PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO

Weiler Alves Finamore Filho

Fotojornalismo digital:
do uso da fotografia no Instagram

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

Orientadora: Prof.ª Adriana Andrade Braga

Rio de Janeiro
Outubro de 2024

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO

Weiler Alves Finamore Filho

Fotojornalismo digital:
do uso da fotografia no Instagram

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação Social. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo.

Prof.ª Adriana Andrade Braga
Orientadora
Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Prof. Alexandre Augusto Freire Carauta
Departamento de Comunicação - PUC-Rio

Prof.ª Cynthia Maciel Duarte
Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

Rio de Janeiro, 10 de outubro de 2024

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Weiler Alves Finamore Filho

Bacharel e Licenciado em Geografia, habilitação em Meio Ambiente, pela PUC-Rio. Pós-graduado em Especialização em Tecnologias no Ensino Superior, pela PUC-Rio. Professor Agregado da PUC-Rio. Editor de Fotografia no Comunicar da PUC- Rio.

Ficha Catalográfica

Finamore Filho, Weiler Alves

Fotojornalismo digital: do uso da fotografia no Instagram / Weiler Alves Finamore Filho; orientadora: Adriana Andrade Braga. – 2024. 80 f. : il.

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2024. Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2.Fotografia 3. Jornalismo 4. Plataformas digitais. 5.Instagram. I. Braga, Adriana Andrade. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Este trabalho é dedicado
às mulheres que me guiaram até aqui...

Minha mãe Iêdda,
minha companheira Ana Cristina,
nossas filhas Maria Vitória, Amanda e...

Vó Agonia e Nilza...

Elas sabem porquê...

Agradecimentos

Agradeço ao Departamento de Comunicação da PUC-Rio antes pela confiança como discente, depois pelo amplo apoio enquanto docente, e agora como mestrando.

Ao Professor Alexandre Carauta por me permitir o tempo fundamental na conclusão deste trabalho.

Ao Professor Artur Ituassú pela confiança e motivação em entrar no PPGCOM.

À Professora Cynthia Duarte pela generosidade em também “defender” esta dissertação comigo, a você meu enorme agradecimento.

À Professora Adriana Braga por acolher esta pesquisa, e por toda a empatia e paciência em motivar este um aqui durante todo duro percursso desta dissertação, sem você ela seria inalcançável, por isso e muito mais minha Gratidão eterna...

E à CAPES, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior do Brasil, pelo apoio com bolsa de Financiamento código 001.

Resumo

Finamore Filho, Weiler Alves; Braga, Adriana Andrade. **Fotojornalismo digital: do uso da fotografia no Instagram.** Rio de Janeiro, 2024. 80p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esse trabalho propõe uma análise do uso da fotografia a partir da plataforma digital Instagram como recurso tecnológico de construção da narrativa jornalística. Os critérios desta análise enfatizam questões concernentes às relações entre os usuários no ambiente digital e a construção de uma narrativa visual no jornalismo eletrônico/digital. Esta análise apoia-se em dois aspectos: o uso da fotografia no jornalismo digital, a partir de amostragem das fotografias publicadas no Instagram, e a construção na plataforma Instagram da narrativa visual utilizada pelos joranais (Folha de São Paulo). Assim, a proposta deste estudo é compreender a ação da fotografia nesta releitura da linguagem fotográfica feita no Instagram e como ela repercute na narrativa visual, e do uso da imagem fotográfica na interpretação da realidade no jornalismo digital, enquanto narrativa que chancela a noticiabilidade do fato.

Palavras-chave

Fotografia, plataformas digitais, jornalismo e Instagram

Abstract

Finamore Filho, Weiler Alves; Braga, Adriana Andrade. **DIGITAL PHOTOJOURNALISM: the use of photography on Instagram.** Rio de Janeiro, 2024. 80p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The work proposes an analysis of the use of photography from the digital platform Instagram as a technological resource for constructing journalistic narratives. The criteria of this analysis emphasize issues concerning the relationships between users in the digital environment and the construction of a visual narrative in electronic/digital journalism. This analysis is based on two aspects: the use of photography in digital journalism, based on a sampling of photographs published on Instagram, and the construction on the Instagram platform of the visual narrative used by the journals (Folha de São Paulo). Thus, the purpose of this study is to understand the action of photography in this reinterpretation of the photographic language made on Instagram and how it impacts the visual narrative, and the use of the photographic image in the interpretation of reality in digital journalism, as a narrative that endorses the newsworthiness of facts.

Keywords

Photography, digital platforms, journalism, Instagram

Sumário

1.Introdução.....11

1.1 Narrativas visuais e construção da realidade..... 12
1.2 Cidadania e o jornalismo digital: justificativa..... 13
1.3 Jornalismo & Imagem..... 14
1.4 As redes sociais e a transformação do jornalismo..... 15

2. Capítulo II - Fotografia & jornalismo: Um breve um breve histórico.....17
2.1 O Surgimento do jornalismo visual no ambiente digital..... 27
2.2 O Instagram e a reconfiguração do fotojornalismo 28

3.Capítulo III - Jornalismo & Instagram..... 32
3.1 Transformação do jornalismo no ambiente digital..... 34
3.2 Uso do Instagram como ferramenta jornalística..... 36
3.3 Narrativa visual e jornalismo de imersão..... 41

4. Capítulo IV - Metodologia 44
4.1 Revisão bibliográfica 45
4.2. Coleta de dados empíricos 46
4.3. Análise dos dados.....46
4.3.1. Análise qualitativa 46

5. Capítulo V - Fotojornalismo na era digital: uma análise..... 48

6. Algumas conclusões..... 71

7. Referências..... 79

Lista de Figuras

Figura 01 – Post ilustra o uso da imagem fotográfica na plataforma e rede social Instagram 49
Figura 02 – Post ilustra o uso da imagem fotográfica na plataforma e rede social Instagram 50
Figura 03 – Post ilustra o uso da imagem fotográfica na plataforma e rede social Instagram 50
Figura 04 – Post ilustra o uso da imagem fotográfica na plataforma e rede social Instagram 52
Figura 05 – Post ilustra o uso da diagramação tipo de jornal e da imagem fotográfica na plataforma e rede social Instagram..... 54
Figura 06 – Post ilustra o uso da imagem fotográfica produzida e direcionada ao tópico na plataforma e rede social Instagram 55
Figura 07 – Post ilustra o uso da imagem fotográfica produzida e direcionada ao tópico na plataforma e rede social Instagram 55
Figura 08 – Imagem gerada por agência busca dimensionar a proporção da notícia e dos fatos no impacto ambienal gerado. 57
Figura 09 – Imagem gerada por agência busca dimensionar a proporção da notícia e dos fatos mundiais e globais 58
Figura 10 - Infográfico mostrando abaixo da fotografia produzida, como acessar as postagens em formato de stories..... 59
Figura 11 – Recurso do vídeo editado com fotografias do produto como um “stories”. Releitura sobre estação do ano vinculada a um produto como sorvete no formato de web Stories. 60
Figura 12 - Recurso do vídeo editado com fotografias sobre o rema conflito/guerra como um “stories”. Formato web stories faz edição sobre tema 61
Figura 13 – Fotografia factual e artística em sequência gera narrativa visual jornalística e subjetiva 62
Figura 14 – Carrossel em narrativa visual tipo web stories projeta e constroe o fato como história em sequência. 65

Figura 15 – Infográfico em sequência como imagem central do post no Instagram..... 66

Figura 16 – Audio e vídeo em sequência, uma espécie de coquetel midiático e noticioso no formato de carrosel e web stories juntos.....67

Figura 17 – Audio e vídeo em sequência, uma espécie de coquetel midiático e noticioso no formato de carrosel e web stories juntos.....68

Figura 18 – Audio e vídeo em sequência, uma espécie de coquetel midiático e noticioso no formato de carrosel e web stories juntos.....69

Figura 19 – Postagem em formato carrossel e web stories com imagens visualmente expressivas e cinematográficas o leitor preenche o que acontece entre os quadros pelo processo da sugestão.....75 - 76

1. Introdução

> Nada é mais difícil de executar, mais duvidoso de ter êxito ou mais perigoso de manejar do que dar início a uma nova ordem de coisas. O reformador tem inimigos em todos, dos que lucram com a velha ordem ao povo, que em nada crê antes que experimente.
>
> Maquiavel, 1518

Informação e Conhecimento compreendem esferas distintas de uma mesma dimensão, a do saber. Em cada indivíduo o processo de interpretação e leitura de imagens fotográficas no jornalismo digital permeia a forma de se receber a notícia lida, bem como repercute na constante transformação, adaptação e aprimoramento dos formatos de sua apresentação, pelos veículos de comunicação em seus meios e plataformas possíveis. Como em uma via de mão dupla, linguagem e narrativa produzem novo processo de informação que objetiva e confere à notícia uma releitura do conteúdo projetado. Um reordenamento/enquadramento da informação a partir da velha e conhecida linguagem fotográfica, é, porém, o uso específico e direcionado ao meio digital uma nova ou outra narrativa que se apresenta.

A proposta do trabalho ressalta elementos da linguagem fotográfica, como por exemplo o fato da imagem poder ser entendida como uma constatação do real, bem como análise e releitura das imagens através das fotografias até aqui publicadas nas plataformas digitais, no sentido de observar e evidenciar práticas e formatos

específicos na condução noticiosa, que passam a ser adotados no uso de imagens e fotografias nas mídias atuais.

Indicadores comuns que descrevam o comportamento do usuário quanto a interatividade junto aos conteúdos do jornalismo digital veiculado através de fotografias no Instagram. Observar estes indicadores permite o desenho e a formulação, e até que ponto novos formatos e narrativas visuais ressignificam, conteúdo e notícia, apresentados a este leitor.

Este estudo se propõe a compreender o uso da linguagem fotográfica na construção da realidade feita pelas imagens fotográficas através da narrativa jornalística, através da análise na construção da narrativa projetada e publicada no Instagram. Compreender como o Instagram promove e projeta narrativa específica, a partir do movimento e uso da linguagem fotográfica e fotojornalística promovida, e narrativa visual construída.

1.1 Narrativas visuais e construção da realidade

A internet ao ser implementada e desenvolvida, demandou adaptações/alterações de todos os setores da sociedade. O jornalismo, particularmente, foi radicalmente transformado tanto em termos tecnológicos quanto simbólicos. Fomos testemunhas nas últimas décadas das mudanças nas redações, nos formatos, nas linguagens, nos veículos.

Este estudo busca compreender o uso que o jornalismo digital faz das fotografias e imagens em geral. A partir de uma leitura sistemática do uso de imagens (carrossel ou Stories) no jornal Folha de São Paulo em sua versão digital, em particular na rede social Instagram.

Analisar as linguagens visuais e fotográficas no Instagram, e considerar a plataforma não apenas como um meio de comunicação, mas como um espaço de construção e negociação de significados. A maneira como as imagens são usadas e interpretadas reflete e, ao mesmo tempo, molda o cotidiano dos usuários, criando uma intersecção única entre o real e o narrado. Essas práticas visuais, ao mesmo tempo em que documentam, constroem novas formas de ver e entender o mundo.

1.2 Cidadania e o jornalismo digital: justificativa

O desenvolvimento desta análise de fotografias nos jornais digitais no Instagram, tem como primeira justificativa fomentar a (re) leitura da informação contida em cada fotografia, e assim ampliar a possibilidade de compreensão e relevância do debate ou crítica que as imagens podem gerar em cada veículo que as publica e divulga. Este movimento, além de criar um estímulo e motivar a inclusão e engajamento digital, busca respostas na forma de apresentação destas imagens no Instagram.

Considerando a importância da atividade jornalística na construção da cidadania, é preciso compreender as transformações do estatuto visual do fotojornalismo.

Em parte, a dificuldade ou deficiência em compreender as imagens tem como causa a própria exposição intensa e contínua, e em quantidades incalculáveis de imagens, no atual momento que vivenciamos. No que se refere às mídiais e suas demandas, uma quantidade cada vez maior de informação é difundida, distribuída e projetada diante das plataformas tecnológicas e mídias digitais que nos atendem.

Ao invés de processarmos e selecionarmos mais e melhor estes dados, o efeito proporcionado parece ser oposto ao conhecimento, ou seja, um sentimento de esvaziamento e banalização da imagem, gerado pela própria previsibilidade do que vemos em nosso cotidiano e a indiferença causada pelo fato de já sabermos "a fotografia" do dia seguinte. Talvez daí encontre relativa dificuldade em entender o que a fotografia realmente expressa em um primeiro momento.

Outro aspecto importante deste fato no contexto atual que vivemos, dentre tantas plataformas tecnológicas, muitas projetam e fomentam imagens e fotografias de fidedignidade duvidosa.

A possibilidade de manipulação eletrônica na fotografia diminui a sua credibilidade como uma possível constatação da realidade, e assim incorpora a sensação de não aceitarmos mais na imagem fotografada algo que seja verdadeiro, relevante, e assim importante de ser observado.

Portanto, é específico a linguagem fotográfica continuar a ser algo despojado, divertido e despretensioso, ainda assim, efetivamente didática e eficiente no que tange a informação e notícia, e, portanto, o apreender e apropriar-se desta ciência é método ao aprimoramento das linguagens e narrativas constituídas como conteúdo e processo de divulgação e propagação da informação visual, e na mesma medida, ampliar e aprimorar o diálogo entre a narrativa e (re)leitura da informação, no engajamento de um público que lê, bem quanto ao profissional que escreve uma notícia.

1.3 Jornalismo e imagem

O objetivo deste trabalho é mapear os elementos de comunicação visual utilizados no jornalismo digital contemporâneo da Folha de São Paulo, jornal de grande circulação e tradição nacional. Entender o uso da linguagem fotográfica na construção da notícia no contexto do jornalismo digital, feita pelas imagens fotográficas em sua perspectiva fotojornalística, através da análise na construção das narrativas projetadas e publicadas nas mídias digitais. Compreender como o Instagram promove e projeta narrativa específica, a partir do movimento e uso em sua plataforma, da linguagem fotográfica e fotojornalística promovida, e narrativa visual construída.

No contexto do Instagram, onde a visualidade é o elemento central, as narrativas visuais se tornam o principal veículo de comunicação. A escolha da imagem, seu enquadramento, e os elementos visuais incorporados podem alterar significativamente a percepção da notícia, adaptando-a ao gosto e às expectativas de um público que está habituado ao consumo rápido e visual de informações.

Desta forma, analisar e entender conceitos e processos quanto às linguagens e narrativas apropriadas pelo Instagram, no que tange a notícia e fidelidade aos fatos representados pelas imagens propagadas no Instagram.

1.4 As redes sociais e a transformação do jornalismo

Esse estudo busca entender a informação contida e carregada nas imagens e fotografias do jornalismo atual, publicadas e projetadas no Instagram. O uso da

imagem fotográfica nestes novos formatos, organiza outro arranjo da linguagem visual, que repercute na narrativa ao construir e redimensionar a informação e notícia divulgadas. É investigar de que maneira o Instagram afeta o regime imagético do fotojornalismo contemporâneo.

A ideia de que a fotografia tem o poder de capturar e transmitir a "essência" de um momento muda no contexto digital, essa representatividade pode ser distorcida por fatores como manipulação digital, curadoria seletiva e a tendência de apresentar imagens que se alinham com narrativas dominantes.

Compreender como o Instagram se apropria dessa linguagem fotográfica e a incorpora como um complemento visual, porém como uma parte integrante da narrativa, que ajuda a construir e transmitir a mensagem de forma mais completa e emocionalmente ressonante com o público, que se vê mais envolvido e interessado pela narrativa apresentada e assim ao produto jornal na plataforma digital, e também aquele que se envolve de forma mais profunda com a informação, questionando e interpretando as mensagens de maneira que vai além da superfície visual.

Este estudo, portanto, pretende descrever a complexidade e a importância da imagem fotográfica na era digital, destacando como as mídias e redes sociais do Instagram utiliza essa linguagem visual para construir e redimensionar as narrativas jornalísticas. Ao explorar como as plataformas digitais se apropriam dessas imagens para criar narrativas que ressoam com o cotidiano dos leitores, o estudo busca contribuir para uma compreensão mais profunda do papel da fotografia no jornalismo contemporâneo. A integração dessas práticas na linha editorial digital não só altera a forma como as notícias são consumidas, mas também transforma o próprio conceito de notícia, tornando-a uma experiência visual e interativa.

Ao adotar esses formatos efêmeros, os veículos de comunicação não apenas capturam a atenção dos usuários, mas também recontextualizam as notícias, tornando-as mais acessíveis e relevantes no fluxo constante de informações que caracteriza as redes sociais. Essa abordagem não apenas reformula a maneira como a notícia é apresentada, mas também redefine o papel do leitor, que passa a ser mais ativo na construção da narrativa.

Assim, ao transformar as notícias em conteúdo visual e adaptá-las para o formato das plataformas digitais, os veículos de comunicação criam uma narrativa que é simultaneamente informativa e emocionalmente envolvente. As imagens tornam-se veículos não apenas de fatos, mas também de interpretações e emoções, oferecendo ao público uma nova experiência de leitura.

2. Fotografia & Jornalismo: Um breve histórico

No começo do século XIX, a técnica fotográfica inicialmente tem o propósito de preservar e capturar aquilo que os olhos veem. Materializar o olhar. Perpetuar o tempo em nossas mãos. A imagem neste "instante" ganha o status de documento, e o técnico retratista, agora fotógrafo, o de autor daquela ordem enquadrada que representaria um tempo ou um fato. A fotografia, porém, ainda era simples acabamento estético, desvinculada de qualquer intenção imediata.

