

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Andreéla Alessandra Dalanhol de Paula

SENSACIONALISMO NO JORNALISMO
FOTOGRAFICO: UMA ANÁLISE DA FOTOGRAFIA DA
CAPA DO JORNAL O NACIONAL DO DIA 30 DE
AGOSTO DE 2017

Passo Fundo

2018

Andreéla Alessandra Dalanhol de Paula

SENSACIONALISMO NO JORNALISMO
FOTOGRAFICO: UMA ANÁLISE DA FOTOGRAFIA DA
CAPA DO JORNAL O NACIONAL DO DIA 30 DE
AGOSTO DE 2017

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação do Ms. Cassiano Cavalheiro Del Ré.

Passo Fundo

2018

Andreéla Alessandra Dalanhol de Paula

**SENSACIONALISMO NO JORNALISMO FOTOGRÁFICO: UMA
ANÁLISE DA FOTOGRAFIA DA CAPA DO JORNAL O NACIONAL
DO DIA 30 DE AGOSTO DE 2017**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo,
da Faculdade de Artes e Comunicação, da
Universidade de Passo Fundo, como requisito
parcial para a obtenção do grau de Bacharel em
Jornalismo, sob a orientação do Ms. Cassiano
Cavalheiro Del Ré.

Aprovada em ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ms. Cassiano Cavalheiro Del Ré – UPF

Prof. _____ – _____

Prof. _____ – _____

AGRADECIMENTOS

Muitos foram os desafios enfrentados para chegar até aqui e, sozinha, não seria possível. Agradeço, primeiramente, a Deus pela concretização deste sonho de ser jornalista e por ter garantido a minha segurança durante estes anos de viagem até a Universidade.

Aos meus pais, Albina Dalanhol e Valdir de Paula, pela paciência e apoio incondicional, e aos demais membros da família, que me incentivaram e souberam lidar com a minha ausência nestes anos.

Às minhas professoras e amigos do Magistério que, mesmo antes da aprovação do vestibular, me incentivaram a traçar este caminho. Agradeço, também, em especial, a minha amiga e eterna colega de faculdade, Bruna Trindade, que me ajudou na escolha do curso e me acompanhou nos primeiros passos da vida acadêmica.

Chegar nestes últimos meses não seria tão emocionante sem a presença de alguns colegas que, ao longo do curso, tornaram-se grandes amigos. Agradeço a todos, principalmente ao grupinho “G10”, que me acolheu quando precisei, e às minhas companheiras Natalia Maurina e Mariana Messerschmidt pelos momentos compartilhados.

Por falar em amizade, não posso deixar de agradecer aos meus amigos de viagem, especialmente Luana Santos, Lucas Tonatto, Marina Delavechia e Nicole Pereira. Grata por terem me ajudado desde os recortes do Magistério, até a conclusão deste trabalho. Além disso, é inevitável não lembrar dos demais grupos de amigos que me ajudaram e me incentivaram de alguma forma e, principalmente, das pessoas que me ajudaram na escolha do tema desta monografia. Agradeço imensamente cada um de vocês.

Pela universidade ter nos reaproximado e por ter sido minha fiel companheira nestes últimos anos, dedico também este trabalho à minha amiga Milena Demarco Beal. Obrigada por ter feito deste último semestre o menos sofrido possível e por acreditar na minha pessoa e na minha capacidade.

Agradeço ao meu orientador, professor Ms. Cassiano Cavalheiro Del Ré, por ter reforçado a minha admiração pelo fotojornalismo durante suas aulas e ter ajudado no desenvolvimento desta pesquisa. Agradeço também aos demais professores que auxiliaram na minha caminhada durante o curso. Em especial, à professora. Dr.^a Sônia Regina Bertol que, além de muito ter contribuído na construção deste trabalho, acreditou em meu potencial, inserindo-me em seus projetos do curso.

Também não posso deixar de expressar minha eterna gratidão à equipe de comunicação CMPF. À Daniela de Oliveira, por ter me aceitado como estagiária, à minha

atual chefe, Cassiane Portella e aos demais colegas que muito contribuíram com o meu crescimento profissional, Andressa Zorzetto, Thaís Biolchi e Lucas Specht.

Ademais, deixo exposta minha gratidão a todos que não mencionei, mas que, de alguma forma, torceram por mim e me ajudaram nesta caminhada.

RESUMO

O seguinte trabalho tem como foco a análise da capa do jornal impresso O Nacional do dia 30 de agosto de 2017, a fim de identificar se a fotografia utilizada pode ser considerada sensacionalista, de acordo com as definições descritas por alguns autores. Tal objetivo se justifica por comentários e discussões de leitores feitos sobre a imagem, por meio da rede social *Facebook*¹, tornando relevante a divulgação do real significado de sensacionalismo e se o mesmo se aplica ao caso. Além disso, uma abordagem sobre a ética no exercício do jornalismo é tratada durante a pesquisa, com o intuito de promover a reflexão sobre atitudes do profissional da comunicação como divulgador de informação e formador de opinião. Para isso, tal análise é embasada pela revisão de literatura, onde alguns conceitos são explicados com base em diversos pesquisadores. Como resultado, percebeu-se que a imagem pode ser classificada como sensacionalista, mas que o sensacionalismo, nem sempre, pode carregar um significado negativo.

Palavras-chave: fotojornalismo; sensacionalismo; jornalismo impresso; ética; O Nacional.

¹ O *Facebook* (originalmente, *thefacebook*) foi um sistema criado pelo americano Mark Zuckerberg enquanto este era aluno da universidade de Harvard. Lançado em 2004, tinha como ideia inicial ajudar na integração de alunos que estavam saindo do secundário e entrando na universidade. Hoje, é um dos sistemas com maior base de usuários no mundo, funcionando através de perfis e comunidades. Segundo RECUERO (2009, p. 171), “o sistema é muitas vezes percebido como mais privado que outros sites de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil uns dos outros”. Ainda, segundo a autora, o *Facebook* é uma rede de trocas de acontecimentos entre os usuários. “Ele, como muitos *sites* de rede social, é uma ferramenta apropriada simbolicamente para construir o espaço social no cotidiano dos atores, gerando práticas que ressignificam seus usos” (RECUERO, 2014, p. 01).

ABSTRACT

The following job's focuses on O Nacional journal's cover analysis, dated August 30th 2017, to identify if the photo used can be considered sensationalist, according the definitions described by some authors. The objective's justificative is based on readers' comments and discussions about the photo on the social media Facebook¹, becoming relevant the sensationalist real meaning propagation and if is it applicable in the case. Furthermore, during the research is treated an etical approach in the journalism excercise, to promote the reflexion about the communicator attitudes as na information disseminator and opinion form. The analisys is based on the literature review, where some concepts will be explained based in many researches. As a result, realised that the image can be classified as sensationalis, but the word's meaning sometimes it is not negative.

Key-words: photojournalism; sensationalism; journalism; ethics; O Nacional

¹ The Facebook (originally, thefacebook) was an system created by the american Mark Zuckerberg when he was na Harvard's student, that has been released in 2004, had as initial idea to help in the integration of students who were leaving the secondary and entering the university. Nowadays, it is one of the biggests users base in the world, working beyond profiles and communities. According RECUERO (2009, p.171), "the system is often perceived as more private than other social networking sites because only users who are part of the same network can see each other's profiles". According the author, the Facebook is a trade event network between the users. "It is a symbolically appropriate tool to build the social space in the actors' daily life, generating practices that resignify their uses" (RECUERO, 2014, p. 01).

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Formas de sensacionalismo	25
---	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Imagem da Capa do Jornal O Nacional do dia 30 de agosto de 2017.....	31
Figura 2: Elementos, planos e composição da fotografia analisada	34

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	O FOTOJORNALISMO NA IMPRENSA	12
2.1	A História Da Fotografia	12
2.2	As origens do fotojornalismo e sua inserção na imprensa brasileira	14
2.3	O papel do fotojornalismo no jornal impresso	16
2.4	A chegada da fotografia no Brasil.....	18
2.5	Construindo a imagem: enquadramentos, planos e composição	19
3	SENSACIONALISMO E ÉTICA JORNALÍSTICA	22
3.1	Sensacionalismo: o que é?	22
3.2	E a ética, como fica?	25
4	APRESENTAÇÃO DO CASO: A HISTÓRIA DA CAPA DO JORNAL O NACIONAL DO DIA 30 DE AGOSTO DE 2017.....	30
4.1	O Veículo	30
4.2	O caso.....	31
5	METODOLOGIA.....	32
6	ANÁLISE	33
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
	REFERÊNCIAS	41
	ANEXO 1 - CAPA DO JORNAL ANALISADO	44

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa, desenvolvida para a conclusão do curso de Jornalismo da Universidade de Passo Fundo, possui como objeto de estudo o sensacionalismo no fotojornalismo, através de uma análise da fotografia de capa do jornal impresso O Nacional do dia 30 de agosto de 2017.

Tal jornal é de circulação diária da cidade de Passo Fundo, Rio Grande do Sul, que, na edição da data mencionada anteriormente, destacou o caso de um homem que foi morto após fazer uma mulher como refém. Após a veiculação do caso, a fotografia estampada na capa do impresso para retratar o acontecido foi alvo de diversos comentários, sendo taxada como sensacionalista por leitores que se manifestaram em seus perfis pessoais do *Facebook*. Deste modo, o problema de pesquisa que o estudo busca responder é se esta fotografia pode ser realmente considerada sensacionalista, com base nos conceitos de alguns autores sobre o termo, descritos na revisão bibliográfica.

Objetiva-se por este trabalho, além de compreender o significado do sensacionalismo no fotojornalismo, constatando se o mesmo aplica-se ao caso citado acima, mencionar, brevemente, a história da fotografia e o surgimento do fotojornalismo no Brasil. Além disso, busca-se destacar aspectos importantes sobre o veículo O Nacional, como sua história e seu atual editorial, assim como, mencionar o caso gerador da capa do dia 30 de agosto de 2017. Busca-se ainda, na sequência, realizar apontamentos sobre a ética das imagens nos jornais impressos, visto que, é essencial que o jornalista, como divulgador de informação e formador de opinião, lembre-se de seus princípios éticos na realização de seus trabalhos.

