

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
JORNALISMO BACHARELADO**

Maria Eduarda Fortes

**ENQUADRAMENTO VISUAL E FOTOJORNALISMO ESPORTIVO A
PARTIR DAS FOTOGRAFIAS DE FUTEBOL PUBLICADAS NO
*INSTAGRAM DA REUTERS SPORTS PICTURES E GETTY SPORT***

Frederico Westphalen, RS

2021

Maria Eduarda Fortes

**ENQUADRAMENTO VISUAL E FOTOJORNALISMO ESPORTIVO A
PARTIR DAS FOTOGRAFIAS DE FUTEBOL PUBLICADAS NO
*INSTAGRAM DA REUTERS SPORTS PICTURES E GETTY SPORT***

**Monografia do Curso de Jornalismo
Bacharelado, Departamento de Ciências da
Comunicação da Universidade Federal de
Santa Maria, Campus Frederico Westphalen
(UFSM – FW).**

Orientadora: Profa. Dra. Janaína Gomes

Frederico Westphalen, RS
2021

Maria Eduarda Fortes

**ENQUADRAMENTO VISUAL E FOTOJORNALISMO ESPORTIVO A
PARTIR DAS FOTOGRAFIAS DE FUTEBOL PUBLICADAS PNO INSTAGRAM DA
REUTERS SPORTS PICTURES E GETTY SPORT**

Trabalho de Conclusão de Curso II
apresentado a Curso de Jornalismo
Bacharelado da Universidade Federal de
Santa Maria, Campus Frederico
Westphalen, como requisito parcial a
obtenção do título de **aprovação na
disciplina TCC II.**

Aprovado em _____ de agosto de 2021:

Profa. Dra. Janaína Gomes (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Prof. Dr. Paulo Munhoz (UFSM)

Prof. Dra. Beatriz Sallet (Unisinós)

Ulisses Castro (UFN)

AGRADECIMENTOS

Aproveito este espaço, para agradecer minha orientadora, Janaina Gomes, que fez com que tudo se tornasse mais, sereno e possível. Puxou a orelha quando preciso, riu das peripécias que aprontei, e me mimou igual mãe. Fez da minha insegurança motivação. Agradeço, desde já, meu professor e parecerista Paulo Munhoz, que com carinho e atenção me ajudou a traçar o percurso deste trabalho.

Também, de modo geral cito meus amigos e amores que foram suspiro, principalmente, nesses tempos conturbados em meio à pandemia. Em especial, meu irmão de vida Douglas Cavalini Kovalski, que foi e segue sendo confiante desde os primeiros dias de universidade, mas aparentemente já estávamos conectados há muito tempo antes daquela primeira conversa no *messenger*.

E é impossível deixar de fora a família 301, Nicolas Rahmeier, Matheus Julimar, Paulo Ricardo Koppe e Zazá. Eles foram motivo de risos em meio ao choro. E aqui no TCC, estavam lado a lado comigo durante a coleta de dados e os jogos do Internacional e frases como “FOCO DUDINHA! VAI DAR CERTO!”.

E por último, cito com muito afeto a minha mãe Nelci, meu pai Roger, e meu irmão Wagner. Sem cada pedacinho de vocês, nada aqui seria possível.

Agora, folgo em saber que se bateu, doeu, pega que é teu.

*Take me to the magic of the moment
On a glory night
Where the children of tomorrow dream away
In the wind of change*

Wind Of Change - Scorpions

RESUMO

ENQUADRAMENTO VISUAL E FOTOJORNALISMO ESPORTIVO A PARTIR DAS FOTOGRAFIAS DE FUTEBOL PUBLICADAS NO *INSTAGRAM* DA *REUTERS SPORTS PICTURES* E *GETTY SPORT*

AUTORA: Maria Eduarda Fortes
ORIENTADORA: Janaína Gomes

Nesta pesquisa analisamos o enquadramento esportivo presente nas fotografias de futebol publicadas no *Instagram* das agências *Reuters Sports Pictures* (RSP) e *Getty Sport* (GS). Tendo como intuito compreender a interação das características técnicas e estéticas do fotojornalismo sobre o enquadramento das fotografias de futebol. A análise transcorre a partir da aplicação dos pressupostos teóricos e metodológicos relacionados à linguagem do fotojornalismo e adota como principal metodologia os níveis de enquadramento visual proposto por Rodriguez e Dimitrova (2011). Trata-se de uma pesquisa mista com etapas de análise de imagem qualitativa categórica. Dentre os resultados obtidos, evidenciamos padrões presentes nas fotografias de futebol e aprimoramos as noções contidas na composição fotográfica dentro da cultura futebolística.

Palavras-chave: Fotojornalismo Esportivo. Fotografia de Futebol. Teoria do Enquadramento. Visual Frame. *Instagram*.

ABSTRACT

VISUAL FRAMING AND SPORT PHOTOJOURNALISM FROM FOOTBALL PHOTOGRAPHS PUBLISHED ON INSTAGRAM BY REUTERS SPORTS PICTURES AND GETTY SPORT

AUTHOR: Maria Eduarda Fortes
ADVISOR: Janaína Gomes

The research analyzes the sports framing present in soccer photographs published at Reuters Sports Pictures (RSP) and Getty Sport (GS) Instagram agencies. Aiming to comprehend the interaction of technical and aesthetic characteristics of photojournalism at soccer photographs framing. The study approaches theoretical and methodological appraisals related to the photojournalism language and mainly endorse the major methodology levels of visual photography framing proposed by Rodriguez and Dimitrova (2011). The research is varied with stages of categorical qualitative image analyses. Regarding the collected results, outstanding the present patterns of soccer photography and improve the consistent notion at the photography composition of soccer culture.

Keywords: Sports Photojournalism. Soccer Photography. Framing Theory. Visual Frame. Instagram.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Interface de codificação das categorias de análise no Software New NVivo.....	46
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Distribuição das fotografias da Agência GS	48
Gráfico 2 - Distribuição das fotografias da Agência RSP	50
Gráfico 3 - Distribuição das fotografias da Agência RSP por dia (Outubro, Novembro e Dezembro/2020).....	51
Gráfico 4 - Distribuição das fotografias das agências GS e RSP no aspecto técnico/estético Profundidade de Campo (Outubro, Novembro e Dezembro/2020).....	55
Gráfico 5 - Distribuição das fotografias das agências GS e RSP no aspecto técnico/estético Planos Fotográficos (Outubro, Novembro e Dezembro/2020).....	57
Gráfico 6 - Distribuição das fotografias das agências GS e RSP no aspecto técnico/estético Iluminação (Outubro, Novembro e Dezembro/2020)	59
Gráfico 7 - Distribuição das fotografias das agências GS e RSP no aspecto técnico/estético Cor	61
Gráfico 8 - Distribuição das fotografias das agências GS e RSP no aspecto técnico/estético Ângulos (Outubro, Novembro e Dezembro/2020).....	63
Gráfico 9 - Distribuição de Fotografias com e sem a presença da bola nas imagens veiculadas pelas agências GS e RSP	65
Gráfico 10 - Distribuição dos Planos Fotográficos em relação à linguagem da fotografia de futebol nas imagens veiculadas pelas agências GS e RSP.....	69

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Dimensões de Análise das fotografias de futebol das agências Reuters Sports Pictures e Getty Sport (outubro a dezembro de 2020)	45
Quadro 2 - Níveis de Enquadramento Visual (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011)....	47
Quadro 3 - Exemplo de fotografia em homenagem ao Italiano Paolo Rossi	48
Quadro 4 - Exemplos de imagens publicadas no dia 03/10/2021	52
Quadro 5 - Exemplo de fotografia de temática de Futebol no aspecto profundidade de campo, nas agências GS e RSP	56
Quadro 6 - Exemplos de fotografia de temática de Futebol no aspecto predominantes em Planos Fotográficos, nas agências GS e RSP	58
Quadro 7 - Exemplo de fotografia de temática de futebol no aspecto iluminação, nas agências GS e RSP.....	60
Quadro 8 - Exemplo de fotografia de temática de futebol no aspecto cor, nas agências GS e RSP.....	62
Quadro 9 - Exemplo de fotografia de temática de futebol no aspecto ângulos, nas agências GS e RSP.....	64
Quadro 10 - Exemplo de fotografia de temática de futebol no aspecto sem bola e com bola, nas agências GS e RSP	66
Quadro 11 - Exemplo de fotografia de temática de futebol no aspecto gênero do fotojornalismo, nas agências GS e RSP.....	68
Quadro 12 - Exemplo de fotografia de temática de futebol em plano conjunto nas imagens veiculadas pelas agências GS e RSP.....	70
Quadro 13 - Exemplo de fotografia de temática de futebol em plano médio nas imagens veiculadas pelas agências GS e RSP.....	71
Quadro 14 - Exemplo de fotografia de temática de futebol em plano close-up nas imagens veiculadas pela agência RSP.	72
Quadro 15 - Exemplo de fotografia de temática de futebol em plano geral nas imagens veiculadas pelas agências GS e RSP.....	73
Quadro 16 - Fotografia publicada em homenagem em decorrência à morte de Diego Maradona	75
Quadro 17 - Fotografia de um lance inusitado na UEFA Nations.....	77
Quadro 18 - Fotografia publicada em homenagem em decorrência à morte de Diego Maradona pela Agência RSP	78

Quadro 19 - Fotografia de uma torcedora lamentando a morte de Diego Maradona.....	79
Quadro 20 - Fotografia do goleiro Illan Meslier do Leeds United em ação.....	80

LISTA DE TABELA

Tabela 1 - Distribuição das fotografias de futebol por data, mês, curtidas e comentários pela Agência GS (Ano base 2020).....	49
Tabela 2 - Aspectos técnicos e estéticos da linguagem do fotojornalismo presentes nas fotografias das agências RSP e GS (Outubro, Novembro e Dezembro/2020).....	54
Tabela 3 - Distribuição das fotografias de futebol veiculadas pelas agências GS e RSP em relação a presença da bola (Outubro, Novembro e Dezembro/2020).....	65
Tabela 4 - Distribuição das fotografias de futebol veiculadas pelas agências GS e RSP em relação aos gêneros do fotojornalismo.....	67

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. APONTAMENTOS HISTÓRICOS SOBRE O FOTOJORNALISMO	16
2.1 OS VALORES DO FOTOJORNALISMO	23
2.2 ELEMENTOS DE COMPOSIÇÃO FOTOGRÁFICA.....	24
3. FOTOJORNALISMO ESPORTIVO	31
3.1 APONTAMENTOS TÉCNICOS SOBRE A FOTOGRAFIA DE FUTEBOL	35
4. TEORIA DO ENQUADRAMENTO	36
5. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	42
5.1 COLETA DE DADOS	43
5.2 DESCRIÇÃO DA ANÁLISE DE DADOS	44
6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	47
6.1 ANÁLISE QUALITATIVA A PARTIR DO ENQUADRAMENTO	74
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
REFERÊNCIAS	85
APÊNDICE	90
APÊNDICE A - Distribuição e características das fotografias da Agência <i>RSP</i> entre os meses de Outubro/Novembro/Dezembro.	90

1. INTRODUÇÃO

O futebol é considerado uma das principais manifestações culturais presentes na sociedade. É a mais pura representação do ser humano em movimento, e é o fotojornalismo que desfruta do privilégio de capturar as pulsações de energia de todo um cenário voltado ao futebol. Em geral, o esporte surgiu na antiguidade como caráter utilitário para guerreiros, e, atualmente, se concretiza como um fenômeno sociocultural, que, aliado aos meios de comunicação, se tornou um instrumento político e ideológico (TUBINO, 2017).

Já que o esporte surgiu com intuito de treinar guerreiros, a relação criada por Cordeiro e Bonir (2005, p. 143) de que “o futebol é mostrado como uma guerra e os jogadores são os gladiadores da batalha, retratados nas expressões de esforço ou de dor, na musculatura contraída, no suor que espirra depois de uma cabeçada [...]”, consegue estabelecer a importância técnica e estética da fotografia de esportes.

Hoje a fotografia esportiva voltada ao futebol já tomou proporções inimagináveis. Após a popularização da modalidade, os avanços tecnológicos proporcionaram melhores captações, e isso, somado à comunicação digital e redes sociais, fez com que as fotografias se tornassem ainda mais acessíveis às pessoas, que hoje podem acompanhar os lances e as notícias de uma partida, rolando a *timeline* em seu *smartphone*. E é justamente através das redes sociais que o fotojornalismo esportivo conseguiu espaço. Neste trabalho será abordada a perspectiva da fotografia de futebol no *Instagram*, uma das redes sociais mais utilizadas nos últimos anos. Segundo uma matéria publicada no ano de 2020 no site do G1¹, a média de acessos do aplicativo é de um bilhão de usuários ativos por mês. Além disso, o *Instagram* é a 5ª rede social mais popular do mundo.

Nesse contexto, serão analisados os perfis das agências *Reuters Sports Pictures* e a *Getty Sport*, grandes nomes quando se trata de informação e fotojornalismo. Isso porque, diariamente milhões de pessoas no mundo inteiro têm

¹ [1] Fonte: G1. Instagram faz 10 anos como uma das maiores redes sociais do mundo e de olho no TikTok, para não envelhecer. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos-como-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao-envelhecer.ghtml>. Acesso em: 15 jan., 2021.

acesso às fotografias de seus acervos em páginas de jornal, revistas e em diferentes mídias sociais. Em especial no *Instagram*, juntas, as agências somam cerca de 5 milhões de seguidores e fazem coberturas de notícias em todas as editorias, tendo seus colaboradores espalhados pelo mundo inteiro. Contudo, especificamente neste trabalho foram analisadas apenas as imagens veiculadas voltadas ao futebol.

O objetivo do presente estudo é compreender como a interação das características técnicas e estéticas incidem sobre o enquadramento nas fotografias de futebol. E ainda, aprofundar o conceito de enquadramento visual, relacionando essas características com os níveis ou camadas de análise proposto por Rodriguez e Dimitrova (2011), que estão relacionadas com as inferências sobre os padrões encontrados na composição das fotografias de futebol.

Para tanto, os objetivos específicos e etapas de pesquisa compreenderam a identificação das características técnicas e estéticas, presentes nas fotografias de futebol produzidas e veiculadas no *Instagram* das agências *Reuters Sports Pictures* e *Getty Sport* de outubro a dezembro de 2020, a partir da análise de categorias quali-quantitativa, com o apoio do software *NVivo (QSR International)*. De posse dessas características, propusemos uma fase de análise de imagens qualitativa das fotografias com maior repercussão (curtidas e comentários), que possibilitou a validação dos padrões de composição fotográfica como base para nas camadas/níveis de enquadramento visual das fotografias de futebol (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011).

Acreditamos ser esse um tema de grande relevância, uma vez que é possível observar poucos estudos específicos relacionados ao fotojornalismo esportivo dentro do *Instagram*, ainda mais ao se analisar imagens específicas de futebol, e que se dispõem a mapear características e padrões que podem facilitar o fazer fotojornalismo na editoria esportiva e dentro da plataforma relacionada. Além disso, este estudo pode reforçar o fato de que a fotografia deve ser considerada como produto cultural, neste caso, dentro do contexto do futebol. Segundo Mauad (1996), toda a produção tida na mensagem fotográfica acaba, de uma forma ou de outra, associada aos meios técnicos de produção cultural. E assim, compreender mais claramente como “[...] a fotografia pode, por um lado, contribuir para a veiculação de novos comportamentos e representações da classe que possui o controle de tais

meios, e por outro, atuar como eficiente meio de controle social, através da educação do olhar” (MAUAD, 1996, p. 11).

Este trabalho está estruturado em capítulos que apresentam as bases teóricas nos capítulos 2, 3 e 4, que versam sobre o fotojornalismo, tendo como foco a teoria do enquadramento visual. Também faz parte do estudo o capítulo 5, que apresenta os métodos e técnicas de pesquisa. E foi finalizado com a apresentação e discussão dos resultados que nos levaram às considerações finais.

2. APONTAMENTOS HISTÓRICOS SOBRE O FOTOJORNALISMO

Ao falar de fotojornalismo é necessário, primeiramente, estar familiarizado com a noção de fotografia, que foi marcada por uma constante evolução, tanto tecnológica quanto estética. Nesse contexto, a fotografia reproduz imagetivamente a realidade, e por isso, em um ambiente histórico do século XIX, entendeu-se que a fotografia seria como o espelho da realidade (DUBOIS, 1993; KOSSOY, 2001; LANGFORD, 1990).

As primeiras imagens foram apresentadas ao público no ano de 1839, por Louis Jacques Mandé Daguerre, e foram chamadas de Daguerreótipos. Porém, antecedente aos daguerreótipos, Nicéphore Niépce, em 1836, já estudava formas de gravar imagens através de uma câmara obscura, e assim fez o primeiro registro da escrita da luz (SOUSA, 1998; KOSSOY, 2001).

Indo mais além da noção de fotografia, após várias mudanças artísticas e culturais na Europa, pode-se perceber que “as primeiras manifestações do que viria a ser o fotojornalismo notam-se quando os primeiros entusiastas da fotografia apontaram a câmara para um acontecimento, tendo em vista fazer chegar essa imagem a um público, com intenção testemunhal.” (SOUSA, 1998, p. 19).

Porém, apesar do potencial informativo da fotografia, o uso das imagens dentro dos veículos de comunicação foi pauta de debate, isso porque houve grande resistência vinda dos editores de jornais, que durante bastante tempo, se negaram a usar imagens fotográficas, o que implicava na demissão de inúmeros gravuristas na época. “Esses editores desvalorizavam a seriedade da informação fotográfica e

também consideravam que as fotografias não se enquadravam nas convenções e na cultura jornalística dominante” (SOUSA, 2002, p. 13).

Mais precisamente, a fotografia se tornou *news medium* e entrou na história da informação, desde 1842, mesmo que não se possa afirmar com certeza a existência de fotojornalismo propriamente dito naquela época. É neste ponto em que se percebe que “[...] o fotojornalismo necessita de processos de reprodução que só se desenvolvem a partir do final do século XIX — até meados do século passado, desenhadores, gravuristas e gravuras de madeira eram intermediários entre fotógrafos e fotografias e os leitores.” (SOUSA, 1998, p. 19).

A primeira publicação direta de fotografias ocorreu por meio das zincogravuras, que surgiram ao virar do século, sendo um exemplo o registo realizado por *Carl Fiedrich Stelzner*, que captou através de daguerreótipo, imagens das consequências de um incêndio que destruiu um bairro da cidade de Hamburgo, na Alemanha, no ano de 1842. Foi então, que as coberturas fotojornalísticas se iniciaram, tendo como pioneiras as coberturas de guerras, como a da Criméia, com *Roger Fenton* e de Secessão, por *Mathew Brady* (SOUSA, 1998). Mais tarde, o pós-guerra foi fator essencial para o surgimento do fotojornalismo moderno, e segundo Sousa, foram dados os primeiros passos para a primeira "revolução" no fotojornalismo (SOUSA, 2002, p. 21).

E assim, ainda no século XIX através de avanços tecnológicos, a fotografia conseguiu chegar a novos parâmetros (KOSSOY, 2001). Isso está ligado à possibilidade de “[...] diminuição dos tempos de exposição, ligada à melhoria da qualidade das lentes e à adoção de novos processos, como o do colódio húmido (cerca de 1851).” (SOUSA, 1998, p. 22)

A partir de 1860 a fotografia se consolidou junto ao público e ocupou espaço de expressão cultural com o registo de costumes, paisagens, fatos sociais e políticos da época. Nesse contexto, no início do Século XX, “o mundo tornou-se [...] portátil e ilustrado” (KOSSOY, 2001, p. 27).

Na Segunda Guerra Mundial que o fotojornalismo se tornou ainda mais decorrente, e as evoluções tecnológicas possibilitaram uma maior facilidade de fotografar. Isso porque, revistas que surgiram antes de 2ª guerra, se espalharam em

função da ascensão do nazismo. E enquanto a Europa estava em guerra, agências, revistas e veículos de comunicação estavam em um grande momento e a fotografia era, cada vez mais, vista como um fator de legibilidade e de acessibilidade aos textos, legitimando a ideia de *Henry Cartier-Bresson* de uma fotografia de ação única. É neste momento em que “a imagem fotográfica ganha cada vez mais popularidade e poder de atração, também provenientes da cultura visual do cinema.” (FRANÇA, 2014, p. 23).

Assim, a imagem ganhou valor, e a Alemanha passou a ser o país com maior número de revistas ilustradas do mundo. Além disso, também como consequência da guerra, vários europeus experientes na área de imagem e edição migraram para os Estados Unidos, que na época, dava o pontapé inicial para a criação das principais revistas que consolidaram a história do fotojornalismo ocidental (SOUSA, 2002).