A presença de ilustrações e caricaturas, feitas da litografia e xilogravura, resistiam à nova tecnologia que surgia (WERNECK, 1999). A fotografia, trazia uma carga de realismo que não necessariamente corresponde à verdade histórica, mas sim ao registro expressivo da aparência (KOSSOY, 1989). No entanto, é sua forma de representação que revela, mostra, expõe e opina. Entrega informação e ratifica o conteúdo textual.

"Por trás das letras, das fotos e das ilustrações publicadas, é possível remontar todo circuito de comunicação: o que eram essas publicações, quem escrevia nesses jornais, para quem se escrevia, e sobretudo, que interpretações fazia esse leitor anônimo" (BARBOSA, 2010 p. 21). A natureza espontânea, e uma estética do flagrante que a fotografia sugere ou apresenta, projeta suposto realismo que atende e é apropriada à credibilidade da informação publicada.

A adoção dos padrões estrangeiros com revistas ilustradas, de crítica e de costumes, além de outras técnicas adotadas por jornais diários, como por exemplo, a abertura de grandes fotos na primeira página e a proliferação de ilustrações (BARBOSA, 2010) são os desdobramentos e indicadores de novas demandas, tanto quanto a qualidade desta fotografia, como da qualificação e surgimento de uma categoria de profissionais especializados na função: o fotógrafo (BARBOSA, 2010).

O século XIX no Brasil é marcado por um longo período de inquietação política. Entre a chegada da família real portuguesa em 1808 até a Abolição da Escravatura 1888 e logo após a Proclamação da República em 1989, são oito décadas de intensa presença e participação popular e significativa transformação na estrutura política e econômica naquela sociedade. Era inevitável, quase que natural, a imprensa ter a sua principal matéria prima à disposição: a informação.

Política, economia, sociedade e território eram perpassados/atravessados em todas as instâncias/camadas daquela população e tempo. Articulados, estes atores e elementos, eram fatores que forjavam aquela comunidade e suas demandas. O acontecimento, o fato, o momento eram consequência desta interação, e se multiplicavam. A correlação destes personagens e fatores no dia a dia, transformavam o país.

A seleção ou coordenação destes dados e informações era mais que uma demanda, uma necessidade de todos os setores daquela comunidade por "verdadeiras informações" (BARBOSA, 2007). A imprensa tem papel preponderante, seja como agente mediador, seja como elemento tradutor deste cotidiano, e de certa maneira representante de interesses e intenções daquelas camadas.

A chegada da família real em 1808 seria o primeiro movimento ao surgimento da imprensa, a circulação de pessoas e de mercadorias, estabelece troca de informações e produtos. Boatos e rumores eram a rede comunicacional existente, apesar de informações manuscritas e impressões clandestinas, não existia até então imprensa e nem mesmo o jornalismo, existia, portanto, uma troca de informação,

mas não a imprensa, essa somente a partir do momento que a transmissão de informação regular se torna pública (BARBOSA, 2007).

A Impressão Régia, criada por D. João VI em 13 de maio de 1808, era apenas uma atividade administrativa do Império, o primeiro jornal do país, *Gazeta do Rio de Janeiro* (1808 -1821) seria criado em 10 de setembro 1808, depois do *Correio Braziliense* (1808-1822) em junho deste ano, porém impresso em Londres, seriam os primeiros jornais a circularem no país. A troca entre esferas pública e privada e a necessidade burocrática e política de ampliar a comunicação pelo território e entre as pessoas, trazia a nova invenção, surgia a imprensa em uma nação de analfabetos (BARBOSA, 2007).

Entre 1822 e 1889, nossa história nos conta sobre a Declaração da Independência do Brasil, o fim do tráfico de escravos (Lei Euzébio de Queiroz), da Guerra do Paraguai à abolição da escravidão (Lei Aurea) até a Proclamação da República. Aos olhos do presente, essa história se misturava às notícias daquele tempo, a prática jornalística era "retrato" deste cenário contado em textos, faltava a imagem. (BARBOSA, 2007)

De 1822 a 1830 os jornais se multiplicam em todo país, em muitos, os textos falavam do cotidiano e deixavam pistas da relação imprensa e poder. *Diário do Rio de Janeiro* (1823-1878), *Diário de Pernambuco* (1825-), *O Farol Paulistano* (1827-1833), *Jornal do Commercio* (1827-) *e O Mercantil* (1849-1865), surgiam com a recém liberdade de imprensa garantida pela promulgação da 1ª Constituição do Brasil em 1824.

> Pouco a pouco, no tempo, mas acentuadamente quanto às posições, a imprensa definiria o quadro de agitações que culminaria em 1831. A partir de 1827, aprofundando-se ano a ano, os periódicos dividem-se quanto à orientação, refletindo a realidade. Como as forças políticas dividem-se, caracterizando as três componentes principais — direita conservadora, direita liberal e esquerda liberal - a imprensa acompanha a cisão (WERNECK, 1999 p. 110).

Em 1831, ano da abdicação de Dom Pedro I, registrou-se no Rio de Janeiro o surgimento de 48 jornais diferentes, a maioria dos quais amadores e de

baixa circulação, criados com o objetivo de propagar os ideais de pequenos grupos ou mesmo de uma única pessoa (MEDEIROS, 2009).

A imprensa no Brasil era um reflexo de seu governo, D. Pedro II era moderno e anárquico, conservador e subversivo. Os jornais ou viviam da publicidade e eram organizados como empresa, onde visavam alcançar seus leitores e entender seu cotidiano para aumentar e agregar à publicidade produtos daquele círculo de relações. Ou eram apenas "outro" jornal, que longe de ser um bom negócio, tinham e buscavam laços políticos e partidários, de fato, os jornais de partidos ou criados e mantidos pela politicagem, não tem organização institucional e de profissionalismo jornalístico, e nisso, pouco mudou.

> É, hoje, fácil, de outro aspecto, verificar que a pequena imprensa fendia não apenas à etapa de desenvolvimento técnico, a que atingira a arte tipográfica, mas também o nível a que atingira, na prática, o conceito de liberdade. A Constituição outorgada de 1824 era clara no sentido de afirmar a liberdade de imprensa. Por esse tempo(...) o desenvolvimento da imprensa, com o aparecimento de algumas oficinas tipográficas, havia atingido nível significativo para o meio. (WERNECK, 1999 p.169)

A imagem era um desdobramento natural no processo da evolução tecnológica na imprensa, e também um movimento, uma sequência, desta liberdade de imprensa. A reprodução via litografia e xilografia de ilustrações e caricaturas se iniciava. Em 1837 as primeiras caricaturas apareciam um tanto soltas nas publicações, em 1840 o folhetim teatral Sganarelo fazia uso da caricatura para ilustrar peças e atos. Entre 1844 e 1845 na cidade do Rio de Janeiro o *Periódico Plástico- Philosófico* seria o primeiro impresso a manter em suas publicações caricaturas impressas (WERNECK, 1999)

Gravuras também apareceriam em 1849, no jornal *Marmota Fluminense*, daria lugar a *Marmota* em 1852. Com seus figurinos franceses ilustrados em litografias, já anunciava em seu conteúdo o destaque às imagens.

> A imprensa apresentou, no ano de 1853, algumas inovações dignas de louvor. A litografia e a gravura começaram a ilustrar os nossos jornais literários e de modas, à semelhança do que se usa na Europa. A

> *Marmota*, neste gênero, tem-se enriquecido, trilhando a modesta vereda que adotou: excelentes gravuras sobre madeira, músicas litografadas e figurinos coloridos, do melhor gosto, foram dadas aos assinantes (WERNECK, 1999 p.204)

Em um contexto onde grande parte da população brasileira não sabia ler ou simplesmente não tinha o hábito da leitura, a ilustração se tornou uma ferramenta importante na entrega e promoção da informação (BARBOSA, 2007).

Apesar da revolução na imprensa do século XX, o sucesso das revistas ilustradas no Brasil é bem anterior. Uma das primeiras publicações ilustradas no país foi a revista *Illustração Brasileira*, no Rio de Janeiro, que circulou entre 1854 e 1855.

Com apenas nove edições, publicaria, em seu número inaugural, uma página inteira de caricaturas. Ela inaugura o jornalismo ilustrado no país, até então nenhum veículo impresso brasileiro havia dado tanto espaço e atenção para gravuras, desenhos e caricaturas (WERNECK, 1999).

Ainda em 1855, surgiria a revista *O Brasil Ilustrado*, que encerraria suas atividades no ano seguinte, 1856. "É a primeira com publicação regular de caricaturas no país, e seria a primeira a trazer no próprio texto, ao lado de retratos e vistas do Brasil, desenhos humorísticos de costumes e comportamento" (WERNECK, 1999 p.205).

Apesar do termo ilustração, é a organização e diagramação das imagens junto ao texto que traz uma primeira perspectiva do jornalismo visual, a reportagem com conteúdo imagético e como estes itens estão dispostos nas páginas, demonstram a força desconhecida da imagem e sua importância antes mesmo da fotografia se estabelecer.

As revistas ilustradas, começaram a se multiplicar-se entre a província São Paulo e a corte no Rio de Janeiro, o *Charivari Nacional*, de 1859, viraria em 1862, *Charivari*, o *Merrimac*, de 1863 pelo *Bazar Volante*, nesse mesmo ano, e circularia até 1867, quando tornou-se O *Arlequim.*

Um dos pioneiros da ilustração no país é Ângelo Agostini, o desenhista ítalo-brasileiro retorna da França em 1859, e com seus desenhos e caricaturas a base da técnica de litografia e xilogravura, passaria pelo principais impressos paulistas e cariocas entre 1860 e 1864; *Jornal do Comércio (1827)*, a *Revista Comercial*

(1848), o Correio Paulistauo(1854), a *Semana Ilustrada(1860)* (WERNECK, 1999).

Em 1864 lança o *Diabo Coxo*, e aos 21 anos já era o mais importante artista gráfico na imprensa brasileira que surgia. Sua carreira teve início em São Paulo, a qual trocaria pelo Rio de Janeiro para colaborar no *Vida Fluminense,* de 1868 até 1876, quando então segue para *A Revista Illustrada* em 1º de janeiro daquele ano.

A Revista Illustrada representaria uma transição entre ilustrações e desenhos com a fotografia. As ilustrações litografadas buscavam a estética da precisão à expressividade da realidade. Também uma diagramação "interativa", com ilustrações dinâmicas em todo espaço das folhas impressas, atraiam a atenção de "leitores" nem sempre alfabetizados. Durante os 22 anos interruptos de sua publicação e distribuição nacional, a Revista Illustrada se apropriava do cotidiano nacional.

Do ponto de vista da técnica, as revistas ilustradas assinalam o início da fase da fotografia, libertada a ilustração das limitações da litografia e da xilogravura. Começara, em 1896, com a *Gazeta de Notícias,* quando do lançamento dos *portrait-charges* de políticos, escritores, atores, personalidades, enfim, na série "Caricaturas Instantâneas" (WERNECK, 1999 p.300), surgia a fotografia na imprensa brasileira. Em 1898, no *Jornal do Brasil,* O *Pais* e *o Correio da Manhã* em 1907 acompanharam a inovação, já na fase da fotografia, a *Gazeta de Notícias* iniciara a publicação de fotos em cores no papel acetinado, sempre publicado aos domingos.

Em todo país os jornais buscavam se modernizar, numa tentativa de fazer frente ao sucesso das revistas ilustradas que se multiplicavam na imprensa nacional. Influenciados pela imprensa europeia, as imagens tomavam os jornais e seguiam o alto padrão usados pelas revistas, principalmente observados os critérios quanto a composição e aos temas fotográficos. A fotografia agora contava histórias, e assim como o texto escrito e o jornalista, a fotografia exigia a nova classe, o fotógrafo.

A definição precisa quanto a seus inventores ou mesmo uma data exata de seu surgimento, não interrompe a consolidação da tecnologia da fotografia, bem como a sua trajetória cultural na sociedade. Hercules Florence no Brasil de 1833 idealizaria seu próprio processo fotográfico, porém sua descoberta passaria

desapercebida na então Província de São Paulo, Vila de São Carlos, a hoje cidade de Campinas (KOSSOY, 1989).

O exercício e a prática da fotografia são intrínsecos e naturais ao aprimoramento da captura e reprodução da imagem naquele momento, fosse pela ciência ou pela arte, a tecnologia se enraizava na sociedade, e ambas se apropriam do advento fotografia, a primeira como técnica e a outra como cultura. Através da fotografia, a imagem fazia sua transição da arte pictórica para um realismo mimético, que somente a reprodução química permitia, a máxima perfeição na representação figurativa: a fotografia.

Muitos dos artistas migraram da pintura para a técnica do processo fotográfico, não perdeu a pintura, mas sim a fotografia, a primeira era artesanal enquanto a outra necessariamente artística, essa geração de transição desapareceu gradualmente (BENJAMIN, 1994). Herdados da pintura, gêneros como retrato, paisagem e natureza-morta, exigiam habilidade com as mãos em sua composição, porém na fotografia compreender o funcionamento da nova ferramenta era o necessário: o fotógrafo.

É quando se define o gênero fotográfico, que se atribui um lugar social para a fotografia e o fotógrafo. Estabelecida como um documento, prova de um fato e um instante que registra o flagrante, a habilidade em entregar isso à sociedade gera inicialmente uma confusão entre agilidade e qualidade, ou seja, o que dava crédito, agora tira, os gêneros que antes organizavam, passam a confundir segundo Barthes:

> Desde o primeiro passo, o da classificação (é preciso classificar, realizar amostragens, caso se queira constituir um corpus), a Fotografia se esquiva. As divisões às quais ela é submetida são de fato ou empíricas (profissionais/amadores), ou retóricas (Paisagens, objetos, retratos), ou estéticos (realismo/pictorialismo), de qualquer modo exteriores ao objeto, sem relação com sua essência, que só pode ser (caso exista) o Novo de que ela foi advento, pois essas classificações poderiam muito bem aplicar-se a outras formas, antigas, de representação. Diríamos que a fotografia é inclassificável. Perguntei-me então a que poderia dever-se essa desordem (BARTHES, 1985, p.12)

Essa confusão, mostra a aproximação inicial com a pintura e que se buscou na fotografia, uma tentativa de encontrar o lugar social deste "novo advento" ao relacioná-lo com a arte pictórica, inclusive com os mesmos propósitos, uma correlação natural que ao longo do tempo sustenta ter a fotografia inspiração na pintura pictórica, conforme Benjamin:

> (...) foi com esse conceito fetichista de arte, fundamentalmente antitécnico, que se debateram os teóricos da fotografia durante quase cem anos, naturalmente sem chegar a qualquer resultado. Por que tentaram justificar a fotografia diante do mesmo tribunal que ela havia derrubado. Muito diferente é o tom com que o físico Arago defendeu a descoberta de Daguerre em 3 de julho de 1839, na Câmara dos Deputados. A beleza deste discurso vem do fato que ele cobre todos os aspectos da vida humana. O panorama por ele esboçado é suficientemente amplo para tornar irrelevante a justificação da fotografia em face da pintura (BENJAMIN, 1994, p.92).

Um novo advento, uma nova linguagem, o gênero fotográfico era o que cobria os aspectos da vida (BENJAMIN, 1994). Em meio a uma revolução tipográfica intensa na imprensa, surgiam no Brasil os primeiros jornais com fotografias no início dos anos 1890, e para isso também surgia o seu especialista, o fotógrafo.

*E*m maio de 1859, chegaria ao Brasil o primeiro "profissional da imagem" que revolucionaria o gênero. Ângelo Agostini, precursor da fotografia, trazia grande influência das publicações europeias com conteúdo literário e o uso avançado das imagens, acima de tudo, a clara ideia de liberdade de expressão consolidada no velho mundo. Através da litografia influenciou a imprensa paulista que pouco sabia da força política e cultural da imagem (WERNECK,1999).

A presença da imagem ilustrada e a evolução do invento capaz de "reproduzir a realidade", através da leitura visual do mundo, a máquina fotográfica, traz novas exigências do público, que quer mais fotografia e não só imagens, e também do profissional retratista, que não basta registrar a composição pictórica da existência, mas sim trazer a retórica do testemunho, da notícia da verdade absoluta, e desta vez visualizado (SOUZA, 1998).

O avanço tecnológico consequentemente permite ganhos para o conteúdo das fotografias. A evolução da fotografia no século XIX é acompanhada por conquistas técnicas e profissionais. Em 1851, o daguerreotipo pela primeira vez perde espaço para a câmera fotográfica instantânea. O novo processo negativo-positivo, produz mudanças na rotina e responsabilidade do "profissional da imagem"

> Para o fotojornalismo, a conquista do movimento revelou-se de importância vital, uma vez que permitiu "congelar" a ação, impressioná-la numa imagem quase em tempo real, capturar o imprevisto, chegar ao instantâneo e, com ele, acenar com a ideia de verdade: o que é assim capturado seria verdadeiro; a imagem não mentiria (note-se, todavia, que apesar de o instantâneo permitir representações fotográficas mais "sinceras" e espontâneas, as fotografias não deixam de ser representações). O mesmo se passa com a melhoria das lentes - uma maior luminosidade possibilitará até a obtenção de fotografias em interiores sem recurso à iluminação artificial, o que facilita, por exemplo, fotografar pessoas sem que elas se apercebam da presença do fotógrafo, com ganhos para a naturalidade e, assim também, para a verossimilhança (SOUZA, 1998 p.22).

