e Ousé de Robert Jacquet. Não há que falar de outras em termos de honras e premiações que foram atribuídas – caso do protagonista de

Isabelle Huppert (2004), prêmio de ouro que lhe rendeu o prêmio de atriz em Cannes. "De um lado, vejo que o cinema de um artista, de outro, seu cotidiano e sua vida. Não é um ato que acontece no dia", afirma em um momento de sua vida, que a dirigem em A Professora de Piano (2001), a última película de mulher atriz em Cannes. Sua combinação singular, capaz de expor a complexidade de sentimentos, é o que inspirou a direção de Jacques Rivages – que Isabelle encarna com beleza na versão original por Clube em 1995, a despeito de passar mais volta de que a protagonista de Quartett.

Embora seja uma referência de beleza, a atriz mulher de alto nível não é francesa, cuja marca de tempo recente a acrescenta à lista de mulheres do mundo. "É o melhor que vi, e o melhor amigo que sei, mas não sei nada", declara Isabelle certa de seu talento artístico. A atriz francesa do Clube é um exemplo: Isabelle Huppert porque acredita em sua

Para ver Isabelle Huppert

- EM DVD**
- A Janta do Cordeiro (1981), de Michelangelo Antonioni (Rivages) (1987), Carlo Mazzini
 - Melancolia (1991), de Claude Chabrol
 - As Aventuras de Pinóquio (1993), de François Truffaut
 - Segunda-Feira (1995), de Claude Chabrol
 - A Top do Grande (2000), de Claude Chabrol
 - Contra o Homem (2000), de Robert Siodma
 - A Professora de Piano (2001), de Jacques Rivages
 - Os Mulheres (2002), de François Ozon
 - Hotel (2004), de David O. Russell
 - Non Plus (2004), de Robert Siodma
 - Propriedade Privada (2004), de André-Louis
 - A Contessa de Palm (2006), de Claude Chabrol

- EM VHS**
- Um Amor em Paris (1977), de Claude Sautou
 - Luís (1983), de Renato Poggioli
 - Os Passados (1988), de André Malraux
 - Um Anjo de Mulher (1988), de Claude Chabrol
 - Melancolia (1991), de Claude Chabrol
 - Duque de Ambr (1991), de Diane Kurys
 - A Supremacia (1991), de Christian Vincent
 - Amor (1994), de Hélène

Melancolia, A Professora de Piano e Os Mulheres



Sabemos que um jornal desempenha papel mediador entre público e atividades artísticas, intelectuais e de entretenimento, dando visibilidade ao que está na pauta. Isso é realizado segundo diretrizes editoriais e estratégias discursivas, amparadas por uma cultura profissional atrelada a valores-notícia e rotinas produtivas. Parece-nos que a quantidade de imagens ligadas a pautas de lançamentos, espetáculos e eventos evidencia a força da dinâmica das indústrias culturais, cujos suplementos diários avalizam o sistema cultural sobretudo por meio da reprodução do que é oferecido pelas fontes (gerenciadas por assessorias de imprensa, produtoras e/ou providas de agências de notícias internacionais, no caso de eventos de grande repercussão mundial). Há, no âmbito cultural, pela própria natureza dos temas, reproduções de capas de livros, discos, cenas de filmes ou de programas televisivos, entre outros.

Figura 4 – ZH, 9/9/09. p. 6, crédito “Divulgação”

6 Suplemento

PETROBRAS
O BRASIL É A NOSSA ENERGIA

PORTO ALEGRE
EM CENA

Cartão de crédito
sempre com
o melhor custo
benefício

PRÊMIO ALICE, QUARTA-SEMANA, 09/09/09 | PÉRIO BRUNO

Dominique Blanc interpreta a protagonista de “La Douleur”, que estreia hoje



A dor de um lar vazio

Luto de ausência e de retorno

Marguerite Duras (1914 – 1996) escreveu *A Dor* nos anos 1960, quinze décadas depois dos episódios que narra no livro. Era usado como base teatral-didática que serviu durante o II Guerra – algo que ela sempre denunciou em algumas ocasiões. E um dia textos literários mais discursivos já escritos sobre o luto – mesmo quando o objeto de luto está vivo, como é o caso do companheiro de Marguerite no livro Robert L. No França ocupado, Robert é preso e enviado para o campo de Buchenwald. O luto é a ausência de seu tempo que recupera, no presente, a memória sempre e nunca, a dor que torna causa da progressão, a própria Marguerite. Há não como, perde o tempo, torna-se incômoda mesmo para os estrangeiros da Resistência frente ao que é mais tarde presidente François Mitterrand, identificado como Mithrand no livro.

São duas dores, no sentido a da ausência e do retorno. Robert, que não passa de uma sombra familiar e degradada em seu momento, não é mais o homem de quem ela se lembrava. O luto, agora o julgamento individual de anos, medidos o tempo pela guerra.

Diretor francês Patrice Chéreau adapta livro de Marguerite Duras

CAROLINE JACOB MORAIS

O espaço nobre do Theatro São Pedro casa bem com o espírito da primeira peça do Em Cima a estrear no local: *La Douleur*, um monólogo que transforma em dramaturgia o discurso poético e exaltado de uma mulher às voltas com as perdas provocadas pela guerra.

Dirigido por Patrice Chéreau e contada pela atriz Dominique Blanc (que trabalhou com o diretor no filme *A Rainha Margot*), *La Douleur* é a adaptação de um dos livros mais vicissitudes de Marguerite Duras, a autora de *O Amante* (lido e quando se lido), e se inscreve em uma categoria de epistolários cujo propósito não é uma comunhão mas uma tradução não apenas na grade de programação do Em Cima mas nos palcos de modo geral a adaptação de obras literárias em palco. São livros, Marguerite Duras escreveu que viveu durante os últimos dias de II Guerra Mundial – seu marido, assim de membros da Resistência, enviado para um campo de concentração, onde se recusou a se casar com lá de fim da guerra e ela em seguida se tornou um dos membros da Resistência.