A partir disso, a fotografia se tornou uma forma de comunicação com potencial informativo, assim como o texto. Com o aumento da circulação de fotos como elemento noticioso aumentou, conseqüentemente, as exigências do público, dos profissionais e dos consumidores. Isso fez com que novas tecnologias fossem descobertas, e permitirão ganhos para o conteúdo das fotografias, e facilidade para os profissionais (SOUSA, 2002). Para Monteiro (2016, p. 68), o “[...] termo fotojornalismo designa tanto uma função profissional desenvolvida na imprensa quanto um tipo de imagem utilizada por ela.”

Para a compreensão dos aspectos sociais e técnicos na história do fotojornalismo, Sousa (1998; 2002) oferece uma organização histórica com base em revoluções. A primeira revolução ocorreu após a Segunda Guerra Mundial quando as agências fotográficas estavam em pleno processo de consolidação:

E é também no pós-guerra que é possível acompanhar a crescente industrialização e massificação da produção fotojornalística. Além disso, as fotografias conhecem o processo de manipulação de imagem, e como salienta Sousa (1998, p. 85) a fotografia, assim como qualquer outro discurso, também é manipulada: “podem jogar com as ideologias, as crenças, os mitos e as

expectativas, jogam certamente com os padrões culturais através dos quais uma sociedade vê o mundo”.

E por volta dos anos 60, o século XX pôde ver a forte concorrência entre os veículos de comunicação, “acentuando os aspectos negativos das concepções do jornalismo sensacionalista de que ainda se notavam indícios.” O jornalismo puro, que primeiramente tinha o intuito de informar, foi substituído por um “[...] jornalismo de espetacularização e dramatização da informação.” (SOUSA, 2002, p. 24) E no fotojornalismo, essa mudança teve influência, e era-se dado mais valor para as capturas de acontecimentos sensacionalistas e na industrialização das imagens.

Esse novo período foi chamado por Sousa (2002), de segunda revolução do fotojornalismo, e nela, assim como na primeira, o fotojornalismo também cobriu a guerra. Desta vez, em conflitos com dos EUA e Vietnã, o fotodocumentarismo de guerra estava sob ataque de menos censura.

O fotojornalismo deixou de focar suas lentes para as revistas ilustradas, e iniciou um processo de inserção das agências fotográficas, que se especializaram na produção para revistas, mas também, não deixaram de fornecer imagens para os jornais da época, em especial aos diários. Sendo que ao final dos anos 60, as revistas iniciam a publicação de imagens coloridas, e conseqüentemente, “[...] as grandes empresas começam também a ilustrar os seus relatórios com fotografias, o que ampliou o mercado à disposição dos fotógrafos.” (SOUSA, 2002, p. 25).

Além disso, a partir dos anos oitenta, do século XX. os jornais revelaram preocupações de ordem gráfica, dando valor ao design, ao mesmo tempo que publicam fotografias a cores, refletindo influências da televisão. E ao fim da segunda era, o fotojornalismo dá margem para um grande número de fotógrafos amadores, e as fotografias começam a ser alvo de retoques computacionais, com a possibilidade de edição de contrastes e enquadramentos. E para dar ainda mais voz, a fotografia entra, na discussão acadêmica, surgindo no ensino superior e no mundo da arte com presenças em museus (SOUSA, 2002, p. 25).

No final da década de 80 a fotografia digital trouxe inúmeras vantagens para a prática do fotojornalismo, como a rapidez de fazer os cliques, e a facilidade de manipulações, bem como a agilidade de revelação e compartilhamento de imagens, que comparado aos anteriores processos, atualmente dão lugar à digitalização (SOUSA, 2002).

E desde sempre se pôde perceber a importância da evolução e de novos meios para aprimorar as técnicas do fazer fotografia. Segundo Kossoy (2001, p. 37), são três os elementos essenciais para realização da “[...] fotográfica: o assunto, o fotógrafo e a tecnologia.”.

Sendo assim, a “[...] industrialização crescente da produção rotineira de fotografia jornalística, centrada no imediato e não no desenvolvimento global dos assuntos” (SOUSA, 2002, p. 30). E para complementar, com a evolução outros pontos da comunicação fotojornalística se alteraram. A facilidade de poder fotografar, deu margem a polivalência e flexibilidade do profissional, já que a profissão não se privou apenas aos fotojornalistas. Isso também, porque “[...] um único repórter de imagem pode fornecer registros visuais para jornais e revistas, para a televisão, para os meios on-line, etc.; este facto [sic] contribuiu para a perda de especificidade do fotojornalismo”. (SOUSA, 2002, p. 31)

Sousa trás um assentamento voltado ao mercado da imagem e a possibilidade de manter seu espaço (ou não) na área fotojornalista:

Apesar das tensões, é provável que o mercado da imagem fotográfica se alargue e se continue a diversificar: continuam a surgir novas publicações, frequentemente especializadas. Mesmo nos jornais electrónicos e interactivos [sic], nos quais algumas imagens já são pequenos filmes vídeo e não imagens fixas, as fotos continuam (ainda?) [sic] a ter lugar.” (SOUSA, 2002, p. 32)

Desta forma, percebe-se a importância de conhecer a evolução do fotojornalismo, para então, contextualizar com o atual momento, “[...] complexo e problemático na sua multiplicidade e rápida mutabilidade.” (SOUSA, 2002, p. 33). De modo que a evolução acarretou o fotojornalismo de hoje, que se renova a todo o momento a cada atualização no navegador.

A terceira revolução do fotojornalismo foi marcada pela fotografia digital. Munhoz (2007), também levanta pontos que vem ao encontro ao tratarmos sobre a nova era da fotografia, onde a evolução da tecnologia digital atualizou a forma de trabalho, e toda a rotina do fotojornalista, onde observa-se a digitalização do processo e se inicia uma nova forma de circulação da imagem

A fotografia jornalística entra no século XXI dotada de um extremo potencial técnico na captura de imagens e na velocidade de transmissão e disponibilização. A internet associada à funcionalidade cada vez maior de

computadores, celulares, PD AS (*personal digital assistant*), *laptops*, gera um novo e dinâmico espaço de circulação das fotografias jornalísticas, que abastecem esse mercado on-line 24 horas por dia. (MUNHOZ, 2007, p. 3).

Por isso, todo o processo de desenvolvimento das tecnologias digitais, somado ao grande alcance da internet em novos dispositivos, o espaço virtual se tornou um local de troca de informações e experiências, tudo isso com muita rapidez. Dentre as facilidades proporcionadas pela internet está a apropriação dos meios digitais por parte dos usuários, que abriu caminho para uma nova forma de difusão de dados, já que o compartilhamento de informação passou a ser em massa, e com muita agilidade (CASTELLS, 2001).

Tais facilidades estão relacionadas às tecnologias que facilitam as formas de conexão e relação entre os usuários. A chegada das redes sociais influenciou totalmente as formas de enxergar e interpretar o mundo (RECUERO, 2009).

Ao falar sobre comunicação e internet, seguimos embasados no pensamento de Recuero, já que a autora fundamenta sua pesquisa levantando alguns pontos referentes a informações que se tornaram recorrentes nas redes sociais. A primeira informação se relaciona ao capital social relacional, que nada mais é quando um emissor publica informações para engajar novos públicos e criar uma interação nas redes sociais (RECUERO, 2009). Esse ponto dá margem para iniciarmos a introduzir a importância do *Instagram*, que é o objeto de estudo deste trabalho. Lá, os profissionais inseridos no ramo da fotografia, podem usar dessa ferramenta para se aproximar do seu receptor, e até mesmo, filtrar quais são as imagens que proporcionam um melhor alcance dentro da rede social.

Já o segundo tipo de informação citada por Recuero (2009, p. 119), é o capital social cognitivo, que tem se refere ao fato de que “[...] muitas das informações que são difundidas nas redes sociais da Internet possuem um apelo informacional maior.” Dessa forma, não se trata de engajamento ou alcance, e sim do teor comunicativo que a publicação apresenta, sendo ela em vídeo, foto, áudio ou texto. Ao se referir especificamente a fotografia, por exemplo, em especial dentro da fotografia de futebol, se em uma partida um dos principais atletas de uma equipe se machuca durante a partida, uma fotografia do jogador sendo carregado na maca terá um valor informativo muito grande, e cumprirá o papel dentro de gerar conhecimento daquele fato.

O aplicativo do *Instagram* foi disponibilizado ao público no dia 06 de outubro de 2010, como foco total nos smartphones, podendo ser instalado de forma gratuita. Dentro do aplicativo, os internautas podem compartilhar fotos e vídeos, e os conteúdos são publicados e armazenados num perfil do usuário, que pode seguir novos perfis e ganhar seguidores. O aplicativo ainda disponibiliza diversas ferramentas de edição, além de filtros e formas de se relacionar com um público alvo, podendo usar o recurso das *hashtags*, enquetes, e outras formas de entretenimento.

Ao contextualizar o fotojornalismo e a comunicação no aplicativo, pode-se “[...] avaliar o caráter informativo do *Instagram*, uma vez que ele se transforma em canal de comunicação direta entre os fotojornalistas e as pessoas” (DE MORAES VIEIRA, 2016, p. 38). O aplicativo serve para publicar imagem, e isso fez com que o fotojornalismo pudesse alcançar novos parâmetros, já que o *Instagram* tem como foco a fotografia e a linguagem verbal em segundo plano. Contudo, não se tira a importância do texto atrelado à imagem, isso porque as legendas não perdem a importância, já que são elas que direcionam a interpretação do que é mostrado da publicação. No entanto, pode-se dizer que no *Instagram*, são as imagens que detêm o maior valor de notícia. (DE MORAES VIEIRA, 2016).

Para finalizar, sabe-se um fator que contribuiu muito para o desenvolvimento da presença da fotografia jornalística nas redes sociais e, em especial no *Instagram*, é o caráter instantâneo que a internet trouxe para essas plataformas. Como já citado anteriormente, o *Instagram* é muito ágil, e o fotojornalismo tem o tempo de vida do valor notícia muito curto, por isso a velocidade em que a notícia é transmitida é essencial. Imagine em uma partida de futebol, é a final da copa do mundo, e logo no primeiro tempo aconteceu um tumulto e uma briga dentro de campo. Durante o intervalo do jogo, ou até mesmo com a partida em andamento, o fotojornalista deve encaminhar a imagem em tempo real para o jornal, ou a agência, para que a fotografia seja compartilhada o quanto antes no *Instagram*, e nas demais redes sociais. Assim, de forma rápida e prática, diversas pessoas têm acesso instantâneo às imagens fotografadas, facilitando a vida do processo fotojornalístico. Dificultando, por outro lado, a função do gatekeeper, em filtrar a veracidade das imagens (DE MORAES VIEIRA 2016).

2.1 OS VALORES DO FOTOJORNALISMO

Com a constante mudança e evolução dentro do fotojornalismo, não foram só as tecnologias que passaram por mutações, a linguagem e a estética fotográfica adotadas pelos fotógrafos também sofreu e sofre remodelação. Ao comparar fotógrafos que trabalhavam com o analógico, com atuais profissionais do universo digital, nota-se que “[...] certamente são pensamentos, visões e posturas diferenciadas.” (BENZAZZI, 2010, p. 21).

Entretanto, apesar do avanço tecnológico ter proporcionado novas ferramentas para auxiliar no fotojornalismo, segundo Benazzi (2010, p. 23), “[...] o que sempre deve ser considerado é o ponto de vista do fotógrafo e sua intencionalidade [...]”, ou seja, não apenas os aspectos técnicos, mas também a subjetividade da linguagem proposta.

Contudo, para iniciar sua proposta, Benazzi (2010) propõe a reflexão de três valores para tentar explicar a imagem e conseqüentemente, no fotojornalismo. O primeiro é o “valor técnico” e está diretamente ligado ao equipamento do profissional, como por exemplo a nitidez, fotometria, velocidade do obturador, sensibilidade de ISO, entre outros fatores relacionados a câmera.

Segundo Benazzi (2010, p. 23), “o domínio da técnica é que levará ao passo seguinte que é a construção de sentido da imagem fotográfica, com os valores artístico e jornalístico.”, e após introduzir, ele inicia a abordagem do segundo valor, sendo ele o “valor informativo”. Este segundo ponto é o principal deles, pois se relaciona diretamente com o fotojornalismo, já que ela responde a questões do lead jornalístico, “o que”, “quando” e “onde”, despertando emoções e apresentando ao leitor uma informação coerente através da imagem.

E por último, Benazzi (2010, p. 26) explica o terceiro valor, que é o “valor estético”, ou “valor artístico”, neste valor é onde o fotógrafo “[...] explicita o domínio, consciente ou inconscientemente, das diversas linguagens propiciadas pela fotografia [...]”.

Para exemplificar na prática, este fator está diretamente ligado à beleza da fotografia e ao modo de organizar os elementos fotografados de forma semelhante,

procurando passar a sensação de organização e simetria do assunto retratado (RECUERO, 2000).

Para aprimorar o assunto, também tentando explicar como se desenvolve a linguagem fotojornalística, Sousa (2002, p. 75) fala sobre os elementos que contribuem para dar significado à informação presente na fotografia fotojornalística, como, por exemplo, o texto, que dá sentido à imagem, além dos elementos que fazem parte da composição da foto, sendo eles “[...] a pose, a presença de determinados objetos [sic], o embelezamento da imagem ou dos seus elementos, a truncagem, a utilização de várias imagens, etc.”

O autor ainda acrescenta os elementos específicos da linguagem fotográfica, tendo em vista a relação de espaço-tempo, o recurso de profundidade de campo, e as formas de utilizar a velocidade, congelando ou borrando determinado movimento. Sendo assim, é necessário pensar em uma organização de estímulos, e para isso se deve construir uma composição fotográfica. “O fotojornalista deve, deste modo, privilegiar sempre uma zona da imagem que funcione claramente como foco de atenção, e que deve ser, obviamente, o motivo principal.” (SOUSA, 2002, p. 84).

Contudo, para concluir, segundo Benazzi (2010, p. 27) “Uma boa foto jornalística deve conter técnica, arte e informação.”, desta forma, o autor explica que o fotojornalista deve sempre buscar a informação, e o flagrante do que pode virar notícia.

Por isso, para alcançar um bom resultado no trabalho fotojornalístico, deve-se saber balancear os valores, dominando a técnica, passando a informação e construindo sentido através da estética, mas também, o profissional deve colocar a própria subjetividade no momento de fotografar. “Harmonia, beleza, plasticidade, mas sempre com um objetivo maior: a informação.” (BENAZZI, 2010, p. 28).

2.2 ELEMENTOS DE COMPOSIÇÃO FOTOGRÁFICA

Ao iniciar um aprofundamento sobre alguns elementos que podem ser usados na fotografia, iniciaremos uma construção sobre um dos mais essenciais elementos, a luz. Desde a fotografia analógica, até a fotografia digital, a luz sempre teve seu papel de relevância no processo de fotografar. Segundo Sousa (2002, p. 38), na

câmara fotográfica analógica, os raios luminosos projetam a imagem sobre um filme, sendo que os materiais que ficam na superfície do filme, são altamente sensíveis a luz, e mudam de forma no momento em que são expostos, resultando “uma imagem latente, normalmente em negativo, análoga àquela que lhe deu origem (por isso se fala de fotografia analógica). E após isso, o negativo, depois de revelado e fixado, pode ser reproduzido em positivo quantas vezes se desejar.”

E ainda segundo o autor, na fotografia digital, o processo é semelhante, contudo, a luz ao invés de ser produzido um negativo e dar vida a uma imagem analógica, ela origina um código digital. Ou seja, o princípio da câmara escura é o mesmo, contudo, “[...] a informação (a imagem), em vez de ser armazenada num filme é guardada eletromagneticamente sob a forma de um código binário de zeros e uns.” (SOUSA, 2002, p. 38).

Ao falar sobre linguagem fotográfica, são levantados vários elementos e valores, sendo que a luz, como dito anteriormente, está entre os elementos essenciais para fazer fotografia. Para se entender a importância da luz na fotografia, Dubois explica que “o ponto de partida é, portanto, a natureza técnica do processo fotográfico, princípio elementar da impressão luminosa regida pelas leis da física e da química.” (DUBOIS, 1998, p. 50). Assim, o autor traz a ideia de que a luz é um traço, uma marca, luz e sombra. E em termos tipológicos, a fotografia se enquadraria como um signo indicial, assim como a água, o fogo, a fumaça (DUBOIS, 1998).

Já Sousa, traz a noção de iluminação de forma direta, ressaltando que a luz ao iluminar um motivo em detrimento de outro, dá destaque na fotografia, mas também, explica que a luz não serve somente para destacar algo. Além de trazer sentido, o efeito da luz também “[...] é importante para o fotógrafo porque dela dependem, em grande parte, as noções de profundidade e de relevo que se pretenda que a fotografia transmita.” (SOUSA, 2002, p. 93-94).

As características essenciais de uma fotografia tem como premissa a qualidade, direção, sentido, contraste, uniformidade, composição fotográfica e cromática, intensidade entre muitos outros aspectos (SOUSA, 2002; ANG, 2007). Em específico, a qualidade da luz se refere ao tipo de sombra que o objeto fotografado produz, dependendo se a luz for suave, a fonte luminosa vem de um céu

totalmente nublado, por exemplo. Já se a luz for dura, a projeção da luz é menor e mais concentrada, como uma lâmpada ou um flash (SOUSA, 2002).

Sousa ainda especifica os tipos de iluminação, a iluminação lateral permite um jogo de sombras entre claro e escuro, deixando mais visível a noção de profundidade e relevo na fotografia. Em contraponto, o autor traz a iluminação frontal, que “tende a espaçar os volumes por falta de sombras e de contrastes.” (SOUSA, 2002, p. 94).

Além disso, ainda é possível ter uma iluminação por trás, o contra-luz, que valoriza a forma em detrimento do conteúdo, podendo ganhar valor estético ao mostrar apenas uma silhueta totalmente escura, produzindo recortes e formas definidas. E para finalizar, o autor ainda traz a iluminação de cima para baixo, sendo mais comum, e de baixo para cima, que traz efeitos e formas estranhas na fotografia (SOUSA, 2002).

Contudo, para trabalhar em parceria com a luz, o fotojornalista deve se preocupar também com o tempo de exposição que a câmera será exposta (velocidade do obturador), e a quantidade de luz que vai entrar pelo diafragma. Desta forma, “o fotojornalista precisa de controlar ao mesmo tempo a quantidade da luz incidente no filme e o tempo durante a qual a luz incide no filme, para garantir uma exposição correcta [sic] do assunto e a utilização expressiva dos elementos da linguagem fotográfica” (SOUSA, 2002, p. 40).

Ambas as ações necessitam uma da outra e exercem uma relação conjunta, isso porque, quanto menor for a abertura, mais longa será a exposição, e vice-versa. Ao fotografar, se a intenção é travar o movimento, a velocidade usada deverá ser maior, e quando o objeto está parado a velocidade pode ser mais flexível (SOUSA, 2002).

Sendo assim, “[...] um fotojornalista pode escolher travar o movimento ou fazer um “escorrido” (SOUSA, 2002, p. 92), também chamado na fotografia como técnica de “*panning*”. Vale acrescentar ainda, que é possível criar vários efeitos com a velocidade, um deles é obter um fundo “escorrido” e, ao mesmo tempo, travar o movimento de um objeto. Para isso, o fotojornalista deve fazer a foto acompanhando com a câmera a movimentação do que está sendo fotografado. Técnicas criativas

com a velocidade são frequentemente usadas dentro do fotojornalismo esportivo, em especial as corridas ou esportes com altas velocidades (SOUSA, 2002).

Além de controlar o tempo de exposição, a abertura do diafragma também tem outra função de grande valia no fotojornalismo: a profundidade de campo. A técnica pensada na composição da imagem, através da noção de espaço, e “[...] à distância entre os pontos nítidos mais próximo e mais afastado” se dá através da profundidade de campo (SOUSA, 2002, p. 91). Ang (2007) ressalta a capacidade que a profundidade de campo tem de passar ideias visuais. Nas fotografias de retrato, por exemplo, permite isolar uma pessoa do fundo, ou ainda quando deseje-se registrar uma paisagem, possibilitando retratar uma grande área nítida (FRANÇA, 2014).