Durante as décadas seguintes, o repórter fotográfico começaria a surgir, na mesma medida que a tecnologia se aprimorava em novos equipamentos de captura e impressão de imagens fotográficas. Não era ainda um fotógrafo especializado, mas já aquele que forjaria este profissional, ao dominar o novo invento e seguir os critérios de noticiabilidade naquele final de século XIX, onde informação era mais importante que opinião, e a fotografia reforçava esta possibilidade.

Em 1896 com a *Gazeta de Notícias*, produz e publica diariamente uma série de fotografias com políticos, escritores, atores e personalidades na emergente república brasileira chamada "Caricaturas Instantâneas" (WERNECK, 1999)

Inicia-se na virada do século XIX, uma nova revolução no processo de comunicação empregado pelos órgãos de imprensa ilustrada da Europa e dos Estados Unidos, afetando mais uma vez a própria feição visual do jornalismo gráfico em todo mundo. As fotografias, antes copiadas por um artista da redação, passam agora a ser diretamente reproduzidas em suas páginas, em maior quantidade, através de processos fotomecânicos, dando margem a novas

possibilidades de transmissão da informação e de sua interpretação, e isso sempre a cargo do profissional responsável, o jornalista e repórter fotográfico, agora fotojornalista. (ANDRADE, 2004)

O conceito fotojornalismo refere-se tanto uma função profissional desenvolvida na imprensa quanto um tipo de imagem utilizada por ela. Nesse sentido, ela se distingue da imagem e fotografia presente na imprensa até então, agora a fotografia de imprensa compartilha valores ou ética deontológica de compromisso com a verdade.

Num meio de várias imagens veiculadas na imprensa, é necessário definir o que se entende como fotografia de imprensa. Este conjunto de imagens, cujo termo "fotografia de imprensa" define, é constituído por dois grupos principais de imagens: o fotojornalismo e a fotoilustração (BAEZA, 2001). A imagem fotojornalística é aquela produzida ou adquirida pela imprensa com conteúdos editoriais próprios, que estaria relacionada à valores de informação e notícia de acontecimentos de relevância social (BAEZA, 2001, p. 36).

No fotojornalismo, " o sentido estrito caracteriza-se por informar, contextualizar, oferecer conhecimento, esclarecer, ou 'opinar' através da fotografia de acontecimentos e da cobertura de assuntos de interesse jornalístico" (SOUZA ,2004a, p. 12). Produz imagens para determinados veículos de comunicação e suas linhas editorias, de maneira objetiva a um acontecimento, sempre voltado a atender o consumo imediato no jornal/revista/rede social e a um público amplo ou específico.

O interesse pela imagem nos acompanha desde os primórdios, de desenhos rupestres ao pictórico das gravuras e pinturas, o estímulo sensorial da visão nos atrai a atenção e assim à percepção das imagens. O caso específico que nos motiva, quando passamos do visível ao visual nas redes sociais, consideramos o sujeito ou espectador que olha, e a quem interessa este olhar.

A percepção das imagens perpassa a visão, que é o que define a intencionalidade do olhar. Pensar em atenção ao visual e a experiência que se atribui

a ela, é falar da informação visual e do caráter quase tautológico deste estímulo, bem como do algoritmo que constrói esta informação e para quem ela interessa ser reproduzida (AUTMAN, 1993).

A revolução digital iniciada no final do século XX transformou profundamente o jornalismo, tanto em termos de produção quanto de consumo de notícias. Nesse contexto, as redes sociais emergiram como plataformas centrais para a disseminação de informações, alterando não apenas a forma como o público consome conteúdo, mas também como os jornalistas produzem e distribuem notícias. O Instagram, uma plataforma visual centrada no compartilhamento de imagens e vídeos, é um dos principais exemplos dessa transformação. Desde o seu lançamento em 2010, o Instagram não só modificou a forma como as empresas de notícias se comunicam com o público, mas também impactou significativamente o fotojornalismo, uma das áreas mais tradicionais e visualmente centradas do jornalismo.

2.1 O surgimento do jornalismo visual no ambiente digital

Como o Instagram modificou o fotojornalismo e o jornalismo de maneira mais ampla, a partir das práticas jornalísticas contemporâneas e novas formas de narrativa visual proporcionadas pela plataforma, o impacto das ferramentas de curadoria algorítmica, o papel da interatividade, os desafios éticos associados à disseminação de conteúdo visual e a influência da cultura digital sobre a estética e a produção fotográfica?

Desempenhado um papel crucial no jornalismo desde o início do século XX, oferecendo ao público uma maneira de ver o mundo e de testemunhar eventos globais através de imagens documentais, tradicionalmente o fotojornalismo dependia de veículos impressos, como jornais e revistas, para a distribuição de fotografias, mas a internet e as redes sociais reconfiguraram essa dinâmica, permitindo que as imagens circulassem globalmente de forma instantânea.

> A transição do fotojornalismo para o ambiente digital resultou em mudanças fundamentais na maneira como as fotos são consumidas. Com as redes sociais, as imagens jornalísticas passaram a ser vistas em um fluxo contínuo de informações, ao lado de conteúdos pessoais e publicitários, o que provoca uma "democratização" da fotografia jornalística, mas também cria novos desafios em termos de autenticidade e impacto. O Instagram,

> especificamente, se tornou uma plataforma essencial para essa nova forma de jornalismo visual, permitindo que fotógrafos e jornalistas alcancem uma audiência global com facilidade e rapidez (RITCHIN, 2013).

O jornalismo digital não é apenas uma extensão do jornalismo tradicional, mas uma nova prática que se caracteriza pela convergência de diferentes mídias e pela participação ativa do público na construção das notícias. Segundo Ritchin (2013), o jornalismo digital integra linguagens específicas do meio online, como a interatividade, o hipertexto e a multimodalidade. No contexto das redes sociais, essas características se intensificam, criando novas formas de envolvimento e de participação cidadã.

O Instagram, especificamente, reconfigura o jornalismo ao enfatizar o conteúdo visual e instantâneo, alterando a maneira como as notícias são apresentadas e recebidas. Diferentemente de outras plataformas, como o Twitter, que se baseiam em textos curtos e rápidos, o Instagram prioriza a imagem e a estética visual, o que impõe novas exigências para a produção jornalística (MANOVICH, 2016).

Uma plataforma orientada pela cultura visual, onde as informações são consumidas principalmente através de imagens e vídeos curtos. O Instagram altera a forma como o público interage com as notícias, criando uma experiência mais visual e emocional, que se diferencia da leitura tradicional de notícias textuais em que os usuários das redes sociais estão constantemente expostos a um fluxo contínuo de informações, muitas vezes de forma passiva, sem precisar procurar ativamente pelas notícias (JENKINS, 2006).

2.2 O Instagram e a reconfiguração do fotojornalismo

O Instagram introduziu uma nova lógica para o fotojornalismo, que vai além da simples captura de imagens. A plataforma oferece uma série de recursos, como filtros, edição em tempo real, e a capacidade de compartilhar imagens instantaneamente, o que transforma o ato de fotografar em um processo integrado à publicação e disseminação.

> O fotojornalismo tradicional dependia da "mediação" – ou seja, as fotos eram cuidadosamente escolhidas e editadas antes de serem publicadas. Nas plataformas digitais essa mediação se torna mais fluida, com os fotojornalistas atuando tanto como produtores de

> conteúdo quanto como editores imediatos de suas próprias imagens (RITCHIN, 2013).

Além disso, a estética visual predominante no Instagram também influenciou o estilo fotográfico do fotojornalismo. O uso de filtros e a necessidade de captar imagens que se destacam em um feed visualmente saturado muitas vezes levam os fotógrafos a adaptar suas escolhas estéticas para otimizar o engajamento. O Instagram é caracterizado por uma estética específica – o que ele chama de "Instagram look" – que influencia tanto fotógrafos amadores quanto profissionais (MANOVICH, 2016)

O advento do jornalismo digital representou uma mudança paradigmática na forma como a informação é produzida, distribuída e consumida. A ascensão das redes sociais e a convergência digital transformaram os meios tradicionais de comunicação, oferecendo novas formas de interação entre jornalistas e o público. Entre as plataformas digitais, o Instagram emergiu como um espaço central para a circulação de conteúdos noticiosos, alterando profundamente o jornalismo e seu impacto na vida das pessoas.

O impacto do jornalismo digital no Instagram é vasto e multifacetado, e a presença do jornalismo digital no Instagram impacta a vida das pessoas. O Instagram não só ampliou o acesso à informação, como também transformou a maneira como os usuários participam da esfera pública e constroem suas visões de mundo.

Desde o seu lançamento em 2010, o Instagram, conhecido inicialmente por ser uma plataforma de compartilhamento de fotos, evoluiu para um ambiente multimídia onde empresas de notícias, jornalistas independentes e cidadãos comuns compartilham, discutem e consomem informações em uma escala global.

Este impacto do jornalismo digital na vida dos usuários do Instagram está diretamente relacionado à forma como eles consomem notícias na plataforma. Com a proliferação de conteúdos noticiosos nos feeds de Instagram, as fronteiras entre informação e entretenimento se tornaram difusas, criando um ambiente híbrido em que as pessoas podem se deparar com reportagens sérias ao lado de postagens pessoais e comerciais. Um dos aspectos mais notáveis do consumo de notícias nas redes sociais é o consumo incidental, onde os usuários não buscam ativamente notícias, mas as encontram enquanto interagem com outros tipos de conteúdo. No Instagram, esse consumo incidental é intensificado pela natureza visual e fluida da

plataforma, onde imagens fotografias e vídeos curtos conseguem capturar a atenção rapidamente do usuário.

Essa dinâmica altera a experiência de leitura e compreensão das notícias. Em vez de ler uma reportagem detalhada, o usuário do Instagram pode consumir um resumo visual ou uma manchete acompanhada de uma breve descrição na legenda.

Nas plataformas digitais, ocorre uma fragmentação da narrativa, onde as histórias são divididas em partes mais curtas e visuais, otimizadas para o consumo rápido. Essa "fragmentação narrativa" altera a forma como as pessoas compreendem os eventos e sua profundidade de engajamento com as questões. O desdobramento disso na vida dos usuários é uma informação superficial, que pode influenciar as suas decisões sem proporcionar uma compreensão mais profunda dos fatos.

Outro aspecto importante do consumo de notícias no Instagram é a personalização. O algoritmo da plataforma adapta o feed de cada usuário com base em suas interações e interesses prévios, o que pode criar o que Pariser (2011) denominou de "bolhas de filtro", onde as pessoas são expostas predominantemente a conteúdos que reforçam suas crenças e opiniões pré-existentes. Esse fenômeno tem implicações significativas para a vida dos usuários, pois pode levar à polarização e ao fortalecimento de visões de mundo fechadas, limitando a diversidade de perspectivas com as quais o público entra em contato.

A presença do jornalismo digital no Instagram também possibilita o surgimento de formas de ativismo digital e jornalismo cidadão, em que usuários comuns documentam e compartilham eventos de interesse público em tempo real, muitas vezes antes que os jornalistas profissionais cheguem ao local. O jornalismo participativo implica que os cidadãos agora atuam como "co-produtores de conteúdo", o que redefine a noção de participação cívica no ambiente digital. No entanto, essa dinâmica também levanta questões sobre a qualidade da informação e os riscos associados à disseminação de notícias falsas e desinformação, que podem impactar negativamente a vida dos usuários ao influenciar suas decisões com base em dados incorretos.

Apesar dos benefícios em termos de acessibilidade e participação, o jornalismo digital no Instagram também apresenta desafios éticos significativos,

especialmente no que se refere à credibilidade da informação. A natureza fluida e instantânea da plataforma pode comprometer a verificação de fatos (fact-checking), uma vez que a velocidade de disseminação das notícias frequentemente ultrapassa a capacidade de apuração dos jornalistas. Além disso, o formato visual e a edição de imagens e vídeos no Instagram podem distorcer a realidade dos eventos reportados. O ambiente das redes sociais facilita a disseminação de desinformação, especialmente em plataformas como o Instagram, onde a credibilidade das fontes nem sempre é clara.

3. Jornalismo & Instagram

Nos últimos anos, a forma como as notícias são transmitidas e consumidas tem passado por uma transformação significativa, em grande parte devido à ascensão das plataformas digitais e redes sociais. No centro dessa mudança está a narrativa visual, que, no contexto do jornalismo digital, tornou-se uma ferramenta poderosa para capturar a atenção dos consumidores de notícias, moldar percepções e criar novas formas de engajamento. As imagens, vídeos, infográficos e outros elementos visuais estão sendo integrados às narrativas noticiosas para amplificar sua repercussão nas redes sociais, tornando o conteúdo mais acessível e interativo para audiências globais.

A imagem digital é objeto de uma espécie de taxonomia, uma classificação prévia do que está por vir, como se a tecnologia hierarquizasse os conteúdos na mesma medida que os banaliza, pois, o raro e o óbvio tornam-se iguais caso consigamos decifrar ou discernir. Na mesma medida, a exemplo do analógico, que dita o discurso dominante das imagens e fotografias ao longo do século XX, e transfere esse “critério ou padrão” para o digital agora no século XXI.

Essa tecnologia vem no bojo de uma reorganização desde o início dos anos 80 que determina uma estética "perfeita" que pressupõe a visibilidade/veiculação da imagem precisa e imediata em um formato noticioso e de discurso dominante: A fotografia.

Essa estética é pressuposto pautado pela concorrência e o mercado, a produção midiática considera e observa a imagem comercial, ou seja, custo baixo e alta qualidade, e assim o analógico, impreciso e artesanal, outrora profissional e agora quase amador, não atende mais esses critérios.

Essa mercantilização da cultura e assim da imagem e da fotografia, que marginaliza o alternativo e o independente (e suas imagens artesanais), faz desaparecer da superfície as imagens que seriam as únicas capazes de resistir e contestar o monopólio da indústria cultural.

Essas formas de produção visual não apenas oferecem uma resistência estética à hegemonia digital, mas também têm o potencial de desafiar e subverter o monopólio da indústria cultural. No entanto, no cenário atual dominado pelo digital, essas imagens alternativas são frequentemente relegadas à obscuridade, desaparecendo da superfície visível da cultura midiática. A produção digital, com sua ênfase em uniformidade e qualidade técnica, suprime a diversidade de vozes visuais e reduz o espaço para a contestação e a resistência visual.

Essa marginalização também se reflete na diminuição do espaço para experimentações visuais que questionam as narrativas dominantes. As imagens digitais e eletrônicas tendem a promover narrativas visuais que se alinham com os valores e objetivos comerciais e políticos da indústria cultural, reforçando uma visão homogênea e frequentemente superficial da realidade. A padronização das imagens digitais pode ser vista como uma extensão da influência e controle sobre os meios de produção cultural do mercado midiático, onde o objetivo principal é a baixo custo e alta produtividade.

Por outro lado, a acessibilidade e a onipresença, da tecnologia digital também oferecem novas oportunidades para a produção e disseminação de conteúdos visuais. Se por um lado a digitalização favorece a reprodução e a

circulação massiva de imagens esteticamente perfeitas e de baixo custo, por outro lado ela também democratiza o acesso às ferramentas de produção visual, permitindo que indivíduos fora dos circuitos tradicionais de poder e influência produzam e distribuam suas próprias imagens e narrativas visuais.

O jornalismo digital tem se transformado de maneira significativa com o advento das redes sociais, particularmente no caso do Instagram, uma plataforma essencialmente visual que se consolidou como um espaço importante para a difusão de conteúdos informativos. Ao contrário de outras redes sociais, o Instagram foi inicialmente concebido como uma rede de compartilhamento de imagens, mas sua evolução a transformou em um espaço onde texto, vídeo e imagem se integram, permitindo novas formas de produção e consumo de notícias.

3.1 Transformação do jornalismo no ambiente digital

A transição do jornalismo para o ambiente digital não se refere apenas à mudança de mídia (do impresso para o digital), mas à transformação estrutural na maneira como as notícias são produzidas, distribuídas e consumidas. O jornalismo digital, representa um novo paradigma em que o público não é mais um receptor passivo, mas um agente ativo que interage, comenta e participa diretamente do processo de construção da narrativa jornalística. Nessa lógica, o Instagram se destaca como uma plataforma interativa onde jornalistas e organizações de mídia podem interagir diretamente com seu público.

O jornalismo digital não se limita a replicar conteúdos de mídias tradicionais em novas plataformas, mas desenvolve linguagens próprias, onde a multimodalidade (uso de texto, imagem, vídeo e som) é fundamental para atrair a atenção do público. O Instagram, com seu formato predominantemente visual, torna-se um local ideal para a exploração dessa multimodalidade. A função de "stories", por exemplo, permite que as notícias sejam transmitidas de forma mais ágil e visualmente apelativa, enquanto a postagem de carrosséis (múltiplas imagens em uma só publicação) proporciona narrativas sequenciais que se aproximam da reportagem fotográfica.

No contexto do jornalismo digital, o Instagram desempenha um papel central, especialmente para atrair o público jovem, que, prefere consumir notícias em plataformas sociais visuais e de fácil navegação. Narrativas curtas e os

conteúdos visuais oferecidos pelo Instagram tornam-se eficazes em apresentar informações de maneira condensada, sem perder a profundidade necessária para a compreensão de eventos complexos (SALAVERRIA, 2019).