Este estudo se justifica por comentários empíricos feitos sobre o sensacionalismo no caso citado anteriormente. Por esta razão, torna-se necessária a pesquisa e a divulgação do real significado deste termo, baseado em estudos e não pelo senso comum. Além disso, a pesquisa também possui um relevante papel social, uma vez que a imprensa é o maior meio de divulgação de acontecimentos, sendo o organismo que, na democracia, faz a fiscalização do poder público e da própria sociedade. Assim, o profissionalismo do jornalista é cada vez mais necessário para dar credibilidade à informação, principalmente em era de *fake news*², sendo necessário fazer isso de forma a respeitar os direitos do próximo. Por este motivo, há a

² Termo usado para se referir a notícias falsas ou imprecisas.

necessidade de apontar aspectos éticos sobre o fotojornalismo para que os demais profissionais da área da comunicação possam refletir sobre suas ações na profissão.

Para tanto, esta pesquisa se divide em cinco principais partes. Na primeira, a história do fotojornalismo na imprensa é abordada, mencionando desde os princípios da fotografia e sua chegada ao Brasil, até sua inserção na imprensa e o papel que ela exerce, atualmente, nos jornais impressos. Além disso, por serem elementos essenciais na construção de toda imagem, elementos como enquadramentos, planos e composição foram brevemente descritos, de acordo com os conceitos de Sousa (2002), Fernandes (2013), Stocco (2014) e Vianna e Oliveira (2014). Já na segunda parte, os conceitos e teorias sobre o sensacionalismo são descritos de acordo com diferentes autores, tornando claro o significado do termo. Também, neste capítulo, as ideias sobre a ética na profissão jornalística são abordadas de acordo com descrições de pesquisadores como Cristofolletti (2008), Bucci (2000) e Di Franco (1996), além do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, da Federação Nacional dos Jornalistas (2007). Na sequência, é realizada a menção sobre a história do veículo O Nacional e a descrição do caso que gerou o problema de pesquisa.

Por fim, nos últimos capítulos, é realizada a análise que caracteriza este trabalho como um estudo descritivo-analítico, que, segundo Gil (2002), citado por Fávero e Gaboardi (2008), trata de investigar relações entre certas variáveis e/ou descrever características de um determinado caso. Além disso, segundo Fontelles et al. (2009, p. 06), a parte da pesquisa analítica envolve uma avaliação mais aprofundada das informações coletadas, na tentativa de explicar o contexto de um fenômeno, respondendo assim, a problemática apresentada.

2 O FOTOJORNALISMO NA IMPRENSA

2.1 A História Da Fotografia

As pinturas e gravações constituídas em rochas e cavernas espalhadas pelo mundo são exemplos de que, desde os primórdios da humanidade, o homem demonstra a necessidade em retratar a realidade que o cerca. Neste sentido, segundo Pierre-Jean Amar (2001), constata-se que nenhuma grande invenção surge espontaneamente. Elas são o fruto consciente ou inconsciente de um determinado número de fatores ligados a uma necessidade, como é o caso da fotografia.

A fotografia, de acordo com os resgates feitos por Amar (2001), surge a partir do século XIV, onde o aumento do uso das máquinas de desenhar, como o fisionotrafo³ e a litografia⁴, fez com que artistas buscassem e desenvolvessem novas técnicas. Além das máquinas de desenhar, desenvolve-se um outro instrumento determinante na história da fotografia, já conhecido desde a Antiguidade, descrito por Aristóteles através da observação de um eclipse solar num compartimento escuro, no qual uma parede contém um furo que a imagem do eclipse se forme na parede oposta. Este instrumento, posteriormente chamado de *câmara obscura* (ou câmara/câmera escura), é igualmente descrita no século XI pelo astrônomo Al Hazen, no século XII, por Roger Bacon e, em 1515, por Leonardo da Vinci.

Com o seu desenvolvimento e aperfeiçoamento, realizado ao longo dos anos por diversos protagonistas, teve seu uso disseminado para as artes, ciência e astronomia. Em uma das tentativas de aperfeiçoamento, William Wollaston, em 1804, inventa uma nova máquina de desenhar, a chamada câmara clara, que, mais tarde, é aperfeiçoada pelo óptico Charles Chevalier. Além disso, ao mesmo tempo em que esse instrumento avançava, técnicas físico-químicas foram desenvolvidas, gerando o método necessário para a fixação de imagens de objetos ou perfis em superfícies de papel e em outros meios.

De 1816 a 1890, grandes mudanças aconteceram na história da fotografia, como os que Amar (2001) chama de “os quatro grandes inventores”. O primeiro trata-se do francês Joseph Nicéphore Niépce, que trabalhou em diversas invenções e foi o criador da primeira fotografia.

³ Criado em 1786 por Gilles-Louis Chrétien, consiste em um pantógrafo - aparelho utilizado para reduzir ou aumentar mecanicamente um desenho com a ajuda de um paralelogramo articulado (AMAR, 2001). Menezes (1997) acrescenta que o objeto era estruturado por uma ponta-seca que gravava uma determinada imagem em um metal, enquanto a outra ponta acompanhava os traços de um desenho.

⁴ Processo de gravação e reprodução de imagens através de uma matriz (pedra calcária) com um lápis gorduroso, inventado pelo compositor musical Aloys Senefelder, em 1796, e experimentado por Niépce, em 1813, para reproduzir suas gravuras (ANDRADE, 2004).

Suas pesquisas que se direcionavam a reprodução de gravuras, tornadas translúcidas por meio de um verniz, e a reprodução de fotografias com a ajuda da câmara escura, fez com que, por cerca de 1819, Niépce experimentasse um produto castanho e viscoso, chamado de betume da Judeia. Este produto é tornado insolúvel pela luz e as partes não expostas a mesma podem ser dissolvidas em essência de lavanda, o que permitiu a produção de chapas metálicas gravadas com ácido, a partir de gravuras tornadas translúcidas por um verniz. Com isso, Niépce lançou as bases do que seria, futuramente, a fotogravura e, sobretudo, a heliogravura, obtendo, desde 1822, resultados convincentes do que designa “heliografias”, nome dado ao processo da primeira fotografia.

Posteriormente, em 1826, por intermédio do óptico Vincent Chevalier, Niépce entra em contato com Louis-Jacques Mandé Daguerre, pintor e homem de negócios que utiliza a câmara escura para desenhar cenários de seus espetáculos, dando a ilusão do real, com ajuda de jogos de luz. Assim, nasce uma parceria e um acordo onde Niépce abre mão de sua invenção, deixando-a para Daguerre aperfeiçoar com seus talentos. Niépce morre em 1833, sem ter aperfeiçoado muito sua invenção e Daguerre segue suas pesquisas ligadas a aplicação de iodo em placas de cobre prateado. Com isso, descobriu como reforçar as imagens, que eram quase invisíveis ao saírem da câmara escura, além de diminuir consideravelmente o tempo de execução, passando de dezenas de horas de exposição a pouco mais de uma hora. Também, com o sucesso dos aperfeiçoamentos, surgiu o chamado daguerreótipo, uma máquina fotográfica que, mais tarde, foi a primeira a ser comercializada em escala. Segundo Amar (2001), com o seu custo de 400 francos-ouro, equivalente a oito meses de trabalho de um operário, o daguerreótipo ficou limitado às pessoas de maior classe social. Mas, apesar do baixo alcance social da invenção, seu nome se espalhou, sendo conhecido e reconhecido pelo mundo inteiro. Daguerre morre em julho de 1851, quando o daguerreótipo já estava no seu auge, sendo usado no mundo inteiro.

Outro nome destaque na história da fotografia é o do inglês William Henri Fox Talbot. Notável homem de ciência utilizava a câmara clara para desenhar e, insatisfeito, acabou procurando meios de captar as imagens da câmara escura. Sem saber, inicialmente, dos trabalhos de Niépce e Daguerre, realizou experimentos com papel impregnado com nitrato de prata fixado com sal de cozinha, o que resultou no que Niépce já havia descoberto. Decorrente de suas experiências empregou, pela primeira vez, a palavra fotografia (escrever com a luz) e, em 1840, realizou a revelação da imagem latente, o que reduziu o tempo de exposição para pouco menos de dez segundos. Segundo Pierre-Jean Amar (2001, p. 23), “Historicamente, é evidente que Talbot inventou o que será a fotografia moderna: o negativo-positivo, que, aliás,

designa desta maneira, a revelação da imagem latente e a possibilidade de reproduzir as imagens”.

O quarto dos “grandes inventores” citado pelo autor é Hippolyte Bayard. Funcionário do Ministério das Finanças e frequentador de meios artísticos tinha o conhecimento das pesquisas de Daguerre e, em 1839, iniciou ensaios sobre papel sensibilizado, obtendo uma imagem fotográfica em positivo sobre o mesmo. Contudo, realizou, em junho de 1839, antes mesmo da divulgação do daguerreótipo, a primeira exposição de fotografia da história, com cerca de trinta provas.

Com o passar do tempo, novas técnicas e pesquisadores contribuíram para a evolução e popularização da fotografia, como George Eastman, que em 1888, nos Estados Unidos, criou uma máquina que permitia trabalhar com o improvisado, além de adiar o processamento e transportá-la com facilidade. Esta máquina, que permitia qualquer pessoa a fazer cem fotografias redondas de 63 mm de diâmetro e, ainda, devolver o instrumento à fábrica para que as fotos fossem reveladas, é a chamada Kodak nº 1, nome este que se tornou a marca de Eastman e se disseminou pelo mundo todo.

Uma última grande revolução tecnológica do século XIX na fotografia foi a chamada similitravura, que permitiu que as fotos fossem inseridas em jornais. De acordo com a descrição de Amar (2001, p. 33), “A semilitravura consiste em reproduzir uma fotografia por meio de uma trama que converte as semitonidades em pequenos pontos maiores ou menores e em relevo. A placa gravada pode ser montada com textos tipográficos”. Em 1880, o *New York Daily Graphic* publica a primeira fotografia impressa por este processo e, a partir daí, nasce um meio de grande difusão de imagens nos jornais.

2.2 As origens do fotojornalismo e sua inserção na imprensa brasileira

De acordo com os registros de Sousa (2000), as primeiras manifestações do fotojornalismo foram notadas quando os primeiros utilizadores da fotografia apontaram a câmara para um acontecimento, tendo a intenção provar ao público o testemunho do momento. No entanto, verdadeiramente, a publicação direta da fotografia só foi possível no final do século XIX, com o surgimento da zincogravura, um dos processos de impressão de imagens.

Mais rigorosamente, a fotografia é usada como *news medium*, entrando na história da informação, desde, provavelmente, 1842, embora, com propriedade, não se possa falar da existência de fotojornalismo nessa altura. Aliás, o fotojornalismo necessita

de processos de reprodução que só se desenvolvem a partir do final do século XIX (SOUSA, 2000, p. 25).