Eis mais uma das técnicas de extrema importância no fotojornalismo, “a profundidade de campo é um dos principais elementos controlados pelos fotojornalistas e que pode ditar a orientação do seu trabalho.” (FRANÇA, 2014, p. 38). É por isso, que Machado ainda explica a complexidade da profundidade de campo, ao colocar em sua obra o processo que o fotógrafo deve pensar para conseguir chegar ao resultado desejado. Assim, o autor confirma a importância desses elementos, que une diversas técnicas da linguagem fotográfica já citadas aqui, em um só conceito.

[...] o cálculo da profundidade de campo, que estabelece a quantidade de foco e desfoque numa foto e que é determinado com base numa complexa equação, envolvendo: 1) a distância do objeto em relação à câmera; 2) o grau de abertura do diafragma e obturador; 3) a quantidade de luz que banha a cena; 4) a distância focal da lente utilizada. (MACHADO, 2000, p.12)

No fazer fotografia, o enquadramento da imagem corresponde ao que será mostrado da realidade na fotografia, isso tudo através do olhar estético e intencional do fotógrafo. E se a imagem retirar uma parte do espaço visual, trata-se de um reenquadramento. Segundo Sousa, “reenquadrar uma fotografia é um gesto frequente em fotojornalismo”, isso porque, um objeto ganha ênfase em detrimento de outro. Além disso, ao pensar em uma fotografia, pensa-se em unidade, isso se deve

pois o enquadramento fotográfico se resume no plano para essa captação. Em resumo, “o enquadramento concretiza-se no plano” (SOUSA, 2002, p.78).

E ao tentar explicar como os planos desenvolvem diferentes níveis de expressividade nas fotografias, Sousa se baseia em estudos de outros autores, e considera quatro planos essenciais, sendo eles: planos gerais, planos de conjunto, plano médio, e grande plano.

Os planos gerais são planos abertos, sobretudo informativos, e com intuito de situar o leitor ao contexto. Normalmente são usados ao ilustrar paisagens e eventos com multidões, e também servem em fotos onde o cenário é o foco principal, “como o peso dos arranha-céus sobre as pessoas” (SOUSA, 2002, p. 78-79).

O Plano de conjunto são “planos gerais mais fechados, onde se distinguem os intervenientes da acção [sic] e a própria acção [sic] com facilidade e por inteiro” (SOUSA, 2002, p. 79).

O Plano Médio “serve para relacionar o objeto fotografando a realidade em que ele está”. Este plano busca se aproximar da realidade, tendo como objetivo contar algo, narrar uma ação (SOUSA, 2002, p. 79). O Close-up está relacionado diretamente com a intenção de fotografar detalhes e particularidades de objetos, como por exemplo, fotografar apenas o rosto de alguém. (SOUSA, 2002).

Dando continuidade a ideia de planos, Sousa trás considerações sobre os ângulos usados para fazer a captação da imagem, e explica que os ângulos que a câmara fotográfica fica em relação a superfície, designaram o “plano normal”, “plano picado” e “plano contrapicado”. (SOUSA, 2002, p.79).

Plano normal ou linear ocorre quando a tomada da imagem faz-se paralelamente à superfície, oferecendo uma visão quase que real sobre a imagem representada na fotografia; plano picado ou plongée: a tomada de imagem faz-se de cima para baixo do que está sendo fotografado, desvalorizando o motivo, já que o deixa esteticamente menor; plano contrapicado ou contra-plongée: a tomada de imagem faz-se de baixo para cima, tendendo a valorizar o motivo fotografado, dando a ele a sensação de grandeza (SOUSA, 2002).

Alves (2017) em seus estudos, também explica sobre a importância de se pensar nos ângulos fotográficos, e ressalta a criação de sentidos produzida pelas técnicas.

Embora os ângulos se atenham literalmente ao ponto de vista do profissional sobre o assunto também podem se referir metaforicamente, uma vez que, ao escolher entre os três disponíveis – contra-plongée, plongée e linear –, ele escolhe como olha para a cena e atribui-lhe sentido, ora valorizando, ora desvalorizando e ora crendo ser fidedigna com o real, respectivamente (ALVES, 2017, p. 23).

A composição fotográfica se dá através das disposições dos elementos fotográficos, com o propósito de criar um efeito unificado, transmitir uma ideia ou sensação para quem for ver a imagem capturada. É uma soma de informação e enquadramento, para chegar assim no resultado desejado (SOUSA, 2002).

Segundo Ang (2007) a composição fotográfica funciona quando as ideias sobre a estrutura da imagem compila as diversas possibilidades de distribuição dela no quadro, considerando a vontade do artista com as regras de composição básicas que indicam como devemos enquadrar, que a centralização dos elementos deve ser evitada ou a adequação da foto em regras como a Regra dos Terços que garante o equilíbrio dos elementos na fotografia. Mas a eficiência mesmo da fotografia será dada a partir da leitura da cena com atenção do geral para o particular e estabelecer a importância que será dada aos detalhes.

Outro ponto interessante na regra dos terços é a utilização das linhas, pelo motivo de que até mesmo as próprias linhas presentes na realidade, também são frequentemente utilizadas como guias para o posicionamento de horizontes em planos gerais extremos e planos de ambientação (MERCADO, 2013). A esse uso das proporções na fotografia Ang (2007) denota harmonia.

Por isso o fotógrafo deve estar atento com o horizonte ao fotografar paisagens, em especial em praias. Isso porque, se a linha do horizonte for retratada com uma inclinação errônea, a imagem tende a ser um fracasso (SOUSA, 2002). Além das linhas naturais, podem ser observadas linhas criadas por um somatório de

objetos. “As linhas, sejam elas verticais, horizontais, diagonais ou curvas, implícitas ou explícitas, orientam a leitura das imagens [...]” (FRANÇA, 2014, p. 42).

Sousa também estuda a composição através das linhas, e nos ajuda a entender como a interferência das linhas complementa o sentido da imagem dentro do fotojornalismo.

Chamam-se linhas de força às linhas implícitas ou explícitas que conduzem o olhar do observador numa imagem. Um fotojornalista pode aproveitar as linhas de força para direccionar [sic] o olhar de um observador para o motivo ou para levar o observador a fazer uma leitura orientada da imagem (obrigando o olhar do observador a percorrer os vários pontos da imagem unidos pelas linhas de força) (SOUSA, 2002, p. 88).

Ainda dentro da composição, entendendo a fotografia como tridimensional, altura, largura e profundidade percebem-se através de um sistema de ilusões ópticas, que conhecemos como perspectiva, dando a noção de profundidade. E em complemento, as linhas, Sousa nos apresenta as linhas de perspectiva como “as linhas de força que dão a sensação de profundidade, como os muros de ambos os lados de uma rua reta fotografada de topo” (SOUSA, 2002, p. 88-89).

A perspectiva, ou escala, pode criar efeitos ilusórios em uma imagem, deixando algo pequeno, muito maior, ou vice versa. “Mas se o fotojornalista optar por uma perspectiva pouco usual, deve sempre tentar incorporar no seu enquadramento um elemento que remeta para a dimensão real dos objetos fotografados, fazendo-os corresponder à realidade e, por isso, à verdade” (FRANÇA, 2014, p. 42).

A composição fotográfica é muito abrangente, e reúne vários elementos, como, por exemplo, as formas geométricas, cores, texturas, contrastes, molduras naturais, até mesmo o minimalismo. Esses são alguns elementos determinantes na composição, e podem variar conforme a intenção, e a temática da imagem (FRANÇA, 2014).

A cor, por exemplo, permite atrair a atenção na fotografia, criando sentido dentro do contexto cultural de quem a vê. Sousa (2002) contextualiza, dizendo que se a intenção do fotojornalista é retratar algo feliz, ele não deve fotografar locais escuros, e com cores pálidas, e sim, cores vivas e locais multicoloridos (SOUSA,

2002). Para Ang (2007) a composição cromática é uma forma de separar os objetos na fotografia.

Por isso, o autor divide as cores em dois grupos, as de harmonia cromática quando os tons são próximos, contendo laranja, amarelo, amarelo-canário e vermelho, por exemplo. Em contraposição, o segundo grupo é composto por cores fortes e contrastantes, o contraste cromático se dá quando em uma fotografia existem cores muito distantes, como amarelo e roxo, azul e vermelho, entre outras. (SOUSA, 2002; ANG, 2007).

Contudo, para concluir a noção de composição, entende-se que “o que não se deve perder de vista, em momento algum, e que de fato todas essas estratégias de composição, qualquer que seja sua eficácia ou seu valor exato, são inerentes a qualquer recorte.” (DUBOIS, 1998, p. 210).

3. FOTOJORNALISMO ESPORTIVO

O campo profissional da fotografia de imprensa procura a especificação da mensagem fotográfica em nichos, onde alguns aspectos de composição fotográfica são exacerbados em relação a outros. É nesse sentido que podemos afirmar que o esporte é sinônimo de rapidez e multiplicidade de ações, onde tudo acontece no mesmo instante.

Segundo Keene (1995), todos os jornais fazem cobertura esportiva e trata-se de um desafio porque é um tipo de fotografia tecnicamente exigente, pois o fotógrafo não tem o controle da luz nos locais de captação e os assuntos estão em movimento rápidos, além da intensa competição entre os fotógrafos em eventos de maior repercussão pública.

Dessa forma, o profissional deve estar atento e preparado para capturar o momento ideal. Isso porque, trabalhar com a cobertura de eventos esportivos possibilita muitas opções de enquadramento, e “[...] proporcionam várias imagens de impacto e lances inusitados que geram grandes fotografias, no entanto, os momentos mais importantes são justamente esses decisivos, que definem o resultado de um jogo ou o influenciam diretamente.” (DE OLIVEIRA, 2012, p. 1).

A fotografia esportiva busca priorizar a ação propriamente dita, ou até mesmo, alguns elementos tidos como curiosos. Entre as variedades de enquadramentos, cita-se, por exemplo, as imagens de um “futebolista que finta ou remata, o basquetebolista que encesta, o tenista que serve, o árbitro que mostra um cartão a um jogador” (SOUSA, 2002, p. 121). Keene (2007, p. 149) afirma que o conjunto de ações presentes no campo de futebol interessa para esse tipo de fotografia: “acção [sic] no meio do campo, marcações, celebrações, jogadores a serem tratados e treinadores desesperados”.

E é por isso que a composição retratada dentro da cobertura fotográfica do futebol normalmente é ressaltada em lances de embates. Isso porque a fotografia de futebol tende a favorecer “[...] o esforço (garra), a coreografia dos movimentos, a elegância estatuária, os certos, mas imprevisíveis choques físicos, a dor e a exultação e, é claro, o momento do gol celebrado por preces e gestos” (DOS SANTOS, 2004, p. 75).

E dentro dos lances e momentos em meio a um estádio de futebol, Sousa estabeleceu outra categoria dentro do fotojornalismo esportivo, é as *feature photos* de esporte que “podem-se definir como fotografias em que o interesse humano se sobrepõe à acção [sic] desportiva enquanto mais-valia fotográfica” (SOUSA, 2002, p. 122). Nisso, pode-se trazer exemplos capturados nas expressões de atletas durante o jogo, ao perder um lance de gol, ou o realce de dor após uma jogada faltosa, e até mesmo a vibração de um torcedor na arquibancada (SOUSA, 2002).

Porém, para poder falar sobre fotografia de futebol, deve-se trazer a ideia dos gêneros fotojornalísticos, que são classificados, a priori, pelo número de cliques: “fotografia única ou várias imagens” (SOUSA, 2002, p.109). Depois, a classificação passa para a temática: notícias, arte, pessoas, moda, ciência e tecnologia, desporto, natureza e ambiente. Entre os gêneros mais tradicionais estão

[...] fotografia de atualidade estrita (predominante nos grandes jornais de circulação diária), determinada pelo imediatismo informativo, e a fotorreportagem, em que a fotografia recebe um tratamento mais interpretativo, sequencial e narrativo (mais comum nas grandes revistas de circulação semanal). (MONTEIRO, 2016, p. 69)

Ao retratar o esporte, a classificação proposta é o gênero *desporto*, que é definido como o momento de ação e emoção do fotojornalismo. A fotografia de desporto pode-se dizer que tem como missão identificar claramente o motivo

principal. Em um jogo de futebol, por exemplo, Sousa fala que os jogadores e os objetos que caracterizam o esporte, sempre que possível devem ser fotografados em harmonia, contudo, “[...] a fotografia crescerá em importância se revelar igualmente a linguagem do corpo dos jogadores e as suas expressões faciais e oculares na luta pela superioridade e, no futebol, pela posse da bola (SOUSA, 2002, p. 118)”. Para Keene (1995), a fotografia de desporto é feita com uma sequência de momentos decisivos, com movimentos rápidos e reduzida profundidade de campo. Além disso, é vital compreender as regras do jogo e conhecer os jogadores/atletas que a praticam.

Vale lembrar ainda, que Sousa trás a ideia de que a fotografia de desporto além de se encaixar dentro dos gêneros do fotojornalismo, também pode ser aprofundada, e também categoriza a fotografia de desporto como notícias em geral ou *features* (SOUSA, 2002).

As fotografias descritas como notícias em geral, se encaixam cenários como coletivas de imprensa, por exemplo, onde o fotojornalista pode ir tranquilo para o local, já sabendo especificamente o que sua lente irá capturar. As pautas de notícias em geral normalmente envolvem reuniões, treinos e assuntos que acabam sendo quase que posados para o fotógrafo (SOUSA, 2002).

Já as *feature photos*, são classificadas como imagens que encontram sentido em si, “[...] reduzindo o texto complementar às informações básicas (quando aconteceu, onde aconteceu, etc.)” (SOUSA, 2002, p. 114). O exemplo citado pelo autor são as fotografias de instantes fluidos, quando normalmente o fotojornalista precisa ser ágil para capturar o momento decisivo para fazer o clique.

Segundo Sousa, 2002 existem três principais tipos de *feature photos*: as fotografias de interesse humano, quando as pessoas são representadas com destaque, sendo ao natural, “sendo elas mesmas”. É o flagrante normalmente de forma descontraída. Em segundo, as fotografias de interesse pictográfico (SOUSA, 2002 apud LESTER, 1991, 11-12), que são imagens onde, em composição com o cenário visual, formam um enredo perfeito para a fotografia, como por exemplo, uma silhueta de um casal ao pôr do sol. E o terceiro tipo, são as fotografias de animais, que retratam situações cômicas de animais em momentos normalmente não

vistos, “[...] expressando sentimentos amorosos ou ainda em comportamentos próprios de cada espécie (SOUSA, 2002, p.117).

Mas ao mesclar a ideia de *desporto*, e *feature photo*, Sousa (2002) ainda complementa, com o conceito de *features de desporto*, que exemplifica perfeitamente a união do flagrante do movimento, com a emoção que vai além do contexto que o objeto está. É na *features de desporto* que o interesse humano é retratado em destaque ao contexto que a imagem está inserida.

Dos Santos (2004) classifica a *feature photos* no esporte como um emaranhado de informações que podem ser obtidas ao fotografar um contexto futebolístico que captura informações e enquadramentos ricos em representação, já que ao redor do fotógrafo existe um cenário ideal para ser aproveitada, como os estádios lotados, as bandeiras e camisas de torcedores que formam um oceano de cores, “[...] as chuvas de papel picado e nuvens de fumaça colorida, os gestos de júbilo, dor e sofrimento, faces idiossincráticas, torcedores idosos, casais, crianças e, mais recentemente, cenas de violência e tumulto nos estádios e nas ruas” (DOS SANTOS, 2004, p. 78).

E a partir dessa ideia de composição pré-estabelecida dentro do jornalismo de futebol, que privilegia a ação e o flagrante, Dos Santos traz técnicas de inovação dentro da fotografia esportiva.

A grande inovação no imaginário fotográfico do futebol são as fotografias obtidas com exposições de tempo muito breves e que se concentram em detalhes do jogo. Flagrantes de contrações e transpiração facial, o retesamento dos músculos, o gesto dinâmico à maneira das esculturas atléticas da antiguidade clássica, a disputa física. Focalizando o detalhe, o rosto, essa imaginária concorreu para a representação do jogador à maneira do pop star, privilegiando suas maneiras, veiculando seu rosto e porte atlético. (DOS SANTOS, 2004, p. 78).

Dos Santos (2004) ainda complementa a ideia a falar que a fotografia de futebol visa desempenhar duas funções dentro do fotojornalismo, sendo elas a de fixar o momento e os sujeitos envolvidos e a de proporcionar a visualização dos detalhes da ação. E tais imagens, como citado anteriormente, só conseguiram alcançar esse parâmetro de qualidade na captura da ação, após as inovações

tecnológicas que se desenvolveram a partir da década de 1960 (DOS SANTOS, 2004).

3.1 APONTAMENTOS TÉCNICOS SOBRE A FOTOGRAFIA DE FUTEBOL

Já sabendo das características contidas nas fotografias de esporte e de futebol, percebe-se a dificuldade de registrar a ação e a velocidade, reforçando o conceito de Keene (1995), de que a fotografia de futebol é um tipo de fotografia tecnicamente exigente.

Para introduzir minimamente a técnica contida no fazer jornalismo esportivo, se faz necessário destacar os vários os equipamentos que um fotojornalista esportivo carrega em suas mochilas. Em geral se incluem no kit fotógrafo esportivo, banquinhos flexíveis, capas de chuva para o fotógrafo e principalmente ao equipamento. Mas o principal para qualquer fotojornalista são as câmeras (corpos), tripés, monopés, e as lentes objetivas (ANDUJAR, 2011).

Dentre as diversas lentes, é importante destacar a utilização frequente de tele-objetiva em partidas de futebol, e em esportes no geral, “[...] devido ao afastamento dos fotojornalistas em relação ao recinto de jogo” (SOUSA, 2002, p. 118).

Por isso, é frequente a utilização da teleobjetiva ao fotografar distâncias mais longas, se tornando essencial no trabalho do fotojornalista que cobre uma partida de futebol. As teleobjetivas tem como características predominantes a pouca profundidade de campo, isso porque, quanto mais o diafragma se fecha, mais a imagem fica desfocada e o ângulo de visão diminui (OLIVEIRA, VICENTINI, 2009).

Além disso, somado a longa distância do objeto fotografado, também se destaca que ao fotografar velocidades elevadas, normalmente é preciso travar o movimento utilizando velocidades altas, o que dificulta também o processo de focagem com nitidez da imagem (Sousa, 2002).

Contudo, com a inovação do digital, em grande maioria das máquinas fotográficas, existe um dispositivo denominado AF, ou *autofocus*, que ajuda na hora de focar objetos ou ações como movimentos ágeis. Isso se torna viável pois o “[...]”

recurso possibilita ajuste automático do foco da câmera, por meio de sensores infravermelhos” (OLIVEIRA, VICENTINI, 2009, p.67).

Também se faz necessário falar sobre a evolução do número de disparos, e armazenamento das fotografias. Dia analógico ao digital, muito caminho foi percorrido para chegar à facilidade do mundo moderno. Percebe-se a constante evolução, pois segundo Oliveira e Vicentini, 2009, algumas câmeras da época podiam fazer até oito disparos por segundo, sendo que hoje, já é possível ver no mercado câmeras que fazem 20² cliques por segundo.

Quando se diz respeito ao armazenamento, o que antes era salvo em filme, hoje se utiliza o cartão de memória para arquivar as fotografias e depois transferir para o computador (OLIVEIRA, VICENTINI, 2009).

Ainda, a evolução da fotografia se torna ainda mais evidente ao se utilizar câmeras com sistema wi-fi³, que permite conectar um dispositivo móvel à câmera, e fazer o envio direto das fotos, sem precisar de cabos ou computadores.

4. TEORIA DO ENQUADRAMENTO

As origens da teoria do enquadramento estão nos campos da psicologia cognitiva de Bartlett, em 1932, e da antropologia de Bateson (1955/1972) (VAN GORP, 2007). Todavia, no contexto da comunicação o conceito de enquadramento (*frame*) se desenvolveu primeiramente na fotografia e no cinema, relacionando-se a diversas qualidades técnicas, com a angulação da câmera e também as perspectivas de estilo visual das imagens (MCCOMBS; GHANEM, 2001).

No contexto geral, a principal premissa sobre a teoria o enquadramento é a de que um problema pode ser visto por várias perspectivas e ser interpretado através de vários valores ou considerações. Enquadramento refere-se ao processo

² Fonte: Meio Bit. Disponível em: <https://www1.tecnoblog.net/meiobit/364445/sony-a9-e-assim-que-se-parece-o-disparo-de-20-fotos-por-segundo/> Acesso em: 25 ago., 2021.

³

Fonte: Techtudo Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2014/09/como-funciona-uma-camera-com-wi-fi-entenda-a-tecnologia.html> Acesso em: 25 ago., 2021.

pelo qual as pessoas desenvolvem um determinado padrão ou remodelam seu pensamento sobre algo (CHONG; DRUCKMAN, 2007).