Chéreau vai ocupar a cena em São Paulo com três apresentações de *La Douleur* (seja, amanhã e sexta-feira, às 21h) e com duas leituras dramáticas de *Le Grand Inconnu* (seja, sábado e domingo, também às 21h) – o capítulo de memória nome de Os Inimigos Rumores de Fischer Destruída. Leituras do próprio Chéreau que já participou outras vezes em filmes como *Duano* e *Prisoner de Revolution* no *O Tempo Reduzido*, no qual apresenta a sua vez a *Prést*.

Um encenador para a palavra

Filho de pioneiros, Patrice Chéreau vem a Paris Alegre não apenas como diretor, mas para encantar sua faceta de ator – a aponta sua Capital no meio da turbulência de um lançamento de seu novo filme, *Provocation*, apresentado no Festival de Veneza, uma encenação dramática que aborda de close-ups dos atores para montar um tríptico autônomo entre duas jovens, um enfermeiro de nome Orlenda (Doris), sua namorada (Charlotte Gainsbourg) e um homem mais velho (Tom Hanks em inglês) que passa a perseguir a esposa obsessivamente, dizendo que é ela.

Colocando-o entre na qual Chéreau, 65 anos, é mais reconhecido internacionalmente – inclusive no Brasil. Mestre do drama, Chéreau já levou as telas trabalhos que transita de épicas de *A Rainha Margot* (1994) as encenações e encenadas de *Intimidade* (2001) – mas sempre valorizando interpretações intensas e diálogos de grande qualidade. É no domínio da palavra em cena que Chéreau criou o seu caminho como diretor e encenador.

José Pedro Goulart

Conceito pipoca

Ele tem feito filiado pelo cinema. É possível que as obras que mais me impressionaram foram as que dividiram com as minhas críticas sobre qualquer coisa. Mas de um tempo para cá minha relação com o cinema caiu na rotina, então não tem tempo. Prefiro ficar com minhas próprias elaborações, as obras que fizeram com as minhas relações atuais. Adulto que foi, porém, cometi a ter uma série de ideias de elaboração de filmes.

É melhor para uma encenação em 3D com a minha filha – as que parece a resposta do cinema a privar a vida, refletir a presença logo. Logo a vida acabou com o espectador há momentos atrás, mas o cinema, portanto, retomando, tornando de tempo em tempo a vida e até mesmo ao vivo.

De novo, o cinema, tal como a grande maioria, está acabando. Sim, há a presença de aparelhos, então não há o cinema já em. O que vem a ser o cinema que apenas nos faz lembrar de um tempo em que compartilhávamos uma cultura comum com o resto do mundo, uma vida grande e festiva de ideias.

Pena. Há algo irreversível no modo de ver filmes com a vida plena, a gente e o personagem de. É isso a vida que não pode a sofrer com o cinema de modo, uma vida grande e festiva de ideias.

Pena. Há algo irreversível no modo de ver filmes com a vida plena, a gente e o personagem de. É isso a vida que não pode a sofrer com o cinema de modo, uma vida grande e festiva de ideias.

Pena. Há algo irreversível no modo de ver filmes com a vida plena, a gente e o personagem de. É isso a vida que não pode a sofrer com o cinema de modo, uma vida grande e festiva de ideias.

Figura 6 – Ilustrada, 5/9/09. capa, crédito “Divulgação”



Capa de "Viagem Preciso, Viagem Te Amo", que mistura ficção e documentário, em competição na seção Horizontes, voltada para filmes experimentais

O sertão vai a Veneza

66º FESTIVAL DE VENEZA

Festival de Veneza exhibe 'Viagem Preciso, Viagem Te Amo', de Karim Ainouz e Marcelo Gomes, feito a partir de uma longa viagem pelo sertão nordestino

LEONARDO CRUZ
reportagem e crítica

Estabelecido no Festival de Veneza, "Viagem Preciso, Viagem Te Amo" é um projeto que remete ao início da carreira de dois dos principais cineastas brasileiros da atualidade: Karim Ainouz, 42, e Marcelo Gomes, 45.

Finalizado neste ano, o filme que mistura ficção e documentário começou a ser concebido em 2005, com uma viagem de quase dois meses pelo sertão nordestino, quando os dois diretores ainda não haviam iniciado suas primeiras longas, "Maduro lençol" de Karim, há sete anos, e "Cinema, Aspirinas e Urubutu" de Marcelo, em 2005.

"Uma viagem foi minha formação como cineasta. Muito de 'Aspirinas' surgiu ali. Aprendi muito naquele tempo do que se trata de cinema", conta Marcelo, que trabalha pela Universidade de Brasília (UnB). Para Karim, a viagem trouxe descobertas que seriam usadas em seu segundo longa, o "Cão de Sade" (2007), também exibido no festival.

Para contar melhor a história desse filme, a Folha reuniu os cineastas no bar de Exaltado, tradicional hotel de três estrelas de acesso da história e do encontro dos cineastas. Na mesa ao lado, indolente à mesma conversa, o todo-poderoso produtor americano Harvey Weinstein desmonta um sanduíche e um refrigerante.

A conversa entre os cineastas começou em 1996, quando Karim pediu que Marcelo fosse o roteiro de "Maduro lençol". Eles já se conheciam há dez anos

na solidão intransigente. Foi até então que a palavra "sertão" para ter um nome "além do céu e do lago", conta Karim. A ideia era se afastar da imagem histórica do região na cultura brasileira. "Encontramos um universo plural, que tem desde uma fé de equipamentos eletrônicos a locais de total desolação", completa Marcelo.

O primeiro resultado dessa viagem foi o documentário "Roteiro de Arlindo José Freitas", de 16 minutos, gravado em 2004. Ao montar o curta, os diretores perceberam que poderiam fazer ainda um outro filme, um longo, e selecionaram 70 minutos das imagens que mais gostaram.

Em "Roteiro de Freitas", acompanhado por Marcelo, foram guardados até 2008, quando surgiu a ideia de montar uma obra que representasse mais e encontrasse um jeito diferente de contar uma história.