> A interatividade também é um elemento fundamental para o jornalismo digital no Instagram. Ferramentas como enquetes, perguntas e respostas nos stories, e comentários em tempo real, permitem que os jornalistas se conectem diretamente com o público, criando uma experiência de jornalismo participativo. Isso transforma a relação tradicional entre a mídia e a audiência, tornando a comunicação bidirecional e permitindo que as organizações jornalísticas adaptem suas abordagens conforme o feedback instantâneo recebido (SALAVERRIA, 2019).

Assim imagem e fotografia digital ou eletrônica promovem narrativas visuais e é a veiculação destes conteúdos que se apropria desta linguagem visual, peculiar e particular do Instagram, ao incorporar o dia a dia do leitor à sua linha editorial.

Desafio dos veículos de informação atuais, em aprimorar e facilitar a leitura dos conteúdos diante das demandas e necessidades do jornalismo, é entregar mais informação em menos tempo e espaço, o que é oportunamente representado através da fotografia. Porém se a imagem sugere certo acaso ou imprecisão, é o homem e sua ferramenta que a produz sempre em benefício da informação que promova a notícia verossímil.

Estes processos de uso das linguagens e narrativas visuais pressupõe na fotografia a presença de uma informação concisa e objetiva, ainda que, em alguns momentos esta se apresente de forma subliminar ou mesmo ambígua. Esta subjetividade que encontramos na fotografia do fato, é resultado da qualidade da informação que ela sugere.

O uso da fotografia e suas narrativas visuais no Instagram, no formato carrossel principalmente, explicita o uso e sua linguagem como “forma” direta e objetiva, na construção das narrativas deste cotidiano reportado no Instagram, bem como, em que relatos de um possível cotidiano experimentado, propor e repercutir quase em formato de “stories”, narrativa específica daquela linha editorial, ao reformular e redimensionar um fato/notícia por meio desta rede social.

Fotografia como narrativa e forma noticiosa de fazer participar dos fatos, o veículo jornalístico como mediador que coleta essa informação, e o meio digital Instagram, como transformador e entregador deste fato projetado principalmente a partir daquela fotografia. É fazer pensar a informação ou notícia no formato e tempo da mídia digital.

3.2 Uso do Instagram como ferramenta jornalística

Lançado em 2010, o Instagram transformou a maneira como as imagens são produzidas, distribuídas e consumidas no espaço digital. Originalmente concebido como uma plataforma de compartilhamento de fotos pessoais, o Instagram rapidamente evoluiu para um espaço onde o fotojornalismo se tornou uma presença significativa. A plataforma oferece uma série de ferramentas que permitem a fotojornalistas profissionais e amadores a publicação instantânea de imagens diretamente de seus dispositivos móveis, com legendas que oferecem contexto mínimo, o que muitas vezes confere às fotos uma imediatidade emocional e visual que atrai a atenção do público.

O Instagram representa uma nova forma de narrativa visual, onde a ênfase está na estética, no dinamismo e na “cultura visual dos smartphones". Isso significa que, para serem eficazes e competitivas no Instagram, as imagens precisam ser esteticamente atraentes, muitas vezes simplificadas para caber no formato quadrado ou vertical da plataforma, e otimizadas para o consumo rápido e superficial que caracteriza o uso da plataforma. Essa "curadoria visual instantânea" muitas vezes substitui o processo editorial rigoroso e a análise contextual que caracterizavam o fotojornalismo tradicional (MANOVICH, 2016).

Por um lado, o Instagram oferece um alcance global sem precedentes, permitindo que imagens de fotojornalistas sejam vistas por milhões de pessoas, sem a mediação das tradicionais "portas de entrada" jornalísticas. Por outro lado, a própria natureza do Instagram como uma rede social voltada para o consumo de conteúdo rápido e visual limita a profundidade da cobertura jornalística e pode reduzir a complexidade de eventos importantes a meros "cliques" de entretenimento visual.

A curadoria de um feed de Instagram – a maneira como as imagens são dispostas e apresentadas em um perfil – funciona como uma narrativa visual contínua, onde cada imagem contribui para uma história mais ampla sobre quem o usuário é, ou como ele deseja ser percebido, no caso deste estudo o perfil ou usuário em questão a de um jornal diário que quer fazer a notícia ser parte do cotidiano ou rotina diária do espectador mediada pelo formato da plataforma, através de uma narrativa visual digital que o Instagram projeta.

Os algoritmos do Instagram desempenham um papel crucial na forma como as narrativas visuais são percebidas. Eles determinam quais postagens são vistas, por quem, e em que ordem. Essa curadoria algorítmica pode reforçar certas narrativas enquanto marginaliza outras, criando bolhas de conteúdo onde os usuários são expostos a visões e estéticas que confirmam suas expectativas e preferências.

Além das postagens tradicionais, o recurso “Stories” do Instagram introduziu uma nova dimensão temporal à narrativa visual. As "Stories", que desaparecem após 24 horas, permitem uma forma mais imediata e efêmera de compartilhar momentos. Isso cria uma dinâmica de storytelling que é menos sobre a perfeição e mais sobre o momento, permitindo que os usuários experimentem com diferentes narrativas sem o mesmo nível de permanência associado às postagens regulares.

A temporalidade das "Stories" também impacta a maneira como o público consome essas narrativas. A natureza efêmera dos posts estimula o consumo rápido e contínuo de conteúdo, promovendo uma cultura de engajamento constante e instantâneo. Esse fluxo ininterrupto de imagens gera um novo tipo de narrativa, onde a coerência e a sequência cronológica são muitas vezes secundárias em relação ao impacto visual e emocional imediato.

Essa influência algorítmica afeta diretamente as narrativas visuais, pois molda a visibilidade e o alcance das imagens. As imagens que se alinham com tendências populares ou que geram maior engajamento são amplamente promovidas, enquanto conteúdos divergentes podem ser suprimidos. Isso pode levar à homogeneização das narrativas visuais, onde a diversidade de perspectivas

é limitada pelo que os algoritmos consideram ser mais "relevante" ou "interessante" para o usuário.

A curadoria feita pelo jornal de imagens e notícias visualmente propagadas, combinada aos mecanismos métricos e o algoritmo da plataforma contribui para construção de uma “realidade” estilizada que muitas vezes conduz e promove uma “verdade” vivida através da informação jornalística, e acaba por criar expectativa idealizada sobre a vida real ou cotidiana, e assim a notícia, que agora é parte da rotina diária de milhões de usuários no Instagram, sob pretexto de rede e conexão social, quando de fato a narrativa visual proposta ou construída na plataforma é meio de atração ou captação de novos espectadores e assim clientes daquele jornal ou veículo, bem como à realidade diária e cotidianamente construída através da narrativa visual proposta e promovida pelo Instagram.

A ação da fotografia na releitura das imagens fotográficas feitas pelo Instagram e outras plataformas de redes sociais tem repercussões significativas nas narrativas sociais e na interpretação da realidade. As redes sociais, em particular o Instagram, transformaram a fotografia de uma prática artística ou documental em um meio de comunicação cotidiana, acessível a todos. Esse processo democratizou a criação e o compartilhamento de imagens, mas também trouxe implicações complexas para como essas imagens são interpretadas e utilizadas para construir narrativas sociais.

> A linguagem visual do Instagram é caracterizada pela combinação de estética pessoal e consumo de conteúdo, o que promove uma interação contínua entre o produtor de conteúdo e o consumidor, ao criar uma "gramática" visual que influencia tanto a forma como as pessoas veem o mundo quanto como elas se apresentam nele. Essa gramática inclui o uso de filtros, hashtags, e formatos específicos como o *story* e o *reels*, que permitem que os usuários construam narrativas altamente personalizadas e contextualizadas dentro de suas realidades cotidianas (MANOVICH, 2016).

Essas práticas impactam diretamente a forma como o cotidiano é experimentado e narrado. A visualidade imediata e efêmera do Instagram, onde momentos são capturados e compartilhados quase instantaneamente, contribui para

uma cultura onde a imagem fotográfica não é apenas um registro do real, mas também uma interpretação e uma construção ativa do significado desse real.

O Instagram permite que os usuários, sejam eles indivíduos ou instituições, reinterpretem e recontem o cotidiano através de uma variedade de recortes visuais. Essas releituras não são apenas pessoais, mas frequentemente dialogam com questões sociais mais amplas, permitindo a formação de novas narrativas que vão além da experiência individual. A fotografia, nesse contexto, torna-se uma ferramenta poderosa para a articulação de histórias que podem ser tanto pessoais quanto coletivas.

A imagem carrega um poder intrínseco de evocar emoções, ideias e significados, que, no caso do Instagram, são potencializados pela constante interação entre os usuários. Essas imagens não são apenas uma representação possível do real, mas atuam como agentes ativos na construção de narrativas e significados que o usuário determina ou escolhe, seja um indivíduo ou instituição.

A fotografia no Instagram serve tanto como uma documentação do cotidiano quanto como uma forma de narrativa que pode ser moldada e manipulada para contar histórias específicas. Essa capacidade de a fotografia construir narrativas é essencial para compreender como o Instagram funciona como uma plataforma de comunicação visual.

Na era digital, a fotografia transcende seu papel tradicional de captura do real para se tornar um meio de expressão e comunicação altamente versátil. O Instagram permite que as imagens sejam rapidamente editadas, legendadas e compartilhadas, o que possibilita os usuários criarem narrativas que são tanto pessoais quanto coletivas. Esse processo de criação de histórias se torna, então, uma parte fundamental do modo como as pessoas entendem e interagem com o mundo ao seu redor.

Desde sua criação, o Instagram estabeleceu-se como uma plataforma que prioriza a imagem sobre o texto, promovendo uma forma de comunicação que é tanto visual quanto simbólica, e tem sido fundamental na transformação da prática da fotografia e da construção de narrativas visuais, onde o formato quadrado, o uso

de filtros e a curadoria pessoal do feed são elementos centrais na criação de significado (MANOVICH, 2016).

Essa linguagem visual é caracterizada pela sua acessibilidade e capacidade de transmitir informações de maneira rápida e direta. Os veículos de comunicação, ao adotarem o Instagram como parte de sua estratégia editorial, não apenas reconhecem o poder dessas imagens, mas também as incorporam na maneira de repercutir uma informação ou notícia, com as mesmas práticas visuais dos usuários comuns. Isso cria uma sensação de autenticidade e proximidade, permitindo que as notícias e fatos sejam apresentados de maneira que se misturam com o cotidiano visual do público.

A fotografia tem um papel central na interpretação da realidade, especialmente no contexto das mídias sociais. Ela serve como uma ferramenta para capturar momentos, mas também para criar narrativas que moldam a percepção pública de eventos e fatos. No jornalismo, a imagem fotográfica é frequentemente usada para autenticar e validar notícias. Uma imagem pode dar credibilidade a um relato jornalístico e ajudar a construir uma narrativa visual que complementa o texto.

No Instagram, essa função da fotografia é ampliada. As imagens postadas podem ser interpretadas de múltiplas formas, dependendo do contexto em que são visualizadas e da intenção do autor. As imagens têm o poder de tornar certos fatos "noticiáveis" ao captar a atenção do público e transformar eventos em tópicos de discussão.

No entanto, essa curadoria visual que a plataforma promove, é também linguagem visual que acaba por projetar a narrativa jornalística bem como o veículo perfil de usuário, nesse caso a linha editorial de um jornal, via Instagram.

O Instagram, como plataforma visual, permite a constante criação, edição e compartilhamento de imagens, criando uma cultura de releitura e consumo visual. As imagens não são apenas capturadas; elas são editadas, filtradas e selecionadas para criar uma determinada estética ou transmitir uma mensagem específica.

3.3 Narrativa Visual e Jornalismo de Imersão

O poder das imagens no jornalismo digital é especialmente relevante no Instagram, uma vez que a plataforma foi originalmente desenvolvida para o compartilhamento de fotos. A construção de narrativas visuais é, portanto, um dos principais trunfos do Instagram para os veículos jornalísticos. E as imagens têm um efeito poderoso no público, pois não só documentam eventos, mas também evocam respostas emocionais profundas. Isso é especialmente importante no contexto de crises, conflitos e desastres, onde a imagem muitas vezes pode falar mais do que o texto (SONTAG, 2003).

O fotojornalismo nas mídias digitais, como o Instagram, permite uma aproximação do espectador ao evento retratado, criando uma sensação de imersão. Isso é amplificado pela possibilidade de uso de vídeos curtos e transmissões ao vivo (live), que conectam diretamente o público com o evento enquanto ele acontece, onde o público está continuamente exposto a fluxos informativos enquanto navega pelas redes sociais.

O formato de vídeos curtos no Instagram é outro recurso relevante para o jornalismo digital, especialmente com a popularização do Reels. O Reels, em sua essência permite que notícias sejam transmitidas de forma resumida, usando efeitos visuais e sonoros que podem tornar o conteúdo mais envolvente. Isso se conecta com a ideia de que, no jornalismo digital, as fronteiras entre entretenimento e informação estão cada vez mais tênues.

Embora o Instagram apresente uma série de vantagens para o jornalismo digital, também há desafios significativos. Entre eles, uma curadoria algorítmica. O algoritmo da plataforma tende a priorizar conteúdos com maior engajamento, o que pode prejudicar a visibilidade de reportagens investigativas ou de conteúdos mais densos e complexos, que não necessariamente geram tantas interações imediatas.

Essa releitura das imagens tem um impacto direto nas narrativas sociais. Ao criar e compartilhar imagens no Instagram, os usuários contribuem para a construção de uma "realidade" coletiva que é moldada pelas práticas culturais, tendências de consumo e valores estéticos da plataforma. Essa "realidade" visual

compartilhada pode reforçar estereótipos, promover ideais de vida específicos, ou, por outro lado, servir como uma ferramenta de fomento ao consumo, seja dos produtos que circulam nessa rede social, ou simplesmente do produto notícia disponibilizado sutil e despretensiosamente aos indivíduos dessa plataforma, um produto vestido de notícia e entregue pela linguagem fotográfica. Narrativa visual formatada e construída pela plataforma Instagram.

No campo do jornalismo, o uso de fotografias no Instagram tem levado a novas práticas e formatos na condução noticiosa. Em um ambiente onde a atenção do público é disputada em cada rolar de tela, as imagens precisam ser atraentes, rápidas e de fácil interpretação. As fotografias no Instagram, portanto, tendem a enfatizar a instantaneidade, a emoção e a estética visual, muitas vezes priorizando imagens que são "instagramáveis" – ou seja, que se alinham com as expectativas visuais da plataforma (FONTCUBERTA, 2013).

A análise e interpretação de conteúdos digitais no contexto das mídias sociais, como o Instagram, revela como essas plataformas têm se apropriado de uma linguagem visual específica para criar uma conexão mais íntima e imediata com o público. Essa linguagem, caracterizada por sua natureza visual, efêmera e altamente pessoal, permite que veículos de comunicação integrem elementos do cotidiano dos leitores em suas linhas editoriais, criando uma narrativa que mistura o factual com o experiencial.

Deste modo, ao incorporar a linguagem fotográfica constituída na narrativa da plataforma Instagram, o veículo ou perfil do jornal, aproxima o usuário-espectador-leitor dessa narrativa visual, que sem perceber passa ter no seu feed do Instagram a presença “sutil” de um produto noticioso, que é a linha editorial ou as informações e notícias entregues como conteúdo daquele perfil, e assim contempla o usuário comum ou geral da rede Instagram com o produto ou notícia, de forma subliminar, através da narrativa visual construída pelo Instagram.

O Instagram não apenas serve como uma plataforma para compartilhamento de imagens, mas também molda e reconfigura as práticas fotográficas e jornalísticas, e acaba por criar outra forma de ver e entender o mundo através dessas imagens.

Essa prática pode levar a uma simplificação ou até uma dramatização dos fatos noticiosos, onde a imagem se torna o principal veículo da mensagem. O texto que acompanha a imagem, muitas vezes breve, serve para contextualizar ou guiar a interpretação, mas a narrativa principal é construída visualmente. Dessa forma, o Instagram influencia não só o que é mostrado, mas como os fatos são apresentados e percebidos, criando um formato específico de condução noticiosa, mais atraente ou amigável, que convida o usuário da plataforma a um consumo quase imediato e automático daquele perfil.

4. Metodologia

A metodologia desenvolvida neste trabalho é fundamentada na visão de Martine Joly, para isso será necessário adotar uma abordagem que privilegie a análise semiótica das imagens. Joly, uma das principais referências na análise da imagem e dos signos visuais, propõe uma compreensão das imagens a partir de suas funções comunicativas e simbólicas dentro de um contexto social específico. Essa abordagem busca analisar o uso de imagens e fotografias nas plataformas digitais e mídias sociais, focando na construção de novas narrativas jornalísticas.

Embasada nas teorias de análise de imagem e linguagem visual, especialmente no que tange à relação entre significante e significado, o papel das imagens na construção de sentidos, e a interação entre texto e imagem, Martine Joly enfatiza a importância de analisar como as imagens não apenas representam, mas também constroem e influenciam a percepção da realidade.

Analisar uso das imagens e fotografias nas plataformas digitais e mídias sociais, explorando como essas imagens contribuem para a construção de novas narrativas jornalísticas hegemônicas e a interpretação da realidade.