Contudo, a iniciação do conceito foi criada a partir do pensamento de Walter Lippmann, em 1922. A partir daí, diversos autores deram continuidade a grande questão baseada nas premissas psicológicas de como o cidadão dá sentido aos acontecimentos diários. Autores como Gregory Bateson (1954) e Erving Goffman (1974), tentaram decifrar e explicar que existem elementos associados em um texto, e a partir deles, os receptores compreendem determinado tema, de determinada forma (MENDONÇA, 2012).

Segundo Mendonça (2012), Goffman tentou encontrar os caminhos que o indivíduo percorre para interpretar o que está acontecendo na realidade. Ele se aproxima dos pensamentos de William James, notadamente das ideias veiculadas em *The Perception of Reality*, publicado em 1890, quando encontra a possibilidade de desenvolver o termo enquadramento, ao perceber que as pessoas criam uma atenção seletiva frente à realidade, focando a atenção no que se convém. Segundo Goffman (2012, p. 24), “[...] nossa atenção e nosso interesse podem tornar reais para nós”. Em uma analogia com a fotografia, o ato de enquadrar pode ser compreendido como o ato de tornar real o que é visto, e tem relação “[...] com a câmera, e não com aquilo que a câmera fotografa” (GOFFMAN, 2012, p.24).

Para Goffman, as experiências vindas das situações sociais produzem múltiplas formas de interpretação, podendo ocorrer com frequência uma sobreposição de enquadramentos. Isso porque, as pessoas são diferentes e possuem interesses distintos. Dado que, “interesses diferentes, produziram relevâncias motivacionais diferentes.” (GOFFMAN, 2012, p. 31).

Para Porto (2004) a construção social do enquadramento é feita através das interações, onde os “[...] enquadramentos são entendidos como marcos interpretativos mais gerais construídos socialmente que permitem às pessoas fazer sentido dos eventos e das situações sociais.” (PORTO, 2004, p. 4).

Goffman (2012) operacionaliza o processo de enquadramento a partir dos conceitos de molduras primárias (*primary frameworks*), tonalizações (*keys*) e fabricações (*fabrications*). Os enquadramentos primários são as definições comuns,

são acontecimentos naturais compartilhados culturalmente. O esquema primário permite a identificação das coisas, a partir de termos já pré-estabelecidos, naturalizando aquilo. Em resumo, “[...] tendemos a perceber os acontecimentos em termos de esquemas primários e os tipos de esquemas que utilizamos nos proporciona uma maneira de descrever o acontecimento ao qual ele é aplicado.” (GOFFMAN, 2012, p. 47).

O conceito de *key* (chave/tonalização) é um “[...] conjunto de convenções pelas quais uma dada atividade, já significativa em termos de algum esquema primário, é transformada em algo pautado sobre esta atividade, mas visto pelos participantes como algo muito diferente” (GOFFMAN, 2012, p. 71). O conceito referência, algo já conhecido pelo senso comum, contudo, adiciona outro conceito ali, trazendo uma nova reflexão sobre algo que já estava estabelecido.

Já as fabricações são esforços intencionais que têm como objetivo a produção de definições, “[...] uma alteração sistemática, alteração esta, que reconstituirá radicalmente aquilo que está acontecendo.” (GOFFMAN, 2012, p. 73).

Acrescentando a linha de análise sobre enquadramento, a construção feita pela socióloga Gaye Tuchman também apresentou grande teor de conformidade para esta pesquisa. Para ela, as notícias apresentam enquadramentos que orientam um entendimento específico das temáticas do mundo, e constroem realidades próprias a partir desses enquadramentos (TUCHMAN, 1978).

De acordo com os estudos de Carragee e Roefs (2004, p. 214), a análise a partir do enquadramento se deve justamente para relacionar os meios com as questões presentes no contexto político e social do corpus analisado. Por isso, é essencial aplicar a pesquisa a qualquer conteúdo midiático, a fim de fazer descobertas sobre o mesmo. Desta forma, reafirma-se a teoria trazida por Tuchman que menciona o enquadramento na comunicação como uma ferramenta que “[...] organiza a realidade cotidiana.” (TUCHMAN, 1978, p. 193). Em tese, a teoria do enquadramento resumida em remetente, receptor, a mensagem (informativa) e a cultura.

É importante lembrar que a estrutura do discurso tende a ser sistematizada a partir de narrativas sobre quem o está fazendo ou qual o propósito. É então que Van

Gorp (2007) introduz a explicação de Tuchman (1978), ao descrever a notícia como uma janela, um quadro imaginário, e nele tem uma moldura que limita a percepção da realidade. Dentro desta janela está apenas o que é visível, e tudo que está além dela fica fora do alcance perceptível (TUCHMAN, 1978). É por isso, que em todos os estudos “[...] os quadros são vistos como as molduras que permitem identificar a situação interativa, bem como o envolvimento dos atores ali.” (MENDONÇA; SIMÕES, 2012, p. 193).

Seguindo a ideia da moldura trazida por Tuchman, é importante destacar que o momento quando se vê a comunicação como um emoldurador dos quadros visíveis pelos indivíduos, são os comunicadores, ao que tudo indica, dão um norte para o que se vê. Contudo, mesmo que de fato haja influência, provavelmente não será unilateral. Isso porque os *frames* são escolhidos com um público alvo em mente, portanto, a preferência da audiência terá uma influência na tomada de posição do comunicador (MENDONÇA, 2012).

Robert Entman (1993), que explica melhor como os *frames* fazem um recorte da realidade, promovendo um objeto em detrimento de outro. Desta forma fica mais clara a ideia de que enquadrar algo, também limita outras realidades, e os elementos que não foram selecionados acabam perdendo importância. Como resultado desses processos, alguns aspectos da realidade percebida por meio das notícias serão mais proeminentes do que outros. (MENDONÇA, 2012).

É importante também levar em conta o que se está fora da moldura, a ponto de conseguir entender o processo de construção do quadro, já que, quem enquadra também sofre influência, pois o jornalista se propõe a entender a realidade do seu público alvo, e só assim consegue organizar a informação que irá publicar. (ARDÈVOL-ABREU, 2015)

Van Gorp (2007) organiza a teoria do enquadramento em uma linha de raciocínio através de algo que fosse universal as manifestações: a cultura como origem da teoria do enquadramento. Isso porque, a fundamentação de *frame* é dada a partir das percepções do indivíduo, que vê na cultura uma espécie de memória coletiva já estabelecida. Especificamente sobre comunicação, dentre todas as referências à cultura, Van Gorp inicia sua abordagem evidenciando a influência da bagagem cultural na relação entre os jornalistas e o público.

Na fotografia, Rodriguez e Dimitrova (2011) aplicaram a teoria do enquadramento visual para interpretar as imagens a partir do que denominam como camadas, que serviram como modelos de identificação e análise de quadros visuais. Desta forma, a pesquisa conseguiu abranger não só notícias em forma de texto, por exemplo, mas sim baseado na experiência do enquadramento voltado especificamente para a imagem. Os níveis, denominados *visual frames*, criados pelas autoras facilitaram o entendimento de como a linguagem perpassa o processo referente à percepção do público para qualquer tipo de conteúdo de mídia visual (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011).

Segundo Rodriguez e Dimitrova (2011), Robert Entman propôs o enquadramento relacionado a quadros de notícias em dois níveis: como princípios mentalmente armazenados para processamento de informações (*frames* da audiência) e como características da própria notícia (*frames* das notícias).

Desta forma, as autoras também veem na cultura a base do enquadramento visual (*visual frame*) e destacam que a fotografia pode persuadir tanto quanto o texto em si, e isso dificulta a identificação do enquadramento, já que, a imagem pode não ser tão explícita como parece (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011).

Na primeira camada ou nível, o enquadramento é visto como sistemas denotativos, ou seja, exatamente o que a foto é. Neste primeiro nível do enquadramento visual, segundo as autoras o “[...] *visual materials at this level are basically described. What they mean to both audience members and the communicator, however, is relatively untouched*” (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011, p. 53)⁴. Aqui a imagem é visualizada de modo cru, sendo percebida análoga à realidade.

Dessa forma, o enquadramento visual (*visual frame*) é limitado ao que as pessoas reconhecem e conseguem relacionar com suas próprias experiências, é o quadro visual confortável, é única e exclusivamente o que está ao alcance dos olhos. Além disso, complementando o sentido neste nível, as imagens ainda podem ser

⁴ Tradução: “[...] os materiais visuais neste nível são basicamente descritos. O que eles significam tanto para o público quanto para o comunicador, entretanto, é relativamente intocado” (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011, p. 53, tradução nossa).

descritas dependendo do contexto que estão inseridas, a quem são destinadas e qual o objetivo daquela fotografia (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011).

O segundo nível apresenta os sistemas estilísticos-semióticos, que as autores relacionaram com a composição fotográfica. Aqui percebe-se a aplicação dos princípios da proximidade, que ao agrupar e relacionar os elementos estabelece relações e tende a visualizar o todo representado. Dessa forma, objetos ou elementos que constituem uma fotografia ou um tema, começam a se materializar na identificação de como se dá o processo de formação dos quadros visuais (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011).

No nível três, as autoras apresentam os sistemas conotativos. Nesse nível, pessoas e objetos que fazem parte do enquadramento visual (*visual frame*), não apenas denotam um determinado indivíduo, coisa ou local, mas também as ideias ou conceitos ligados a eles. Dessa forma, as notícias visuais são analisadas através dos seus signos e suas relações, o enquadramento neste nível é restrito pelo fato de que as pessoas reconhecem apenas o que sabem. E vale lembrar que, ao lado da representação conotativa, se encaixa também a plataforma onde a fotografia está veiculada, incluindo o que foi compartilhado junto dela, como as legendas que acompanham o visual (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011).

Por fim, no quarto e último nível, as autoras conseguem identificar o enquadramento sendo regido por representações ideológicas, onde é possível ver também um representativo cultural de tudo que está sendo exposto no enquadramento visual. No nível quatro é possível reunir os símbolos e características estilísticas de uma imagem (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011).

Cada indivíduo é capaz de formar interpretação coerente que fornece uma explicação das entrelinhas do enquadramento visual (*visual frame*), o sentido implícito que vem por trás das representações em análise. Neste momento da construção do enquadramento é possível reconhecer as percepções culturais do indivíduo. (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011).

As autores apresentam, na fase a implicação direta de desejos e emoções, ou seja, a esfera mais sensível e mais potente do enquadramento visual “This level tackles how news images are employed as instruments of power in the shaping of

public consciousness and historical imagination”⁵ (ANDEN-PAPADOPOULOS, 2007 apud RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011, p. 57-58).

Assim, entende-se que o enquadramento organiza e classifica determinados cortes, a partir de diversas relações, tanto de quem o faz o recorte, como de quem recebe essa moldura, o que acaba criando um padrão na informação que é repassada. Desta forma, o que instigou esta pesquisa, é que pode-se supor que as fotografias de futebol compartilhadas no *Instagram*, assim como em jornais e revistas, possuem seu próprio enquadramento do que está sendo retratado, seguindo a cultura do futebol como, talvez, um parâmetro de moldura do que se é publicado.

5. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

O presente trabalho foi direcionado a partir de um objetivo central que é compreender como a interação das características técnicas e estéticas incidem sobre o enquadramento nas fotografias de futebol e aprofundar o conceito de enquadramento visual (*visual frame*), relacionando essas características com os níveis ou camadas de análise proposto por Rodriguez e Dimitrova (2011), que estão relacionadas com as inferências sobre os padrões encontrados na composição das fotografias de futebol no *Instagram* da *Getty Sport* e *Reuters Sports Pictures*.

A Agência Reuters está entre as mais antigas agências de notícias da história do jornalismo. Foi fundada em 1851, e contém cobertura única em mais de 16 idiomas, atingindo bilhões de pessoas todos os dias. Anualmente a agência produz cerca de 814 mil fotografias, além de também produzir vídeos e notícias⁶. A agência possui mais de dois mil clientes em 128 países, e suas imagens são reproduzidas em diversos perfis. Voltando-se agora ao *Instagram* das agências, atualmente o perfil da *Reuters* (@reuters) possui 3,5 milhões de seguidores, e soma um total de 7.937 publicações desde sua data de criação, que foi no dia 04 de fevereiro de 2011.

A *Reuters Sports Pictures* atende especificamente a fotografias de esportes, e no *Instagram* o perfil oficial da empresa reúne 78,1 mil seguidores, e já publicou

⁵ Tradução: “[...] ste nível aborda como as imagens das notícias são empregadas como instrumentos de poder na formação da consciência pública e da imaginação histórica” (Anden-Papadopoulos, 2007 apud RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011, p. 57-58, tradução nossa).

⁶ FONTE: www.reutersagency.com/

7.033 fotografias. A data de fundação do perfil esportivo (@reuterssport) foi no dia 13 de agosto de 2013, dois anos depois da agência aderir ao *Instagram*.

Já a *Getty Images*, vem se consolidando no mercado a menos tempo. A empresa foi criada no dia 14 de março de 1995, na cidade de Seattle em Washington, com o objetivo de reunir o mercado de arquivo de fotografias. A partir daí, a agência foi conquistando diversas aquisições, comprando empresas rivais, e investindo fortemente em bancos de imagens setoriais, especialmente as de fotografias esportivas.

Atualmente, o acervo da *Getty Images* é composto por mais de 80 milhões de imagens e ilustrações, e possui mais de 250.000 fotógrafos e produtores colaboradores do mundo inteiro. Além disso, cerca de um milhão de clientes obtêm produtos da equipe, oferecendo uma cobertura abrangente para mais de 160.000 eventos de notícias, esportes e entretenimento. A agência criou seu perfil oficial no *Instagram* (@gettyimages), no dia 6 de dezembro de 2012, e desde então a empresa de mídia soma 1,6 milhões de seguidores, com um total de 6.236 publicações. Agora, no perfil específico da editoria esportiva (@gettysport), a *Getty Sport*, possui 180 mil seguidores, e já postou 6.375 fotografias de esporte desde o dia 02 de outubro de 2013.

5.1 COLETA DE DADOS

Serão analisadas somente fotografias de futebol publicadas nos perfis de *Instagram* das agências analisadas, isso porque a popularização do futebol foi um dos fatores essenciais para o desenvolvimento da cobertura fotográfica de esportes. A linguagem do esporte fez com que a fotografia desenvolvesse novos olhares, e usando das palavras do Jornalista Nelson Rodrigues, no futebol, o pior cego é o que só vê a bola.

A coleta de dados foi executada com base no período de outubro, novembro e dezembro de 2020. A escolha do período acompanhou o período de iniciação ao trabalho de conclusão em 2020/2. Também contempla a possibilidade de análise, durante o período seguinte, em 2021/1, haja vista que somente nestes três meses, a agência *Reuters Sports Pictures* veiculou 188 fotografias relacionadas ao tema

futebol. A *Getty Sport* veiculou 8 fotografias, totalizando uma amostra de 196 fotografias.

As variáveis que complementam o levantamento realizado nesse período são Curtidas e Comentários presentes na linguagem da rede social *Instagram*.

5.2 DESCRIÇÃO DA ANÁLISE DE DADOS

Este trabalho busca compreender as características presentes nas fotografias com base na linguagem da fotografia de futebol e foi estruturado em duas etapas. A primeira etapa contemplou a realização de um levantamento das imagens de futebol na galeria de esportes, no período de outubro a dezembro de 2020.

O método escolhido foi a análise qualitativa das fotografias, tendo em vista que a imagem por si só proporciona uma unidade poderosa e única do acontecimento, das suas ações temporais e locais (LOIZOS, 2002). O trabalho utilizou o *software* de pesquisa qualitativa *New NVivo*, da empresa *QSR International*, para a codificação das categorias de análise de imagem.

A análise qualitativa da fotografia entende-se pela construção da categoria de análise, capaz de construir a transcodificação midiática, que é a tradução do visual para os signos linguísticos, logo, permite a construção e um texto interpretativo da imagem (COUTINHO, 2005). Assim, pretendemos trabalhar nesta pesquisa, por exemplo, formas de mapear e explicar possíveis padrões e agrupamentos visuais que norteiam o interesse do receptor, para talvez, estabelecer alguma conexão entre os resultados. Isso porque, a medida qualitativa somada à abordagem dentro das redes sociais, nos permite avaliar as conexões no corpus analisado (RECUERO, 2014). As dimensões que direcionaram as análises da primeira etapa estão descritas no Quadro 1.

Quadro 1: Dimensões de Análise das fotografias de futebol das agências Reuters Sports Pictures e Getty Sport (outubro a dezembro de 2020)

TEORIA	CONCEITO	DESCRIÇÃO	AUTORES	
Linguagem do Fotojornalismo	Iluminação	Lateral	Representa a ideia de profundidade e de relevo, isso pelo jogo de sombras do claro-escuro que ela permite.	Sousa (2002); Assis (2014); França (2014); Ang (2007)
		Fronta	Tem como tendência a alongar os volumes por conta da falta de sombras e de Contraste, além de chapar a imagem.	
		Contra-luz	Valorizada no sentido do conteúdo, já que com ela se ganha forma e perde a informação. Dando mais valor estético para a foto.	
		De cima para baixo	A iluminação mais comum de ser utilizada em fotos, é na sua maioria obtida através do Sol	
		De baixo para cima	Trás para fotografia efeitos considerados estranhos	
	Cor	Cores harmoniosas	Próximas (laranja, amarelo torrado, amarelo e vermelho)	
		Cores contrastantes	Cores fortes com cores neutras; cores claras e cores escuras e tons intensos e claros)	
	Planos Fotográficos	Plano Geral	Tem o intuito de situar o leitor, tendo o cenário como foco principal.	
		Plano Conjuntc	E quase um plano geral, porém, mais objetivo. Onde se é possível observar o mediador da ação, e a própria ação.	
		Plano médio	Tem como objetivo se aproximar da realidade, mostrando algo com o intuito de explicar a ação.	
		Close-up	Plano extremamente fechado, com objetivo de evidenciar detalhes e expressividades.	
	Ângulos	Normal	Imagem objetiva, buscando se aproximar do visível aos olhos	
		Plongée	Imagem feita de cima para baixo, dando perspectiva de inferiorização.	
		ContraPlongée	Imagem feita de baixo para cima, com intuito de valorizar o que se está sendo fotografado.	
Profundidade de Campo ou Ponto Focal. Capacidade de selecionar e transmitir ideias visuais (ANG, 2007)	Primeiro Plano	Permite isolar uma pessoa do fundo.		
	Segundo Plano/Fundc	Permite desfocar o objeto mais próximo a câmera, e dar destaque ao que se está atrás.		
Gênero do Fotojornalismo	Spot News / Notícias Fortes	Imagens únicas – e na fotoreportagem, caracterizada pelo esforço de criar + narrativas mais bem contextualizadas.	Sousa (2002); Keene (1995)	
	Notícias em geral / Atualidades	Se encaixam em cenários como coletivas de imprensa. Fotos que podem ser previstas antes de acontecerem realmente		
	Desporto	Notícias em gera Fotografias de ação desportiva		Se encaixam em cenários como coletivas de imprensa, em contexto controlados. Temáticas e imagens do cotidiano dos esportes.
		Feature de desportc		O interesse humano ou pictográfico em contextos esportivos. Imagens onde a ação e a emoção se sobrepõe ao contexto.
Fotografia de Futebol - Iconografia fotográfica do futebol	Com Bola / Sem bola	Esforço/Movimento	Congelado: Movimento travado, dando um flagrante no que se está sendo fotografado.	Dos Santos (2004); Keene (1995)
			Escurido(panning): Movimento sendo borrado, causando efeito de velocidade e dando um toque criativo a composição.	
		Choque Físico/Disputa	Jogadores disputando a bola.	
		Expressões (dor, exaustão, celebração, decepção...)	Expressões de atletas durante o jogo, ao perder um lance de gol, ao sentir dor.	
		Celebraçãc	Momento de vibração ao fazer um gol, por exemplo.	
		Lances inusitados	Lances inesperados dentro de campo.	
		Estádio/Torcedores: (período de coleta na pandemia)	Closes focando em torcedores ou nas grandes estruturas dos estádios.	
Manifestações/tumultos	Violência e tumultos em estádios, por manifestações contrárias aos clubes, ou rivalidade entre torcidas.			

Fonte: Elaborado pela autora

No *software New NVivo* a interface de codificação das categorias de análise acima descritas, está ilustrada na Figura 1.