Com equipe de seis pessoas, eles rodaram 17 mil quilômetros, a partir de Juazeiro do Norte, no Ceará, passando por Pernambuco, Paraíba, Sergipe e Alagoas, impoemendo dia a dia os locais de filmagem. "Os trajetos a procura de tudo o que encantava e causava estranhamento. Queríamos sempre com o olho de lugar fechado, intacto, enquanto, ao lado, no

estêreo, surgiu 30 minutos, o material do filme, interpretado por pessoas locais, não é um gênero que pensamos o sertão para fazer um estado sobre a construção de um canal e, de qualquer, tentar expor uma perda amorosa.

"Temos um conceito de cinema ao contrário. Em vez de escrever uma história e filmar, inventamos uma história a partir de um filme que já existe", afirma Karim.

Essa é a verdadeira história

Definido a trama, os cineastas voltaram ao sertão para captar cenas adicionais, para preencher lacunas da ficção — um especial tratado sobre os incidentes no material de 2008. O resultado misturou várias tipos de imagens — registros em película (grupos de estudantes em uma obra que Karim preferiu chamar de "cinema autônomo").

Para Marcelo, a variedade de imagens de "Viagem Preciso, Viagem Te Amo" tem origem em viagens modernas, que dialoga com blogs, fotografias, YouTube e Facebook.

"Tem o filme de 'Cão, we can', que é possível contar uma história, mas em certos tipos de vídeos que foram mais trabalhados de fazer cinema", completa Karim. No total, "Viagem Preciso, Viagem Te Amo" tem 80 minutos e foi lançado em 2009.

Encontramos [no sertão nordestino] um universo plural, que tem de tudo uma fé de equipamentos eletrônicos a locais de total desolação

Então vamos à procura de tudo o que encantava e causava estranhamento. Queríamos sempre com o olho de lugar fechado

Karim Ainouz e Marcelo Gomes, no pier do Lido, Veneza, durante do festival

No entanto, são poucas as fotografias produzidas, de fato, pela equipe de ambos os jornais analisados – 27% em *ZH* e 39% na *FSP*. Ou seja, além do conteúdo publicitário explícito, identificamos, nos exemplares investigados, um significativo espaço destinado a imagens terceirizadas – o que nos permite inferir que o jornalismo está permeado por um discurso de apelo comercial que, no âmbito da cultura, muitas vezes, perpassa a área contabilizada em nossa análise como conteúdo editorial. Isso pode ser mais ou menos explícito, como é possível avaliar nas matérias que constam nas figuras 3 e 4, que tratam de espetáculos apresentados no festival de teatro “Porto Alegre em Cena”. Observe-se que, além da marca do evento, temos aquela da Petrobras que, provavelmente, era a sua patrocinadora e que consta em todas as reportagens realizadas sobre ele no período. Por outro lado, o crédito dado a uma foto costuma ser visualmente discreto, e o leitor toma o conjunto do *layout* da página como enunciado daquele título.

Nesse sentido, “assim como na produção textual, a produção jornalístico-fotográfica molda a realidade, partindo dos pressupostos de noticiabilidade existentes, aliando-os a princípios e fundamentos técnicos (angulação, lentes, luz, enquadramento, etc.).” (TAVARES; VAZ, 2005, p. 127). Assim, essa produção “do outro” não está vazia de sentido. Ela significa tanto na narrativa quanto no sistema produtivo. No primeiro caso porque, como já dissemos, essas imagens são muitas vezes enviadas por assessorias ou empresas com o intuito de promover ou comercializar – são fotografias que representam algo, a partir de uma apreensão manipulada e mediada da realidade. (SOUSA, 1998). No segundo, porque o uso de tais imagens pode representar um descaso com o segmento cultural ou, ainda, falta de pessoal para dar conta dessa editoria, especialmente no que tange aos cadernos diários, foco de nossa análise.

Considerando esse contexto, vemos que a cobertura cultural oferecida pelo jornalismo exercido nos suplementos diários – que, como salientamos, participa da formação do público em determinada época e local –, parece estar marcada prioritariamente pela divulgação e pelo serviço no caso dos cadernos analisados. O papel de mediador do jornalismo também como uma instância de oferecimento de diferentes angulações sobre um produto ou serviço cultural, a interpretação e a crítica – aqui visitados a partir das fotografias publicadas nos jornais e sua articulação com os elementos da página –, parece bastante constrangida pela distribuição/proposição de “sentidos oficiais”. Para Tavares e Vaz,

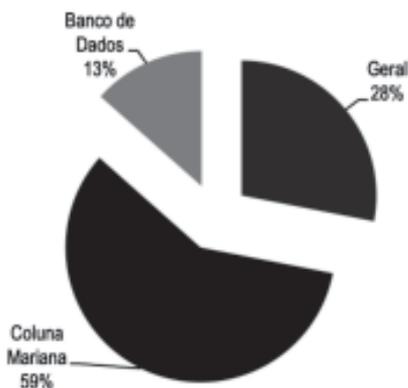
a fotografia do jornal nos aproxima de determinado acontecimento, fazendo-nos conhecê-lo e dando-nos a sensação de que dele participamos. Muitas vezes, quando pensamos em determinado episódio, são as imagens da mídia que nos vêm à mente como se tivéssemos vivido determinada situação. As imagens fotojornalísticas são responsáveis diariamente pela conformação e pela criação de cenas que nos dão versões imagéticas da realidade cotidiana que nos cerca. (2005, p. 128).

O *fotojornalismo terceirizado* que identificamos no *corpus* pode fragilizar citada função social. O que se apresenta aos leitores é um conteúdo mascarado pela força das imagens, aliado ao possível desconhecimento do público acerca de toda essa teia que está por trás das rotinas produtivas. A fotografia pode ser uma espécie de linguagem universal, como ressalta Sousa,

que extravasa fronteiras, políticas, economias e mesmo culturas, ou, pelo menos, beneficia o mínimo denominador comum que permite a todo ser humano [se] comunicar com outrem, evitando as necessidades de tradução. Todavia, a fotografia não dispensa um auxílio eventual à leitura da imagem fotográfica, já que nem todos possuem um índice de literacidade imagética que permita a exploração total das imagens fotográficas. (1998, p. 87).