Antes disso, a tecnologia utilizada envolvia objetos como papel, lápis, caneta, pincel e tinta para desenhar e, posteriormente, madeira, serras e cinzéis para a criação das gravuras nas revistas ilustradas e jornais.

Nos Estados Unidos, a primeira fotografia de um acontecimento público foi feita em 1844. Realizada por um daguerreótipo, de autoria de William e Fredrick Langenheim, mostra uma multidão reunida na Filadélfia por conta da eclosão de uma série de motins anti-imigração. A primeira guerra para onde os jornais enviaram correspondentes foi a Guerra Americano-Mexicana, de 1846 a 1848, onde um daguerreotipista anônimo realizou uma série de fotos de soldados e oficiais. A partir daí o fotojornalismo iria dar uma atenção especial às guerras, já que, além de atribuir a noção de testemunho, prova e verdade, esses acontecimentos tonavam-se algo sedutor para fotógrafos e seus editores. Com o passar do tempo, os fotógrafos seguiram por diversos caminhos. O gosto pelo exótico e a curiosidade pelo diferente promoveram a produção de fotografias documentais e, paralelamente, desenvolve-se também a fotografia de retrato e fotografia arquitetônica.

Segundo Andrade (2004), no Brasil, a mais célebre e citada história da introdução à imprensa é a do tipógrafo português Antonio Isidoro da Fonseca, natural de Lisboa, que montou uma tipografia no Rio de Janeiro, em 1746, chegando a produzir alguns impressos. Posteriormente, ao chegar em nosso país, em 1808, o príncipe-regente D. João instala a Imprensa Régia, uma oficina gráfica que, inaugurada em 13 de maio, lança seu primeiro impresso no Brasil.

Originado da Imprensa Régia, em setembro do mesmo ano surge o primeiro periódico impresso do país: a Gazeta do Rio de Janeiro. Entretanto, a imprensa periódica brasileira já havia sido iniciada há três meses antes do surgimento desse jornal. Em junho de 1808, o brasileiro Hipólito José da Costa havia lançado, em Londres, o chamado Correio Brasiliense, tornando-se o verdadeiro fundador e patrono da imprensa brasileira. Mais adiante, em alguns periódicos já é percebido a inserção de imagens que, na virada do século XIX, as fotografias antes copiadas por um artista da redação, passam a ser reproduzidas em maior quantidade.

A fotografia brasileira do século XIX é marcada pelo fotodocumentarismo, gênero esse que se tornou o início do que viria a ser o fotojornalismo por se tratar de fotos espontâneas de atitudes e acontecimentos. Com a popularização das fotografias de guerra pelos fotógrafos do mundo inteiro, a Guerra do Paraguai, também conhecida como Guerra da Tríplice Aliança, formada em maio de 1865, é, talvez, o marco da fotorreportagem no Brasil. Fotógrafos que

acompanhavam o Exército Brasileiro documentaram alguns episódios do conflito, mas, até hoje, nem todas as imagens têm sua autoria esclarecida. Foi esta guerra que proporcionou a Henrique Fleiuss, aliado do imperador D. Pedro II, a realização da primeira experiência na imprensa carioca, com uma cobertura jornalística com editoriais e notícias ilustradas que eram publicadas sistematicamente.

A partir daí, muitos pesquisadores do mundo inteiro contribuíram para a evolução do fotojornalismo e da fotorreportagem, proporcionando desde avanços para a fotografia, como as cores e melhores equipamentos, quanto os profissionais que se reconfiguraram e trouxeram novas possibilidades, discussões e redefinições éticas dentro da área.

2.3 O papel do fotojornalismo no jornal impresso

O fotojornalismo, atualmente, possui um papel importante enquanto forma de representação visual na mídia impressa. Segundo Hernandez (2012), para obter laços com seus leitores, os diários estão apostando cada vez mais nas fotografias. De acordo com ele (2012, p. 213), “o fotojornalismo nunca foi alheio à estética ou ao enfoque diferenciado, o que se nota é um novo patamar que rompe o sentido de ser um simples registro da realidade”. O objetivo da abordagem do fotojornalismo é apresentar apontamentos sobre suas estratégias que, na maioria das vezes, são pensadas em busca da “grande foto” para conseguir mais atenção, leitores e vendas.

Ainda, de acordo com Hernandez (2012, p. 214), “a fotografia deve ser uma das principais iscas para o olhar em uma página, ou seja, uma das mais importantes armas na estratégia de arrebatamento e de sustentação”. A foto deve fisgar o olhar do leitor e, assim, encaminhar ele para à parte escrita. Deste modo, um jornal que possui estratégias ligadas a sensibilidade e curiosidade, possuindo fotos instigantes, mobiliza o leitor a manter um bom relacionamento a longo prazo. “A fotografia tem um papel de servir de prova ao que se reporta, de parecer mostrar fragmentos de uma realidade inquestionável” (HERNANDES, 2012, p. 216). Assim, a credibilidade da fotografia depende da credibilidade do próprio jornal que a usa.

Partindo da ideia de Hernandez que os jornais buscam estratégias para ganhar mais leitores, Cunha (2007, p. 02) enfatiza que a sociedade moderna deu ao jornalismo um caráter comercial, ou seja, a informação é produzida e comercializada pela mídia como uma mercadoria e assim, consumida pela audiência. Deste jeito, a primeira página é essencial para esse processo comercial, já que é a chamada para o leitor consumir o produto. “No caso da

mídia impressa, as capas de jornais e revistas atuam como uma vitrine para chamar a atenção do leitor para o conteúdo interno apresentado por determinada publicação” (CUNHA, 2007, p. 02).

Desta maneira, a função da capa pode ser comparada à repartição dos estabelecimentos comerciais que se encarregam de receber os clientes e dar informações sobre o que os mesmos procuram. Por isso, a capa torna-se uma responsabilidade muito grande no ponto de vista mercadológico, sendo a primeira impressão do produto a ser consumido.

Já a fotografia, desde seu surgimento, tem um grande poder. Ela é o testemunho, a comprovação. O pensamento que se tem é que ela está diretamente ligada à realidade e a verdade, mas ao passar dos anos, reflexões sobre esse conceito de realidade foram mudando as perspectivas. Segundo Buitoni (2011), a vinculação temporal, o instantâneo, pode ser apontado como um elemento definidor de propriedades jornalísticas. Assim, a tendência de evidenciar a dor, a tragédia, o problema, indica a intenção de registrar o real para poder transformá-lo.

O momento exato do disparo somou-se com o contexto histórico de sua ideia de registro fiel, por isso, características como objetividade, qualidade, transparência e verdade foram sendo assumidas pelo discurso jornalístico que adotou a fotografia como uma reprodução confiável do real. “O fotojornalismo inclui a função profissional, de longa tradição histórica; e um tipo de imagem canalizada em função dos valores de informação, atualidade, relevância política/social/cultural” (BUITONI, 2011, p. 57).

Mais do que testemunhar um momento que passou, a fotografia carrega um poder muito maior, principalmente quando trata de assuntos polêmicos para a divulgação. De acordo com Barcelos (2009, p. 70), é função do jornalismo, e do fotojornalismo, não apenas informar com ética e qualidade, mas também atuar como instrumento de propagação de ideias da sociedade, tornando fundamental o questionamento sobre os limites da imprensa ao propagar imagens de dor e sofrimento e se elas preservam, ou não, a dignidade das pessoas. Deste modo, a dignidade pode e deve ser reconhecida, respeitada, promovida e protegida, é importante a imprensa questionar sobre seu trabalho, pois é importante a divulgação de situações de violação de direitos humanos, mas é preciso tomar cuidado com a maneira que isso vai ser abordado.

Um dos princípios básicos de defesa dos direitos fundamentais do homem é o respeito à sua dignidade e, muitas vezes, o jornalista coloca isso em risco. Situações que envolvem dor e sofrimento, por exemplo, estão em um campo fértil para serem reproduzidas no

fotojornalismo. “A divulgação dessas imagens são, então, um apelo ao emocional à audiência” (BARCELOS, 2009, p. 40).

2.4 A chegada da fotografia no Brasil

Com a evolução dos processos de reprodução da fotografia e o desenvolvimento de sua aplicação em impressos, essas mudanças foram disseminadas, primeiramente, nos centros mais desenvolvidos e, anos depois, no Brasil. De acordo com Andrade (2004), as origens da fotografia no Brasil tiveram seu início em 1940, quando surgiram seus primeiros estudos, e, a partir dos anos 80, pesquisas mais específicas foram aparecendo.

A descoberta isolada da fotografia em nosso país ocorreu no ano de 1833, seis anos antes da primeira patente de um processo fotográfico, por Hercules Florence. Cidadão francês e morador da Vila de São Carlos, atualmente, Campinas – SP, desenvolveu e testou com razoável sucesso um processo fotográfico. Além disso, um estudo realizado pelo professor e pesquisador Boris Kossoy, comprovou que Florence teria usado o termo *Photographie*, antes mesmo de ele ter sido usado na Europa. Uma publicação feita no jornal paulistano *A Phenix*, em 1839, esclareceu sua posição quanto a descoberta da fotografia, na Europa.

(...) Outra descoberta minha, conhecida nesta Villa, e por algumas pessoas do Rio de Janeiro, é a Photographia; o escripto que foi enviado a Paris levava no fim estes dous títulos: Descoberta da Photographia, ou impressão pela luz solar. Indagações sobre a fixação das imagens na camara escura pela acção da luz. (...) Acabo de ser informado que na Allemanha se tem imprimido pela luz, e que em Paris está se levando a fixação das imagens a muita perfeição. Como eu tratei pouco da photographia por precisar de meios mais complicados, e de sufficientes conhecimentos chimicos, não disputarei descobertas a ninguém, porque numa mesma ideia pode vir a duas pessoas, porque sempre achei precaridade nos factos que eu alcançava, e a cada um o que lhe é devido; mas antecipo esta declaração respeito á Polygraphia, que tem tam bellas propriedades, para que a todo tempo se conheça o seu inventor (KOSSOY, 1980, p. 18 e 20 *apud* ANDRADE, 2004, p. 02 e 03).