Figura 1: Interface de codificação das categorias de análise no Software New NVivo

Nome	Arquivos	Referências	Criado em	Criado por	Modificado em	Modificado por
Linguagem Fotojornalismo	196	1949	08/07/2021 15:52	JG	03/08/2021 21:45	JG
Iluminação	196	390	08/07/2021 15:52	JG	03/08/2021 21:46	JG
Cor	196	390	08/07/2021 15:53	JG	03/08/2021 21:46	JG
Planos Fotográficos	196	390	08/07/2021 15:54	JG	03/08/2021 21:46	JG
Ângulos	196	390	08/07/2021 15:55	JG	03/08/2021 21:46	JG
Profundidade de Campo	196	389	08/07/2021 15:55	JG	03/08/2021 21:46	JG
Gênero do Fotojornalismo	196	196	08/07/2021 15:52	JG	03/08/2021 21:00	JG
Spot News	1	1	08/07/2021 16:01	JG	13/07/2021 07:59	DUDA
Desporto	195	389	08/07/2021 16:01	JG	03/08/2021 21:46	JG
Fotografia de Futebol	196	843	08/07/2021 15:52	JG	03/08/2021 21:44	JG
Com Bola	58	58	08/07/2021 16:06	JG	13/07/2021 20:10	DUDA
Sem Bola	138	138	08/07/2021 16:06	JG	21/07/2021 15:04	JG
Esforço-Movimento	117	117	08/07/2021 16:13	JG	13/07/2021 20:10	DUDA
Choque Físico- Disputa	37	37	08/07/2021 16:14	JG	13/07/2021 20:10	DUDA
Expressões	144	144	08/07/2021 16:14	JG	21/07/2021 15:04	JG
Celebração	94	94	08/07/2021 16:14	JG	21/07/2021 15:04	JG
Lances inusitados	24	24	08/07/2021 16:14	JG	20/07/2021 20:59	JG

Fonte: Elaborado pela autora

Dessa forma, foi possível verificar a presença das categorias de análise na amostra coletada e, posteriormente, efetuar o cruzamento dessas, de acordo com as teorias utilizadas no referencial teórico, possibilitando, assim a interpretação das imagens, de acordo com os objetivos declarados.

Outras variáveis inseridas na primeira etapa da pesquisa foram o número de curtidas e comentários, que direcionou uma segunda etapa de análise, também qualitativa, mas com base na Teoria do Enquadramento Visual (*visual frame*). Isso porque, o enquadramento é um recorte do olhar, onde cada indivíduo perpassa um caminho diferente para chegar até ele. (GOFFMAN, 2012). Para este trabalho foi utilizado o método de análise de enquadramento visual em níveis/camadas de Rodriguez e Dimitrova (2011), conforme Quadro 2.

Quadro 2: Níveis de Enquadramento Visual (*visual frame*) (RODRIGUEZ; DIMITROVA, 2011)

TEORIA	CONCEITO	DESCRIÇÃO DETALHADA DO CONCEITO		AUTORES
Teoria do Enquadramento	Níveis de enquadramento	Nível 1 – Sistema Denotativo: Imagem análoga à realidade, a foto crua vista de forma simples. O enquadramento limitado ao que se reconhece.	Molduras Primárias (primary frameworks): Definições comuns são acontecimentos naturais compartilhados culturalmente.	Goffman (2002) ; Rodriguez; Dimitrova (2011)
		Nível 2 - Sistemas estilísticos-semióticos: A composição fotográfica onde os elementos estabelecem relações entre si. Do particular, para o geral.	Linguagem Fotográfica (Nível técnico)	
		Nível 3 – Sistema Conotativo: Enquadramento não retrata apenas um determinado indivíduo, coisa ou local, mas também as ideias ou conceitos ligados a eles.	Tonalizações (keys): O conceito referência algo já conhecido pelo senso comum, contudo, adiciona um outro conceito ali, trazendo uma nova reflexão sobre algo que já estava estabelecido. (GOFFMAN, 2002)	
		Nível 4 - Visuais como representações ideológicas: um representativo cultural de tudo que está sendo exposto no enquadramento visual, sendo as entrelinhas do que se pode perceber a olho nu.	Fabricações (fabrications): esforços intencionais que têm como objetivo a produção de definições (GOFFMAN, 2002)	

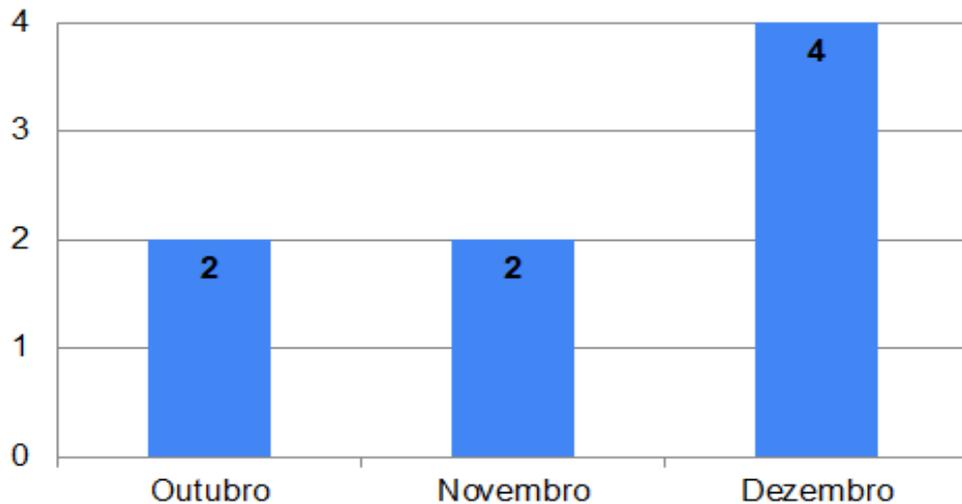
Fonte: Elaborado pela autora

A amostra de fotografias analisadas, na segunda etapa, foi determinada pelo número de curtidas. O corte efetuado foi acima de 2000 curtidas no *Instagram* das agências estudadas. Ao todo foram cinco imagens, sendo quatro da *Reuters Sports Pictures* e uma da *Getty Sport*. O objetivo desta etapa foi tentar perceber os padrões do fotojornalismo esportivo a partir das preferências dos seguidores das agências e os níveis de enquadramento visual.

6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

No levantamento das fotografias sobre a temática de futebol efetuadas na primeira etapa deste trabalho, foi possível observar que as agências estudadas veicularam 196 imagens entre os meses de outubro a dezembro de 2020, sendo 188 fotografias de futebol da Agência *Reuters Sports Pictures*, denominada, a partir de agora como Agência *RSP*, e oito da Agência *Getty Sport*, denominada como Agência *GS*. A Figura 3 apresenta a distribuição das fotografias da Agência *GS*.

Gráfico 1: Distribuição das fotografias da Agência GS



Fonte: Elaborado pela autora

O Gráfico 1 é a representação do número de publicações sobre futebol na Agência GS. Nos meses de outubro e novembro temos duas publicações de futebol em cada mês, sendo que em dezembro o número de publicações sobre futebol duplicou. A mudança de padrão de publicações de futebol pode estar relacionada a dois fatos, o primeiro foi a morte do Italiano Paolo Rossi (Quadro 3), e o segundo foi a final do Campeonato Mexicano de Futebol, também conhecida como Liga MX.

Quadro 3: Exemplo de fotografia em homenagem ao Italiano Paolo Rossi



Fonte: Agência GS (18/12/2020)

A Tabela 1 apresenta a repercussão das imagens veiculadas pela Agência GS durante o período analisado, a partir do número de curtidas e comentários no perfil do *Instagram*.

Tabela 1: Distribuição das fotografias de futebol por data, mês, curtidas e comentários pela Agência GS (Ano base 2020)

Código	Data	Mês	Nº Fotos/Mês	%	Curtidas	%	Comentários	%
GET01	30/10/2020	Outubro	2	3,9	796	1,1	2	0,6
GET02	30/10/2020				1974	2,8	11	3,5
GET03	13/11/2020	Novembro	2	3,9	775	1,1	0	0,0
GET04	25/11/2020				7338	10,3	50	16,1
GET05	10/12/2020	Dezembro	4	7,8	1259	1,8	5	1,6
GET06	14/12/2020				694	1,0	3	1,0
GET07	18/12/2020				1082	1,5	3	1,0
GET08	30/12/2020				985	1,4	5	1,6
TOTAL (Out./Nov./Dez.)			8	15,7	14903	20,9	79	25,5
TOTAL 2020 (Temática futebol)			51	100	71435	100	310	100
MÉDIA (3 meses)			3	---	4968	---	26	---
MÉDIA (2020)			4	---	5953	---	26	---

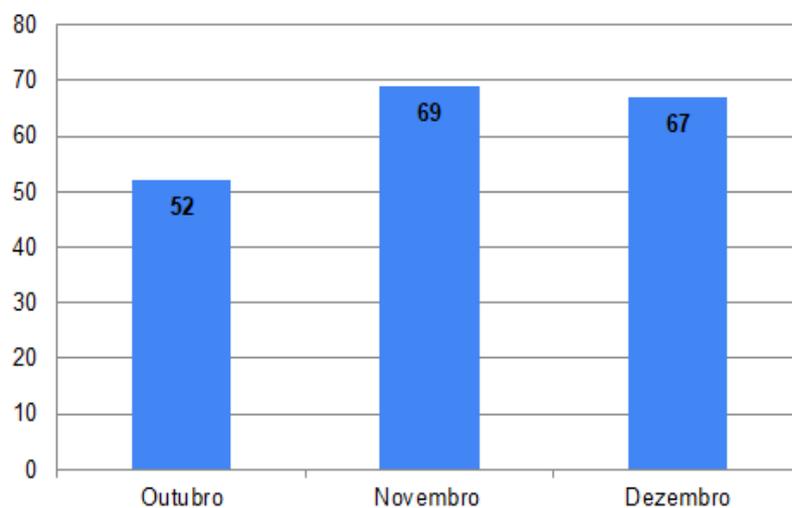
Fonte: Elaborado pela autora

Observou-se que a média das fotografias publicadas em três meses seguiu a tendência deste segmento durante todo o ano de 2020. Esse padrão visualizado abre margem para debater sobre o agendamento presente no calendário de publicações da Agência. É perceptível uma organização padrão na publicação de fotografia de futebol, isso porque apesar da ocorrência de diversos campeonatos e jogos durante o ano de 2020, a Agência seguiu sendo seletiva nas publicações. Da mesma forma, o engajamento também seguiu a tendência apresentada na Tabela 1, o que talvez explique o agendamento, já que se observa que o público que se interessa pelas fotos é bastante específico. E um dado complementar é que durante os doze meses de 2020, a Agência GP publicou mensalmente a média de 2 imagens com a temática de futebol. E dentre 375 fotografias esportivas publicadas em 2020, a agência somou um total anual de 51 fotografias de futebol.

A Agência *RSP* veiculou 188 fotografias, 23,5% vezes mais fotografias sobre a temática futebol do que a Agência GS. No entanto, o número de fotografias seguiu uma tendência. Foram 52 fotos em outubro de 2020 (27,7%), 69 fotos em novembro

(36,7%) e 67 fotos em dezembro (35,6%). As características dessa agenda estão apresentadas no Apêndice A e sumarizadas nos gráficos 2 e 3, em função do tamanho da amostra da Agência *RSP*.

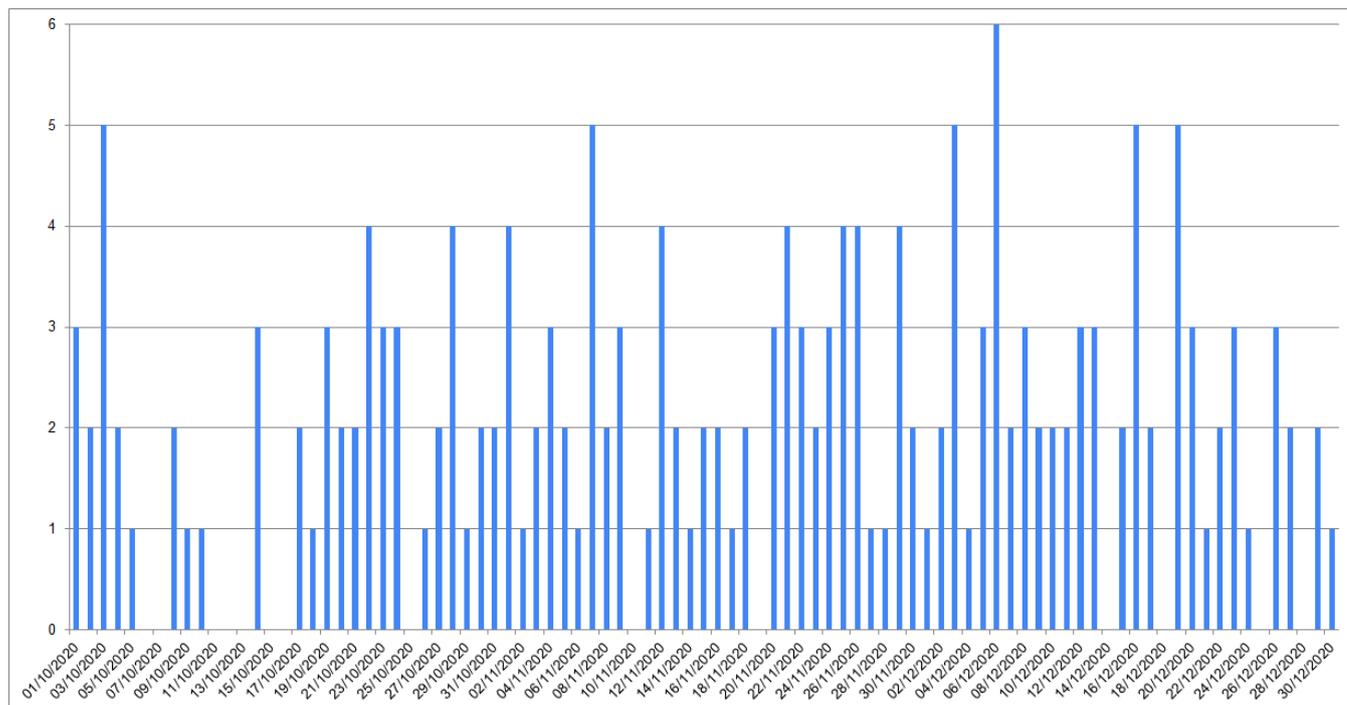
Gráfico 2: Distribuição das fotografias da Agência RSP



Fonte: Elaborado pela autora

Pode-se observar que durante todo o ano de 2020, a Agência RSP publicou mensalmente a média de 61 imagens com a temática de futebol. E dentre 1564 fotografias esportivas publicadas em 2020, a agência somou um total anual de 728 fotografias de futebol. A Figura 5 ilustra a distribuição das fotografias por dia.

Gráfico 3: Distribuição das fotografias da Agência RSP por dia (Outubro, Novembro e Dezembro/2020)



Fonte: Elaborado pela autora

O gráfico acima possibilita a identificação de alguns momentos onde houve um aumento na publicação de fotografias de futebol. Foi possível observar uma maior frequência de publicações em função dos diversos jogos na mesma rodada de alguns campeonatos, com a *Champions League* e a *Premiere League*. No dia 03 de outubro, por exemplo, foram publicadas cinco imagens, sendo quatro delas para noticiar o resultado de partidas simultâneas do mesmo campeonato, a *Premier League* que é a principal liga profissional de futebol da Inglaterra.

Quadro 4: Exemplos de imagens publicadas no dia 03/10/2021

 <p>reuterssport Old Trafford</p> <p>4 DE OUTUBRO DE 2020</p> <p>Curtido por gonzalo.fuentes.photography e outras 304 pessoas</p> <p>Premier League - Manchester United v Tottenham Hotspur - Old Trafford, Manchester, Grã-Bretanha - 4 de outubro de 2020 Tottenham Hotspurs Son Heung-min marca seu segundo gol.</p>	 <p>reuterssport Goodison Park</p> <p>3 DE OUTUBRO DE 2020</p> <p>Curtido por albertnavarrok e outras 285 pessoas</p> <p>Everton v Brighton & Hove Albion - Goodison Park, Liverpool, Grã-Bretanha - James Rodríguez, do Everton, comemora seu terceiro gol e comemorando com os companheiros de equipe.</p>
 <p>reuterssport St James's Park</p> <p>3 DE OUTUBRO DE 2020</p> <p>Curtido por albertnavarrok e outras 269 pessoas</p> <p>Premier League - Newcastle United v Burnley - St James 'Park, Newcastle, Grã-Bretanha - Allan Saint-Maximin, do Newcastle United, comemora após marcar seu primeiro gol.</p>	 <p>reuterssport Elland Road</p> <p>3 DE OUTUBRO DE 2020</p> <p>Curtido por gonzalo.fuentes.photography e outras 207 pessoas</p> <p>Premier League - Leeds United x Manchester City - Elland Road, Leeds, Grã-Bretanha - Raheem Sterling do Manchester City chuta para o gol.</p>
<p>Fonte: Agência RSP (03 de outubro de 2020)</p>	

Sob o ponto de vista das categorias de análise denominadas neste trabalho de Linguagem Fotográfica, foi possível observar que nas fotografias de futebol, apesar da diferença do número de amostras, ambas as agências têm grande presença de alguns aspectos fotográficos em comum. Como por exemplo, a grande

predominância de fotografia com objeto em primeiro plano e ângulo normal e os planos fotográficos classificados como plano conjunto e plano médio.

Em relação a iluminação, é importante destacar a grande incidência de fotografias tendo luz de cima para baixo, e também lateral, isso porque, durante as partidas de futebol, as arenas e estádios tem em sua maioria a iluminação em torno da estrutura, em pontos altos. Ou até mesmo, em situações em que os jogos são durante o dia, tendo uma luz totalmente natural, não possibilitando ao fotógrafo criar uma iluminação, ou a utilizar equipamentos de flash, por exemplo. Como afirma Keene (1995, p. 149), “[...] os fotógrafos de desporto não tem muito controlo [sic] sobre a luz com que têm que trabalhar.”, além disso, tem as variações climáticas durante os jogos que definem o tipo de luz disponível.

Já as cores, como citado por Dos Santos, as partidas de futebol são um cenário perfeito para jogo de cores, podendo criar uma atmosfera estética muito interessante, brincando com cores fortes e harmônicas. Vale observar que nesta pesquisa, dentre as fotos analisadas, grande parte delas possuem a predominância de cores contrastantes, presentes nos uniformes das equipes, saliência promovida por um destaque cromático no meio de multidões (DOS SANTOS, 2004).

E para compreender o enquadramento e a composição das fotografias de futebol com base nas amostras coletadas, a Tabela 2 sumariza os aspectos técnicos e estéticos das fotografias analisadas.

Tabela 2: Aspectos técnicos e estéticos da linguagem do fotojornalismo presentes nas fotografias das agências RSP e GS (Outubro, Novembro e Dezembro/2020)

Linguagem do Fotojornalismo	Getty Sport	%	Reuters Sports Pictures	%
Profundidade de Campo				
Primeiro Plano	7	87,5	164	87,2
Plano de Fundo	1	12,5	24	12,8
Subtotal	8	100	188	100
Planos Fotográficos				
Plano Conjunto	5	62,5	98	52,1
Plano Médio	2	25,0	60	31,9
Close-up	0	0,0	19	10,1
Plano Geral	1	12,5	11	5,9
Subtotal	8	100	188	100
Iluminação				
Lateral	5	62,5	72	38,3
De cima para baixo	2	25,0	110	58,5
Frontal	1	12,5	0	0,0
Contra-luz	0	0,0	4	2,1
De baixo para cima	0	0,0	2	1,1
Subtotal	8	100	188	100
Cor				
Cores harmoniosas	5	62,5	77	41,0
Cores contrastantes	3	37,5	111	59,0
Subtotal	8	100	188	100
Ângulos				
Plongée	4	50,0	23	12,2
Normal	3	37,5	134	71,3
Contra-Plongée	1	12,5	31	16,5
Subtotal	8	100	188	100

Fonte: Elaboração da autora

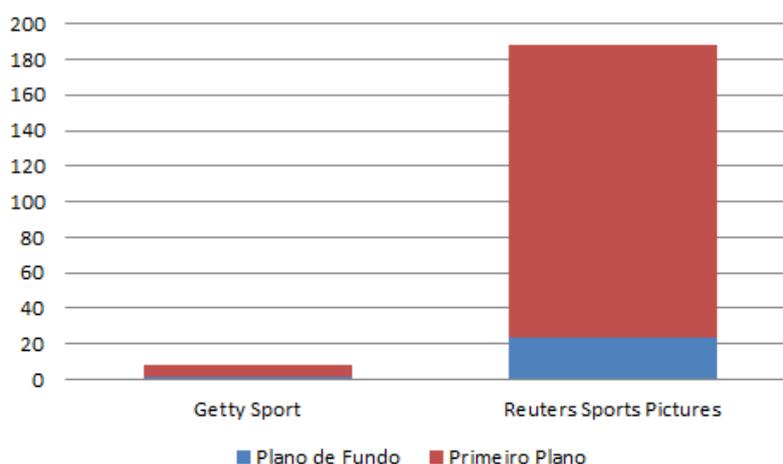
A Tabela 2 destaca a predominância de Profundidade de Campo em Primeiro Plano nas duas agências, sete fotografias da Agência GS (87,5%) e 164 fotografias da Agência RSP (87,2%). Verificou-se também a predominância de Plano Conjunto (Agência GS: 62,5% e Agência RSP: 52,1%). Apesar da diferença numérica na amostra, percebe-se que percentualmente são muito similares.