Identificar os elementos visuais predominantes nas imagens utilizadas pelas mídias sociais que veiculam conteúdo jornalístico e como a construção de narrativas visuais no ambiente digital reflete e influencia percepções de noticiabilidade e autenticidade.

Por fim, compreender a interação entre usuários e imagens nas mídias sociais, focando em como as imagens promovem engajamento e moldam a opinião pública.

Entender quais são os principais elementos visuais e semióticos presentes nas fotografias utilizadas em plataformas digitais e mídias sociais para a construção de narrativas jornalísticas, e de que maneira essas narrativas visuais formadas por essas imagens refletem e/ou reforçam a hegemonia de certas perspectivas jornalísticas, e como os usuários interagem com essas imagens, e quais são os impactos dessa interação na construção e percepção de realidades sociais e políticas.

Deste modo a metodologia deste trabalho visa analisar o uso das imagens e fotografias e suas novas narrativas nas plataformas digitais e recursos tecnológicos das mídias e redes sociais. A pesquisa se concentrará em dois aspectos principais: (1) o uso de imagens e fotografias na produção de conteúdo no jornalismo digital, a partir de uma amostragem das fotografias publicadas nas redes e mídias sociais, e (2) a construção das narrativas possíveis em cada meio e/ou plataforma utilizada pelos veículos. A metodologia será dividida em duas etapas: revisão bibliográfica e coleta de dados empíricos e análise qualitativa e quantitativa dos dados coletados.

4.1. Revisão Bibliográfica

A revisão bibliográfica constitui a base teórica da pesquisa, permitindo uma compreensão aprofundada dos conceitos chave relacionados ao uso de imagens e fotografias no jornalismo digital e à construção de narrativas visuais nas mídias sociais. Serão abordados os seguintes temas:

- **Conceitos de imagem e fotografia no contexto digital**: Revisão de estudos sobre a evolução da fotografia digital e seu impacto no jornalismo e na comunicação visual.

- **Teorias sobre narrativas visuais e fotográficas**: Investigação sobre como as narrativas são construídas através das imagens nas mídias sociais, abordando o papel da fotografia na comunicação de ideias e na formação de opinião pública.

Essas referências fornecerão uma base sólida para a compreensão do fenômeno estudado, oferecendo subsídios teóricos para a análise dos dados empíricos.

4.2. Coleta de Dados Empíricos

A coleta de dados será realizada em uma etapa: amostragem de imagens e fotografias publicadas nas redes sociais. Será realizada uma amostragem sistemática de imagens e fotografias publicadas na plataforma digitai e rede sócia Instagram. A amostra incluirá:

- **Seleção de Período de Análise**: Será estabelecido um período específico para a coleta de imagens (por exemplo, duas semanas) para garantir uma representação adequada das práticas contemporâneas.
- **Critérios de Seleção de Imagens**: As imagens serão selecionadas com base em sua relevância jornalística e sua função na construção de narrativas (imagens de notícias, reportagens visuais, etc.).

4.3. Análise dos Dados

A análise dos dados coletados será realizada em duas etapas: análise qualitativa das imagens e análise quantitativa dos padrões de engajamento e circulação das imagens nas mídias sociais.

4.3.1. Análise Qualitativa

A análise qualitativa das imagens será realizada utilizando métodos de análise de conteúdo e análise semiótica, para identificar os elementos visuais e narrativos presentes nas fotografias. Este processo incluirá:

- **Interpretação de Significados Visuais**: Exploração dos significados subjacentes e das mensagens implícitas nas imagens, considerando o contexto de publicação e a audiência-alvo.

Esta metodologia, fundamentada na análise semiótica de Martine Joly, oferece uma estrutura abrangente para investigar as novas narrativas visuais no jornalismo digital. A combinação de análise semiótica e análise de conteúdo permitirá uma compreensão de como as imagens no Instagram influenciam a percepção e a construção da realidade social, explorando o papel das fotografias na formação de narrativas jornalísticas hegemônicas.

5. Fotojornalismo na era digital: uma análise

O fotojornalismo é uma prática que, ao longo dos séculos, tem desempenhado um papel fundamental na construção de narrativas visuais, contribuindo para a formação da memória coletiva e para a interpretação dos eventos contemporâneos. A transição para a era digital trouxe mudanças substanciais, não apenas na técnica fotográfica, mas também nas plataformas de distribuição e no consumo de imagens. As plataformas digitais - incluindo redes sociais como Instagram, Facebook e Twitter - transformaram a maneira como o fotojornalismo é produzido, disseminado e percebido pelo público.

Neste contexto, o fotojornalismo enfrenta novos desafios, tanto em termos de ética quanto de sustentabilidade econômica, enquanto tenta se adaptar a uma era caracterizada pela velocidade, pela hiperconectividade e pela transformação constante dos meios de comunicação.

Ao longo das últimas décadas, o fotojornalismo passou por profundas transformações com a transição do analógico para o digital. Essa mudança, impulsionada pelo advento das tecnologias digitais e pela disseminação da internet, alterou radicalmente as práticas, os processos e as implicações éticas da profissão. Na era digital, o fotojornalismo teve que se reestruturar para atender às demandas de um ambiente mediático em constante mudança, marcado pela velocidade, acessibilidade e ubiquidade das imagens.

No século XXI, assim como o analógico ditou o padrão visual e fotográfico ao longo do século XX, o digital agora predomina, reforçando discursos hegemônicos. Essa transição se dá no contexto da reestruturação do analógico para o digital a partir da década de 1980, que alterou o valor cultural e econômico da imagem, transformando-a em um objeto de consumo rápido e massificado. Nesse sentido, autores como Debord (1997) e Baudrillard (1991) discutem a forma como a imagem, na sociedade contemporânea, é reduzida a mercadoria, servindo aos interesses de uma lógica capitalista e midiática que demanda velocidade e eficácia visual. Como na imagem a seguir:

FIG. 01: a produção da imagem em si é um movimento direcionador, existe uma estética do sucesso, paletas azuis e branca, transparência e símbolos visuais com assertividade com os punhos e sorriso, para falar como ter atitude (09.10.2024).

No entanto, essa mercantilização da imagem tem consequências importantes para a diversidade cultural e visual. De acordo com Adorno e Horkheimer (1985), a indústria cultural tende a homogeneizar as produções culturais, marginalizando expressões alternativas e independentes. No caso da fotografia, essa marginalização é particularmente evidente na invisibilização das imagens artesanais e alternativas, que muitas vezes são as únicas capazes de resistir e contestar os discursos hegemônicos promovidos pela indústria midiática. A fotografia digital, ao priorizar a comercialização e a adequação aos padrões estéticos globais, acaba por suprimir narrativas visuais que poderiam oferecer resistência ou apresentar novas perspectivas. Essa ótica marginal ou alternativa ganha conotação as vezes

pejorativa, Monark na imagem a seguir representa essa estética do “feio” ou “ruim” quando de fato ele sempre foi assim:

FIG. 02: o “mau” agora tem cara, na vdd a fotografia “ruim” abastece essa conotação parcial que as redes sociais acabam por imprimir na narrativa visual da plataforma (09.10.2024).

FIG. 03: a expressão do ex-deputado tem curadoria seletiva, outra vez a fotografia abastece essa conotação parcial que o Instagram constrói. Foto com pouca luz, barba não feita e olheiras fundas, ex-presidiário de fato sem chance de redenção, o sorriso é quase sarcasmo a parte. E isso tudo é divertido quando na rede social, como fosse parte de seu próprio perfil o espectador se prende ao feed de notícias no jornal. Ao lado observem o #PraTodosVerem com a audiodescrição literal da foto (08.10.2024).

A produção de imagens digitais está atrelada à necessidade de visibilidade imediata, reforçando uma estética "perfeita" que se adéqua às exigências comerciais e noticiosas. E a visibilidade se torna um elemento-chave no contexto neoliberal, em que as imagens devem ser claras, precisas e instantaneamente compreensíveis, o que marginaliza produções mais lentas e deliberadas, como a fotografia analógica. Dessa forma, o artesanal e o alternativo perdem espaço para um modelo de produção visual que prioriza o baixo custo e a alta qualidade técnica, mas que muitas vezes sacrifica a profundidade e a originalidade.

O fotojornalismo na era digital representa uma transformação significativa na forma como a imagem é produzida, distribuída e consumida. A imagem digital se tornou objeto de uma uma classificação que hierarquiza conteúdos e, ao mesmo tempo, os banaliza. Isso ocorre porque, no ambiente digital, as fronteiras entre o raro e o comum tornam-se cada vez mais tênues. O acesso generalizado à tecnologia permite que imagens sejam criadas e compartilhadas em grande escala, tornando difícil distinguir o que é raro do que é corriqueiro, uma vez que ambos estão igualmente disponíveis e discerníveis.

A transição para o digital impactou profundamente o jornalismo em geral, e o fotojornalismo em particular. Desde o final do século XX, o desenvolvimento de câmeras digitais, o acesso facilitado à internet e a popularização dos smartphones transformaram o processo de captura e disseminação de imagens. A migração para o ambiente digital provocou uma democratização do fotojornalismo, permitindo que indivíduos sem formação técnica formal pudessem produzir e compartilhar fotografias de eventos de interesse jornalístico em tempo real.

Também a natureza instantânea das mídias digitais e a onipresença de câmeras em dispositivos móveis colocam em xeque o papel tradicional do fotojornalista como o único documentador de eventos significativos. A convergência digital resultou multiplicação dos olhares, agora qualquer pessoa pode capturar um momento noticioso e compartilhá-lo globalmente, muitas vezes antes de fotojornalistas profissionais. Essa proliferação de "produtores de conteúdo visual" criou uma nova relação entre fotografia, jornalismo e público, desafiando o monopólio do fotojornalista na produção de narrativas visuais (JENKINS, 2006).

FIG. 04: foto feita por qualquer pessoa e atender a demanda urgente, tem esse post como exemplo, o da “mulher do xou da xuxa” outra hora “anônima” e agora nos holofotes, é dar conotação de notícia em algo que esta evidente em todas as redes e plataforma digitais a despeito do vazio que representa em termos noticiosos (08.10.2024).

Esta banalização da imagem está diretamente ligada às transformações tecnológicas que acompanham o século XXI, assim como a fotografia analógica ditou os discursos visuais ao longo do século XX.

Essa transição para o digital não ocorre isoladamente, mas sim no contexto de uma reorganização política e econômica em todo planeta, e que, desde os anos 1980, tem moldado a produção cultural e a estética contemporânea. A lógica neoliberal é mais do que uma ideologia econômica; ele representa uma reconfiguração das relações sociais, culturais e estéticas, promovendo uma padronização que atende às demandas do mercado global. Nesse sentido, a estética "perfeita" referida no texto é um produto direto dessa visão de mercado que envolve e quase toma as linhas editoriais mundo afora, onde as imagens precisam ser visíveis, precisas e prontamente veiculadas para atender às necessidades de uma indústria midiática global.

A demanda por imagens comerciais de baixo custo e alta qualidade transforma radicalmente o campo da fotografia. A fotografia analógica, que durante grande parte do século XX foi vista como um meio profissional, artesanal e único, agora é desvalorizada frente às exigências da produção digital. Essa mudança reflete a lógica capitalista de eficiência, rapidez e padronização, que veem a cultura

contemporânea como uma cultura da aceleração, onde o valor das imagens não está em sua singularidade ou profundidade, mas em sua capacidade de serem reproduzidas e consumidas rapidamente.

Além disso, a imagem digital promove novas formas de consumo visual que não eram possíveis no contexto analógico. O digital não é apenas uma extensão do analógico, mas representa uma transformação profunda na forma como interagimos com imagens. A fotografia digital não é mais apenas uma representação do real, mas pode ser manipulada, editada e reinterpretada com facilidade. Essa flexibilidade, enquanto potencialmente libertadora, também pode ser usada para reforçar narrativas visuais dominantes e moldar percepções de maneira mais sutil e eficaz (MANOVICH, 2016).

Nos anos 1990 e 2000, a migração das câmeras analógicas para as digitais facilitou o processo de captação, edição e distribuição de imagens. Fotógrafos não precisavam mais se preocupar com a limitação de filmes ou com os longos processos de revelação. Além disso, a internet, e particularmente as plataformas digitais, permitiu que imagens fossem compartilhadas instantaneamente com uma audiência global, removendo as barreiras que anteriormente limitavam a difusão de notícias visuais.

Essa mudança trouxe consigo uma "democratização" da fotografia, na qual praticamente qualquer pessoa com acesso a uma câmera digital ou smartphone pode participar da produção de imagens jornalísticas. A acessibilidade da tecnologia digital e a proliferação de smartphones com câmeras de alta qualidade transformaram milhões de indivíduos em potenciais "fotojornalistas". Isso desafiou o papel tradicional do fotojornalista profissional, cuja autoridade e exclusividade foram, em parte, deslocadas pela participação ativa do público (LISTER, 2009).

O papel das plataformas digitais no fotojornalismo é imenso. Redes sociais como Instagram transformaram-se em ambientes primários para a publicação e consumo de imagens jornalísticas. O Instagram, em particular, criou uma nova estética visual, na qual o instantâneo, o cotidiano e o compartilhável são as características predominantes. O uso de filtros e ferramentas de edição diretamente nas plataformas também introduziu novos desafios em termos de autenticidade e

manipulação da imagem, questionando a fronteira entre o fotojornalismo documental e o conteúdo criativo (MANOVICH, 2016).

Por outro lado, essas plataformas têm contribuído para a amplificação da narrativa visual em contextos sociais e políticos. Durante a Primavera Árabe, por exemplo, imagens capturadas por amadores em smartphones e compartilhadas nas redes sociais desempenharam um papel crucial na cobertura dos eventos, com veículos de mídia tradicionais muitas vezes dependendo dessas imagens para relatar o que estava acontecendo em tempo real. Esse fenômeno ilustra como o poder das plataformas digitais no fotojornalismo se ampliou, permitindo que qualquer pessoa, em qualquer lugar, contribuísse para o registro visual da história contemporânea (PAPACHARISSI, 2015).

FIG. 05: nos três posts a seguir as fotografias bem pensadas e produzidas com composições expressivas, o digital e a plataforma também contempla a “boa” fotografia, porém com a mesma perspectiva estética que envolve e conduz parcialmente o espectador/leitor (05.10.2024).

A estética das imagens fotojornalísticas também foi transformada pelo ambiente digital. As imagens digitais são regidas por uma "estética da instantaneidade", em que a captura e o compartilhamento imediato se tornam mais importantes do que o rigor técnico ou a composição tradicional. Nas redes sociais, essa estética é reforçada pela lógica dos algoritmos, que priorizam imagens capazes de gerar maior engajamento (curtidas, compartilhamentos, comentários). Assim, a popularidade e a visibilidade de uma imagem são determinadas não apenas por seu

valor jornalístico, mas também por seu apelo visual e capacidade de capturar a atenção em um feed (FONTCUBERTA, 2013).

FIG.06. atrair a atenção é sempre o propósito, a boa composição na fotografia digital “perfeita” é bemvinda (09.10.2024).

FIG. 07. elementos como textura, e cores quentes acentuam o vinculo da fotografia com o assunto e espectador/leitor (08.10.2024)

Outro fator fundamental é a "economia da atenção", conceito criado nos anos 1970 pelo economista, psicólogo e cientista político Herbert Alexander Simon, o termo considera a atenção humana como um bem escasso e, portanto, uma mercadoria, e que se torna central nas plataformas digitais. Ele sustentava a ideia de que existem limites para a capacidade humana de pensar e realizar múltiplas ações simultaneamente.

Com o advento da internet e das plataformas sociais, a narrativa visual adquiriu um protagonismo sem precedentes no jornalismo digital. A convergência midiática proporcionou um ambiente no qual texto, imagem e vídeo se entrelaçam para criar experiências de consumo de mídia mais ricas e imersivas. As plataformas digitais como Facebook, Instagram, Twitter e TikTok impulsionaram essa convergência, privilegiando o uso de imagens e vídeos curtos como principais formatos de engajamento. No jornalismo digital, essas plataformas permitem que os usuários não apenas recebam notícias, mas também compartilhem, comentem e interajam com o conteúdo, amplificando sua visibilidade e alcance (JENKINS, 2006).

A internet torna o conteúdo cada vez mais imediatamente acessível e abundante, a atenção começa a se tornar o fator limitante no consumo de informação. A capacidade mental do ser humano é limitada e assim a receptividade de informação é, portanto, também limitada. Segundo Simon “uma riqueza de informações cria uma pobreza de atenção” (DAVENPORT & BECK, 2001)

Esse mecanismo que projeta, promove e fomenta uma quantidade imensa de conteúdo sendo gerado e distribuído diariamente nas redes sociais, busca atrair rapidamente a atenção do espectador (DAVENPORT & BECK, 2001). Esta atenção gerada principalmente através das imagens e fotografias, acaba por repercutir em um tipo de fotojornalismo que privilegia o impacto visual, em detrimento de narrativas mais profundas e complexas.

Importante lembrar a economia de atenção está presente em todas as esferas do mercado atual: dos comerciais da TV à disposição dos itens em um supermercado. As marcas deixaram de ficar restritas a seus respectivos nichos. Hoje em dia, elas marcam presença em territórios nos quais disputam ideias, tendências e, claro, a atenção do público.