Anos depois, em janeiro de 1840, o francês Louis Compte, capelão do *L'Orientale*, navio-escola franco-belga, produziu na região central do Rio de Janeiro, os primeiros daguerreótipos do Brasil. Atraído pelo novo invento, D. Pedro II, na época com apenas 14 anos, logo providenciou a aquisição de um equipamento para uso próprio, tornando-se o primeiro cidadão brasileiro a tirar uma fotografia. Foi a partir deste momento que a produção de imagens fotográficas em nosso país começou, já que, das imagens obtidas por Hercules Florence, nenhuma resistiu ao tempo.

Muitos dos primeiros fotógrafos do Brasil eram viajantes vindos da Europa ou da América do Norte. Com o passar do tempo, surgiram também os primeiros fotógrafos brasileiros, isto porque a produção da fotografia brasileira do século XIX era, em termos quantitativos, incomparável com a de outros países, onde a situação social e econômica era mais favorável e possibilitava seu maior consumo.

2.5 Construindo a imagem: enquadramentos, planos e composição

De acordo com Sousa (2002), o enquadramento é o espaço visível da fotografia, determinado pelo olhar do profissional. É a partir dele que o fotógrafo delimita e capta o que quer passar para o público. Conseqüentemente, o enquadramento é definido pelos planos que, embora sejam variáveis, o autor destaca e considera essencialmente quatro tipos:

- Planos gerais: são planos abertos e são, em sua essência, informativos, servindo para situar o leitor, mostrando uma localização concreta. Geralmente são usados em fotografias de paisagens e eventos de massa;
- Planos de conjunto: são planos gerais mais fechados e que podem distinguir os protagonistas de ações, tomando a ação por completo e por inteiro;
- Planos médios: são usados para relacionar sujeitos/objetos, aproximando-os de uma visão objetiva da realidade;
- Grande Plano: estes enfatizam a particularidade dos objetos fotografados (como a parte de um corpo, uma janela...) e, geralmente, são mais expressivos do que informativos.

Além disso, Sousa (2002) destaca a importância do domínio da composição de uma fotografia que se baseia na disposição dos elementos de uma imagem, tendo em vista, a transmissão de uma ideia ou sensação. Assim, o autor explica que a forma mais comum de compor uma fotografia é colocar o motivo no centro da mesma, resultando em uma imagem simétrica e equilibrada. Diferentemente, quando se pretende obter uma imagem mais dinâmica, deve-se preferir composições que explorem o desequilíbrio. Deste modo, ao colocar o tema fora do centro, permite que o olhar do observador percorra pelo resto da imagem, possibilitando uma melhor observação contextual do ambiente que rodeia o principal foco.

Outro componente que constitui uma fotografia e que merece ser destacado é a profundidade de campo. Segundo Fernandes (2013), a profundidade de campo é o quanto da imagem que aparecerá nítido, tanto à frente quanto atrás do ponto principal do foco da

imagem. “À medida que a distância do objeto até a lente muda, a porção de imagem nítida na cena também muda, ou seja, quanto mais próximo do objeto, menor será a área focalizada, e quanto mais afastado, maior” (FERNANDES, 2013, p. 20).

Em termos técnicos, quando uma paisagem inteira está em foco em uma imagem, fala-se que a mesma apresenta grande profundidade de campo, de modo contrário, quando uma fotografia possui menos elementos em foco, fala-se que ela apresenta pequena profundidade de campo. Ainda, de acordo com o autor, a profundidade de campo é ajustada por cada pessoa de acordo com aquilo que se deseja fotografar.

Por exemplo, quando se fotografa uma pessoa e se quer que ela esteja em destaque na fotografia onde o fundo não apresenta nada de importante, utilizamos grandes aberturas de diafragma, para que o fundo se apresente desfocado. Assim não se tira a atenção do objeto principal da fotografia (FERNANDES, 2013, p. 22).

Além disso, o foco seletivo também é um elemento que merece ser ressaltado. Conforme as considerações de Stocco (2014), o foco seletivo acontece a partir do momento em que o profissional destaca, escolhe ou valoriza algum objeto ou componente em relação a outros em uma imagem. “Quando definimos o foco seletivo, focamos neste objeto e desfocamos os demais total ou parcialmente, conseguindo assim chamar atenção do leitor para o que consideramos mais importante na imagem” (STOCCO, 2014, p. 29).

Segundo ela, este recurso é utilizado para destacar alguma pessoa ou objeto, borrando o fundo, por exemplo, deixando o elemento fotografado em evidência. “Quando optamos pelo foco seletivo estamos mostrando nitidamente nossa intenção de comunicar, utilizando as técnicas e recursos da linguagem fotográfica para direcionarmos a leitura que desejamos” (STOCCO, 2014, p. 29).

Um último componente da linguagem fotográfica a ser destacado é o que o fotógrafo Henri Cartier-Bresson chamou de “momento decisivo”, como consta nos resgates feitos por Vianna e Oliveira (2014). De acordo com as autoras, o conceito de fotografia de Henri baseava-se nesta técnica, o qual definiu como o momento exato em que uma fotografia é tirada, que nos remete um acontecimento em milésimos de segundo, assim como no exato momento em que a imagem foi feita, como fragmentos momentâneos. “Podemos considerar também que a fotografia é um meio de expressão que fixa para sempre o instante preciso e transitório. Esta é a essência de sua tese, o momento decisivo” (VIANNA; OLIVEIRA, 2014, p. 10).

Segundo Cartier-Bresson (1952), a composição deve ser uma das preocupações do fotógrafo, mas, no ato de fotografar, isto acontece a partir da sua intuição, já que ele está ali para captar o momento temporal e todos os elementos que compõem a cena estão em movimento. Conforme o autor, algumas vezes acontece de o fotógrafo paralisar, atrasar ou esperar para que a cena aconteça e assim, ele acaba escolhendo as formas e demais composições da imagem instintivamente.

3 SENSACIONALISMO E ÉTICA JORNALÍSTICA

3.1 Sensacionalismo: o que é?

Com o advento do jornalismo online e a grande circulação de notícias rasas e falsas, o jornalismo impresso, ao apurar mais dados e disponibilizar maiores fontes e detalhes ao público, ainda se mantém tradicionalmente forte no tratamento da informação. Entretanto, este, muitas vezes, acaba optando pelo caminho do espetáculo e do exagero, prejudicando sua essência. Santana (2016) enfatiza que o papel do jornalista é informar e fomentar opiniões. Deste modo, as condicionantes institucionais e empresariais não deveriam influenciar no compromisso do profissional de informar com qualidade, devendo o mesmo ter em mente que o produto final do seu trabalho irá repercutir imediatamente no cotidiano da sociedade, positiva ou negativamente. Ainda assim, há muitos profissionais que ignoram este ponto e apelam para a radicalização das notícias, tendo como objetivo o alcance de um maior público que, conseqüentemente, será convertido em capital.

Essa radicalização e exagero de informação podem ser classificados como o que muitos autores chamam de sensacionalismo. Este termo carrega em si muita complexidade e é descrito através de diversas formas diferentes, embora quase todas remetam uma origem forte e impactante. Angrimani (1995) ressalta essa origem, definindo sensacionalismo como uma extrapolação do real.

Sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso. Sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que super dimensiona o fato (ANGRIMANI, 1995, p. 10).

Da mesma forma, Lugão (2010) compartilha do mesmo pensamento sobre a definição do termo, descrevendo-o:

O sensacionalismo é a divulgação e exploração, em tom exagerado, de matéria capaz de emocionar ou escandalizar. É a exploração do que é sensacional na literatura. É tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento, utilizando-se de escândalos, atitudes chocantes, hábitos exóticos etc (LUGÃO, 2010, p. 12).

Além disso, o Dicionário de Comunicação (RABAÇA; BARBOSA, 2002) também define a palavra sensacionalismo como algo forte e impactante, usado para conquistar o público:

(jn) 1. Estilo jornalístico caracterizado por intencional exagero da importância de um acontecimento, na divulgação e exploração de uma matéria, de modo a emocionar ou escandalizar o público. Esse exagero pode estar expresso no tema (no conteúdo), na forma do texto e na apresentação visual (diagramação) da notícia. O apelo ao sensacionalismo pode conter objetivos políticos (mobilizar a opinião pública para determinar atitudes ou pontos de vista) ou comerciais (aumentar a tiragem do jornal). A rigor, todo o processo de comunicação contém elementos sensacionalistas, na medida em que mobiliza sensações físicas (sensoriais) e psíquicas, principalmente na primeira etapa do processo, isto é, no esforço para obter atenção, aceitação e resposta a uma mensagem [...] (RABAÇA; BARBOSA, 2002, p. 666 e 667).

Complementando a definição, o autor ainda distingue o sensacionalismo em duas categorias: o positivo e o negativo.

Sensacionalismo positivo é o que focaliza de uma forma sensacional (grande, alarde, manchetes garrafais e um certo exagero no tratamento jornalístico) notícias de real importância para a evolução da humanidade. O sensacionalismo negativo, por outro lado, contém apelos a emoções destrutivas [...] (RABAÇA; BARBOSA, 2002, p. 666 e 667).

Deste modo, o sensacionalismo faz com que o público se choque, que as pessoas se entreguem às emoções, assim como os personagens. É a forma exagerada de transmitir a informação com o intuito de chamar a atenção do leitor. “A mídia sensacionalista expõe a desgraça alheia, onde programas e jornais divulgam a violência, revelam bandidos e o erro dos outros em troca de audiência” (LUGÃO, 2010, p. 12). Tudo isso porque o sensacionalismo está ligado à mercantilização da informação e à busca por lucro por trás das informações.

Ainda, segundo a autora (2010, p. 17), a “narrativa sensacionalista transporta o leitor”. Assim, é como se ele estivesse com o assassino, sequestrador ou vítima, sentindo as mesmas emoções. Essa participação do público faz com que ele se torne fiel ao veículo e, conseqüentemente, o traga lucro.

Complementando a ideia de que o jornalismo sensacionalista se resume em causar sensações nos leitores, Angrimani (1995) defende que, elementos como a proximidade, subjetividade e emoção não são apenas estratégias de venda de um veículo sensacionalista, mas são responsáveis por satisfazer as vontades do público. Através da visão da psicanálise,

Pedroso (2001) acredita que o leitor satisfaz suas vontades através de notícias sobre tragédias ou fatos violentos, por exemplo.

O jornalismo sensacionalista, pela maneira própria de engendramento discursivo, estrutura, representa e permite o acesso ao mundo da liberdade pela exploração dos temas agressivos, homicidas e aventureiros, que não podendo realizar-se na vida cotidiana, submetida à lei e à censura, tendem a realizar-se, projetivamente, na leitura. Isto é, na realização da construção (PEDROSO, 2001, p. 49).