As distinções ficaram a cargo do tipo de Iluminação, Cores e Ângulos. Quanto à iluminação a Agência GS predominou a iluminação lateral (62,5%) e na RSP a de cima para baixo (58,5%). Nas cores na Agência GS predominou cores harmoniosas

(62,5%) e RSP cores contrastantes (59%). Os ângulos da Agência GS foi Plongée (50%) e RSP Ângulo normal (71,3%).

Os gráficos a seguir, ilustram os dados da Tabela 2. O Gráfico 4, destaca a presença de primeiro plano nas fotografias analisadas.

Gráfico 4: Distribuição das fotografias das agências GS e RSP no aspecto técnico/estético Profundidade de Campo (Outubro, Novembro e Dezembro/2020)



Fonte: Elaboração da autora

Observa-se a preferência por imagens onde se tem o objeto destaque com ponto focal em Primeiro Plano. A porcentagem de imagens em Primeiro Plano da Agência RSP é de 87,2%, e da Agência GS 87,5 % sendo em sua maioria fotos de jogadores comemorando lances de gol ou até mesmo atletas durante a disputa de bola. O Quadro 5 apresenta os exemplos de fotografias encontradas na amostra analisada.

Quadro 5: Exemplo de fotografia de temática de Futebol no aspecto profundidade de campo, nas agências GS e RSP

 <p>Instagram post from gettysport (Bramall Lane) showing a football match. The image captures a moment of action with players from Sheffield United and Manchester United competing for a yellow ball in the air. The background shows the stadium and other players.</p>	 <p>Instagram post from reuterssport (Emirates Stadium) showing Arsenal manager Mikel Arteta. He is in the background, looking towards the camera with a surprised expression. A yellow football is blurred in the foreground, partially obscuring his face.</p>
<p>PREMIERE LEAGUE Os jogadores do Sheffield United e Manchester United procuram ganhar a bola durante a partida.</p>	<p>PREMIER LEAGUE - ARSENAL X SOUTHAMPTON Técnico do Arsenal, Mikel Arteta em segundo plano a bola da partida.</p>
<p>Fonte: Agência GS (18 de dezembro de 2020)</p>	<p>Fonte: Agência RSP (30 de outubro de 2020)</p>

Na imagem da esquerda, jogadores de times adversários estão atentos e prontos para a ação, enquanto uma bola é cruzada para dentro da área. Os atletas estão em plano de fundo sendo a bola o objeto mais próximo da câmera. E a intenção focal, somada à imagem em plano conjunto. O ângulo da fotografia é plongée, possibilitando de forma certa a noção de que a bola está prestes a concluir o efeito do cruzamento.

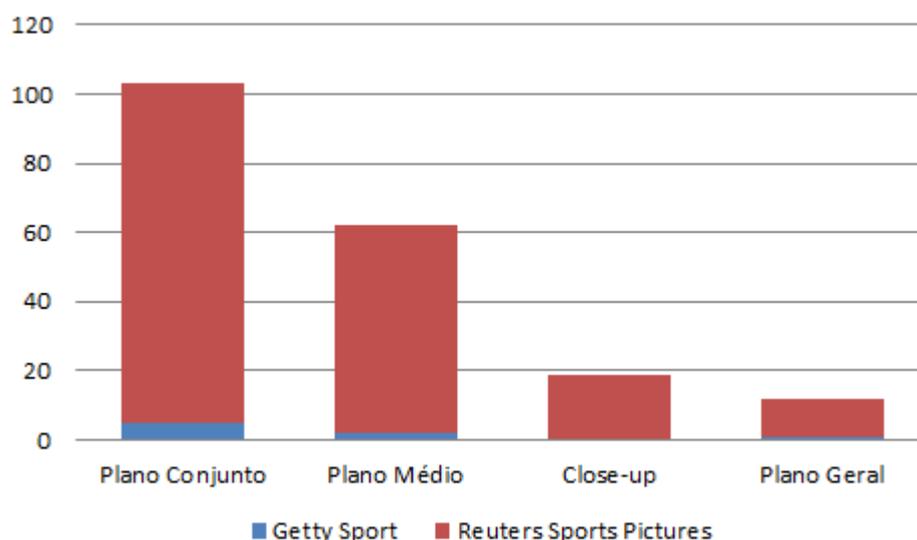
A fotografia da direita, em plano médio, mostra o técnico do Arsenal, Mikel Arteta em segundo plano, tendo uma bola desfocada no primeiro plano da imagem. O ângulo normal, somado ao desfoque do primeiro plano, traz a noção de que a bola está indo em direção ao homem, que está com uma expressão de espanto, trazendo um efeito conotativo e dando um ar de dramaticidade à imagem.

Quando tratamos, de forma específica a conotação, a profundidade de campo conferida é um dos principais aspectos estéticos/técnicos que interferem na composição de uma imagem (FRANÇA, 2014). Machado (2000) complementa,

explicando a importância desse tipo de composição, já que, ao utilizar a técnica, o fotojornalista já tem claro qual a sua intencionalidade. Isso porque, a técnica se dá entre a noção de espaço e pontos focais, em primeiro plano, ou ao plano de fundo, e principalmente, em relação ao equipamento fotográfico que é utilizado na hora de fotografar. Já que, as lentes teleobjetivas, possuem pouca profundidade de campo, e desfocam automaticamente alguns pontos da imagem.

Ao comparar os planos fotográficos mais usados na amostra, o Gráfico 5 ilustra a distribuição de planos fotográficos por agência.

Gráfico 5: Distribuição das fotografias das agências GS e RSP no aspecto técnico/estético Planos Fotográficos (Outubro, Novembro e Dezembro/2020)



Fonte: Elaboração da autora

A Agência GS teve sua porcentagem composta por 62,5% de imagens em plano conjunto e 25% em plano médio e 12,5% de plano geral. Sendo que a RSP contempla uma maior diversidade de planos, mas tem uma predominância o plano conjunto com 52,1%, seguido do plano médio 31,9%, close-up 10,1% e com uma menor incidência do plano geral com 5,9%. O Quadro 6 apresenta os exemplos de fotografias por plano fotográfico.

Quadro 6: Exemplos de fotografia de temática de Futebol no aspecto predominantes em Planos Fotográficos, nas agências GS e RSP

 <p>Instagram post from gettysport showing a close-up of Nobby Stiles in a red Manchester United jersey leaning on a goalpost. The image is a medium shot, focusing on the player and the goalpost.</p>	 <p>Instagram post from reuterssport showing a wide shot of a football match at Wembley Stadium. The image is a wide shot, capturing the entire field and the stadium lights.</p>
<p>HOMENAGEM Nobby Stiles, do Manchester United, olha para a câmera enquanto se apoia em uma trave, na copa do mundo de 1966.</p>	<p>AMISTOSO INTERNACIONAL - Inglaterra x República da Irlanda - Estádio de Wembley, Londres, Grã-Bretanha - Mason Mount da Inglaterra se prepara para cobrar o escanteio.</p>
<p>Fonte: Agência GS (30 de outubro de 2020)</p>	<p>Fonte: Agência RSP (12 de novembro de 2020)</p>

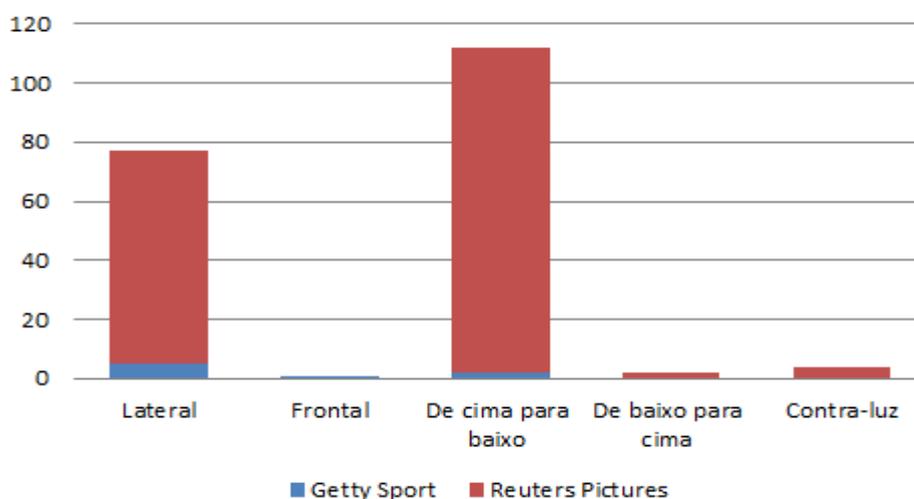
Nestes exemplos, a fotografia da esquerda tem como objeto central o jogador Nobby Stiles, que aparece em Plano Médio se apoiando numa trave da goleira, o que possibilitou ver o atleta como objeto principal, ocupando quase toda a imagem. Além disso, o plano médio acaba trazendo uma sensação de proximidade para com quem vê a imagem, quase que um olho no olho.

A imagem da direita é um exemplo de Plano Conjunto, com um jogador sinalizando uma jogada ensaiada, enquanto se prepara para cobrar um escanteio. Ao fundo, é possível ver os outros jogadores em posição, além de toda a estrutura do estádio, com luzes coloridas e arquibancadas. A fotografia se encaixa no Plano Conjunto porque consegue representar o objeto principal em destaque, além de trazer a atmosfera de todo o ambiente.

Segundo Sousa (2002), os fotojornalistas tendem a iniciar a cobertura de algo com planos gerais, mais abertos, uma vez que esses planos têm a intenção de contextualizar a fotografia. Em sequência, busca-se registrar aspectos que se sobressaem. Para isso, usam planos médios, planos de conjunto e grandes planos que trazem a emoção, os detalhes e a dramatização do objeto fotografado.

A iluminação de uma imagem também é um dos elementos que compõem o sentido e a estética da fotografia. O Gráfico ilustra a distribuição de tipos de luz nas imagens analisadas.

Gráfico 6: Distribuição das fotografias das agências GS e RSP no aspecto técnico/estético Iluminação (Outubro, Novembro e Dezembro/2020)



Fonte: Elaboração da autora

Em técnicas e predominância de iluminação, a GS teve de iluminação lateral 62,5%, iluminação de cima para baixo 25,0 %, frontal 12,5%, nenhuma fotografia contraluz 0%, de baixo para cima 0%. Já a RSP iluminação lateral 38,3%, de cima para baixo 58,5%, e apesar de ter um número maior de fotografias, não apresentou nenhuma incidência de iluminação frontal. Já na iluminação contraluz foi 2,1%, e para finalizar, é observada a iluminação de baixo para cima em 1,1% das imagens.

Quadro 7: Exemplo de fotografia de temática de futebol no aspecto iluminação, nas agências GS e RSP

 <p>Instagram post from gettysport (Belgrade, Serbia) showing a group of football players in dark blue and orange kits celebrating on a field. The image is taken from a low angle, capturing the players' expressions and movements.</p>	 <p>Instagram post from reuterssport (Elland Road - Leeds United FC) showing a football match in progress. Four players are visible on the field, with one player in a white kit (Leeds United) and others in dark kits (Burnley). The image is taken from a high angle, showing the players' shadows on the grass.</p>
<p>FINAL DO PLAY-OFF DO UEFA EURO 2020. Escócia na comemoração da vitória na final do Play-off do UEFA EURO 2020 entre a Sérvia e a Escócia, no Estádio Rajko Mitic em Belgrado, Sérvia.</p>	<p>PREMIER LEAGUE - LEEDS UNITED V BURNLEY Elland Road, Leeds, Grã-Bretanha - James Tarkowski do Burnley em ação com Patrick Bamford do Leeds United.</p>
<p>Fonte: Agência GS (13 de novembro de 2020)</p>	<p>Fonte: Agência RSP (27 de dezembro de 2020)</p>

O exemplo da esquerda pode se observar vários jogadores em celebração. A foto foi tirada tendo uma luz lateral do estádio incidindo nos jogadores, e a cena capta o momento exato da emoção dos atletas.

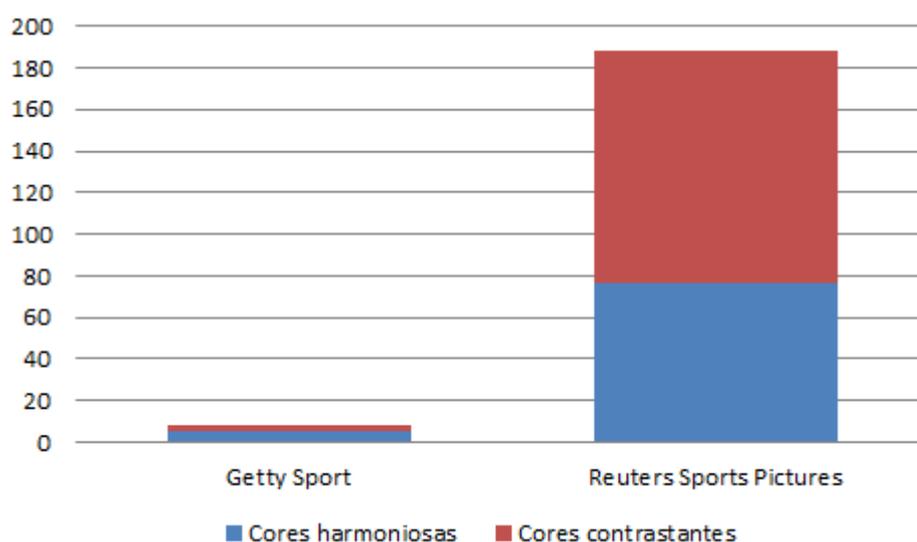
A imagem da direita apresenta quatro jogadores em ação, disputando a bola durante uma partida. E a presença da luz natural do sol, lateral, possibilitou observar a sombra dos atletas, deixando a imagem com um efeito estético diferente do habitual. Mais uma vez é importante destacar que o fotojornalista tem pouco controle sobre a luz no ato de fotografar, assim, o aspecto sorte junto com o olhar do fotógrafo e sua posição no campo, revelam a oportunidade de uma fotografia como esta.

Cabe lembrar que a iluminação ajuda a estabelecer as noções de profundidade, relevo, contraste, e tantas outras. A direção e o sentido da luz

determinam também as sombras do objeto, proporcionando efeito de textura e volume (SOUSA, 2002).

A composição da cor e o jogo de cores em todo seu contexto é um criador de sentidos de grande potencial.

Gráfico 7: Distribuição das fotografias das agências GS e RSP no aspecto técnico/estético Cor



Fonte: Elaboração da autora

Em relação às cores, predominam as fotografias com cores harmoniosas da Agência GS, com 62,5% e 37,5% cores contrastantes. Ao contrário, a RSP tem uma maioria de fotografias com cores contrastantes 59,0%, e 41,0% de cores harmoniosas. O Quadro 8 apresenta exemplos do aspecto Cor presente a amostra.

Quadro 8: Exemplo de fotografia de temática de futebol no aspecto cor, nas agências GS e RSP

 <p>Instagram post from gettysport showing a snowy football field with children playing. The image is dominated by white snow and light blue sky, with some colorful figures of children in the distance.</p>	 <p>Instagram post from reuterssport showing Kylian Mbappe celebrating a goal. He is in the foreground wearing a maroon jersey, while other players in yellow jerseys are in the background. The scene is set in a stadium with yellow seats.</p>
<p>WIMSLow, INGLATERRA. Equipe amadora em uma sessão de treinamento de futebol que ocorre em campos cobertos de neve.</p>	<p>COMEMORAÇÃO NANTES X PARIS ST GERMAIN Kylian Mbappe do Paris St Germain comemora após marcar seu segundo gol na partida.</p>
<p>Fonte: Agência GS (30 de dezembro de 2020)</p>	<p>Fonte: Agência RSP (01 de novembro de 2020)</p>

A primeira foto trazida com exemplo, tem a predominante presença de cores harmoniosas, em tonalidades mais claras. Na foto é possível ver crianças jogando futebol na neve. A imagem em plano geral, mostra várias cores, todas em tons semelhantes, dando uma sensação de tranquilidade ao contexto.

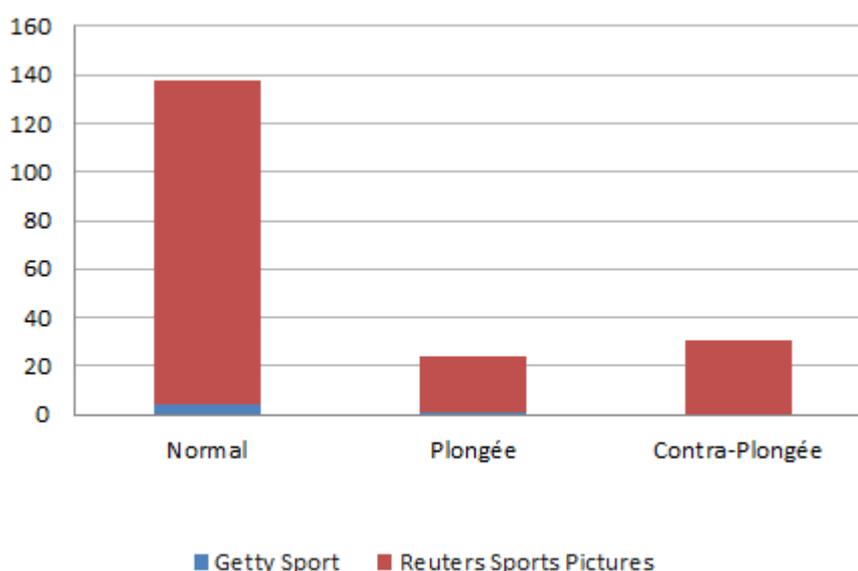
Em oposição, a segunda foto mostra um jogador de futebol comemorando em primeiro plano, e ao fundo dois atletas do time rival com expressões descontentes. O primeiro jogador tem um uniforme em tom de vinho, contrastando com o forte amarelo nos jogadores que estão em segundo plano.

Vale lembrar, que no futebol e em outros esportes, os uniformes das equipes devem ser contrastantes, e com cores bem distintas para facilitar o trabalho dos árbitros. Esse fator compactua ainda mais com o contexto, trazendo mais sentido à fotografia e a sensação de rivalidade entre os jogadores, tal como Sousa (2002), afirma quando fala que a cor pode despertar emoções e desbloquear memórias,

possibilitando a percepção do contexto e da cultura através dos olhos de quem vê (SOUSA, 2002).

Além da importância das cores, destacamos ainda que na hora de fotografar também é preciso lembrar o ângulo em que a câmera fotográfica fica. A Figura 14 ilustra esse contexto.

Gráfico 8: Distribuição das fotografias das agências GS e RSP no aspecto técnico/estético Ângulos (Outubro, Novembro e Dezembro/2020)



Fonte: Elaboração da autora

No aspecto de ângulos fotográficos, a Agência GS é metade composta por imagens de ângulos Plongée 50,00%, e o restante em ângulo normal 37,5% e contra-plongée 12,5%. A RSP ultrapassa a metade da porcentagem geral, contendo 71,3% de suas fotografias no ângulo normal. Sendo o restante de 12,2% plongée e 16,5% contra-plongée. O Quadro 9 mostra exemplos dos ângulos na fotografia.

