

O Olhar Por Trás Das Câmeras: O Perfil Fotojornalístico Goianiense¹

Gabriela Gomes DINIZ²
Larissa Gonçalves de OLIVEIRA³
Rainne Alexandra Gomes GUIMARÃES⁴
Anna Luiza Feitosa FERNANDES⁵
Bartolomeu Pereira Lima NETO⁶
Anna Letícia Gomes de AZEVEDO⁷
Renata Silva AKUTSU⁸
Angela Teixeira de MORAES⁹
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

O presente artigo investiga o mercado do fotojornalismo em Goiânia a fim de traçar o perfil profissional dos sujeitos que exercem esse ofício e conhecer as funções desempenhadas por eles. Dessa forma, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e uma pesquisa exploratória quali-quantitativa por meio de entrevistas semiestruturadas e em profundidade com editores e fotógrafos do O Popular, Mais Goiás e O Hoje. Concluímos que os fotojornalistas goianienses entrevistados não possuem formação jornalística e sequer possuem ensino superior.

PALAVRAS-CHAVE: fotojornalismo; Goiânia; fotógrafo; jornalismo; mercado

INTRODUÇÃO

O cenário nacional do fotojornalismo se define como amplo e incerto quando pensamos nos profissionais atuantes. A extensão do País é um dos fatores marcantes para que haja uma dúvida com relação ao perfil desses profissionais, com poucos dados

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (Mercado de Trabalho em Comunicação), evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

² Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da FIC - UFG, e-mail: gabriela.diniz@discente.ufg.br.

³ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da FIC - UFG, e-mail: larissa_goncalves@discente.ufg.br.

⁴ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da FIC - UFG, e-mail: rainnealexandra@discente.ufg.br.

⁵ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da FIC - UFG, e-mail: annaluiza2@discente.ufg.br.

⁶ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da FIC - UFG, e-mail: bartolomeu@discente.ufg.br.

⁷ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da FIC - UFG, e-mail: annaazevedo@discente.ufg.br.

⁸ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da FIC - UFG, e-mail: renata.akutsu@discente.ufg.br.

⁹ Professora do Curso de Jornalismo da FIC - UFG, e-mail: atmoraes@ufg.br.

de pesquisa, uma vez que as fotografias dos jornais nem sempre estão ligadas a profissionais contratados de forma permanente pelas redações.

Em Goiás, principalmente, são poucos os estudos sobre o fotojornalismo regional, e isso motivou a pesquisa que antecedeu a este artigo. Entender sobre o mercado de trabalho nessa área é uma forma de identificar como a profissão de fotógrafo se estabelece no meio jornalístico.

Ainda que não se mostre evidente, o objetivo desta pesquisa não se limita apenas a traçar o perfil profissional, mas também a conhecer as funções desempenhadas pelas pessoas que produzem as fotos veiculadas em sites jornalísticos na cidade de Goiânia, atrelado a uma metrificação da origem dessas imagens usadas pelos veículos selecionados. Assim, será possível conhecer melhor a realidade do mercado, já que o fotojornalismo constitui importante disciplina acadêmica.

Para que seja possível o alcance desses objetivos foi feita uma pesquisa exploratória quali-quantitativa com entrevista em profundidade, utilizando também de artigos e livros encontrados sobre o assunto. Além disso, houve a necessidade de fazer uma delimitação quanto aos veículos de imprensa analisados, utilizando como critério de escolha a localidade destes, uma vez que a produção deveria acontecer na cidade de Goiânia, onde se concentram os veículos, além da importância no cenário regional e constância das publicações no meio fotojornalístico goianiense. Foram, então, selecionados três jornais para a análise: O Popular, Mais Goiás e O Hoje.

Além disso, também foram realizadas análises quantitativas sobre a origem das fotos publicadas nos jornais, alargando a compreensão do fotojornalismo. Esta pesquisa foi feita entre os dias 24/12/2023 a 30/12/2023, com recorte para os conteúdos da editoria Cotidiano/Cidades, onde há mais matérias locais.

FOTOJORNALISMO CONCEITUAÇÃO E DEFINIÇÕES

O fotojornalismo apresenta um desafio aos estudiosos quanto à sua conceituação e identificação. Nesse sentido, Monteiro (2000), afirma que o repórter fotográfico pautado por eventos específicos da vida social, realiza um recorte de um momento e escolhe os personagens, interferindo na realidade registrada. Dessa forma, as fotografias se tornam a relação subjetiva do fotógrafo acerca dos fatos.