De acordo com a mesma autora (1994), a maneira de transmitir o sensacionalismo pode ser realizada através de importantes elementos, como o texto, conteúdo e imagem. O sensacionalismo através do texto acontece por meio de títulos e subtítulos chamativos, pois são esses componentes responsáveis pelo primeiro contato com o leitor e, conseqüentemente, necessitam de uma alta criatividade para gerar interesse no conteúdo e no produto. Desta forma, o conteúdo também recebe uma atenção especial para prender o leitor através de uma linguagem exagerada, extravagância de acontecimentos, omissão de informações e também da supervalorização de alguns aspectos. As fotografias estampadas nos impressos também se tornam elementos importantes. Pedroso (1994) considera que as imagens também precisam transmitir um certo impacto, fazendo com que o público se imagine na mesma situação em que a imagem está retratando.

Compartilhando da mesma ideia, Angrimani (1995) enfatiza que uma das formas de divulgação sensacionalista é através da utilização de imagens instantâneas, que apresentam flagrantes, ações, que possam transmitir sensações ao público. Segundo o autor, fotografias de temas que remetem violência e dor faz com que o leitor consiga se identificar no acontecimento. Desta forma, é como se as pessoas estivessem com o assassino, sequestrador ou vítima da notícia, sentindo as mesmas emoções.

A tabela abaixo mostra, resumidamente, as formas em que o sensacionalismo pode aparecer na veiculação de notícias. A mesma foi constituída de acordo com os conceitos de Pedroso (1994) e Angrimani (1995).

Quadro 1: Formas de sensacionalismo

SENSACIONALISMO	MEIOS
TEXTUAL	<ul style="list-style-type: none"> • MANCHETE • LINHA DE APOIO • SUBTÍTULO • LEAD
CONTEÚDO	<ul style="list-style-type: none"> • LINGUAGEM EXAGERADA • OMISSÃO DE INFORMAÇÕES • SELEÇÃO E/OU SUPERVALORIZAÇÃO DE ASPECTOS
VISUAL	<ul style="list-style-type: none"> • IMAGEM DE VIOLÊNCIA • IMAGEM DE IMPACTO • IMAGENS QUE TRANSMITEM DOR E SOFRIMENTO

Fonte: Adaptação dos conceitos descritos por Pedroso (1994) e Angrimani (1995).

3.2 E a ética, como fica?

Com a prática sensacionalista incentivada pela sociedade do espetáculo, a maneira do jornalista fugir desta ação, respeitando eticamente seu compromisso com a informação e com a sociedade, torna-se questionável.

De acordo com Cristofolletti (2008), a ética é um conjunto de valores morais e princípios que norteiam a conduta humana na sociedade.

Desde que os seres humanos começaram a sua trajetória pela Terra, organizando-se em grupos sociais estabelecendo relações entre si, para conviver em relativa harmonia, foi necessário determinar algumas regras de conduta e normas que orientassem o comportamento e contribuíssem para um equilíbrio coletivo, além de sinalizar o que era certo e o que deixava de ser, o que a comunidade admitiria e o que seria repudiável. A essas regras o homem chamou de valores morais. Elas não são novidades estão conosco desde o começo. Passam-se os tempos, mudam-se as vontades, mas o homem não descarta a moral nem os valores que ajudam a definir o que é bom ou mau, certo ou errado (CRISTOFOLETTI, 2008, p.16).

Sendo a moral o conjunto de valores que regem nossas condutas, a ética corresponde ao modo com que administramos a moral. Deste modo, é a ética que determina as ações que praticamos ou deixamos de praticar. “Aquilo que os homens fazem com a moral, isto é, como fazem os valores funcionarem, é o que se convencionou chamar de ética” (CRISTOFOLETTI, 2008, p.16). O autor ainda ressalta que cada pessoa possui sua ética, mas, embora isso seja real, não é totalmente verídico, pois ela não toca apenas o lado individual das pessoas.

É muito comum ouvir de profissionais que cada um apela pela sua ética quando tem de escolher entre um caminho e outro no jornalismo. Assim, diante do dilema de publicar ou não a foto do acusado na capa, o editor recorrerá aos valores morais que traz de casa, de sua formação pessoal. Com base nesses princípios, viria a decisão de estampar o rosto do suposto autor do crime na maior vitrine do jornal (CRISTOFOLETTI, 2008, p.16).

No exercício do jornalismo, a ética pessoal e a ética profissional não se distinguem, pois, todo o trabalho do jornalista será refletido na comunidade. Ou seja, o que o jornalista achar certo ou errado, será certo ou errado para o seu público. Por isso, Bucci (2000) ressalta esse compromisso e a responsabilidade que o profissional da comunicação deve ter com o cidadão.

Discutir ética na imprensa só faz sentido se significar pôr em questão os padrões de convivência entre as pessoas, individualmente, e de toda a sociedade no que se refere ao trato com a informação de interesse público e com a notícia. A isso precisam se subordinar não apenas os jornalistas, mas também os seus patrões e as corporações em que funcionam os veículos de comunicação (BUCCI, 2000, p. 32).

Salientando esse comprometimento com o público, o autor continua:

É para ele que a imprensa deve existir [...] deve existir porque os cidadãos têm o direito à informação [...]. Do direito fundamental a que corresponde a imprensa, o direito à informação, resulta a ética que deveria reger os jornalistas e as empresas de comunicação [...]. Quando o poder age no sentido de subtrair ao cidadão a informação que lhe é devida, está corroendo as bases do exercício do jornalismo ético, que é o bom jornalismo, e corrompendo a sociedade (BUCCI, 2000, p. 33).

Apesar da tentação de alguns profissionais realizarem trabalhos de cunho sensacionalista para gerar mais lucro, Di Franco (1996) enfatiza que os jornais não precisam abrir mão da qualidade de seu conteúdo editorial para apresentar um conteúdo mais atraente.

É preciso investir em leveza formal. Sem dúvida. A introdução da infografia, a utilização inteligente da cor e a valorização da fotografia são, entre outras, algumas das alavancas da modernidade. Mas é importante não esquecer que a ilustração só tem sentido quando serve de roupagem, ainda que descontraída e bem-humorada, para matérias consistentes. Fora disso é o vazio (DI FRANCO, p. 21).

Em suma, toda decisão e ação jornalística geram efeitos éticos, por isso, torna-se necessário cada profissional avaliar a melhor maneira de transmitir a informação ao seu leitor, sem prejudicar o prestígio de seu produto. “A ética é o segredo da credibilidade da imprensa e, exatamente por isso, a chave do seu sucesso” (DI FRANCO, 1996, p. 22).

Nos últimos tempos, os meios de comunicação aparentam ter escolhido a editoria policial como predileta, mas a imprensa, com tamanha responsabilidade social, não poderia pautar suas atividades pelo ângulo do espetáculo. Di Franco (1996, p. 23 e 25) destaca que o fenômeno da violência está adquirindo características que, aparentemente, coincidem com o crescente impacto que a mídia exerce sobre as pessoas. Não se trata de esconder a realidade. O problema não está na veiculação de notícias sobre a violência, mas sim, no seu exagero.

O jornal, como qualquer outra empresa, existe para gerar lucros. Segundo Di Franco (1996), ganhar dinheiro com informação não é um delito, é um dever ético, pois o lucro vem da qualidade e credibilidade do produto. Neste contexto, o autor coloca a qualidade como primeira exigência da ética. Conseqüentemente, a ética jornalística deve conter, então, a paixão pela verdade, o respeito à dignidade humana, além de demais valores que representam atitudes positivas e a busca da luta contra o sensacionalismo e demais valores que representam atitudes positivas.

Di Franco (1996), ainda, destaca a importância do cuidado com a vulgarização de notícias com temas como violência e sequestros. Essas situações exigem responsabilidades éticas por parte da imprensa que deve transmitir uma informação serena e despojada de sensacionalismo. Segundo o autor (1996, p. 86 e 87), na cobertura desses casos, o profissional não pode ser apenas um transmissor, mas precisa ter o dever profissional de refletir a respeito das conseqüências humanitárias e sociais da informação. Por isso, a opção pelo silêncio ou pela divulgação deve ser bem refletida. “Trata-se de um belo desafio, que exige competência, talento e fibra moral. E, sobretudo, ter a coragem de não sucumbir ao apelo da grande manchete. O leitor apoiará esta opção” (DI FRANCO, 1996, p. 87).

A fim de justificar suas práticas, a mídia utiliza e baseia-se de códigos da ética jornalística, como o Código de Ética dos jornalistas Brasileiros, da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). Assim, os profissionais sentem a responsabilidade de cumprir o direito do cidadão à informação, divulgando notícias de interesse público, mas preservando o direito à privacidade, à imagem e à honra das fontes, por exemplo. De acordo com o art. 11. “o jornalista não pode divulgar informações [...] de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes” (CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS, 2007).

As capas dos jornais impressos são, na maioria das vezes, a maior vitrine para o sensacionalismo, provocando imprudências e conseqüências na ética dos profissionais da comunicação. Cristofolletti (2008, p. 63), diz:

O jornalismo mantém práticas que desafiam o tempo e a lógica. Estampar fotos de acusados de crimes nas primeiras páginas é uma dessas práticas. Achincalhar suspeitos algemados diante das câmeras é outra. Exibir cadáveres e corpos mutilados abaixo das manchetes, logo no horário do café-da-manhã, também. Essas três ocorrências têm em comum o fato de que, na maioria das vezes, ferem os direitos de imagens das pessoas expostas e desrespeitam valores éticos contemporâneos. Isto é, os meios de comunicação transgridem a lei e a ética [...].

Também, de acordo com o autor, muitos jornais ainda se apoiam no recurso de exibir fotografias de acusados em suas capas, sendo, na maioria das vezes, assassinos, estupradores ou gente que atentou contra a vida alheia. Cristofolletti (2008) ainda argumenta que isso não aconteceria com imprudências de pessoas de status como vereadores e empresários, por exemplo. Esse tratamento desigual é determinado pelos critérios de noticiabilidade⁵ que rodeiam editores e acabam priorizando notícias policiais.

É evidente que não se espera que o jornalista dê tratamento VIP para criminosos, réus, confessos ou indiciados. Não se trata de bons modos, de etiqueta. O que se espera é que o jornalismo dê a mesma importância e respeito às mais variadas fontes de informação, às diferentes pessoas que circulam pela sociedade. Isso não é etiqueta; estamos no terreno da ética, seguindo o vetor de um valor ético, o que deriva um comportamento jornalístico de tratamento igualitário (CRISTOFOLETTI, 2008, p.64).