A atenção é seletiva, e permite que o conteúdo seja filtrado de maneira que a informação mais importante possa ser absorvida enquanto dados irrelevantes são deixados de lado, e uma das características mais marcantes da economia de atenção é a saturação de informações, em que a oferta abundante de dados e conteúdos é superior à nossa capacidade cognitiva de processamento (SIMON, 1970).

Com a grande disseminação das mídias sociais, principalmente no Instagram, capturar e, claro, reter a atenção da audiência nessas plataformas é método e processo de captação de público e consumidores de seja qual for produto, e nesse caso o produto é a informação e o jornal vendido.

O fotojornalismo digital não está imune às forças econômicas do mercado. A produção de imagens está frequentemente ligada a métricas de engajamento, e os algoritmos das plataformas priorizam conteúdos que geram maior interação, o que pressiona os jornalistas visuais a criar conteúdo que atenda às expectativas comerciais, muitas vezes em detrimento de um trabalho investigativo mais lento e reflexivo.

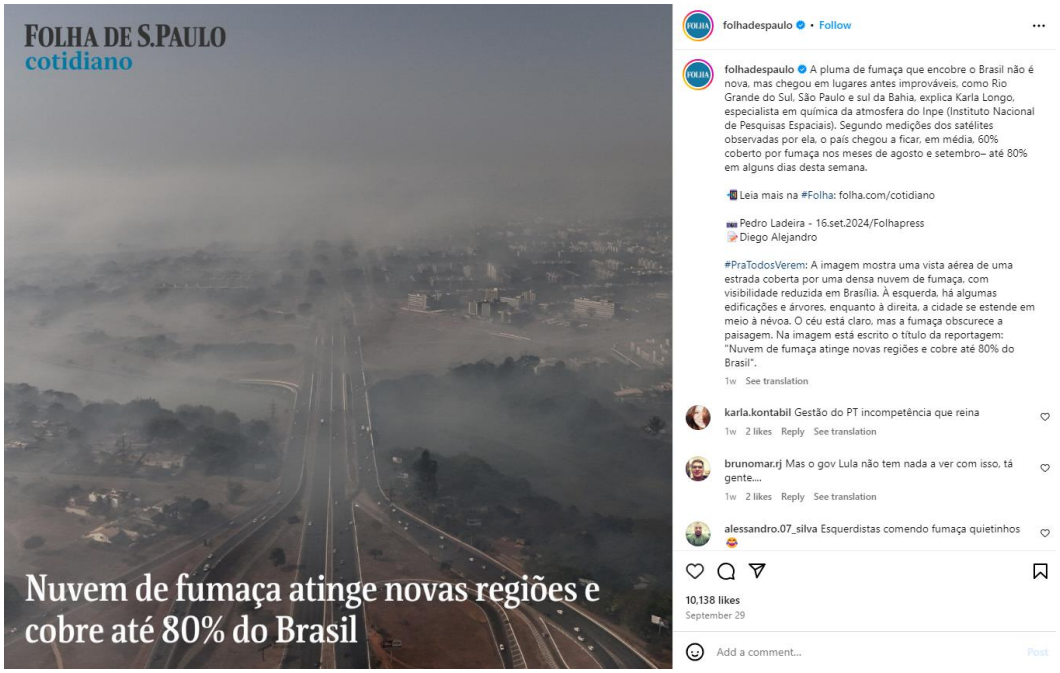

FIG. 08: a fotografia “boa” ainda tem espaço, produzida, pensada, “bem feita” e mais expressiva em um contexto onda a o superficial predomina.

A crescente mercantilização da cultura visual no ambiente digital, trouxe novos desafios significativos para os fotojornalistas. Na era das redes sociais, o

valor de uma imagem é muitas vezes medido em termos de seu potencial comercial ou de engajamento, em vez de sua importância jornalística. Plataformas como o Instagram têm monetizado a produção visual, e muitos fotojornalistas agora dependem de contratos de publicidade ou de parcerias com marcas para manter sua prática sustentável.

A fotografia, que uma vez representava um espaço de resistência e criatividade, torna-se uma ferramenta moldada pelas demandas de um mercado cada vez mais competitivo. O jornalismo digital, especialmente nas redes sociais, opera dentro de uma lógica de mercado onde as métricas de engajamento (curtidas, compartilhamentos, comentários) determinam o sucesso de uma imagem, mais do que sua profundidade ou relevância.

FIG.09: tema sensível, foto expressiva. Atrair atenção é captar o espectador/leitor (01.10.2024)

As redes sociais não apenas influenciam a estética das imagens, mas também transformam as narrativas visuais. Em vez de uma única imagem ser utilizada para capturar um momento específico, o fotojornalismo digital muitas vezes utiliza galerias, vídeos curtos ou sequências de imagens para contar histórias em plataformas como Instagram. Essa convergência de mídias permite uma narrativa multifacetada, onde o visual se mescla ao texto, e até ao áudio (JENKINS 2006).

As redes sociais são ambientes que valorizam o conteúdo visual. No jornalismo, isso tem levado a um maior investimento em infográficos, vídeos e reportagens fotográficas interativas, elementos que facilitam a comunicação de informações complexas de forma concisa e atraente. O uso de infográficos e outras formas de visualização de dados contribui para uma melhor retenção de informação e maior compreensão das notícias, especialmente em plataformas de consumo rápido como as redes sociais. (MANOVICH, 2016).

FIG.10: imagens em sequência e infográficos

No entanto, essa nova narrativa visual também enfrenta os desafios da superficialidade e da fragmentação. O público nas redes sociais tende a consumir

conteúdo de forma rápida e efêmera, com foco no visual imediato, em detrimento de histórias mais longas e complexas. O fotojornalismo, tradicionalmente voltado para a documentação profunda e investigativa, precisa se adaptar a essa nova dinâmica, na qual a imagem precisa competir pela atenção do usuário em um ambiente saturado de estímulos visuais (MCCHESNEY, 2013).

A autenticidade, que sempre foi um pilar fundamental do fotojornalismo, está cada vez mais em xeque na era digital. Barthes (1984) argumentava que a fotografia é um pressuposto do real, mas essa característica se torna menos clara na era digital. O fotojornalismo nas redes sociais precisa equilibrar a pressão pela velocidade e pelo impacto visual com o compromisso ético de garantir que as imagens representem a realidade de forma imparcial e isenta.

FIG.11: matérias inteiras em formato de vídeo com em sequência de fotos perfeitas do conteúdo, neste caso um refrescante e cativador sorvete

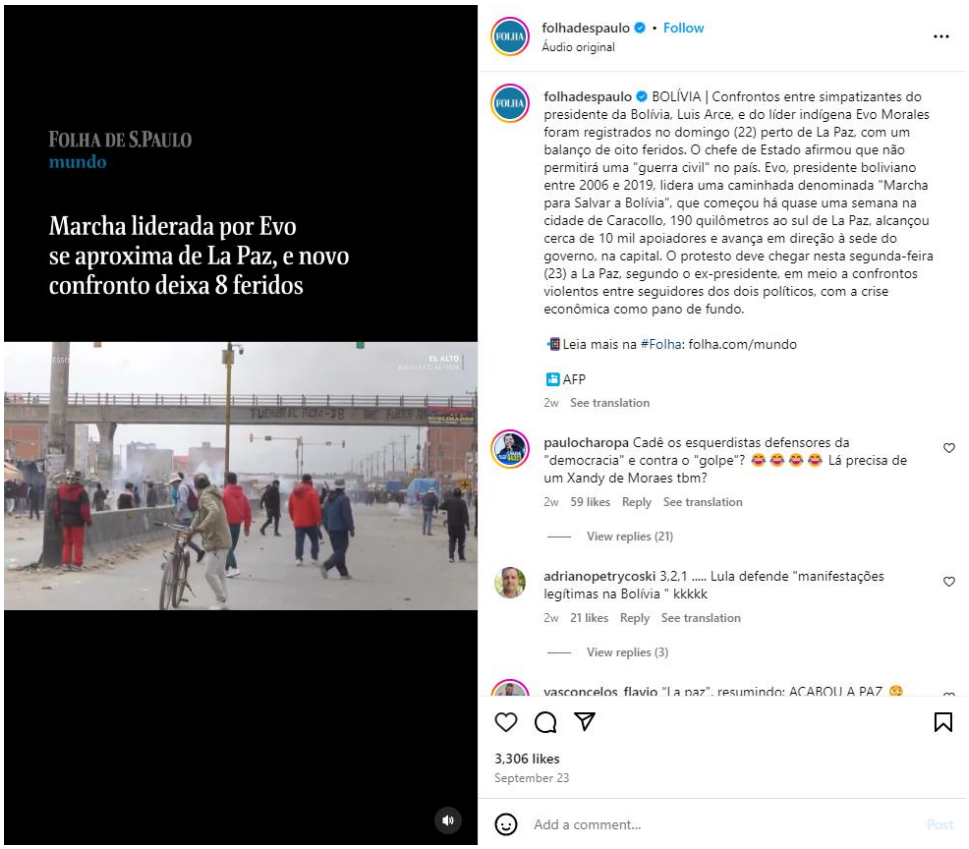

FIG.12: formato de vídeo e imagens em movimento, neste caso colocar o espectador/leitor dentro da cena é participar do momento.

Nos últimos anos, a forma como as notícias são transmitidas e consumidas tem passado por uma transformação significativa, em grande parte devido à ascensão das plataformas digitais e redes sociais. No centro dessa mudança está a narrativa visual, que, no contexto do jornalismo digital, tornou-se uma ferramenta poderosa para capturar a atenção dos consumidores de notícias, moldar percepções e criar novas formas de engajamento. As imagens, vídeos, infográficos e outros elementos visuais estão sendo integrados às narrativas noticiosas para amplificar sua repercussão nas redes sociais, tornando o conteúdo mais acessível e interativo para audiências globais.

A narrativa visual no jornalismo digital não apenas complementa, mas também recria e reconstrói a forma com que a notícia repercute nas plataformas sociais. Os impactos dessa mudança tanto para os produtores de conteúdo quanto para os consumidores, com foco em aspectos como instantaneidade, interatividade e viralidade.

A viralidade, entretanto, não é um fenômeno aleatório, mas algo cuidadosamente cultivado por jornalistas e empresas de mídia. As práticas de "storytelling transmídia" utilizam múltiplos canais para contar uma história de

forma fragmentada e interativa. No contexto do jornalismo digital, a narrativa visual é adaptada às exigências das plataformas sociais para garantir uma maior disseminação (JENKINS, 2006).

A era digital trouxe consigo a expectativa de imediatidade. O jornalismo visual nas plataformas sociais é muitas vezes construído em torno da ideia de que as imagens devem ser capturadas, publicadas e disseminadas em tempo real, criando um senso de presença instantânea. No entanto, essa ênfase na rapidez pode comprometer a profundidade e a veracidade da cobertura noticiosa, levando a erros e imprecisões. A velocidade com que as imagens se propagam nas redes sociais pode prejudicar o processo de verificação e análise, que são etapas essenciais do jornalismo tradicional.

> A transição para o digital também transformou o modelo de negócios do fotojornalismo. Com a queda das vendas de jornais e revistas impressos e o crescimento das plataformas digitais, as empresas de mídia precisaram encontrar novas fontes de receita. Isso impactou diretamente o trabalho dos fotojornalistas, que passaram a enfrentar condições de trabalho mais precarizadas, com orçamentos menores para coberturas e maior pressão para produzir conteúdo rapidamente e em grandes volumes (RITCHIN, 2009).

FIG.13: a reação do fotojornalismo é incorporar na narrativa superficial das redes sociais um tom mais sofisticado para atrair atenção, como nessa foto contundente, e excelente composição para tema sensível e impactante.

Ao mesmo tempo que é necessário proteger a confiança pública na credibilidade do fotojornalismo, é impossível, no estágio de desenvolvimento em que a fotografia se encontra, fazer as coisas reverterem para a fase de comparativa inocência do trabalho feito anteriormente nos Estados Unidos, ou tentar imitar o trabalho que é por profissionais da América Latina. Ao invés disso, é cada vez mais urgente que iniciemos uma redefinição e exploração do veículo e sua aplicabilidade a uma diversidade de veículos menos tradicionais, incluindo livros, murais, audiovisuais e jornais eletrônicos. No Massachusetts lnstitute of Technology, por exemplo, como verificamos neste Encontro, estão sendo feitas pesquisas sobre o jornal eletrônico interativo, que permitirá aos leitores não apenas selecionar os tipos de notícias que querem receber em seus computadores pessoais, mas redesenhar o formato em que elas aparecem, incluindo as fotos. Talvez esse sistema ajude a criar um novo mercado para o fotojornalismo sofisticado, permitindo toda uma diversidade de abordagens novas. (RITCHIN, 1991)

Nesse cenário, como feito na fotografia acima, o fotojornalismo também teve que se adaptar à lógica do "clique", em que a visibilidade das imagens em plataformas digitais e redes sociais está diretamente relacionada ao engajamento que elas geram. As imagens, na era digital, precisam chocar, intrigar ou capturar a atenção instantaneamente, uma vez que são consumidas de forma rápida e superficial. A competição por visibilidade levou muitos fotojornalistas a adotar estratégias visuais que priorizam o impacto imediato sobre a profundidade e a contextualização (SONTAG, 2003).

A tecnologia digital democratizou a produção de imagens, uma vez que, com câmeras de alta resolução integradas em smartphones e com softwares de edição acessíveis, qualquer pessoa pode capturar, editar e disseminar fotografias instantaneamente. Essa acessibilidade trouxe novos desafios e oportunidades ao fotojornalismo., a fotografia digital dissolveu a exclusividade técnica do fotógrafo profissional, colocando o "amador" no mesmo espaço de atuação. Essa nova dinâmica forçou os profissionais a adaptarem sua prática, encontrando formas de agregar valor às suas imagens em meio à crescente concorrência de imagens produzidas por não profissionais (FONTCUBERTA, 2011).

A distribuição instantânea de imagens por meio de redes sociais e plataformas digitais mudou a forma como o fotojornalismo interage com o público. O modelo tradicional, onde as fotos passavam por editores de mídia antes de serem publicadas em jornais ou revistas, cedeu espaço para um fluxo mais direto e imediato. Vivemos na era da "cultura da convergência", onde o público participa ativamente da produção e disseminação de conteúdo. Essa convergência fez com que as fronteiras entre produtores e consumidores de imagens se tornassem mais fluidas (JENKINS, 2006).

A era digital trouxe a necessidade de velocidade na captura e disseminação de imagens, especialmente em contextos de notícias de última hora. O ciclo de notícias 24/7 e a presença constante de imagens em tempo real alteraram significativamente a dinâmica do fotojornalismo. A sociedade em rede é baseada na velocidade de transmissão de informações, e o fotojornalismo teve que se ajustar para garantir que suas imagens fossem disponibilizadas rapidamente em plataformas digitais, muitas vezes com atualizações em tempo real.

No entanto, essa aceleração também introduziu novos desafios éticos. Com a urgência de publicar imagens rapidamente, a verificação e a contextualização das fotos podem ser comprometidas, resultando em erros ou em uma representação parcial dos eventos. A facilidade com que as imagens podem ser manipuladas digitalmente, como discutido por também trouxe à tona questões sobre a autenticidade das fotos, colocando em xeque a confiabilidade das imagens como registros de eventos (MANOVICH, 2001).

A era digital também transformou a própria estética do fotojornalismo. A facilidade de manipulação e edição das imagens digitais expandiu as possibilidades narrativas, permitindo ao fotojornalista maior controle sobre a forma como suas fotos contam uma história. Além disso, plataformas digitais possibilitaram novas formas de narrativas visuais, como o uso de galerias de imagens, vídeos e gráficos interativos. Essas novas mídias trouxeram uma "ampliação do olhar", na qual o fotojornalismo pode explorar diferentes formas de engajamento visual com o público.