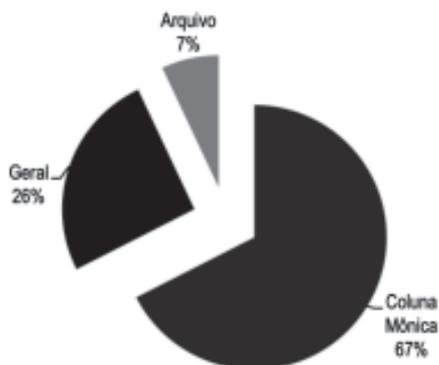
O excessivo número de imagens terceirizadas pode, assim, delinear um afastamento do propósito fotojornalístico, aproximando-se da lógica mercadológica. Além disso, ao voltarmos nosso olhar às fotografias que são produzidas pela equipe dos jornais, encontramos outro dado instigante: a significativa presença de fotografias produzidas pelas equipes do jornal publicadas nas colunas e assinadas por Mônica Bergamo (*FSP*) e Mariana Bertolucci (*ZH*) (gráficos 5 e 6).

Gráfico 5 – Distribuição das fotos produzidas pela equipe no *Segundo Caderno* (set. 2009)⁴



Fonte: Elaborados pelas autoras.

Gráfico 6 – Distribuição das fotos produzidas pela equipe no *Ilustrada* (set. 2009)



Evidentemente, essas fotos fazem parte do conteúdo editorial do segmento de cultura. Contudo, entendemos que o propósito desse espaço é diferente daquele do restante dos suplementos, mantendo basicamente uma finalidade que poderíamos chamar de “colunismo social” – o que acarreta mudanças na forma/*design* da página e na produção do material fotográfico. Ambas ocupam a página 2 dos cadernos a que pertencem, identificadas no topo da página com o nome das colunistas – no caso de ZH é acompanhado de uma fotografia – e, abaixo, a maior parte do *layout* é destinada às fotografias, algumas acompanhadas de textos curtos, outras apenas de legenda; no restante do espaço são distribuídas pequenas notas avulsas (figuras 7 e 8). No caso da FSP, é comum a publicação de uma imagem maior que recebe tratamento especial e que, muitas vezes, também apresenta estética diferenciada (figuras 9 e 10).

⁴ A ZH utiliza a expressão *Banco de Dados* (BD) para indicar o uso de imagens antigas, enquanto a FSP o denomina como *Arquivo*. Mantivemos, nos gráficos, as respectivas nomenclaturas.

Mônica Bergamo

Bergamo/Foto: Paulo Siqueira

Lâmpada

O ex-senador de Roger Abdo morreu na virada CPI na Assembleia Legislativa. Os deputados não pretendem investigar as acusações de assédio sexual, mas, sim, os procedimentos adotados pela clínica do médico e por outros estabelecimentos que fazem reprodução assistida no Estado. Serão convocadas associações de médicos e pacientes para falar sobre práticas políticas como a sequestro (definição do sexo do bebê) e a barbiagem, quando o filho mais velho de óvulos de mulheres jovens é colocado em óvulos de mulheres mais velhas.

SÓ O COMEÇO

"Borges é a ponta da iceberg que vai ser revelada por uma investigação que não é de natureza jurídica. Mas com o risco de reprodução assistida de São Paulo com o caso de São Paulo de óvulos que provêm de outra mulher", diz o deputado Milton Faria (PTB-SP), titular do governo. Mito de professor de sociologia do USP, recentemente voltou ao cenário de manifestações para a instalação do CPS. "A ideia não é punir e sim pagar por danos que já foram discutidos e julgados", diz.

PERGUNTA À BOLA

As novas regras para a venda de bebidas no bar público são legais para a Associação "O Bar do Café". Além de aumentar o controle de qualidade e garantir a segurança, as regras também vão permitir a venda de bebidas em locais que não são bares, como a substituição de bebidas alcoólicas por produtos não alcoólicos. Exemplos: água, "Bambuzinho" e "Caramelo de Leite". "Condições para que a bebida seja vendida em locais que não são bares", diz o presidente da Associação.

OLHA O GAIÃO

Os funcionários de uma loja de roupas de São Paulo foram acusados de roubar roupas de clientes. A loja de roupas de São Paulo foi acusada de roubar roupas de clientes. A loja de roupas de São Paulo foi acusada de roubar roupas de clientes. A loja de roupas de São Paulo foi acusada de roubar roupas de clientes.

BOKEE IS ON THE TABLE

A Prefeitura de Natal vai dar "bookee" de inglês grátis para ensinar os alunos para a preparação de exames internacionais na Copa de 2014. O curso vai acontecer em três idiomas: inglês, espanhol e francês, com professores das escolas PAB. A prefeitura espera receber até 10 mil alunos.

PAULISTA DE UMA FIGA

O filme "Quarto 101" de Roberto Minicucci vai ser lançado no Festival de São Paulo. A distribuidora Figa Filme assinou contrato para vender o filme, que vai ser distribuído pela "Figa Filme". O filme se passa em um prédio de alto padrão.

É LIXO SÓ

Apesar de ser considerado lixo, o lixo eletrônico é uma fonte de energia. Uma pesquisa da USP, realizada em 2008, mostrou que o lixo eletrônico é uma fonte de energia. Uma pesquisa da USP, realizada em 2008, mostrou que o lixo eletrônico é uma fonte de energia. Uma pesquisa da USP, realizada em 2008, mostrou que o lixo eletrônico é uma fonte de energia.



© Instituto Carlos Miele em cartão

» CARLOS MIELE

"Paulo Borges incorporou as minhas ideias"

Depois de anos de trabalho que contou com uma alfinete de aço, o empresário criou o Instituto Carlos Miele, em 2008.

Mito: Continue no São Paulo, mas não se esqueça de voltar para a cidade natal, diz o empresário Paulo Borges, criador do SP Fashion Week, em 2008, e do Instituto Carlos Miele, em 2008.