Além disso, o autor destaca a imprudência de profissionais na hora de realizar uma foto. Flagrantes desrespeitosos de personagens são muito comuns e acabam indo contra o direito de imagem do próximo. Cristofolletti (2008, p. 64), citando a Constituição Federal, diz que “toda pessoa tem direito e poder sobre sua própria imagem, e qualquer violação pode resultar em processos judiciais e pedidos de indenização”. De acordo com ele, toda equipe deveria solicitar autorização para a veiculação de imagens, mas, no dia-a-dia, isso é ignorado pelos profissionais que muitas vezes acabam se aproveitando da fragilidade dos sujeitos para conseguirem a foto desejada.

Quando se trata de ética no jornalismo, muitas questões são levantadas, cujas respostas exigem profundos debates e reflexões. Segundo Karam (2014), estas questões não cabem nas generalizações que comparam a ética jornalística com a ética de qualquer outra atividade. Em geral, nenhum profissional quer ser exposto por aspectos, que do ponto de vista da moralidade, são condenáveis. Segundo ele, o jornalismo não pode ser feito somente de coisas

⁵ Valor-notícia ou seleção de notícias. Processo de seleção de acontecimentos para a veiculação que envolve caracterização de fatos, julgamentos, condições da empresa, qualidade do material e fatores históricos, políticos, econômicos e sociais. Descritos e listados hierarquicamente por vários autores, não são rígidos, nem universais e podem mudar ao longo do tempo (LINO; FRANCISCO, 2010).

boas e é por conta disso que o profissional não pode deixar de ser crítico, de traduzir os conflitos.

Diante disso, a complexidade do problema ético entre a relação do direito à vida privada e a liberdade de informação jornalística em conexão com o interesse público também é tratada por Karam (2014). O modo de tratamento dos aspectos da vida privada em sua dimensão de dor, tragédia ou humor duvidoso, às vezes cruel e às vezes grosseira, tem a ver com a vida de quem é atraído pela informação. Por esse lado, esses conflitos e curiosidades sociais que mantêm um jornal com essas características nas bancas. O interesse da sociedade em geral é nessa linha e, por isso, o julgamento dessas atitudes deveria partir da sociedade que vive ao redor desses problemas. “O arbítrio no julgamento, na escolha e na edição de um acontecimento passa a ser tão grande quanto o de quem os escolhe e julga de um ponto de vista crítico como leitor” (KARAM, 2014, p.88)

Por isso, a questão da privacidade, interesse público e liberdade de informação deve estar ancorada em valores sociais que envolvam tanto o meio jornalístico (profissionais, meios de comunicação e proprietários), quanto o público envolvido na esfera social. Assim, é necessária uma autoconsciência em cada caso.

4 APRESENTAÇÃO DO CASO: A HISTÓRIA DA CAPA DO JORNAL O NACIONAL DO DIA 30 DE AGOSTO DE 2017

4.1 O Veículo

O veículo responsável pela publicação da capa e da fotografia⁶ estudada, grupo editorial O Nacional (ON), da cidade de Passo Fundo, Rio Grande do Sul, é uma empresa de caráter privado que tem como principal produto o jornal impresso de circulação diária e regional.

O jornal O Nacional foi criado em 19 de junho de 1925 pelas mãos de Herculano Annes, Theófilo Guimarães, Americano Araújo Bastos e Hiran Bastos, para na década de 1940, ser adquirido pelo jornalista e ex-deputado estadual, Múcio de Castro, tornando-se o periódico, em circulação, mais antigo do município.

Para realizar o exercício jornalístico, o periódico herdou experiências e características dos impressos que o antecederam, como a busca por uma independência, se desvinculando da política e da religião, por exemplo (FRIDERICHS et al. [2005?]). Essa possível tendência fica explícita em trechos do primeiro editorial publicado pelo jornal:

Todo nosso programa se resume às duas palavras do cabeço: Jornal Independente. Independente é aquele que vive por si e se dirige por seu próprio arbítrio sem sugestões estranhas, independente é quem não se acha preso em liames de partidarismo, é quem não está chumbado aos apelos da fé, nem coagido pelas necessidades da vida, ao amém eterno da subalternidade [...] (O Nacional, 1925, p. 01 *apud* FRIDERICHS et al. [2005?]).

Sendo um dos principais veículos impressos da região, há mais de nove décadas, o ON, ainda, é responsável pelo registro histórico da cidade, sendo o criador das publicações dos Anuários do Biodiesel e o de Passo Fundo, de suplementos especiais segmentados e comemorativos. Além disso, o site⁷ do veículo também faz parte da série de produtos editados pelo ON.

De acordo com seu atual editorial, presente no *site* do veículo, “Seu produto é a comunicação e sua missão é oferecer informação com qualidade, profundidade e de caráter imparcial”.

⁶ Imagem de autoria do jornalista, formado pela Universidade de Passo Fundo, Vinicius Coimbra.

⁷ www.onacional.com.br

4.2 O caso

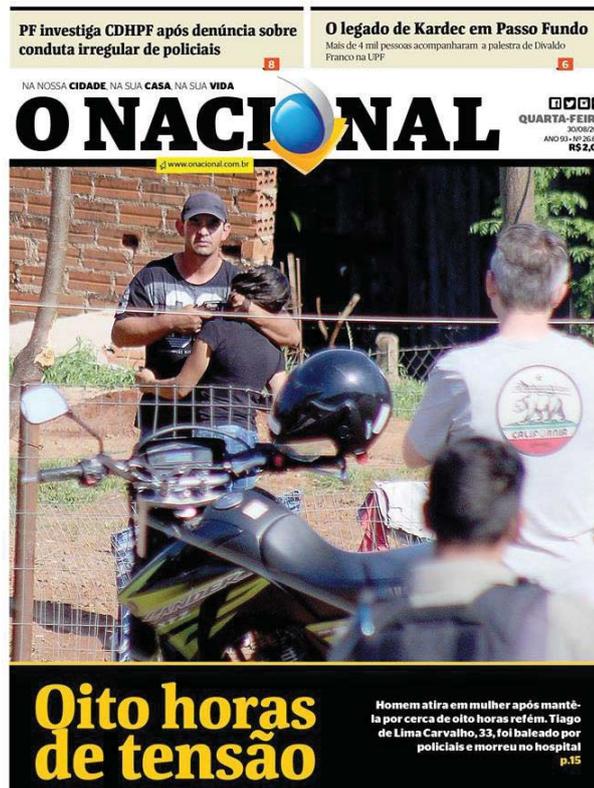
No dia 29 de agosto de 2017, um homem foi morto após fazer uma mulher de refém na cidade de Passo Fundo, norte do Rio Grande do Sul. Tiago de Lima Carvalho, de 33 anos, manteve Geni Madalena dos Santos, de 37 anos, como refém por pelo menos oito horas em uma casa localizada na Rua Coronel Bicaco, no Bairro Professor Schisler.

Depois de agressões e ameaças com uma arma de fogo, revólver calibre 38, diversas negociações fracassadas foram feitas por parte da polícia, mas Tiago não se conteve e atirou na cabeça da vítima e também nos policiais que estavam no local, embora nenhum tenha ficado ferido. A vítima foi socorrida e levada para o hospital São Vicente de Paulo, já Tiago, que foi atingido pelos tiros dos policiais, não resistiu aos ferimentos.

Segundo informações da Brigada Militar, o caso teria ocorrido por motivo passionai. No início da manhã, o homem foi até a residência onde Geni morava e se desentendeu com ela. Os dois eram amantes e o homem morava com a esposa na mesma rua.

Segundo a Polícia Civil, o homem possuía um antecedente criminal por porte ilegal de arma de fogo, enquanto a mulher não tinha nenhum antecedente. Tiago trabalhava em uma empresa de entrega de gás, era casado e tinha dois filhos.

Figura 1: Imagem da Capa do Jornal O Nacional do dia 30 de agosto de 2017



5 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste trabalho o caracteriza como uma pesquisa descritivo-analítica. Segundo Gil (*apud* FÁVERO; GABOARDI, 2008, p. 49), a pesquisa descritiva trata de investigar relações entre certas variáveis e/ou descrever características de um determinado caso. Já a parte analítica da pesquisa, segundo Fontelles et al. (2009), envolve uma avaliação mais aprofundada das informações coletadas, de modo observacional ou experimental, na tentativa de explicar o contexto de um fenômeno de um grupo ou população.

Partindo desse ponto, busca-se a análise da fotografia de capa do jornal impresso passo-fundense, O Nacional, do dia 30 de agosto de 2017, que será feita através da observação de elementos que a compõe e relacionada com os conceitos dos autores citados na revisão bibliográfica – processo que visa compreender alguns conceitos fundamentais para a realização do estudo.

Deste modo, a imagem da capa do jornal O Nacional será analisada, de acordo com sua composição e contexto histórico e, seguidamente, comparada com as definições de sensacionalismo, de modo a responder o problema de pesquisa. Para tal, foi essencial a investigação e descrição do acontecimento que gerou esta imagem, assim como, o histórico do veículo. Além disso, para atingir um dos objetivos propostos, que é apontar aspectos éticos sobre o fotojornalismo, um extenso estudo sobre a história da fotografia, o papel do fotojornalismo na plataforma impressa e alguns conceitos de ética e moral foram abordados.

Na sequência, as considerações sobre o caso, relacionado com o sensacionalismo, serão descritas e publicadas para a reflexão por possuir um relevante papel social, uma vez que a imprensa é o maior meio de divulgação de acontecimentos, tornando necessário o profissional da comunicação realizar suas ações de modo a respeitar os direitos do próximo.

Contudo, para a realização da pesquisa, técnicas como leitura e realização de fichamento de publicações científicas de diversos autores relacionados à temática proposta são colocadas em prática. Além disso, foi necessário realizar o *clipping*⁸ do impresso do dia 30 de agosto de 2017, para o estudo e análise da fotografia.

⁸ Processo de monitoramento, análise e arquivamento de menções feitas na mídia a uma determinada marca, como empresa ou assunto.