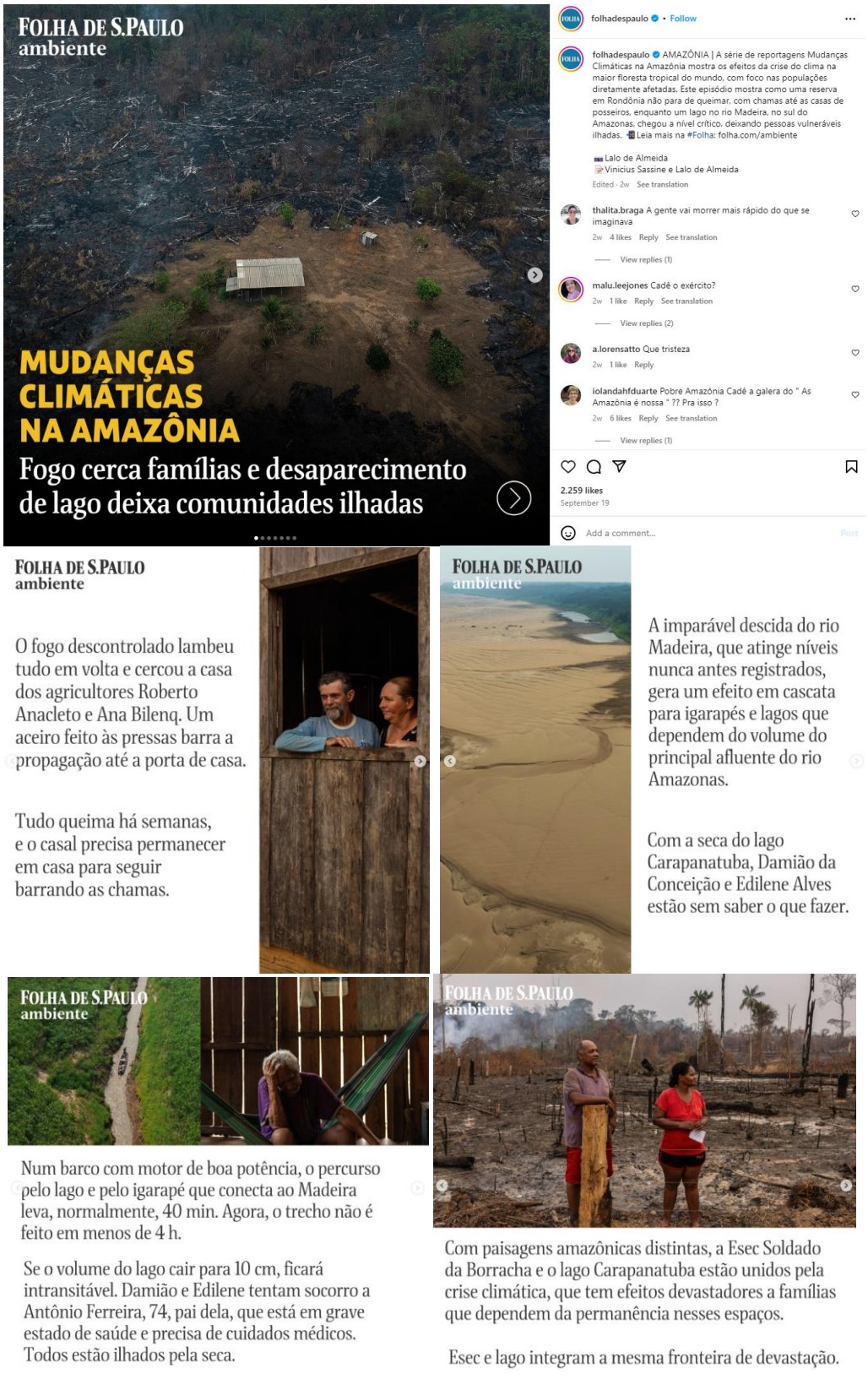

FIG. 14: galeria de imagens interativa, sequencia cria narrativa visual do cenário ambiental instável, e humaniza a condição do lugar.

Por outro lado, o digital também tornou a fotografia mais efêmera. Em um ambiente saturado de imagens, as fotografias são consumidas rapidamente e

esquecidas com a mesma velocidade. A fotografia, carrega elemento que provoca uma conexão emocional ou reflexiva no espectador, e com o consumo acelerado de imagens digitais, essa conexão pode ser cada vez mais difícil de ser estabelecida (BARTHES, 1984).

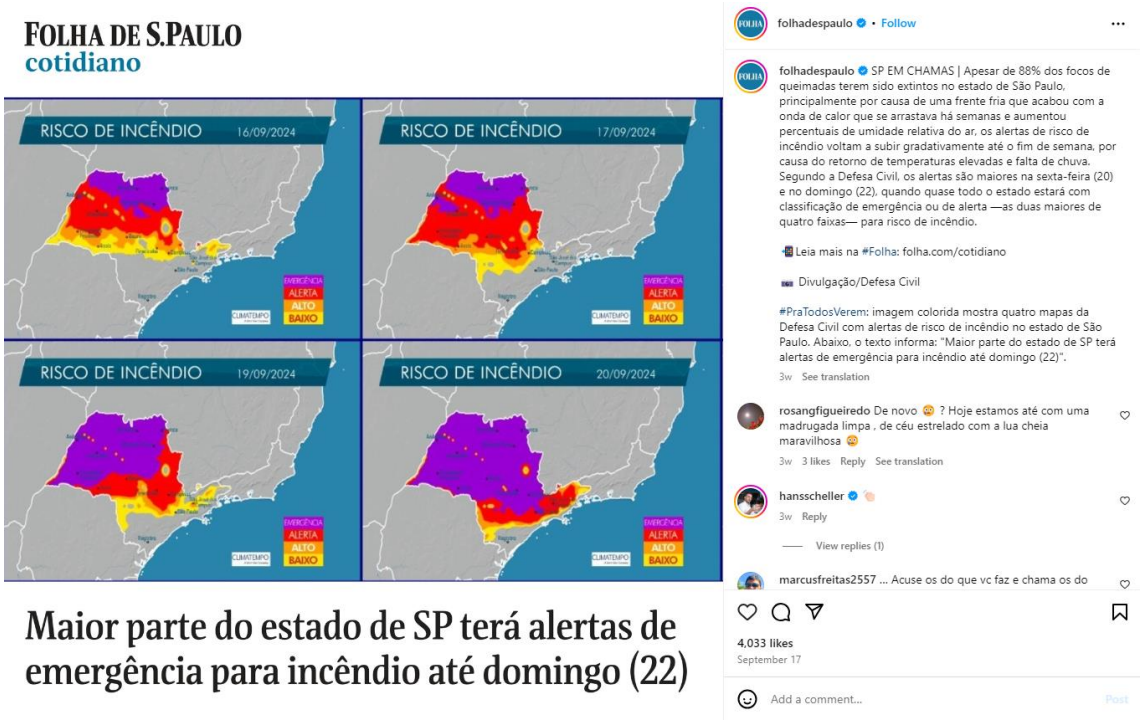

FIG.15: mais infográficos

No contexto das mídias sociais o advento da era digital transformou profundamente o fotojornalismo. A transição do analógico para o digital modificou não apenas a estética e os processos de produção da fotografia jornalística, mas também as formas de distribuição e consumo das imagens. Nesse cenário, o fotojornalismo passou a operar dentro de uma lógica impulsionada pela tecnologia, pela mercantilização cultural e pela estética dominante das redes sociais, que demandam rapidez, impacto visual e acessibilidade. A fotografia digital, em especial, se tornou objeto de uma nova taxonomia, na qual a tecnologia não apenas hierarquiza os conteúdos, mas também os banaliza, uma vez que o raro e o comum se tornam indistinguíveis diante da massificação das imagens.

A frase "a imagem digital é objeto de uma espécie de taxonomia" sugere que, na era digital, as imagens são organizadas, categorizadas e consumidas de maneiras que refletem o avanço tecnológico. A fotografia digital alterou

radicalmente o status da imagem fotográfica ao permitir sua manipulação e disseminação instantânea. Esse processo de classificação hierarquiza as imagens de acordo com seu valor noticioso ou estético, ao mesmo tempo as banaliza, pois, no excesso de imagens digitais, o incomum e o trivial são rapidamente misturados e confundidos (FONTCUBERTA, 2011).

Esse fenômeno é amplificado nas mídias sociais, onde as imagens circulam em grandes volumes, muitas vezes fora de seu contexto original. A capacidade das plataformas de redes sociais de filtrar e priorizar determinados conteúdos com base em algoritmos leva à criação de bolhas de informação, nas quais certas imagens ganham mais visibilidade do que outras. Isso resulta em uma homogeneização visual que, reflete a lógica da cultura digital: velocidade, acessibilidade e repetição. No contexto das redes sociais, o raro e o óbvio coexistem em um mesmo espaço, onde ambos são consumidos com a mesma superficialidade e rapidez (MANOVICH, 2001).

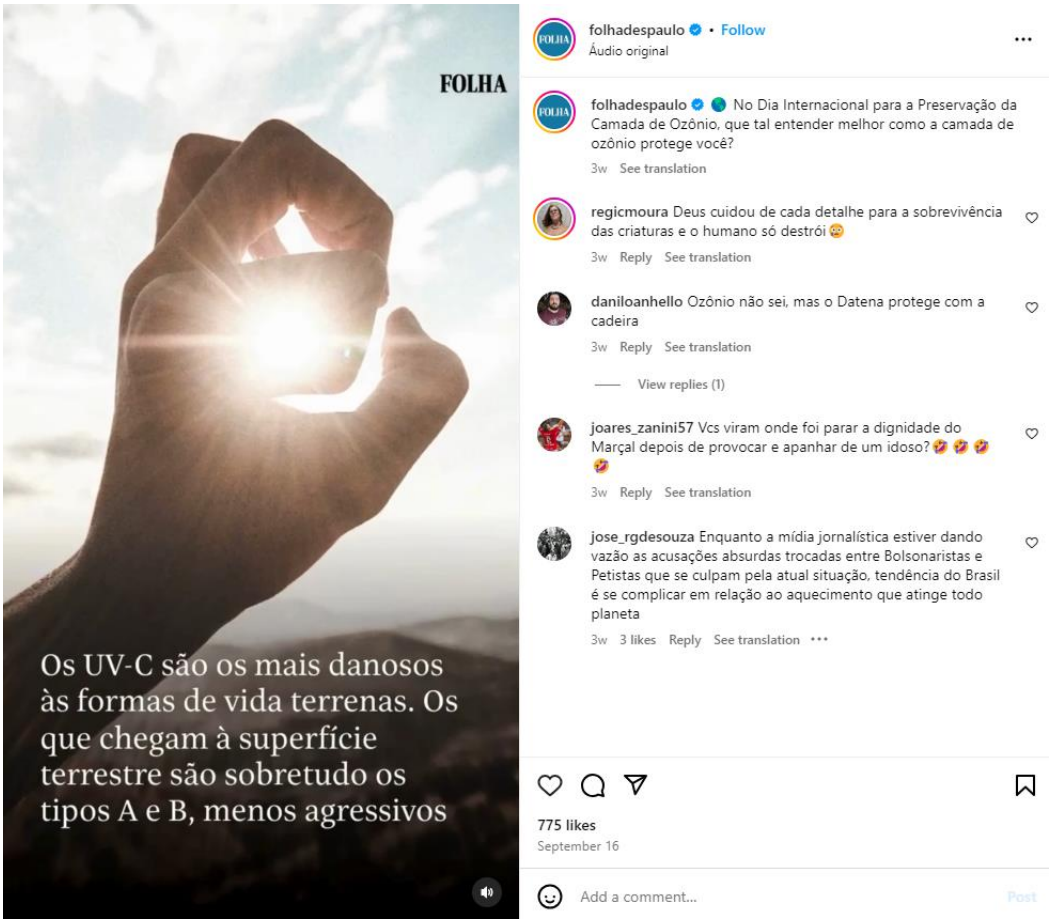

FIG.16

A era digital, que começou nos anos 1980, impôs ao fotojornalismo uma estética "perfeita", marcada pela alta qualidade técnica e pela acessibilidade econômica. Esse processo de reorganização cultural e econômica também impactou a imagem digital, promovendo uma estética comercial que privilegia imagens visualmente impactantes e fáceis de consumir. Assim o fotojornalismo digital se ajustou à demanda por "imagens perfeitas", em que a clareza, a resolução e a imediaticidade se tornaram características centrais, muitas vezes em detrimento da profundidade narrativa e contextual.

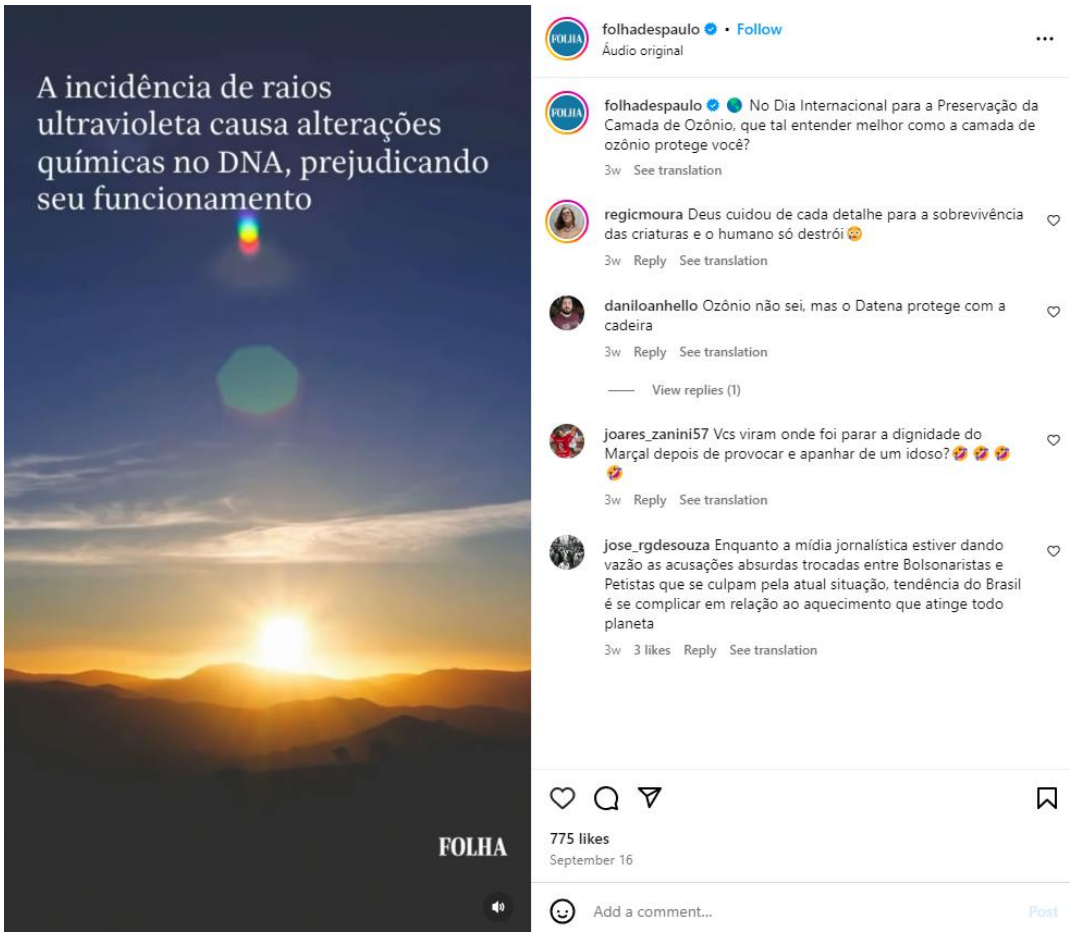

FIG.17

FIG.16 -17 -18: vídeo e áudio em sequência de imagens incríveis e divertidas, para atrair quanto a tópico sério de saúde

As redes sociais, como principais plataformas de disseminação de imagens, reforçam essa lógica ao priorizar o visualmente atraente e facilmente compartilhável. Imagens que geram engajamento são promovidas, enquanto aquelas que exigem mais reflexão ou análise profunda tendem a ser ignoradas. Assim, a política de mercado molda a estética das imagens, exigindo que elas sejam econômicas (baixo custo de produção) e de alta qualidade (resolução e impacto visual) para serem competitivas dentro do mercado de mídia digital. Esse fenômeno também marginaliza o analógico e o artesanal, que, outrora representativos do profissionalismo no fotojornalismo, são agora vistos como amadores ou antiquados.

No contexto das mídias sociais, a mercantilização da cultura visual se intensifica. A imagem digital é não apenas um produto jornalístico, mas também uma mercadoria a ser consumida rapidamente e em grande escala. A fotografia, que uma vez representava um espaço de resistência e criatividade, torna-se uma ferramenta moldada pelas demandas de um mercado cada vez mais competitivo. O

jornalismo digital, especialmente nas redes sociais, opera dentro de uma lógica de mercado onde as métricas de engajamento (curtidas, compartilhamentos, comentários) determinam o sucesso de uma imagem, mais do que sua profundidade ou relevância.

Esse processo marginaliza as narrativas alternativas, independentes e experimentais, que muitas vezes se afastam da estética "perfeita" promovida pelas mídias dominantes. Fotografias artesanais, imprecisas ou experimentais, que poderiam oferecer visões desafiadoras ou críticas da realidade, são relegadas à periferia das redes sociais, invisibilizadas pelo fluxo constante de imagens mais "comerciais". Isso resulta em uma homogeneização do discurso visual, onde o alternativo tem pouca ou nenhuma visibilidade.

6. Algumas conclusões

O fotojornalismo na era digital das plataformas digitais está passando por uma transformação sem precedentes. A democratização do acesso à tecnologia fotográfica, a proliferação de imagens nas redes sociais e a pressão por instantaneidade e engajamento têm alterado radicalmente as práticas tradicionais do jornalismo visual. Ao mesmo tempo, essas mudanças apresentam desafios éticos e econômicos para os profissionais, que precisam adaptar suas práticas a um ambiente de mídia cada vez mais competitivo e mercantilizado.

Se, por um lado, as plataformas digitais oferecem oportunidades para novas formas de narrativa visual e para uma participação mais ampla na produção de conteúdo, por outro, elas também introduzem problemas complexos relacionados à autenticidade, à ética e à sustentabilidade do fotojornalismo como profissão. A capacidade dos fotojornalistas de se adaptarem a esses desafios determinará o futuro da profissão em um mundo cada vez mais moldado pela mídia digital.

Contudo, esses excessos tendem a gerar uma sobrecarga cognitiva, impactando a saúde mental humana e dificultando o correto discernimento de informações relevantes. Então, temos os reflexos sociais e psicológicos também como características da economia de atenção, como resultado, as pessoas vêm

sofrendo a diminuição dos níveis de concentração, com fadiga de decisão e com alterações comportamentais nos âmbitos de consumo e social.