Mito: Já disse que Borges incorporou as minhas ideias, mas não se esqueça de voltar para a cidade natal, diz o empresário Paulo Borges, criador do SP Fashion Week, em 2008, e do Instituto Carlos Miele, em 2008.

Mito: De fato, o perfil de fazer um evento com uma característica que não é apenas "moda".

Mito: Não se esqueça de voltar para a cidade natal, diz o empresário Paulo Borges, criador do SP Fashion Week, em 2008, e do Instituto Carlos Miele, em 2008.

Mito: Não se esqueça de voltar para a cidade natal, diz o empresário Paulo Borges, criador do SP Fashion Week, em 2008, e do Instituto Carlos Miele, em 2008.

Mito: Não se esqueça de voltar para a cidade natal, diz o empresário Paulo Borges, criador do SP Fashion Week, em 2008, e do Instituto Carlos Miele, em 2008.

Mito: Não se esqueça de voltar para a cidade natal, diz o empresário Paulo Borges, criador do SP Fashion Week, em 2008, e do Instituto Carlos Miele, em 2008.

Mito: Não se esqueça de voltar para a cidade natal, diz o empresário Paulo Borges, criador do SP Fashion Week, em 2008, e do Instituto Carlos Miele, em 2008.



Luciano Szafir no comemoração do mês, na filha infantil Billy Willy



Ex-societa Betty Szafir celebra seu aniversário no aniversário de São Paulo



A societa Betty Szafir celebra seu aniversário no aniversário de São Paulo



A cantora Roberto Miranda se diverte na festa, que teve como tema a "Brazilidade"

CURTO-CIRCUITO

- AGÊNCIA TOPIC:** O bar de São Paulo comemorou seus 20 anos.
- AGÊNCIA TOPIC:** O bar de São Paulo comemorou seus 20 anos.
- AGÊNCIA TOPIC:** O bar de São Paulo comemorou seus 20 anos.
- AGÊNCIA TOPIC:** O bar de São Paulo comemorou seus 20 anos.
- AGÊNCIA TOPIC:** O bar de São Paulo comemorou seus 20 anos.
- AGÊNCIA TOPIC:** O bar de São Paulo comemorou seus 20 anos.
- AGÊNCIA TOPIC:** O bar de São Paulo comemorou seus 20 anos.
- AGÊNCIA TOPIC:** O bar de São Paulo comemorou seus 20 anos.
- AGÊNCIA TOPIC:** O bar de São Paulo comemorou seus 20 anos.
- AGÊNCIA TOPIC:** O bar de São Paulo comemorou seus 20 anos.

COM ATRIBUIÇÃO DE PAULO SIQUEIRA

Não fizemos uma análise detalhada do conteúdo dos textos, mas entendemos – em consonância com Alves Filho – que, assim como os artigos, as colunas se constituem em uma reação-resposta avaliativa e valorativa a acontecimentos recentes que dizem respeito aos centros de poder. “Nesse sentido, ambos se constituem como gêneros cuja circulação encontra-se diretamente ligada às elites – tanto os autores como os leitores legitimamente constituídos pertencem a segmentos sociais de elite.” (ALVES FILHO, 2005, p. 127). As imagens, nesse contexto, são fundamentais no estabelecimento do contrato de leitura desse âmbito da publicação. Observamos, ainda, que a fronteira entre o conteúdo noticioso e opinativo não é bem-definida em ambas as colunas, tanto em relação ao discurso manifesto (texto e fotografia) quanto às regras que norteiam a seleção da pauta.

Se avaliássemos os critérios de noticiabilidade, provavelmente constataríamos que não seguem os padrões jornalísticos tradicionais, como impacto e relevância social, interesse público, etc. [...] A função primeira é, sim, informar, mas os critérios são outros, como curiosidades, fatos pitorescos, amenidades e, principalmente, particularidades da vida de “famosos”. O que importa não é o evento, mas quem esteve no evento.

As fotografias publicadas nesse espaço aproximam-se de um tipo de produção que, segundo Sousa, já existia no fim dos anos 30 (séc. passado). Mais do que informar, têm o propósito de promover, colocar em evidência, destacar personagens:

O que designo por *pseudo-fotografias-jornalísticas*, isto é, fotografias encenadas, fabricadas especificamente para serem objeto de discurso fotojornalístico, especialmente por políticos e seus *promotores de notícias* (*news promoters*), ou *fotografias-mediáticas*, fotos do mesmo tipo das anteriores, mas que retratam situações que ocorreriam mesmo sem a presença de (foto) jornalistas. (2004b, p. 104).

Temos, ainda, conforme indicam os gráficos 6 e 7, fotos produzidas pelas equipes dos jornais no restante dos cadernos, divididas em Banco de Dados ou Arquivo e Geral (leia-se produção atual, para a pauta do dia), num total de 13% e 28% em ZH e 7% e 26% na FSP, respectivamente. Especialmente no *Ilustrada*, as imagens produzidas pelos fotorrepórteres da publicação têm qualidade e força jornalísticas. Além disso, elementos como diagramação, tipografia, fios e cores, bem como a disposição desses

na página, indicam a preocupação com um arranjo visual diferenciado em algumas páginas, salientando a fotografia (figuras 11, 12 e 13). No Segundo Caderno, as produções mais elaboradas encontram espaço nas páginas centrais ou em páginas sem anúncios (figuras 14 e 15). Há também casos em que as imagens creditadas aos fotorepórteres disputam espaço com a publicidade, como na capa do dia 24 de setembro, não ganhando o merecido destaque (figura 16).

Figura 11 – Ilustrada, 10/9/09, p. E5

FOLHA DE SPINHO COMIDA **ilustrada E5**

São Paulo Restaurant Week leva a casas caras e estrelas, como o Antiquarius e o Porto Rubaiyat, multidões que enfrentam filas para fazer uma refeição mais barata, critérios de participação no evento não são claros e inchaço é criticado

THE NEW Versões de A LUSTRA FOLHA **DPNY**

menu indigesto

VAZDE ACESSÍVEL

Quanto à comida, poucas opções que o consumidor que a restaurantes, como o Antiquarius e o Porto Rubaiyat, não fazem parte do evento.