6 ANÁLISE

A fotografia analisada, veiculada pelo jornal O Nacional, no dia 30 de agosto de 2017, retrata, de forma marcante, um dos muitos casos de violência ocorridos na cidade de Passo Fundo. Desde o seu princípio, a fotografia é usada como um documento, a fim de provar ao público o testemunho de um determinado acontecimento (SOUSA, 2000), assim como ocorreu neste caso. A imagem, feita no exato momento em que Tiago de Lima Carvalho ameaça Geni Madalena dos Santos com um revólver calibre 38, apontando-o para sua cabeça, demonstra a gravidade do caso, momentos antes de seu desfecho. Ele, que teria mantido a vítima como refém por pelo menos oito horas, acabou sendo morto após uma troca de tiros com os policiais. Geni acabou levando um tiro na cabeça, mas foi socorrida e levada para o hospital São Vicente de Paulo.

O caso, que se prolongou por várias horas, permitiu que os profissionais da comunicação registrassem o ocorrido de diversas formas, em seus diferentes momentos. Por isso, a escolha da publicação desta fotografia, na capa do jornal, exibindo um dos momentos mais marcantes do caso, ocorreu por algum motivo. Outras imagens, em diversos outros momentos, poderiam ter ocupado o lugar desta capa, mas, pela mesma possuir aspectos tão marcantes, acabou sendo divulgada para, provavelmente, chamar mais atenção do público. Esta hipótese se concretiza com base nas afirmações de Cunha (2007), que diz que a sociedade moderna deu ao jornalismo um caráter comercial, ou seja, a informação é produzida e comercializada pela mídia como uma mercadoria e assim, consumida pela audiência. Sendo assim, logicamente, a primeira página é essencial para este processo comercial, já que induz o público a consumir o produto. “No caso da mídia impressa, as capas de jornais e revistas atuam como uma vitrine para chamar a atenção do leitor para o conteúdo interno apresentado por determinada publicação” (CUNHA, 2007, p. 02).

Por outro lado, como aponta Buitoni (2011), a tendência de evidenciar a tragédia e/ou o problema, pode indicar a intenção de registrar o real para poder transformá-lo. Partindo deste ponto, a fotografia analisada pode ter sido construída e divulgada com o intuito de comover as pessoas, incentivando-as a mudar a realidade, combatendo a violência. Sendo assim, a forma com que a imagem foi feita pode ter sido proposital, pois elementos como a arma apontada para a vítima e a expressão do personagem, por exemplo, são capazes de transmitir sensações e, conseqüentemente, reações do público.

Outro ponto que merece ser destacado é em relação aos enquadramentos, planos e composição da fotografia. Observando a imagem, percebe-se que ela é constituída por o que

Sousa (2002) chama de plano conjunto. Segundo o autor, plano conjunto “é um plano que pode distinguir os protagonistas de ações, tomando a ação por completo e por inteiro”, assim como retrata a imagem ao mostrar os personagens do caso e, ao mesmo tempo, a movimentação de outras pessoas no local.

Ainda, ao falar sobre composição, Sousa (2002) explica que, ao colocar os personagens principais fora do centro da foto, permite que o observador percorra o olhar pelo resto da imagem, possibilitando a observação contextual do ambiente que rodeia o principal foco. Esta estratégia também pode ser vista na fotografia da capa estudada, como consta nas marcações abaixo. Isso possibilita que o leitor, além de observar a ação dos personagens, também repare no ambiente e demais detalhes da cena.

Figura 2: Elementos, planos e composição da fotografia analisada



Na imagem, também é possível notar procedimentos como a profundidade de campo, foco seletivo e momento decisivo. A profundidade de campo que, segundo Fernandes (2013), é o quanto da imagem que aparece nítido, de acordo com o que se deseja fotografar, é classificada em grande ou pequena profundidade. Assim, quando uma paisagem inteira está em foco em uma imagem, ela é classificada como uma fotografia com grande profundidade de campo. De modo contrário, quando uma imagem possui menos elementos em foco, ela é classificada como uma fotografia com pequena profundidade de campo. Na imagem analisada, pode-se dizer que ela possui uma média, mais puxada para grande profundidade. Isso porque ela não é totalmente nítida, existem elementos sem foco, mas eles não ocupam a maioria da fotografia.

Ainda, de acordo com o autor, quanto mais próximo o profissional estiver de um elemento, menor será a área focalizada. Isso mostra que, supostamente, o jornalista estava próximo às demais pessoas que estavam no local e que foram desfocadas na imagem, para poder captar melhor e mais nitidamente os personagens do caso.

Semelhantemente, o foco seletivo, que Stocco (2014) menciona que é o momento em que o profissional enfatiza, escolhe ou valoriza algum componente em relação a outros em uma fotografia, aparece no destaque em que a imagem dá para o homem ameaçando a mulher, tirando o foco das outras pessoas que estão ao redor. Assim, com o foco escolhido e direcionado para eles, faz com que os elementos desfocados ganhem menos importância, conduzindo imediatamente o olhar do leitor para a cena em evidência.

Além de tudo, esta fotografia ainda trata do que o fotógrafo Henri Cartier-Bresson chamou de “momento decisivo”. De acordo com os estudos de Vianna e Oliveira (2014), Henri definiu este conceito como fragmentos momentâneos de um determinado acontecimento, o momento exato em que uma fotografia é tirada. Ou seja, neste caso, exatamente o momento em que Tiago ameaça Geni com um revólver. O registro feito nesta exata circunstância, expressa um instante preciso, o testemunho do acontecimento, proporcionando ao público a sensação de ter vivido aquele instante, como se aquele exato momento fosse congelado e divulgado através da imagem.

Cartier-Bresson (1952), também diz que a composição deve ser uma das preocupações do fotógrafo, mas, no ato de fotografar, isto acontece a partir da sua intuição, já que ele está ali para captar o instantâneo. Na fotografia, a importância da captura do momento temporal fica clara, pois, provavelmente, se o profissional estivesse esperado e não registrado este momento da ameaça com a arma, outra imagem ou outra cena do caso não traria tanto destaque e impacto para os leitores.

Partindo para a relação da imagem com o veículo a qual foi divulgada, é importante ressaltar o editorial que o mesmo carrega, onde diz que: “Seu produto é a comunicação e sua missão é oferecer informação com qualidade, profundidade e de caráter imparcial”. Entretanto, apesar de prezar pela qualidade de suas publicações, a imagem observada, divulgada pelo veículo O Nacional, possui um caráter sensacionalista, assim como apontam Angrimani (1995), Lugão (2010) e Pedroso (1994, 2001), contrapondo esta ideia.

Para Angrimani (1995) e Lugão (2010), sensacionalismo é quando um profissional ou veículo de comunicação trata um fato com um tom escandaloso, utilizando estratégias e atitudes chocantes, a fim de chamar a atenção do público. Isto ocorre porque, segundo Lugão (2010), o sensacionalismo está ligado à mercantilização da informação e à busca por lucro por trás das informações. Deste modo, a mídia sensacionalista expõe a desgraça alheia, divulgando a violência e revelando bandidos, por exemplo, em troca de audiência. Pedroso (2001) ainda enfatiza, através da visão da psicanálise, que essas estratégias são usadas pelos jornais, pois o próprio leitor satisfaz suas vontades através de notícias sobre tragédias ou fatos violentos.

Com isso, Angrimani (1995) e Pedroso (1994) mencionam que o sensacionalismo pode aparecer de diversas formas na veiculação de notícias. Uma delas é a forma visual, que ocorre através de imagens de violência, de impacto e também de imagens que transmitem dor e sofrimento ao público. Também, outro aspecto que merece atenção é em relação à manchete da capa. A chamada, que geralmente fica na parte superior do impresso e com uma fonte padrão do jornal, neste caso, foi deslocada junto a uma tarja preta abaixo da fotografia, com um texto remetendo ao tempo que o caso levou: “oito horas de tensão”. De acordo com Angrimani (1995) e Pedroso (1994), outra forma de manifestação do sensacionalismo é através do meio textual, que também pode ser percebido nesta situação. Neste caso, além da imagem, as palavras também causam um impacto ao leitor, pois faz o mesmo perceber que o sofrimento da vítima teve a duração de oito horas, transmitindo a gravidade do acontecimento.

Por outro lado, o Dicionário de Comunicação (RABAÇA; BARBOSA, 2002), além de complementar as ideias dos autores citados acima, apontando que o sensacionalismo é caracterizado por um exagero intencional nas matérias, ele ainda apresenta o que chama de sensacionalismo positivo. Menos extravagante do que os conceitos citados anteriormente, o sensacionalismo positivo é o que os veículos focalizam de uma forma sensacional, com alardes, grandes manchetes e certo exagero no tratamento jornalístico de notícias de real importância para a evolução da humanidade. Sendo assim, o sensacionalismo positivo se refere a uma maneira mais leve de chamar a atenção do leitor para assuntos mais relevantes.

Em função disso, diante dos conceitos utilizados por Angrimani (1995), Lugão (2010), Pedroso (1994, 2001) e pelo Dicionário de Comunicação (RABAÇA; BARBOSA, 2002), pode-se dizer que a fotografia da capa do jornal O Nacional do dia 30 de agosto de 2017, é, sim, sensacionalista. Isso porque, embora não seja uma imagem absurda, com um grande nível de exagero, segundo os pesquisadores, um registro de um momento chocante, que chama a atenção do público e que expõe claramente os personagens do fato, já é considerado sensacionalista. Na fotografia analisada, estes conceitos ficam evidentes pelo momento decisivo da imagem, que é o registro do instante exato em que a ameaça foi feita. A atitude e a expressão do personagem ao apontar a arma para a vítima remete a uma ação violenta, transmitindo certo impacto e chamando a atenção do público. Além do mais, o leitor também se depara com o registro da desgraça e o sofrimento alheio (no caso da vítima) que, segundo os autores, já são características de uma imagem sensacionalista. Além disso, a imagem também pode ser classificada como um sensacionalismo positivo, publicada com o intuito de chamar a atenção do público para uma situação importante, como é o caso da violência, exposta neste caso.

Por esta razão, torna-se imprescindível falar sobre ética jornalística. Conforme Cristofolletti (2008), a ética é um conjunto de valores morais e princípios que norteiam a conduta humana na sociedade. Ou seja, sendo a moral o conjunto de valores (normas e regras de convivência que vêm de gerações passadas) que regem nossas condutas, a ética corresponde ao modo com que administramos a moral. Por isso, é a ética que determina as ações que um jornalista pratica ou deixa de praticar.