Na realidade, como vimos, nesse contexto, a monetização da atenção passou a ser central: plataformas e empresas transformam incessantemente o interesse e o tempo dos usuários em lucro. Trata-se, basicamente, de um modelo comercial em que interações, visualizações e cliques se tornam métricas valiosas, e os consumidores "pagam" com a sua privacidade e a sua atenção.

Nos últimos tempos, porém, as companhias vêm reconhecendo os reflexos tecnológicos sobre a via dos usuários. Diante disso, elas têm começado a rever os próprios designs para auxiliá-los a "escaparem" das potenciais ciladas da economia de atenção, que visa a ajudar os usuários no controle do "como" e do "quando" utilizam os seus celulares.

O futuro do fotojornalismo nas plataformas digitais permanece incerto, mas certas tendências já são perceptíveis. A crescente integração de vídeos curtos e conteúdos multimídia no jornalismo visual sugere que o formato de imagem estática pode estar se transformando. Plataformas como TikTok e Instagram Stories, que priorizam vídeos rápidos e conteúdos efêmeros, estão desafiando o domínio da fotografia tradicional.

Além disso, a inteligência artificial e o aprendizado de máquina estão começando a desempenhar um papel importante no fotojornalismo digital. Ferramentas como o reconhecimento de imagens e a edição automatizada podem mudar radicalmente a forma como os jornalistas visuais trabalham, potencialmente tornando o processo de captura e edição mais eficiente, mas também levantando questões sobre a desumanização e o controle criativo.

O uso de filtros, retoques e edições, práticas comuns nas plataformas digitais, também levanta questões éticas. No jornalismo tradicional, a manipulação de imagens é considerada uma violação dos princípios da veracidade e da objetividade. No entanto, nas redes sociais, onde os padrões editoriais são mais flexíveis, a linha entre a edição aceitável e a manipulação intencional se torna tênue. A presença de deepfakes — vídeos ou imagens geradas por inteligência artificial para imitar cenas ou pessoas reais — representa um dos desafios mais complexos que o jornalismo visual enfrenta nas plataformas sociais. A manipulação visual

pode distorcer os fatos e influenciar a opinião pública de maneira significativa, colocando em risco a credibilidade da notícia.

A narrativa visual no jornalismo digital tem desempenhado um papel central na recriação e reconstrução da repercussão das notícias nas plataformas sociais. A convergência entre texto e imagem, facilitada pelas redes sociais, permitiu uma nova forma de consumo e interação com as notícias, onde o público se envolve ativamente na disseminação e na interpretação do conteúdo visual. A transformação da narrativa jornalística por meio da imagem e do vídeo criou novas dinâmicas de interatividade, instantaneidade e viralidade, ao mesmo tempo que trouxe desafios éticos relacionados à manipulação de imagens e à economia de atenção.

No entanto, essas transformações também abrem possibilidades para novas formas de jornalismo participativo e narrativas visuais mais diversificadas. O futuro do jornalismo digital continuará a depender da capacidade das mídias de integrar visualidade e interatividade, de maneira ética e informativa, atendendo às demandas de uma audiência cada vez mais conectada e exigente.

O fotojornalismo na era digital, especialmente no contexto das redes sociais, representa um campo de tensões entre a democratização da produção de imagens e a mercantilização da cultura visual. A tecnologia digital, ao mesmo tempo que facilita o acesso à criação e distribuição de imagens, também banaliza e homogeneíza o conteúdo visual, ao atender às demandas de uma estética que privilegia o rápido consumo e o impacto imediato. As redes sociais ampliam essas dinâmicas, ao transformar a imagem em um objeto de consumo e mercadoria, enquanto marginalizam o alternativo e o independente.

Apesar dos desafios, o fotojornalismo continua a evoluir dentro desse novo ecossistema digital, buscando novas formas de narrativa visual que se adaptem às exigências do público das redes sociais, mas sem perder de vista a importância da autenticidade e da ética. Nesse contexto, a fotografia digital não é apenas um reflexo da realidade, mas também uma construção que molda como o mundo é visto e compreendido na era da informação instantânea.

A reestruturação do fotojornalismo na era digital, portanto, reflete as profundas mudanças tecnológicas, econômicas e culturais que moldam a sociedade

contemporânea. Embora o digital tenha democratizado a produção de imagens e expandido as possibilidades narrativas, ele também trouxe desafios significativos, como a precarização do trabalho, a banalização das imagens e questões éticas sobre autenticidade e veracidade. A adaptação do fotojornalismo a esse novo ambiente digital exige que os profissionais equilibrem a velocidade e a acessibilidade com a qualidade e a responsabilidade, em um contexto mediado pela lógica do mercado e pela cultura visual contemporânea.

Outro desafio envolve a credibilidade das informações. A disseminação de fake news e desinformação é uma preocupação crescente nas redes sociais, e o Instagram não está isento desse fenômeno. A estrutura das plataformas digitais facilita a circulação rápida de informações falsas, especialmente em formatos visuais que podem ser manipulados com facilidade.

O Instagram tornou-se uma ferramenta indispensável no ecossistema do jornalismo digital, especialmente no que se refere à construção de narrativas visuais e à interação com o público. No entanto, a plataforma também apresenta desafios significativos, como a influência dos algoritmos na visibilidade do conteúdo e o risco de superficialidade nas informações. Para superar essas barreiras, as organizações jornalísticas precisam encontrar um equilíbrio entre a necessidade de engajamento visual e a qualidade informativa, garantindo que o jornalismo no Instagram continue a ser uma fonte confiável e relevante de notícias no ambiente digital.

Assim, o jornalismo digital no Instagram oferece tanto oportunidades quanto desafios para a formação de uma esfera pública mais informada e participativa, com impactos profundos sobre a vida cotidiana dos usuários. O futuro do jornalismo digital nas redes sociais dependerá da capacidade das plataformas, jornalistas e consumidores de equilibrar essas dinâmicas e de promover uma informação ética, verificada e de qualidade, em um ambiente cada vez mais rápido e visual.

Entender de forma ampla e profunda o impacto das mídias digitais, com foco especial no Instagram, no campo do fotojornalismo é necessário. A digitalização da informação e o acesso facilitado à criação e disseminação de imagens mudaram o panorama da fotografia jornalística, discutindo questões como

a democratização da produção visual, a fragmentação da narrativa, a perda de controle editorial e os novos desafios éticos. A utilização do Instagram por veículos jornalísticos, fotojornalistas e pelo público em geral é a fronteira para o entendimento de como fazer a ferramenta digital funcione em benefício do maior bem que temos nesse tempo: A informação.

O Instagram e outras plataformas digitais transformaram profundamente o fotojornalismo, democratizando o acesso à produção de imagens, mas também criando novos desafios éticos, profissionais e estéticos. Embora a democratização da produção visual ofereça novas oportunidades de participação cidadã e de alcance global, ela também levanta preocupações sobre a veracidade, a superficialidade e o valor do trabalho jornalístico em um ambiente onde a imagem visual se tornou um recurso digital gratuito e amplamente disseminado.

O futuro do fotojornalismo dependerá da capacidade dos profissionais de navegar por esse novo terreno, adaptando-se às novas formas de consumo de notícias visuais sem perder o compromisso com a veracidade, a profundidade e a ética jornalística. O equilíbrio entre a estética e a ética será essencial para o desenvolvimento do fotojornalismo no Instagram e em outras plataformas visuais emergentes.

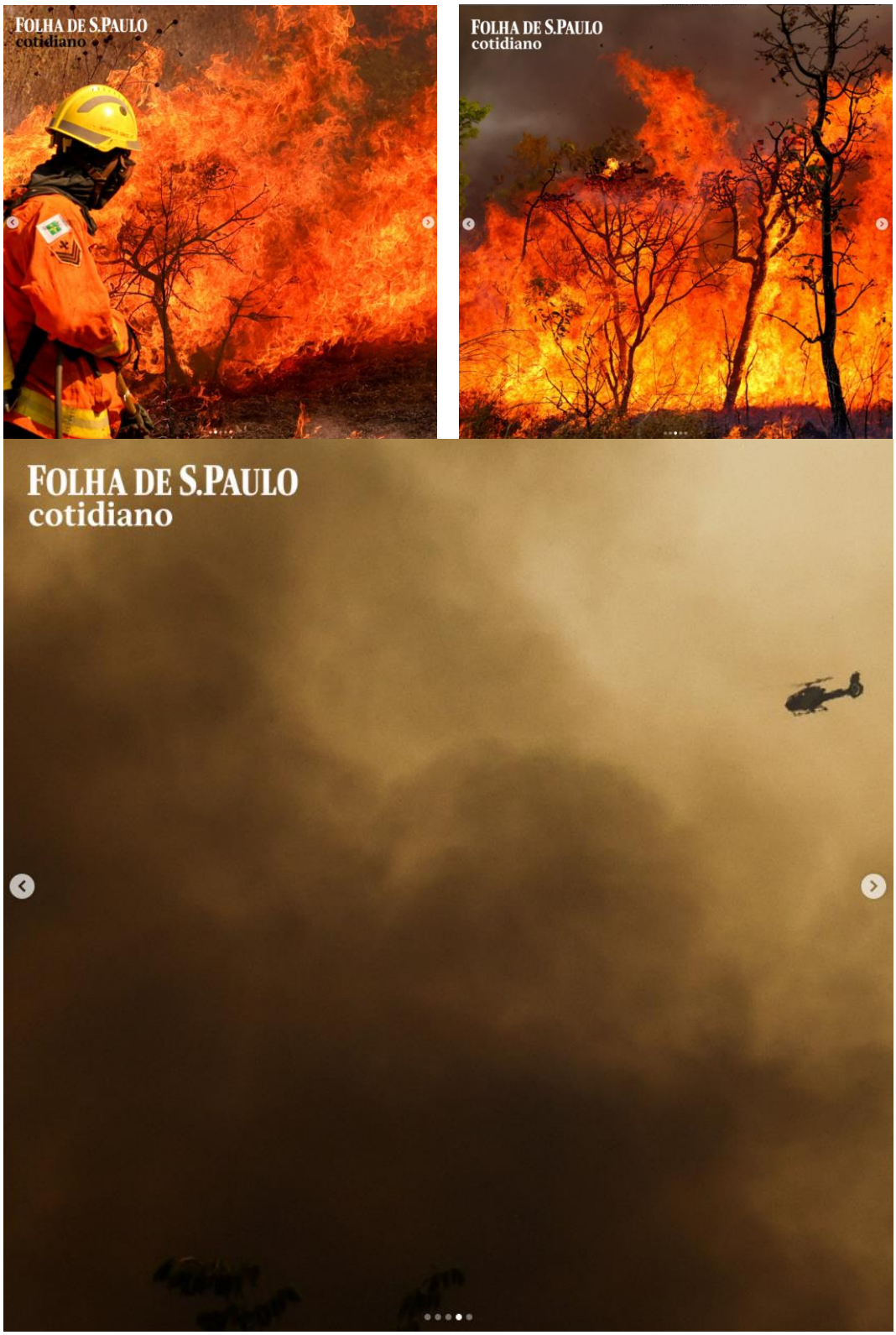

FIG. 19: fotografia expressiva e impactante é a contrapartida fotojornalistica, usar a narrativa visual do Instagram em benefício da informação ainda atinge o espectador/leitor, basta checar as curtidas dessa sequencia de fotografias sobre as queimadas no Brasil.

O Instagram, como uma plataforma central nesse processo de transformação, continuará a moldar o fotojornalismo de maneiras que exigem uma

constante reflexão sobre os impactos de sua natureza visual e algorítmica na maneira como vemos e entendemos o mundo.

À medida que o fotojornalismo continua a evoluir no ambiente das mídias digitais, novos desafios surgem. Um dos maiores desafios é garantir a veracidade e a contextualização das imagens compartilhadas no Instagram, especialmente diante do fenômeno crescente da desinformação visual. A educação visual se torna cada vez mais importante para o público, que precisa aprender a "ler" imagens de forma crítica, a entender os contextos em que foram produzidas e a questionar sua autenticidade antes de formar conclusões.

Contudo, enquanto as mídias digitais democratizaram o acesso à produção fotográfica, elas também criaram novos desafios em termos de curadoria, verificação e credibilidade. A edição rigorosa e o processo de validação das imagens antes de sua publicação em meios impressos tradicionais foram substituídos pela velocidade e pela necessidade de publicar rapidamente para captar a atenção do público online. Isso levou a um aumento de imagens não verificadas, que podem ser manipuladas ou tiradas de contexto, gerando desinformação ou promovendo falsas narrativas.

O fotojornalismo tem uma longa história como uma das formas mais poderosas de narração visual, desempenhando um papel crucial na documentação de eventos históricos, conflitos, injustiças sociais e tragédias humanas. Tradicionalmente, a fotografia jornalística era distribuída por meios impressos, como jornais e revistas, com curadoria rigorosa e validação por meio de editores. Contudo, com o advento das mídias digitais e das redes sociais, como o Instagram, o fotojornalismo passou por uma transformação radical. Este processo alterou não apenas os modos de produção e distribuição das imagens, mas também a maneira como o público consome e interage com elas, afetando questões relacionadas à ética, veracidade e a própria natureza da profissão.

Finalmente, o Instagram também apresenta limitações quanto à profundidade das análises jornalísticas. Enquanto a plataforma é eficaz para a disseminação de breaking news e conteúdos rápidos, ela não é o ambiente ideal para textos longos e análises aprofundadas. Assim, muitas organizações jornalísticas utilizam o Instagram como um ponto de entrada, redirecionando o público para suas

plataformas principais, onde o conteúdo pode ser explorado com maior riqueza de detalhes.

Conter todas estas transformações e processos não é limitar a produção de informação, menos ainda blindar elas em modelos ou padrões jornalísticos antigos ou recentes, mas usar em beneficio dessa evolução da mediação noticiosa sem perder profundidade, e usar a versatilidade do digital em atender às demandas de um mundo em constante transformação sem impedir ou colocar em risco as conquistas individuais, profissionais, comerciais e acima de tudo coletivas, e neste último universo, tanto setor privado como público devem ser os mentores e protagonistas sim, e também mediadores deste território aonde as regras, é a democracia que determina.

7. Referências

AUMONT, Jacques. ***A imagem.*** Campinas. Papirus, 1993

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. ***Dialética do esclarecimento***. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BAUDRILLARD, J. ***Simulacros e Simulação***. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

DEBORD, G. ***A Sociedade do Espetáculo***. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

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

BARTHES, Roland. 1990. "***A mensagem Fotográfica***". In: ADORNO *et alii.* Teoria da Comunicação de Massa. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 3a. ed., p. 299-316.

BENJAMIN, Walter. Experiência e pobreza. In: ***Obras Escolhidas v.1. Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura***. São Paulo: Brasiliense, 1985a.

_____. O narrador. In: ***Obras Escolhidas v.1. Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura***. São Paulo: Brasiliense, 1985b.

_____. A crise do romance – sobre Alexanderplatz de Döblin. In: ***Obras escolhidas v.1. Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura***. São Paulo: Brasiliense, 1985c.

DAVENPORT, T. H. & BECK, J. C. ***A Economia da Atenção.*** São Paulo: Editora Campus, 2001

FONTCUBERTA, J. ***A Câmera de pandora: A fotografia depois da fotografi@***. São Paulo: Editora Gustavo Gili, 2013.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. ***A disputa e o conflito na construção da notícia política***. Em https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/1873/1/DisputaConstrucaoNoticiaPolitica.pdf último acesso 03/10/2024

GIACOMELLI, I. L. (2008). ***"Critérios de noticiabilidade e fotojornalismo"***, in Discursos Fotográficos, Londrina, v. 4, nº 5, pp. 13-36

HALL, Stuart. ***Cultura e representação***. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio / Ed. Apicuri, 2016

JENKINS, H**.** ***Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*****.** New York: New York University Press, 2006

LISTER, M. et al. ***New Media: A Critical Introduction***. Routledge, 2009.

MANOVICH, L. ***The Language of New Media***. Cambridge: MIT Press, 2001.

MANOVICH, L. ***Instagram and Contemporary Image***. University of Chicago Press, 2016.

MCCHESNEY, R. W. ***Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*****.** New York: The New Press, 2013.

NEBLETTE, C.B. ***Fundamentals of photography*****.** Ed. Van Nostrand Reinhold 1970.

PAPACHARISSI, Z**.** ***Affective publics: Sentiment, technology and politics.*** Oxford University Press, 2015

PARISER, Eli. ***O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você.*** Ed. Zahar 2012

PORTO, Mauro. ***Enquadramentos da mídia e política***, 2003 In: XXVI ANPOCS Caxambu/MG.

RITCHIN, F. ***After Photography*****.** New York: W. W. Norton & Company, 2009.

RITCHIN, F**.** ***Bending the frame: photojournalism, documentary, and the citizen*** Aperture Foundation Inc. New York, N.Y. 2013.

RICOEUR, P. ***Tempo e narrativa v.1. A intriga e a narrativa histórica***. Campinas, SP: Papirus, 1994I.

RICOEUR, P. ***Tempo e narrativa v.2. A configuração do tempo na narrativa de ficção***. Campinas, SP: Papirus, 1994II

SALAVERRÍA, Ramón. ***Digital Journalism: 25 Years of Research***. Review article. "***El profesional de la información***", vol. 28, no. 1, 2019.

SONTAG, S. ***Diante da dor dos outros***. Companhia das Letras, 2003.

VAN DIJCK, J. ***The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*****.** Oxford University Press, 2013.