PROPOSTA INTENDIDA

Alguns restaurantes, entendendo a proposta, e outros que não, tentam atrair o consumidor com pratos diferenciados e com preços mais baixos, mas não conseguem atrair o consumidor que busca uma refeição mais barata.

MAIS BARATO VINDE MAIS

Para que o consumidor não se sinta enganado, os restaurantes precisam oferecer uma proposta mais clara e objetiva, com preços mais baixos e uma variedade maior de opções.

ALTOS



RESERVAS ANULADAS

A impossibilidade de fazer reservas em alguns restaurantes, como o Antiquarius e o Porto Rubaiyat, gera frustração entre os consumidores.

SEM A PRESSÃO...

Restaurantes que não conseguem atrair o consumidor com preços mais baixos, não conseguem manter a pressão sobre o consumidor.

RESTAURANTE DO QUE?

Quem conhece a proposta de Restaurant Week, sabe que o objetivo é oferecer uma refeição mais barata, mas não todos os restaurantes fazem parte do evento.

TAXA DE SERVIÇO

Como sempre a taxa de serviço é cobrada, mas não é clara a proposta de Restaurant Week.

BAIXOS

Restaurant Week a preço baixo acontece em Nova York desde 1992

MÉTO **ADMour**

Revellon em 10e sem juros! **CANCLIN** 07 meses **RIVERIA MAYA** 07 meses

Figura 12 – Ilustrada, 10/9/09, capa

Ana Gruszynski e Cristiane Lindemann • Imagens da cultura: um olhar sobre fotografias publicadas nos suplementos...

ilustrada

FOLHA DE SÃO PAULO
SEMANAL, CADA TERÇA-FEIRA ÀS 18h

LIVRO
TOM MORRISON
BUSCA SENTIDO
DA COMPANHÃO
EM ROMANCE

ANÁLISE
GOOGLE BOOKS SÓ
É INCOMÓDIO PARA
AMAZON, YAHOO
E MICROSOFT

A segurança pública em São Paulo, com o policiamento de rua, em São Paulo

Experimento de Parque Tupy na última terça, em São Paulo

colapsos em cidades em

colapso

O arquiteto Christian de Portzamparc, à frente de plano de reurbanização de Paris, diz que metrópoles devem unir mais centro e periferia

MARCELO
...
Uma cidade (Paris), espelha de garçons por diversos lugares. Entretanto, há um ponto de vista comum a todas as metrópoles. Este é o plano de reurbanização de Paris, liderado por Christian de Portzamparc, o maior urbanista francês, que tem a grande tarefa de unir o centro e a periferia da cidade. O plano de reurbanização de Paris, liderado por Christian de Portzamparc, o maior urbanista francês, que tem a grande tarefa de unir o centro e a periferia da cidade. O plano de reurbanização de Paris, liderado por Christian de Portzamparc, o maior urbanista francês, que tem a grande tarefa de unir o centro e a periferia da cidade.

COMO CHEGAMOS ONDE ESTAMOS

Acompanhe a evolução das cidades pelas décadas e pelas décadas do arquiteto Christian de Portzamparc

POVODADO
No século XVIII, as cidades se tornaram mais densas.

VILA
No século XIX, as vilas cresceram ao longo de ruas estreitas.

URBANIZAÇÃO
No século XX, as metrópoles se tornaram mais densas.

SÉCULO 20
No século XX, as metrópoles se tornaram mais densas.

FIM DO SÉCULO 20
No século XXI, as metrópoles se tornaram mais densas.

Paris mira o futuro para evitar catástrofe

ANÁLISE
...
Quando Georges Pompidou declarou o Eixão para o futuro de Paris, em 1965, não era uma ideia paralela ao planejamento urbano e ao urbanismo. O plano de reurbanização de Paris, liderado por Christian de Portzamparc, o maior urbanista francês, que tem a grande tarefa de unir o centro e a periferia da cidade. O plano de reurbanização de Paris, liderado por Christian de Portzamparc, o maior urbanista francês, que tem a grande tarefa de unir o centro e a periferia da cidade.

BRASIL
...
O plano de reurbanização de Paris, liderado por Christian de Portzamparc, o maior urbanista francês, que tem a grande tarefa de unir o centro e a periferia da cidade. O plano de reurbanização de Paris, liderado por Christian de Portzamparc, o maior urbanista francês, que tem a grande tarefa de unir o centro e a periferia da cidade.

© arquiteto Christian de Portzamparc

Figura 14 – Segundo Caderno, 21/9/09, p. 4 e 5



| maratona |

Madrugada pela cultura

O Hotel Majestic já coletou vários filmes: Inês de Saavedra, João Gilberto, Getúlio Vargas e Francisco Alves, foi um dos primeiros prédios em concreto armado de Porto Alegre e, a partir de 1990, foi tombado para servir-se a Casa de Cultura Maria Quimata. O novo filme mostra de cerca

para sábado, quando a CCMQ comemora sua aniversário de 29 anos, realizando a maratona cultural 36 Horas Sem Parar, que oferece cerca de 30 atrações em música, teatro, dança e cinema entre 9h de sexta e 23h de sábado. Confira a história de alguns dos maratonistas:



23h de sexta, Auditório Sado Cruzeiro, 6º andar

Quando se aproximava um quarto de século da Casa em 1990, o Auditorio Sado Cruzeiro estava em ruínas. Desde então, a Casa tem sido palco de muitas atividades culturais, como o espetáculo "A noite de Inês de Saavedra" que estreia nesta sexta-feira (24) no auditório Sado Cruzeiro. O espetáculo é uma homenagem ao filme "Inês de Saavedra" de Manoel de Oliveira, dirigido por Manoel de Oliveira. O espetáculo é uma homenagem ao filme "Inês de Saavedra" de Manoel de Oliveira, dirigido por Manoel de Oliveira. O espetáculo é uma homenagem ao filme "Inês de Saavedra" de Manoel de Oliveira, dirigido por Manoel de Oliveira.