“Sensibilidade, capacidade de avaliar as situações e de pensar na melhor forma de fotografar, instinto, rapidez de reflexos e curiosidade são traços pessoais que qualquer fotojornalista deve possuir” (Sousa, 2002, p. 9). Nesse sentido, completando que as características de fotojornalista vão para além do conhecimento técnico de fotografia, devendo observar os valores-notícia.

Face ao exposto, a atuação do fotojornalista desde a sua origem é carregada de significado e importância. As fotografias agem em complementaridade aos textos, manchetes e legendas e são carregadas de sentidos, podendo-se afirmar que a imagem também se torna um texto.

Além disso, Pereira (2020), afirma que as novas tecnologias da informação possibilitaram o deslocamento da centralidade do fotojornalista como principal produtor de imagens técnicas. Assim sendo, a chegada das tecnologias da informação, como a internet, além de criar uma nova estrutura social marcada pela comunicação mediada, também modificou a forma do fazer jornalístico e do fotojornalismo.

Apurado por Souza e Boni (2008), o precursor do projeto de repórter cidadão, foi o jornal O ESTADO DE S. PAULO, coordenado por Juca Varella em 2005, incentivando o fotojornalismo cidadão. Essa iniciativa marca uma mudança para o fotojornalismo, em que o cidadão pode expressar sua cidadania e liberdade de expressão a partir da participação na construção da informação em um veículo jornalístico.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Para entender qual o perfil do fotojornalista em Goiânia atualmente, objeto de pesquisa deste artigo, foram realizadas cinco entrevistas semiestruturadas. Os entrevistados são três editores e dois fotojornalistas, todos funcionários dos jornais pré-selecionados: Mais Goiás, O Hoje e O Popular.

O primeiro aspecto a ser analisado é a idade dos entrevistados. Dentre esses profissionais, existe uma variação de 25 anos entre o editor mais jovem e o mais velho, e de 11 anos entre o fotógrafo mais jovem e o mais velho. Com base nos dados deste trabalho, é possível afirmar que os editores possuem, em média, 36 anos. E os fotojornalistas goianienses possuem, em média, 47 anos.

O segundo aspecto a ser analisado diz respeito à formação acadêmica dos entrevistados. A partir disso, percebe-se que o mercado jornalístico não trata a formação acadêmica como exigência para a contratação do profissional que atua como fotojornalista. Os fotógrafos entrevistados não possuem ensino superior, tendo aprendido o ofício através da prática. Já o cenário dos editores responsáveis pelas redações dos jornais é diferente. Todos os três profissionais entrevistados na função concluíram o ensino superior.

Na sequência, o terceiro aspecto a ser analisado refere-se ao salário dos entrevistados. Pensando na quantidade de funções jornalísticas exercidas dentro de uma redação, é possível compreender que um editor está em um nível hierárquico superior ao de um fotógrafo. Tendo em vista que o acúmulo de funções e responsabilidades é maior para o editor, antes da pesquisa ser realizada, já se esperava que o salário fosse maior, como foi comprovado após os resultados das entrevistas. Considerando o valor do salário mínimo em 2023 (R\$1.320,00), percebemos que os fotojornalistas ganham aproximadamente dois salários, enquanto os editores recebem acima de três.

O que é o fotojornalismo demanda um debate entre os profissionais da área porque o critério de definição é amplo. Nas entrevistas realizadas para essa pesquisa, há o consenso de que o fotojornalismo é uma profissão que conta histórias através de fotos. Contudo, um dos editores afirmou que considera a contratação de um fotojornalista como um artigo de luxo para o jornal.

Paralelamente, para entender mais sobre quem são os responsáveis pelas fotos publicadas em um jornal e ajudar a complementar a construção desse perfil fotojornalístico goianiense, foi feita uma análise nos três sites selecionados para se observar qual era a origem das fotos. Ao todo foram analisadas 126 matérias que continham do Jornal O Popular, contabilizando o crédito de 156. Já no site do jornal Mais Goiás foram analisadas 124 matérias, contabilizando o crédito de 123 fotos. E no jornal O Hoje teve 108 matérias selecionadas, contabilizando o crédito de 112 fotos.

É possível observar que existe uma grande diferença, em termos gerais, entre o número de fotos creditadas por profissionais fotojornalistas quando se compara com a origem das outras fotos. Nas matérias selecionadas para análise, foram contabilizadas 389 fotos, sendo apenas 66 de fotojornalistas e 323 de outras origens.