Quadro 9: Exemplo de fotografia de temática de futebol no aspecto ângulos, nas agências GS e RSP

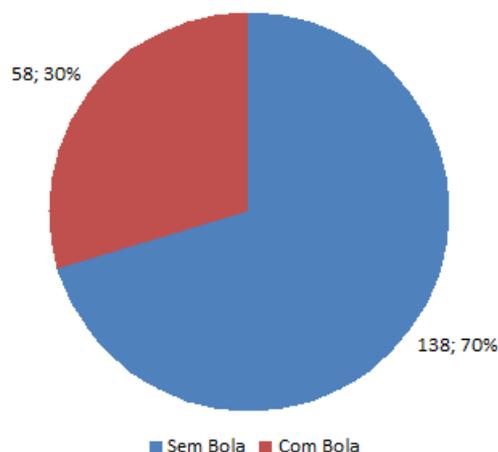
 <p>Instagram post from gettysport showing a crowd celebrating with a player (Diego Maradona) being carried on the shoulders of another person, holding a trophy (the World Cup).</p>	 <p>Instagram post from reuterssport showing a soccer player (Danilo D'Ambrosio) scoring a goal during a match, with a goalkeeper attempting to defend.</p>
<p>COPA DO MUNDO O capitão argentino Diego Maradona segura o troféu da Copa do Mundo, enquanto é carregado nos ombros de seu companheiro de equipe após a Copa do Mundo FIFA de 1986, no México. - 29 de junho de 1986.</p>	<p>CAGLIARI X INTER DE MILÃO Danilo D'Ambrosio do Inter de Milão marcando um gol durante a partida.</p>
<p>Fonte: Agência GS (30 de outubro de 2020)</p>	<p>Fonte: Agência RSP (13 de dezembro de 2020)</p>

Na foto da esquerda, é possível ver várias pessoas comemorando, enquanto um jogador em destaque segura um troféu, carregado nos ombros de outro homem. A imagem foi tirada em ângulo normal, com a câmera estando na mesma posição que o objeto central da imagem. É possível que o fotógrafo esteja um pouco mais distante ou em cima de algo para fazer essa angulação sobre a cabeça dos torcedores.

Na imagem da direita, em ângulo contra-plongée, se observa um goleiro tentando defender a bola em pleno salto. Em disputa direta com o goleiro, observa-se um jogador adversário que acabou de arrematar a bola. Este é um exemplo onde os ângulos conferem dimensão para a cena, podendo conotar superioridade ou inferioridade à ação (SOUSA, 2002).

Com os resultados apresentados até aqui é possível perceber que na maioria das vezes se opta por cenas em que o interesse humano se sobrepõe as demais cenas o que explica a maior parte das imagens serem de atletas e torcedores, por exemplo, como mostra o Gráfico 9.

Gráfico 9: Distribuição de Fotografias com e sem a presença da bola nas imagens veiculadas pelas agências GS e RSP



Fonte: Elaboração da autora

Foram encontradas 70% de fotografias sem a presença da bola como elemento de composição e 30% com bola. A Tabela 3 apresenta essa distribuição por agência.

Tabela 3: Distribuição das fotografias de futebol veiculadas pelas agências GS e RSP em relação a presença da bola (Outubro, Novembro e Dezembro/2020)

Presença da bola na Fotografia	Getty Images		Reuters Sports Pictures	
		%		%
Sem Bola	5	62,5	133	70,7
Com Bola	3	37,5	55	29,3
Total	8	100	188	100

Fonte: Elaboração da autora

Ambas as agências priorizam lances sem bola. A Agência GS 62,5% e a Agência RSP 70,7%. O Quadro 10 mostra exemplos de fotografias com e sem a incidência da bola.

Quadro 10: Exemplo de fotografia de temática de futebol no aspecto sem bola e com bola, nas agências GS e RSP

 <p>Instagram post from gettysport showing soccer players celebrating a victory on a podium with a trophy. The background features a blue archway with 'BBVA' branding.</p>	 <p>Instagram post from reuterssport showing two female soccer players in action, one in a white jersey and one in a red jersey, competing for a ball in the air.</p>
<p>APERTURA MEXICANO 2020 Os jogadores do Leon Clube comemoram sua vitória após derrotarem o Pumas UNAM na segunda partida da final. - Leon Stadium em 13 de dezembro de 2020 em Leon, México.</p>	<p>SUPERLIGA FEMININA Tottenham Hotspur v Manchester United - The Hive, Londres, Grã-Bretanha - Alessia Russo do Manchester United em ação com Shelina Zadorsky do Tottenham Hotspur.</p>
<p>Fonte: Agência GS (14 de dezembro de 2020)</p>	<p>Fonte: Agência RSP (10 de outubro de 2020)</p>

Na imagem da esquerda, atletas de uma equipe comemoram a conquista de um campeonato Mexicano. No plano, se percebe no rosto dos jogadores a expressão de felicidade e emoção com a vitória. No centro da imagem, dois atletas estão em destaque, enquanto um deles levanta um troféu.

Na fotografia da direita, duas mulheres disputam a bola em uma jogada. Uma delas está de uniforme branco, e a outra vermelha, as cores evidenciam a rivalidade e a disputa da bola o esforço característico do esporte.

No entanto, para os fotógrafos e editores de esporte, são as pessoas que proporcionam a emoção vista no esporte, o esforço, o choque físico, a celebração após o gol. Por isso, pode-se dizer que a frente desse primeiro dado, a presença da bola é uma mera formalidade, e as cenas que acontecem simultaneamente enquanto ela rola, são os elementos narrativos primordiais na amostra encontrada.

Esses resultados serão retomados na pesquisa qualitativa das imagens que revelaram a predominância de curtidas nos lances com bola.

A partir deste momento, os exemplos da agência GS irão se repetir, isso porque, durante o tempo de coleta, o número de publicações foi menor em relação a RSP. Desta forma, diminuindo também o número de amostras.

Quanto aos Gêneros do Fotojornalismo, a Tabela 4 mostra a distribuição de fotografias por gênero e por agência.

Tabela 4: Distribuição das fotografias de futebol veiculadas pelas agências GS e RSP em relação aos gêneros do fotojornalismo

Gênero do Fotojornalismo	Getty Images (*)	%	Reuters Sports Pictures (*)	%	Total (*)	%
Feature de desporto	6	75,0	154	81,9	160	81,6
Desporto (Notícias em geral)	2	25,0	33	17,6	35	17,9
<i>Spot News</i>	0	0,0	1	0,5	1	0,5
Total	8	100	188	100	196	100

Fonte: Elaboração da autora

Houve a predominância de fotografias classificadas como *feature photo* de desporto. Na Agência GS, de um total de oito publicações, seis delas foram deste gênero (75%) e duas foram Notícias em geral (25%). Já na RSP, a proporção entre os gêneros é ainda mais distinta, sendo 81,9% *feature* de desporto e Notícias em Geral 17,6%. O Quadro 11 dá exemplos de fotografias do tipo *Feature* de desporto.

Quadro 11: Exemplo de fotografia de temática de futebol no aspecto gênero do fotojornalismo, nas agências GS e RSP

 <p>Instagram post from gettysport (Belgrade, Serbia) dated 13 DE NOVEMBRO DE 2020. The image shows a group of football players in dark blue jerseys celebrating a victory. The caption below the image reads: 'FINAL DO PLAY-OFF DO UEFA EURO 2020. Escócia na comemoração da vitória na final do Play-off do UEFA EURO 2020 entre a Sérvia e a Escócia, no Estádio Rajko Mitic em Belgrado, Sérvia.'</p>	 <p>Instagram post from reuterssport (Arena do Grêmio) dated 15 DE NOVEMBRO DE 2020. The image shows a football player in a white jersey sliding on the grass during a match. The caption below the image reads: 'CAMPEONATO BRASILEIRO Grêmio x Ceará - Arena do Grêmio, Porto Alegre, Brasil - Carlos do Ceará em ação.'</p>
<p>FINAL DO PLAY-OFF DO UEFA EURO 2020. Escócia na comemoração da vitória na final do Play-off do UEFA EURO 2020 entre a Sérvia e a Escócia, no Estádio Rajko Mitic em Belgrado, Sérvia.</p>	<p>CAMPEONATO BRASILEIRO Grêmio x Ceará - Arena do Grêmio, Porto Alegre, Brasil - Carlos do Ceará em ação.</p>
<p>Fonte: Agência GS (13 de novembro de 2020)</p>	<p>Fonte: Agência RSP (15 de novembro de 2020)</p>

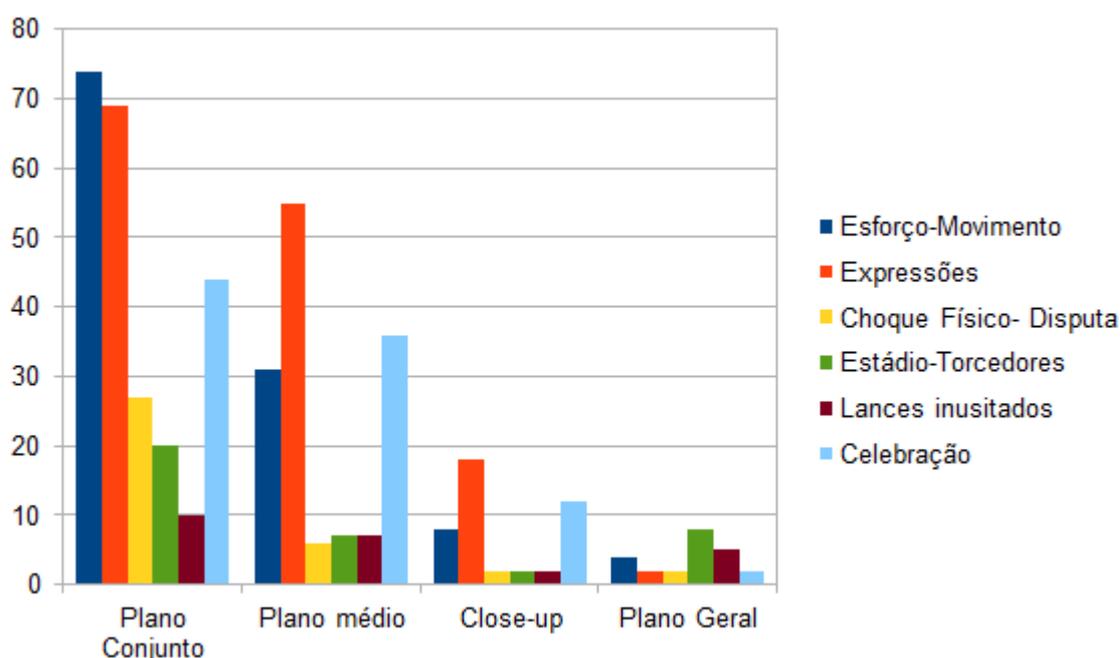
Na imagem da esquerda os atletas celebram a vitória. O plano médio somado a angulação normal, fazem com que a imagem se torne mais próxima de quem a vê, dando mais emoção e caracterizando a *feature photo*. Temos a presença de contraste cromático, acentuando a composição e destacando ainda mais a equipe abraçando o goleiro.

Na segunda imagem de exemplo, é possível ver dois jogadores em conflito direto ao disputar a bola. O atleta com uniforme branco está deslizando no chão após ter dado “um carrinho” no jogador adversário, que pula para não ser atingido pelo atleta de branco. A cena recebe dramaticidade se dá pela velocidade do lance e por ter um atleta “voando” em cima do outro e, ainda, destacando a ação do atleta de baixo prevê o contato com o chão.

Com esses exemplo e resultados, e somado a minha experiencia, percebo que a espontaneidade dos momentos é a marca de uma bela fotografia que foi captada por um fotógrafo paciente e dinâmico. São nas features que permitem ao fotojornalista expressar seu valor artístico e criativo ao passar a informação. É a beleza do jamais visto, algo incomum aos olhos. A feature foto de desporto consegue passar ainda mais emoção, despertando um misto de sensações dentro da cultura futebolística.

Ressaltamos, neste trabalho, a importância das cenas em relação ao entendimento do jogo pelo fotógrafo. O Gráfico 10 apresenta um cruzamento de planos fotográficos em relação à Linguagem da fotografia de futebol, proposta por Keene (1995) e dos Santos (2014).

Gráfico 10: Distribuição dos Planos Fotográficos em relação à linguagem da fotografia de futebol nas imagens veiculadas pelas agências GS e RSP



E na fotografia de futebol, são vários os elementos que podem harmonizar um enquadramento e como os fotógrafos das agências contextualizam esses elementos. As fotografias com os elementos Esforço/Movimento e Choque Físico/Disputa se expressaram na amostra em plano conjunto, primordialmente, porque é possível ver todo o corpo dos atletas no contexto do gramado. As categorias expressões e celebração, por sua vez, se dividiram entre o Plano Conjunto e o Plano Médio. Tal

fato é previsível, uma vez que plano conjunto dá o contexto da cena e o Plano Médio dramatiza a cena, aproximando o elemento central da fotografia, que é o atleta em situação extrema de dor ou comemoração. Os lances inusitados estiveram distribuídos em todos os planos, com exceção do Close-up. Essa dificuldade se deve à velocidade dos esportes, e, principalmente por conta da distância dos lances em relação ao fotógrafo. Esses momentos se vê a dificuldade técnica no fotojornalismo de esporte, já que para flagrar um jogador em meio ao campo em plano close-up, se faz obrigatório a utilização de uma tele-objetiva. É por isso, que Dos Santos (2014) considera uma inovação na fotografia de futebol, haja vista a dificuldade técnica na execução deste plano.

O próximo quadro ilustra os planos fotográficos em relação com a linguagem da fotografia de futebol.

Quadro 12: Exemplo de fotografia de temática de futebol em plano conjunto nas imagens veiculadas pelas agências GS e RSP.

 <p>gettysport</p> <p>Curtido por gettyimages e outras 1.973 pessoas</p> <p>30 DE OUTUBRO DE 2020</p>	 <p>reuterssport Lecarrow, Leitrim, Ireland</p> <p>Curtido por alexis_vi_ar e outras 560 pessoas</p> <p>11 DE DEZEMBRO DE 2020</p>
<p>COPA DO MUNDO O capitão argentino Diego Maradona segura o troféu da Copa do Mundo, enquanto é carregado nos ombros de seu companheiro de equipe após a Copa do Mundo FIFA de 1986, no México. - 29 de junho de 1986.</p>	<p>FINAL INUSITADA Cavalos pastam durante a final da Roscommon & District Football League Challenge Cup entre Castlerea Celtic e St. Peters FC, seguindo as restrições do governo sobre a participação de torcedores em meio à pandemia da doença coronavírus (COVID-19), em Lecarrow, Irlanda.</p>
<p>Fonte: Agência GS (30 de outubro de 2020)</p>	<p>Fonte: Agência RSP (11 de dezembro de 2020)</p>

Na primeira imagem um atleta comemora segurando um troféu, junto a ele é possível ver várias pessoas vibrando também. E na estrutura do estádio, uma torcida em massa é retratada em plano de fundo.

Na foto da direita, em primeiro plano se percebe uma partida de futebol, em tendo um jogador conduzindo a bola e um juiz acompanhando o lance. Além de também se pode visualizar o banco de reservas. Mas o mais impressionante é a composição de fundo, que retrata uma tropa de cavalos no pasto, dando uma dimensão de onde acontecia o jogo. É esse exemplo que traduz a importância da curiosidade e do dinamismo dentro do fotojornalismo, e aqui na fotografia de futebol. Se o fotógrafo tivesse enquadrado de outra forma este lance, não capturando os cavalos ao fundo, esta imagem teria valor informativo e estético muito inferior ao que tem.

Quadro 13: Exemplo de fotografia de temática de futebol em plano médio nas imagens veiculadas pelas agências GS e RSP.

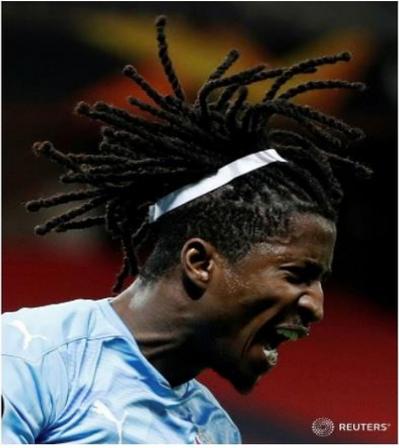
 <p>gettysport Belgrade, Serbia</p> <p>Curtido por p_levente e outras 754 pessoas</p> <p>13 DE NOVEMBRO DE 2020</p>	 <p>reuterssport Turf Moor</p> <p>Curtido por gonzalo.fuentes.photography e outras 174 pessoas</p> <p>31 DE OUTUBRO DE 2020</p>
<p>FINAL DO PLAY-OFF DO UEFA EURO 2020. Escócia na comemoração da vitória na final do Play-off do UEFA EURO 2020 entre a Sérvia e a Escócia, no Estádio Rajko Mitic em Belgrado, Sérvia.</p>	<p>PREMIER LEAGUE Burnley x Chelsea - Turf Moor, Burnley, Grã-Bretanha - Kurt Zouma do Chelsea comemora seu segundo gol com Tammy Abraham</p>
<p>Fonte: Agência GS (13 de novembro de 2020)</p>	<p>Fonte: Agência RSP (31 de outubro de 2020)</p>

A imagem da esquerda dos jogadores comemorando, está em um plano médio de três terços, e em relação a arena que os atletas estão, o plano fica ainda mais específico.

A imagem da direita se dá também, em atletas vibrando e comemorando, dois jogadores estão em primeiro plano, enquanto ao fundo pode-se perceber atletas rivais e outros companheiros de sua equipe, que estão indo até eles para se juntar a celebração.

Outro acontecimento percebido na análise da tabela 4, foi a de que mesmo não havendo a presença de close-up na GS, o plano foi o terceiro mais utilizado no ranking geral das fotografias analisadas da agência RSP. O plano Close-Up é denominado por Sousa, 2002, como o “Grande plano”, é neste enquadramento que se enfatizam as particularidades, como suor no rosto, expressão facial, entre outros. como esperado, nas fotos analisadas foi possível ver a aplicação desse plano para flagrar expressões faciais e a vibração dos jogadores.

14: Exemplo de fotografia de temática de futebol em plano close-up nas imagens veiculadas pela agência RSP.

 <p>reuterssport Allianz Riviera</p> <p>26 DE NOVEMBRO DE 2020</p> <p>Curtido por thomasfotografo13 e outras 305 pessoas</p>	 <p>reuterssport RheinEnergieSTADION</p> <p>17 DE DEZEMBRO DE 2020</p> <p>Curtido por albertnavarrok e outras 236 pessoas</p>
<p>Liga Europa - Grupo C - OGC Nice v Slavia Praga - Allianz Riviera, Nice, França - Slavia Praga Peter Olayinka comemora marcar seu segundo gol</p>	<p>Bundesliga - FC Cologne v Bayer Leverkusen - RheinEnergieStadion, Colônia, Alemanha - Florian Wirtz do Bayer Leverkusen comemora seu quarto gol.</p>

Fonte: Agência RSP (26 de novembro de 2020)

Fonte: Agência RSP(17 de dezembro de 2020)

Nas duas fotos da agência RSP é possível observar o plano close-up captando a expressão perfeita do rosto dos atletas. Na imagem da esquerda, um jogador vibra muito, e parece soltar um grito de entusiasmo. Já na segunda imagem, um atleta comemora um gol olhando para o fotógrafo e fazendo uma careta divertida.

E por último, se percebe uma menor preocupação com os planos gerais, sendo os menos utilizados nas fotografias das agências aqui analisadas. Sendo que, na agência GS além de não haver presença de plano close, também não foi constatado plano geral na amostra.

Quadro 15: Exemplo de fotografia de temática de futebol em plano geral nas imagens veiculadas pelas agências GS e RSP.



Fonte: Agência RSP (28 de outubro de 2020)

Na fotografia de exemplo, é possível ter uma vista geral de um estádio à noite, podendo observar toda a estrutura e iluminação, além de também, conseguir dar uma noção da dimensão do monumento. Em minha concepção, esse tipo de imagem pode ser de grande valor cultural dentro da fotografia de futebol, já que é nos estádios que a magia do acontece.

Dentro da cultura futebolística, o estádio é a casa da equipe, e é nele que se vive todas as emoções de jogos decisivos e lances memoráveis. No Brasil, alguns estádios se tornaram lendas junto com os atletas que fizeram história nele, como exemplo clássico, cito o Maracanã, que com seu histórico dentro do futebol acabou se tornando um ponto turístico no Rio de Janeiro. Uma certeza é a de que para os torcedores fanáticos, a sede da equipe do coração é como se fosse a sua segunda casa. E o plano geral consegue trazer toda a dimensão visual da estrutura.

6.1 ANÁLISE QUALITATIVA A PARTIR DO ENQUADRAMENTO

Dentre os três meses analisados cinco fotografias obtiveram maior número de engajamento, tendo alcançado, no mínimo, 2000 curtidas no *Instagram* das agências *Reuters Sports Pictures* e *Getty Sport*. Tal recorte possibilitou efetuar a segunda etapa do estudo, a saber, a análise do enquadramento em quatro níveis/camadas de enquadramento proposto por Rodriguez e Dimitrova (2011).