19h, Atores Maria Quimata, recreação

O escritor brasileiro Edgar Allan Poe foi o homenageado no novo espetáculo – que tem a direção de seu filho, o escritor Edgar Allan Poe Jr. – no teatro Sado Cruzeiro em sua obra. No teatro Sado Cruzeiro, a partir de 24 de setembro, o espetáculo "A noite de Inês de Saavedra" que estreia nesta sexta-feira (24) no auditório Sado Cruzeiro. O espetáculo é uma homenagem ao filme "Inês de Saavedra" de Manoel de Oliveira, dirigido por Manoel de Oliveira. O espetáculo é uma homenagem ao filme "Inês de Saavedra" de Manoel de Oliveira, dirigido por Manoel de Oliveira.



Polêmica do sábado, Teatro Sado Cruzeiro, 6º andar

Se o novo espetáculo de teatro da Casa em 1990, o Auditorio Sado Cruzeiro estava em ruínas. Desde então, a Casa tem sido palco de muitas atividades culturais, como o espetáculo "A noite de Inês de Saavedra" que estreia nesta sexta-feira (24) no auditório Sado Cruzeiro. O espetáculo é uma homenagem ao filme "Inês de Saavedra" de Manoel de Oliveira, dirigido por Manoel de Oliveira. O espetáculo é uma homenagem ao filme "Inês de Saavedra" de Manoel de Oliveira, dirigido por Manoel de Oliveira.



19h de sábado, Teatros das Galerias, Terraço

Além de teatro, o Auditorio Sado Cruzeiro também oferece uma programação de cinema, música e dança. A programação de cinema inclui o filme "Inês de Saavedra" de Manoel de Oliveira, dirigido por Manoel de Oliveira. O espetáculo é uma homenagem ao filme "Inês de Saavedra" de Manoel de Oliveira, dirigido por Manoel de Oliveira. O espetáculo é uma homenagem ao filme "Inês de Saavedra" de Manoel de Oliveira, dirigido por Manoel de Oliveira.

Algumas imagens creditadas a repórteres fotográficos da FSP (figuras 17 e 18) aproximam-se do conceito de “foto menor” sugerido por Gonçalves (2009), que entende que o fotojornalismo atual deve potencializar as imagens em detrimento de um objetivismo (mas não o abandonando totalmente), que possa simplificá-las, sem, contudo, fugir da sua referencialidade própria.

Figura 16 – Ilustrada, 5/9/09, capa



Figura 17 – Ilustrada, 10/9/09, capa



A autora o propõe⁵ referindo-se a uma imagem potente, com capacidade comunicativa e reflexiva, capaz de germinar, subverter, descentrar, incomodar, provocando pensamento e reflexão. “A fotografia menor no sentido aqui empregado não carrega consigo, necessariamente, o fato informativo, a notícia, mas suas consequências e anterioridades; mesmo quando vinculadas a um fato noticioso específico, aí não se esgotam.” (GONÇALVES, 2009, p. 2).

Observamos, ainda, dentre essas imagens, um apelo estético que as destaca das demais, o que, na concepção de Sousa, pode ser um ganho para o jornalismo:

Não é em forçar o fotojornalismo a ser igual à arte que está a receita para o jornalismo fotográfico de hoje. Isto é, não se deve perder o norte da intenção informativa do fotojornalismo – entendendo-se aqui o conceito de informação de uma forma ampla, no sentido de gerar conhecimento, contextualizar, ajudar a perceber e fomentar a sensibilidade dignificadora para com o ser humano e os seus problemas, bem como para com os problemas globais da Terra. Mas estou convicto de que representará uma mais-valia para o fotojornalismo e para o público que a atividade se abra a orientações criativas, originais, que *podem* passar pela insinuação da arte na fotografia jornalística e pela fuga ao realismo. E que *devem* passar pela autoria consciente e responsável, mesmo que esta autoria encontre abrigo no realismo. (SOUSA, 2004b, p. 157).

Fotografias com esse perfil saltam aos olhos porque se diferenciam, fogem do banal, da repetição, nos fazem refletir criticamente ou, simplesmente – não no sentido negativo da palavra –, nos elevam para uma instância de admiração, de deleite de algo que é belo e inspira. São fotografias que exigem empenho do leitor, tirando-o de sua posição passiva e o levando a completar o que não lhe é dado de imediato. Em resumo, “imagens que permitam o exercício do pensamento e não a mera constatação de fatos”. (GONÇALVES, 2009, p. 15).

⁵ Segundo Gonçalves (2009, p. 2), o termo *menor* faz alusão, atravessa e se inspira em Deleuze e Guattari (1977) quando se referem à literatura produzida por Kafka. “Vale dizer que ‘menor’ não qualifica mais certas literaturas, mas as condições revolucionárias de toda literatura no seio daquela que chamamos de grande (ou estabelecida)”.

Considerações finais

As fotografias, assim como os demais elementos constituintes do projeto gráfico, expressam, acima de tudo, a linha editorial de cada veículo – distintas nos dois jornais analisados, assim como o formato de ambos. Esses aspectos associados às definições vindas do setor comercial, constroem os modos de utilização das imagens e, portanto, não podem ser ignorados. Na *FSP* vimos uma maior incidência de variações no projeto gráfico, o que creditamos à flexibilidade do número de páginas do suplemento (adequada, provavelmente, à venda de anúncios de cada dia), o que não ocorre em *ZH*. Devemos considerar, ainda, a periodicidade dos suplementos analisados como fator relevante para a configuração gráfica, uma vez que o tempo disponível entre uma edição e outra – 24 horas, no caso – também é decisivo nas rotinas produtivas.