Além disso, prevalece a utilização de fotos com origem dos órgãos públicos,

totalizando 142 imagens. Esse alto número é decorrente de uma dependência das assessorias de imprensa por parte dos jornais citados. Por ser uma fonte oficial, as assessorias garantem relevância e credibilidade, otimizando o tempo de produção das redações que não precisam se preocupar com deslocamento e nem com a produção das fotografias.

O fotojornalismo, assim como todas as profissões, sofreu alterações significativas com o advento da internet, utilizando-a como ferramenta para a realização do trabalho. O termo “Repórter Cidadão” é criado para identificar esses espectadores que ajudam na construção da notícia, enviando imagens atrelados a uma pequena descrição dos fatos.

O crescimento desse imediatismo pode tornar o consumo das mídias superficial e sensacionalista, deixando de lado o valor ético de confirmar a veracidade do conteúdo, noticiando apenas um lado e sem pesquisar sobre a história. No entanto, apesar da presença do repórter cidadão ter se mostrado frequente entre os jornais, segundo os entrevistados e observando o crédito das fotos das matérias publicadas entre os dias 24/12/2023 a 30/12/2023, não foi usada nenhuma foto de espectadores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas entrevistas e análises realizadas, percebe-se que os fotojornalistas de Goiânia possuem em média 40 anos de idade. Um fator a ser analisado em futuras pesquisas é a relação disso com as mudanças sofridas pelo fotojornalismo nos últimos anos, já que o foco da pesquisa não considera as habilidades tecnológicas desses profissionais e sua atualização.

Os fotógrafos entrevistados também não possuem ensino superior. Logo, é possível concluir que o mercado de trabalho não considera formação acadêmica como uma exigência para a contratação do profissional. Ademais, o salário dos fotógrafos entrevistados varia entre R\$2.000,00 e R\$3.999,00, abaixo de outras funções, como, por exemplo, a do editor. Este dado era esperado, devido à diferente quantidade de funções realizadas por cada função e a responsabilidade final pelo produto jornalístico.

Já no que diz respeito à visão da profissão por parte dos profissionais, pode-se dizer que o fotojornalismo se trata da contagem de histórias através das imagens, mas que este também tem se tornado uma espécie de artigo de luxo na área, por conta da

diminuição de fotojornalistas atuantes e do aumento do uso de fotografias tiradas por não-profissionais.

No que se refere às origens das imagens utilizadas nos sites de jornais da região de Goiânia, percebe-se que a quantidade de imagens que partiram de fotojornalistas é muito menor do que quantidade de imagens originárias de outras fontes, como banco de imagens ou assessorias de comunicação de órgãos públicos, por exemplo. Esse fato também pode servir como ponto de partida para outras pesquisas que busquem entender essa dependência de organismos oficiais do jornalismo como um todo e como a utilização das fotos de assessoria deixa a desejar no trabalho do jornalista.

Por fim, esta análise ainda nota que as imagens de Repórter Cidadão, apesar de bastante utilizadas atualmente segundo pesquisas recentes e mesmo nesta de acordo com os editores, não apareceram na amostra. Talvez em um período mais longo de observação, essa condição poderia ser avaliada empiricamente.

O que se pode concluir dessa pesquisa exploratória, de forma geral, é que, apesar de existir, o mercado do fotojornalismo sofreu um certo declínio, percepção apoiada pelo professor e pesquisador Fred Ritchin (19--), que afirma que “o fotojornalismo, hoje, está em decadência e vem sendo usado em grande parte de forma artificial, ao mesmo tempo em que enfrenta sérios desafios, do ponto de vista editorial e tecnológico, à sua credibilidade”. Além disso, percebe-se que não se trata de um mercado tão atrativo em Goiânia.

REFERÊNCIAS

MONTEIRO, E. B.. Fotojornalismo brasileiro e a crise das representações na sociedade pós-industrial. *Comunicação & Informação*, v. 3, n. 1, p. 40-55, 2000. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/22861>. Acesso em: 24 de out de 2023.

PEREIRA, Silvio da Costa. Do fotojornalismo ao jornalismo visual: um estudo do processo de produção de relatos jornalísticos com imagens em três redações brasileiras. 2020. Tese (Doutorado em Jornalismo) Programa de Pós-Graduação em Jornalismo UFSC - Florianópolis-SC, 2020.

SOUSA, J. P.. Fotojornalismo. Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. 1ª ed. Porto: Editora Letras Contemporâneas, 2002.

SOUZA, F. D. de ; BONI, P. C. . Fotojornalismo cidadão: a fotografia a serviço da cidadania. *Studium*, Campinas, SP, n. 27, 2008, p. 23-34. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/studium/article/view/12344>. Acesso em: 24 de out de 2023.