Bucci (2000) ressalta que o profissional da comunicação deve ter um compromisso e responsabilidade com o cidadão, fornecendo informações verdadeiras e exercendo um jornalismo ético. Também falando sobre isso, Di Franco (1996) menciona a supervalorização da editoria policial e de pautas como a violência para chamar a atenção do público, como ocorreu na capa analisada. De acordo com ele, o problema não está na editoria, mas na maneira exagerada que ela é exposta. As capas de jornais, de acordo com Cristofolletti (2008), servem como uma vitrine para fotografias sensacionalistas, o que faz, muitas vezes, profissionais cometerem imprudências e consequências éticas.

Contudo, é necessário que o jornalista busque, sempre que possível, refletir sobre seus trabalhos antes de divulgá-los. Quando se trata de ética jornalística, muitas questões precisam ser levantadas, cujas respostas exigem intensos debates sobre o futuro das pessoas expostas, do veículo e do próprio profissional. Segundo Karam (2014), a complexidade do problema ético entre a relação do direito à vida privada e a liberdade de informação jornalística tem

conexão com o interesse público, pois o atrativo da sociedade, em geral, é nessa linha do exagero. Neste sentido, os veículos acabam usando, muitas vezes, meios sensacionalistas como isca para atrair o leitor. Sendo assim, por este motivo, não se trata de esconder a realidade do público, mas de divulgá-la de forma correta, tornando necessária uma autorreflexão em cada caso.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mais do que testemunhar um fato que aconteceu, a fotografia carrega um poder e uma responsabilidade muito maior, principalmente quando trata de assuntos polêmicos para a divulgação. Barcelos (2009), afirma que é função do fotojornalismo, do profissional e do veículo não apenas informar com ética e qualidade, mas também atuar como instrumento de propagação de ideias da sociedade, tornando fundamental o questionamento sobre os limites da imprensa ao propagar suas imagens. Questionamento este, que a presente pesquisa busca despertar através da análise descritiva-analítica da fotografia veiculada na capa do jornal passo-fundense, O Nacional, do dia 30 de agosto de 2017.

Após a observação da imagem, composta por elementos marcantes, é possível perceber que sua publicação na capa do impresso foi proposital, a fim de chamar a atenção do leitor. Neste sentido, duas hipóteses são consideradas: a publicação para caráter comercial, como apontou Cunha (2007), ou seja, a fotografia divulgada com o intuito de chamar a atenção do público e fazer com que ele consuma o produto (jornal impresso), ou a publicação a fim de comover o público, como destacou Buitoni (2011), buscando incentivá-lo a mudar a realidade, combatendo a violência, por exemplo.

Ainda, observando a fotografia, é importante levar em consideração aspectos como enquadramentos, planos e composição, como a profundidade de campo, foco seletivo e momento decisivo da imagem. Na foto analisada, pôde-se perceber que estes aspectos foram ajustados justamente para dar enfoque na cena em que Tiago de Lima Carvalho ameaça Geni Madalena dos Santos com um revólver. Isso porque, tendo o olhar do leitor direcionado imediatamente à cena principal, faz com que a mesma ganhe mais importância, fisingando a atenção do público, e, conseqüentemente, transmitindo sensações e reações de quem está vendo.

Considerando tal ideia de transmitir sensações, junto aos demais conceitos de Angrimani (1995), Lugão (2010), Pedroso (1994, 2001) e do Dicionário da Comunicação (RABAÇA; BARBOSA, 2002) sobre o sensacionalismo, é possível chegar ao alcance do principal objetivo do trabalho. Deste modo, é plausível afirmar que a fotografia da capa do jornal O Nacional do dia 30 de agosto de 2017 é uma imagem sensacionalista. Entretanto, isso não quer dizer, necessariamente, que o sensacionalismo, caracterize algo ruim. Se o intuito do mesmo for chamar a atenção do leitor, incentivando-o a mudar a realidade, como na hipótese citada anteriormente, esta estratégia será usada em benefício da população. Isso porque a comoção que a imagem transmite pode despertar ações e atitudes dos indivíduos em relação

ao combate à violência, por exemplo, justificando seu uso e podendo ser classificado como sensacionalismo positivo.

Por isso, para lidar com o sensacionalismo é necessário ter cautela e saber onde e como aplica-lo, de modo a não denegrir a imagem do próximo. Neste sentido, torna-se indispensável a reflexão de todo profissional da comunicação na hora de produzir e publicar um material, bem como destacam Cristofolletti (2008), Bucci (2000), Di Franco (1996) e Karam (2014) sobre o fotojornalismo e a ética jornalística.

Contudo, chega-se à conclusão da importância de um jornalista, profissional que lida com as emoções do público, formador de opinião, refletir sobre a maneira em que seus trabalhos são feitos e expostos. É preciso que o mesmo se lembre que está à serviço do bem público, devendo realizar um trabalho ético, contendo a paixão pela verdade e o respeito à dignidade humana.

Ademais, além de alcançar o objetivo geral do trabalho através do apontamento de seus resultados e do cumprimento de seus demais objetivos, compreende-se que esta pesquisa não se encerra por aqui, podendo a mesma servir de base para outros estudos, reflexões e considerações sobre o tema proposto.

REFERÊNCIAS

- AMAR, Pierre-Jean. *História da Fotografia*. Trad. Vitor Silva. Lisboa: Edições 70, 2001.
- ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. *História da fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.
- BARCELOS, Janaina Dias. *Fotojornalismo: Dor e Sofrimento: Estudo de caso do World Press Photo of the Year 1955-2008*. Universidade de Coimbra, 2009. Disponível em: https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/13377/1/Tese_mestrado_Janaina%20Dias%20Barcelos.pdf. Acesso em: 06 set. 2017.
- BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- BUITONI, Dulcília Schroeder; PRADO, Magaly. (org). *Fotografia e Jornalismo: a informação pela imagem*. São Paulo: Saraiva, 2011.
- CARTIER-BRESSON, Henri. *O instante decisivo*. Trad. Paulo Thiago de Mello. New York, 1952.
- CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS. 2007. Disponível em: http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 28 mar. 2018.
- CRISTOFOLETTI, Rogério. *Ética jornalística*. São Paulo: Contexto, 2008.
- CUNHA, Karenine Miracelly Rocha. *Capas na mídia impressa: a primeira impressão é a que fica*. Centro Universitário Toledo, Santos, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0787-1.pdf>. Acesso em: 06 set. 2017.
- DI FRANCO, Carlos Alberto. *Jornalismo, ética e qualidade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.
- FÁVERO, Altair Alberto; GABOARDI, Ediovani Antônio. (org.). *Apresentação de Trabalhos Científicos: normas e orientações práticas*. 4.ed. Passo Fundo: Editora Universidade de Passo Fundo, 2008.
- FERNANDES, Eduardo Martins. *Documentação clínica: sugestão de tomadas fotográficas*. Florianópolis, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/100263/TCC%20Fotografia%20Pronto%20Para%20a%20BU.pdf?sequence=1>. Acesso em: 09 jun. 2018.
- FONTELLES, Mauro José et al. *Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa*. Belém, 2009. Disponível em: https://cienciassaude.medicina.ufg.br/up/150/o/Anexo_C8_NONAME.pdf Acesso em: 20 mai. 2018.

FRIDERICH, Bibiana de Paula et al. *Jornal O Nacional: articulando os interesses do capital na década de 1920*. [2005?].

HERNANDES, Nilton. *A Mídia e seus truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público*. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2012.

HOMEM É MORTO APÓS FAZER MULHER REFÉM EM PASSO FUNDO. Disponível em: <<http://www.onacional.com.br/policia/79044/homem+e+morto+apos+fazer+mulher+refem+m+passo+fundo>>. Acesso em: 10 set. 2017.

KARAM, Francisco José Castilhos. *Jornalismo, ética e liberdade*. 4.ed. São Paulo: Summus, 2014.

LINO, Eduardo; FRANCISCO, Nicole. *Critérios de Noticiabilidade: O Factor Proximidade*. 2010. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/55827271/Criterios-de-Noticiabilidade-Teorias-da-Noticia>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

LUGÃO, Ana Luiza. *Jornalismo sensacionalista: o programa Brasil Urgente em cena*. Centro Universitário de Brasília, 2010. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1846/2/20377680.pdf>>. Acesso em: 07 set. 2017.

MENEZES, Paulo. *A trama das imagens*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

O NACIONAL. Disponível em: <<http://www.onacional.com.br/sobre>>. Acesso em: 07 set. 2017.

PEDROSO, Rosa Nívea. *A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista*. São Paulo, Annablume, 2001.

_____. *Elementos para uma teoria do jornalismo sensacionalista*. Porto Alegre, 1994. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/_repositorio/2011/05/pdf_bb3fdf2afc_0016552.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2018.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães *Dicionário de comunicação*. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. *Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook*. Pelotas, 2014.

SANTANA, Antonio Elias Pereira. *Jornalismo policial impresso em Roraima: breve análise de imparcialidade*. Boa Vista: Universidade Federal de Roraima, 2016.

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

_____. *Fotojornalismo: Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Florianópolis: Editoras Contemporâneas, 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf> Acesso em: 10 mar. 2018.

STOCCO, Michela. *A fotografia como meio de comunicação corporativa: uma análise das imagens do site da Avon*. Curitiba, 2014. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/40518/TCC%20Michela%20Final%20-%20pos%20apres%2010-11.pdf?sequence=2&isAllowed=y>. Acesso em: 09 jun. 2018.

VIANNA, Karinne Rodrigues dos Santos; OLIVEIRA, Rhayne Ravanne Nunes de. *Os pobres deserdados: invisibilidade social no distrito federal, nas regiões administrativas de Brasília, Taguatinga e Ceilândia*. Brasília, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ucb.br/jspui/bitstream/123456789/9736/1/KarinneRodriguesDosSantosViana.pdf>. Acesso em: 09 jun. 2018.

ANEXO 1 - CAPA DO JORNAL ANALISADO

PF investiga CDHPF após denúncia sobre conduta irregular de policiais

8

O legado de Kardec em Passo Fundo

Mais de 4 mil pessoas acompanharam a palestra de Divaldo Franco na UPF

6

NA NOSSA **CIDADE**, NA SUA **CASA**, NA SUA **VIDA**

O NACIONAL

www.onacional.com.br


QUARTA-FEIRA
 30/08/2017
 ANO 93 - Nº 26.638
R\$2,00



Oito horas de tensão

Homem atira em mulher após mantê-la por cerca de oito horas refém. Tiago de Lima Carvalho, 33, foi baleado por policiais e morreu no hospital

p.15