Apesar das especificidades de *Ilustrada* e do *Segundo Caderno*, no que tange às fotografias, encontramos alguns resultados semelhantes, como a proporção de imagens produzidas pela equipe de reportagem e sua distribuição entre a página 2 (*ZH*)/E2 (*FSP*) e o restante do caderno. Esses dados demonstram fidelidade em relação à produção das colunas e ao contrato de leitura preestabelecido entre a empresa jornalística e seu público. Em contrapartida, o que detectamos foi uma repetição do arranjo visual em praticamente todos os dias do mês analisado.

Outro índice bastante parecido nos dois jornais é o de fotografias com crédito “Divulgação” – 38% no *Segundo Caderno* e 40% na *Ilustrada*. Esse quesito tem relação direta com o aspecto mercadológico das pautas, muito voltadas ao agendamento, à divulgação (como a própria denominação do crédito indica) de eventos e de produtos. Geralmente essas são fotos óbvias, que não carregam muito peso informativo (SOUSA, 2004b) ou reflexivo (GONÇALVES, 2009), exercendo apenas um papel ilustrativo.

Em contrapartida, quando encontramos fotografias produzidas pela equipe de reportagem, observamos que elas são bem-trabalhadas com os demais elementos na página, especialmente no *Ilustrada* – ou seja, há um tratamento diferenciado que inclui texto, imagem, formato, diagramação, tipografia e cores, que expressam e oferecem diferentes construções narrativas ao leitor. Além disso, com recorrência, essas pautas fogem dos lugares-comuns e têm caráter mais interpretativo ou crítico. É nesses casos que vemos a retomada de dois aspectos que, como elencamos no início deste trabalho, são caros ao jornalismo cultural: a função social e a oferta de produtos qualificados em termos de projeto gráfico.

Como lembra Piza, o papel do jornalismo cultural nunca foi apenas o de anunciar e comentar o lançamento de obras – o que se constitui tanto no conteúdo verbal quanto no visual –, mas também “refletir [sobre] o comportamento, os novos hábitos sociais, os contatos com a realidade político-econômica da qual a cultura é parte e ao mesmo tempo integrante e autônoma”. (2004, p. 57). Conforme o autor, há três males que afetam o jornalismo cultural atualmente: o excessivo atrelamento à agenda, o tamanho e a qualidade dos textos, que pouco se diferenciam de *releases* e a marginalização da crítica, sempre secundária a esses “anúncios”, com poucas linhas e pouco destaque visual. Investir no caderno de cultura significa, para ele, dentre outras coisas, “permitir pluralidade e criatividade com ainda mais vigor do que nas outras seções”. (PIZA, 2004, p. 65). Se, por um lado, as edições analisadas demonstram parte das limitações apresentadas pelo autor, de outro, reafirmam a cobertura cultural como um espaço onde as imagens e sua disposição no *layout* podem propiciar experiências informativas e estéticas diferenciadas a partir de um investimento na produção das pautas, quando a atividade jornalística parece ser exercida em sua potencialidade crítica e criativa e não apenas como reprodutora de dados postos em circulação.

Referências

ALVES FILHO, F. *A autoria nas colunas de opinião assinadas da Folha de S. Paulo*. 2005. Tese (Doutorado) – Unicamp, Campinas, 2005.

BARBOSA, M.; LOUZADA, S. Fotojornalismo no Brasil: um percurso histórico. *Revista do Centro de Investigação Media & Jornalismo: Imagens e Jornalismo*, a. 20, v. 11, n.1 – primavera/verão 2012.

BUITONI, D. S. *Fotografia e jornalismo: a informação pela imagem*. São Paulo: Saraiva, 2011.

DAPIEVE, A. Jornalismo cultural. In: CALDAS, Álvaro (Org.). *Deu no jornal: jornalismo impresso na era da internet*. Rio de Janeiro: Loyola; PUC/RIO, 2002. p. 94-112.

GOLIN, C. O jornalismo no sistema artístico-cultural. In: _____. *Mapeamento: o ensino de jornalismo cultural em 2008*. Carteira professor de graduação. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2008. p. 90-92.

GONÇALVES, S. Por uma fotografia “menor” no fotojornalismo diário contemporâneo. *E-Compós*, Brasília, v. 12, n. 2, maio/ago. 2009.

GRUSZYNSKI, A. C. A forma que (in)forma: o projeto gráfico do jornal impresso na contemporaneidade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2011, Recife. *Anais...* Recife, 2011.

_____. Jornal impresso: produto editorial gráfico em transformação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. *Anais...* Caxias do Sul, 2010.

_____. O design de jornais: do texto ao hipertexto. *Rumos Itaú Cultural: mapeamento 2 do ensino de jornalismo digital no Brasil em 2010*, São Paulo, p. 118-121, 2010.

LESSA, W. D. *Dois estudos de comunicação visual*. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 1995.

MUNHOZ, P. Estágios de desenvolvimento do fotojornalismo na internet. *Diálogos & Ciência – Revista da Rede de Ensino FTC*, ano V, n. 11, set. 2007.

PIZA, D. *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto, 2004.

SALLET, B. *Histórias e “estórias” fotográficas: afirmação e rompimento das rotinas produtivas no fotojornalismo de Zero Hora*. 2006. Dissertação (Mestrado) – Unisinos, São Leopoldo, 2006.

SILVA JÚNIOR, J. A.; QUEIROGA, E. Fotojornalismo colaborativo em tempos de convergência. *Brazilian Journalism Research*, v. 6, n. 2, 2010.

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

_____. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Chapecó: Argos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004b.

_____. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó: Argos, 2002.

_____. *Fotojornalismo performativo: o serviço de fotonotícia da Agência Lusa de Informação*. Porto: Ed. da Universidade Fernando Pessoa, 1998.

TAVARES, F. M. B.; VAZ, P. B. F. Fotografia jornalística e mídia impressa: formas de apreensão. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 27, ago. 2005.

VAZ, P. (Org.). *Narrativas fotográficas*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

VEGAS, S. Do dragão ao pixel: a incorporação da fotografia ao ensino do jornalismo digital – uma questão de ponto de vista. *Rumos Itaú Cultural: mapeamento 2 do ensino de jornalismo digital no Brasil em 2010*, São Paulo, p. 114-117, 2010.