As fotografias foram apresentadas neste trabalho por ordem cronológica. Três das cinco fotografias que receberam maior engajamento estavam relacionadas à homenagem que as agências fizeram quando ocorreu a morte de um dos maiores símbolos do futebol mundial, Diego Armando Maradona Franco (Maradona), no dia 25 de novembro de 2020, aos 60 anos de idade.

O Quadro 16 mostra a fotografia publicada pela Agência GS. A publicação recebeu 7.338 curtidas. A fotografia foi executada pelo fotógrafo Steve Powell e conseguiu representar a grandiosidade do atleta homenageado, onde o craque argentino Diego Maradona aparece sendo marcado por seis defensores belgas, na Copa do Mundo em 1982.

Quadro 16: Fotografia publicada em homenagem em decorrência à morte de Diego Maradona



gettysport

gettysport • D10S... Diego Maradona, one of the greatest footballers of all time, has passed away from a heart attack at the age of 60. Maradona led Argentina to victory in the 1986 World Cup and to the Final in 1990. He also helped his club team Napoli win their only two Italian League titles.
#diegoarmandomaradona #diegomaradona #diego #maradona #d10s #football #soccer 📷 by Steve Powell/Getty Images

33 sem

7.338 curtidas

25 DE NOVEMBRO DE 2020

Entrar para curtir ou comentar.

gettyimages | 25 YEARS

D10S ... Diego Maradona, um dos maiores jogadores de futebol de todos os tempos, faleceu de um ataque cardíaco aos 60 anos. Maradona levou a Argentina à vitória na Copa do Mundo de 1986 e à final em 1990. Também ajudou o seu clube Napoli a conquistar seus dois únicos títulos da Liga italiana.

Fonte: Agência GS (25 de novembro de 2020)

Ao aplicar os níveis de enquadramento de Rodriguez e Dimitrova (2011), o nível um, tido como sistema denotativo, percebe-se os atletas de times rivais em uma partida de futebol, com destaque a um jogador que tinha a posse de bola.

A composição fotográfica nos leva ao Nível dois é possível ver Diego Maradona em primeiro plano, com um uniforme de listras em azul e branco da seleção Argentina. O atleta está de costas para a câmera em primeiro plano e tem a bola sob seu domínio. No plano de fundo, é possível ver seis atletas do time da Bélgica, com uniformes em laranja e branco. A fotografia em plano conjunto, permite

perceber as expressões e o movimento desnordeado dos corpos dos atletas que estão tentando tirar a bola de Maradona. O contraste de cores também evidencia a desproporção da rivalidade estabelecida na cena. E, justamente, unindo todos os elementos, chega-se ao nível conotativo, que expressa a genialidade de Maradona quando o coloca em frente a seis atletas rematando a bola com muito domínio. Esta fotografia carrega consigo toda a carreira de Maradona, onde o atleta sempre esteve à frente da grande maioria dos atletas. O quarto nível de enquadramento estabelece a relação de Maradona no que tange à cultura do futebol, expressa pela escolha da agência por essa fotografia (*visual frame*) que recebeu 7.338 curtidas, mais que três vezes o valor de corte proposto por este estudo (2.000 curtidas). Ou seja, postumamente Maradona foi consagrado como profissional em campo, não evidenciando o jogador como protagonista de escândalos fora dos gramados. Este fato não surpreende, visto que é uma homenagem ao jogador, comprovada na legenda da fotografia.

O Quadro 17 mostra a fotografia publicada no dia 14 de outubro de 2020 pela Agência RSP e retrata um lance da *UEFA Nations League*, em um jogo do Grupo 3 onde a seleção da Croácia enfrentou a França, no Estádio *Maksimir* na capital da Croácia, *Zagreb*. Na fotografia, se vê os atletas *Milan Badelj* da Croácia em ação com o francês *Adrien Rabiot*. A fotografia foi executada por *Antonio Bronic*. A publicação recebeu 2.188 curtidas.

Quadro 17: Fotografia de um lance inusitado na UEFA Nations



reuterssport Stadion Maksimir

reuterssport Football - UEFA Nations League - League A - Group 3 - Croatia v France - Stadion Maksimir, Zagreb, Croatia - Croatia's Milan Badelj in action with France's Adrien Rabiot #reuters #reuterssport #reuterspictures #sportspictures #sportsphotography #sport #pictureoftheday #picoftheday #bestoftheday #france #funny #croatia #uefanationsleague @antoniobronic

39 sem

nallyacuna 🐱 🐶 🐼 🐻 🐾

2.188 curtidas
14 DE OUTUBRO DE 2020

Entrar para curtir ou comentar.

UEFA Nations League - Liga A - Grupo 3 - Croácia x França - Stadion Maksimir, Zagreb, Croácia - Milan Badelj da Croácia em ação com Adrien Rabiot da França.

Fonte: Agência RSP (14 de outubro de 2020)

A partir desta imagem as camadas de enquadramento foram aplicadas sem descrever os níveis.

Durante uma disputa de bola, o jogador croata segura no calção do jogador de uniforme azul, que está dando um salto. Como resultado, o atleta teve a parte frontal da cueca à mostra. A foto além de captar a velocidade do lance, também conseguiu flagrar a ação, que somada ao contraste de cores deixou a fotografia ainda mais atrativa. Fotos em lances decisivos são o ponto chave do fotojornalismo esportivo, pois além da narrativa do jogo, também contempla a performance dos atletas. Esta fotografia em especial, foge do que se é esperado de um jogo de

futebol, foi categorizada como lance inusitado, apesar do amplo contato físico que o esporte proporciona não é suposto que os jogadores tirem os uniformes em lances de bola dividida. A repercussão, portanto, se dá exatamente por sair do que se espera de um jogo de futebol, apesar de ser uma disputa de bola, considerada como um fato inerente ao esporte.

O Quadro 18 mostra a fotografia que retoma o tema da morte do jogador Maradona. Foi publicada pela agência *RSP*, sendo a fotografia capa de uma publicação com um total de 10 imagens. A publicação recebeu 2.433 curtidas.

Quadro 18: Fotografia publicada em homenagem em decorrência à morte de Diego Maradona pela Agência RSP

	<p>reuterssport Worldwide</p> <p>reuterssport Diego Maradona 1960-2020</p> <p>#reuters #reuterssport #reuterspictures #sportspictures #sportsphotography #sport #pictureoftheday #picoftheday #bestoftheday #maradona #diegomaradona #argentina #napoli #diego #worldcup</p> <p>33 com</p> <p>2.433 curtidas</p> <p>25 DE NOVEMBRO DE 2020</p> <p>Entrar para curtir ou comentar.</p>
<p>Diego Maradona 1960-2020</p>	
<p>Fonte: Agência RSP (25 de novembro de 2020)</p>	

Pode-se observar Maradona comemorando, ao lado do árbitro da partida. A imagem em plano conjunto e iluminação de cima para baixo tem uma linha do campo separando Maradona do árbitro, evidenciando que eles estão em hierarquias diferentes, já que a arbitragem tem máximo comando em uma partida de futebol. Contudo, a fotografia sugere que o juiz, ao mesmo tempo em que apita e sinaliza o que parece ser o gesto indicador de final da partida, conota estar comemorando

como o jogador argentino. Nas entrelinhas, até o árbitro que deve ser imparcial, também vibrou ao lado de Maradona.

O Quadro 19 mostra a fotografia publicada no dia 26 de novembro de 2020, um dia após a morte de Maradona. A fotografia também é capa de uma sequência de imagens que trazem o sofrimento e o luto dos torcedores, após a perda de Maradona. A publicação recebeu 2.233 curtidas.

Quadro 19: Fotografia de uma torcedora lamentando a morte de Diego Maradona.

	<p>reuterssport  Naples, Italy</p> <p>reuterssport  Fans in Italy and Argentina pay their respects to Diego Maradona who passed away yesterday aged 60 #reuters #reuterssport #reuterspictures #sportspictures #sportsphotography #sport #pictureoftheday #picoftheday #bestoftheday #argentina #diegomaradona #maradona #naples #buenosaires #diego @cirodelucapix Yara Nardi and Martin Villar</p> <p>2.233 curtidas</p> <p>26 DE NOVEMBRO DE 2020</p> <p>Entrar para curtir ou comentar.</p>
<p>Torcedores da Itália e da Argentina prestam homenagem a Diego Maradona, que faleceu ontem aos 60 anos</p>	
<p>Fonte: Agência RSP (26 de novembro de 2020)</p>	

Na imagem em plano médio, uma mulher está abraçada a um homem que veste uma camiseta de número 10 da seleção Argentina, com o nome de Maradona. A mulher também está com uma camiseta da Argentina em cores azul e branca, chorando com o rosto encostado nas costas do homem, junto a letra “A” final do nome de Maradona, impresso na camiseta. A mão esquerda da mulher está encostada no número 10 impresso da camiseta. Mais uma representação do prestígio e do luto dos torcedores ao redor do mundo. O que é confirmado pela

legenda da fotografia, que fala de torcedores italianos e argentinos. No quarto nível, é possível constatar a necessidade de conforto em relação à perda do jogador Maradona, descrita pelo choro e pela ação da mão da mulher nas costas no homem, sobre o número 10.

O Quadro 20 mostra a fotografia publicada no dia 28 de novembro de 2020. A publicação obteve 2.830 curtidas, e foi captada pelo fotógrafo *Clive Brunskill*. A fotografia é de um jogo da *Premier League*, do time Everton contra o Leeds United no *Goodison Park*, em Liverpool na Grã-Bretanha.

Quadro 20: Fotografia do goleiro Illan Meslier do Leeds United em ação.

	<p>reuterssport Goodison Park</p> <p>reuterssport • Football - Premier League - Everton v Leeds United - Goodison Park, Liverpool, Britain - Leeds United's Illan Meslier in action #reuters #reuterssport #reuterspictures #sportspictures #sportsphotography #sport #pictureoftheday #picoftheday #bestoftheday #premierleague #goalkeeper #everton #leeds Picture - Clive Brunskill / Pool via REUTERS</p> <p>2.830 curtidas 28 DE NOVEMBRO DE 2020</p> <p>Entrar para curtir ou comentar.</p>
<p>Futebol - Premier League - Everton x Leeds United - Goodison Park, Liverpool, Grã-Bretanha - Illan Meslier do Leeds United em ação</p>	
<p>Fonte: Agência RSP (28 de novembro de 2020)</p>	

No primeiro plano, tem uma bola amarela desfocada e parada no lado de fora do campo. Esta bola está em diagonal com a bola em disputa dentro do campo. No lance do jogo o goleiro *Illan Meslier* do Leeds United está tentando impedir um lance de gol. A fotografia tem como personagem central o goleiro, que está em pleno ar, pulando em direção da bola que está sob o domínio de um atacante do time adversário. A sobreposição da imagem das duas bolas, no entanto, conota que o goleiro está tocando as duas bolas, demonstrando o domínio do jogador sobre o lance. A imagem retoma a cultura do futebol quando remete a ideia de que a defesa do goleiro tem o mesmo peso que o gol.

Exemplo disso é possível resgatar que nas defesas algumas expressões são cunhadas por jornalistas esportivos e permeiam a memória de quem assiste a cenas como essa. São elas: “que defesa heroica” ou o bordão trazido pelo programa televisivo Fantástico da rede Globo, “defendeu como um gato”, narrada na voz de Tadeu Schmidt. E nesta imagem, o ângulo do clique traz a figura do guarda-redes como se fosse um herói em pleno voo, ou um felino capturando sua presa.

Assim, o enquadramento das fotografias pode ser sintetizado pelo registro da intervenção humana sobre o futebol. Todas as cinco fotos tem a ação, combinada com a emoção do esporte prevalecendo o gênero *feature photos* de desporto.

Um aspecto que chama a atenção nesta análise qualitativa é que, apesar da maior parte das fotografias publicadas pelas duas agências nos meses analisados (outubro, novembro e dezembro/2020) prevalecer lances sem bola (70%, Gráfico 9), três, das cinco fotografias com maior repercussão combinam a ação esportiva e todas as características presentes na linguagem fotográfica no futebol com a presença da bola como elemento decisivo para a composição fotográfica. Isso parece estar relacionada com desejo do público na fruição das imagens e interação com os perfis analisados por lances com bola, contradizendo a decisão dos editores ou a equipe que decide pela publicação ou não de fotografias e até mesmo na ação dos fotógrafos em si.

Outra questão relacionada a este aspecto da presença da bola nas fotografias que precisa ser destacada é que certamente a agenda da morte do jogador argentino Maradona influenciou essa etapa do estudo. Como o determinante para o recorte da análise dos níveis de enquadramento eram as fotografias mais curtidas, talvez, em outros períodos, os resultados poderiam ser distintos.

Mas pelo que analisamos a partir do enquadramento, a repercussão junto ao público e a presença dos lances com bola poderá servir de orientação para futuras análises sobre as imagens que receberam a atenção do público, ou remetem a algum tipo de preferência, quando tratamos de fotografias de futebol.

Na minha experiência pessoal, ao falar da preferência do fotógrafo, parece estar relacionada com flagrar os momentos importantes, segundo a minha intencionalidade e o contexto em que a partida acontece. Por exemplo, se o treinador de alguma equipe está sob pressão de vitória e corre o risco de ser demitido, o fotógrafo tende a priorizar enquadramentos em que esse técnico

aparece. E conseqüentemente, muitas vezes opta por perder lances em que a bola está sendo disputada no jogo.

Além disso, também percebo a importância de citar a dificuldade técnica de captar bons lances de disputa em que a bola está presente, principalmente quando a bola está em alta velocidade, como em cruzamentos ou cobranças de falta, anda mais considerando que o fotógrafo não tem domínio sobre a luz disponível no momento de captação. Talvez isso possa explicar um pouco do motivo técnico da bola não ser tão enquadrada na grande maioria das fotografias aqui analisadas.

Ainda, neste momento é importante pensar na atuação dos editores, sendo perceptível que a escolha da fotografia com bola pode ser uma preferência dos mesmos. Durante a cobertura de um jogo esportivo, tendo em vista a prática, o repórter fotográfico sempre volta para casa com várias imagens, com e sem a presença da bola. Mas quem define qual foto irá ganhar a capa do jornal, é o editor. E neste caso, ao observarmos o Instagram, pôde-se notar que as imagens mais curtidas são aquelas que coroam momentos mais elaborados e fotografias com um valor estético e visual mais atrativo no digital.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho cumpre o objetivo geral na medida em que consegue perceber a incidência da interação das características técnicas e estéticas sobre o enquadramento nas fotografias de futebol, a partir da identificação dos padrões presentes na amostra analisada. Quando tais padrões foram confrontados com as publicações mais curtidas pelos usuários do *Instagram* das Agências *Getty Sport* e *Reuters Sports Pictures* foi possível perceber que, em certa medida, fazem parte da cultura do fotojornalismo de futebol.

Dessa forma, foi possível perceber que as fotografias analisadas na agência GS e RSP compartilham a mesma incidência de preferências, podendo observar a predominância de planos conjuntos e planos médios em grande parte das fotografias. Tais planos possibilitam trazer para a fotografia a grandeza das estruturas de estádios, somada a representação dos jogadores através de suas expressões corporais. Em complementação, se comprovou o padrão de fotografias com o movimento congelado, priorizando o flagrante de momentos que quase passam imperceptíveis por conta da alta velocidade em que os lances acontecem.

Na composição fotográfica, foi possível perceber também, que o elemento das cores é muito utilizado para dar mais sentido às imagens dentro do contexto futebolístico. Um exemplo disso é visto nos Quadro 8, onde o forte contraste cromático no uniforme dos jogadores deixou ainda mais evidente a rivalidade presente no futebol, possibilitando assim, um acréscimo no valor estético e conotativo da fotografia.

Contudo, apesar de compartilhar aspectos predominantes na fotografia esportiva de futebol, após concluída a análise qualitativa, pode-se perceber que o enquadramento noticioso da fotografia esportiva diverge quando relacionamos a presença da bola nas imagens. Em toda nossa amostra, 70% das fotografias são sem a presença da bola como elemento de composição e 30% com bola. Em contrapartida, dentro as imagens tidas como preferidas pelo público, três das cinco delas possuem a presença da bola. Vale destacar que esse é um resultado diante dos critérios aqui estabelecidos, tendo em vista acontecimentos que podem influenciar no estudo, como, por exemplo. a morte de Diego Maradona no período de coleta.

Ou seja, pode-se afirmar que a fotografia de futebol padroniza sim alguns aspectos que direcionam o enquadramento futebolístico, mas outros, se relacionam diretamente o local onde a fotográfica é veiculada e a preferência do público consumidor de conteúdos relacionados a futebol, o que em primeira instância, dialoga com nosso problema de pesquisa e em segunda instância, serve como amparo para discutirmos nossos resultados.

Vale lembrar que, como visto no levantamento teórico deste presente trabalho, a popularização do futebol foi um elemento importante dentro da fotografia de esportes, e concluímos que a fotografia com temáticas relacionadas ao futebol, segue sendo importante no fotojornalismo esportivo, tendo como base as agências aqui estudadas. Para exemplificar isso, na agência *Reuters Sports Pictures*, de 1564 imagens publicadas no ano de 2020, 728 delas eram de futebol, totalizando cerca de 46,55% do conteúdo anual da agência.

Contudo, o perfil da *Getty Sport*, segunda agência analisada, segue um agendamento específico nas publicações, e somou um total de 375 fotos esportivas

durante o ano, sendo que 51 delas eram de futebol, ocupando apenas 13,60% da porcentagem geral. A causa se dá no cronograma de publicações, sendo uma média de duas fotos de futebol mensais, dando margem a estudo futuros, já que em contrapartida, a *Reuters Sports Pictures* não segue um padrão de fotos definido, e varia consideravelmente de acordo com as datas em que as partidas de futebol acontecem.

Estreitando nosso estudo, em diálogo com o objetivo proposto concluímos através da metodologia escolhida que é através o jogo de composição com os elementos técnicos e estéticos, que o fotojornalista consegue criar a dimensão necessária para a construção dos níveis do enquadramento visual. E ao identificar os padrões adotados na fotografia de futebol e as preferências do público-alvo, o fotojornalista pode usar isso ao seu favor e produzir ainda mais imagens espetaculares, que trazem consigo valores técnicos e estéticos.

Por isso, destacamos a importância de compreendermos os níveis do *visual frame*, visto que a partir deles, é possível deflagrar uma memória cultural contida no futebol, e então, despertar e fomentar sensações contidas na composição fotográfica dentro da cultura futebolística.

Por fim, reiteramos que os resultados aqui não são absolutos, pelo contrário, geram novas dúvidas e instigam a produção de novos estudos. Principalmente em relação ao *visual frame*, estudo complexo e embrionário, mas que traz importantes discussões e reflexões sobre a sociedade, e a comunicação através da imagem. Além disso, por não ser o foco deste trabalho, houveram limitações ao se referir aos conceitos de agendamentos, e a segmentação do fotojornalismo esportivo, possibilitando assim, pesquisas futuras sobre o agendamento esportivo do futebol.

REFERÊNCIAS

ALVES, Fabiana Aline. **Fotojornalismo à força: ângulos e planos dos agentes políticos no regime militar brasileiro (1966-1975)**. 2017. Tese (Faculdade de Ciências e Letras) Universidade Estadual Paulista, São Paulo, SP, 2017. Disponível em <<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/151904>>. Acesso em: 18 jan. 2021.

ANG, Tom. **Fotografia Digital: uma introdução**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

ANDUJAR, Cristiano. A agilidade na fotografia esportiva e no fotojornalismo. **Fotografia DG**, 14 fev, 2011. Disponível em: <http://www.fotografia-dg.com/agilidade-fotografia-esportiva-fotojornalismo/>. Acesso em: 25 ago., de 2021.

ARDÈVOL-ABREU, Alberto. Framing theory in communication research. Origins, development and current situation in Spain. **Revista Latina de Comunicación Social**, n. 70, p. 423-450, 2015. <<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/RLCS-paper1053en.pdf>>. Acesso em: 01 ago., 2021.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Ed. Contexto, 2012.

BENAZZI, Lauriano Atilio. **Fotojornalismo: taxonomias e categorização de imagens jornalísticas**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2010. Disponível em: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36910443/Fotojornalismo_-_taxonomias_e_categorizacao_de_imagens_jornalisticas.pdf?1425910080=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DFotojornalismo_taxonomias_e_categorizaca.pdf&Expires=1628536786&Signature=Eo2nUfEESrAacJ7a3WFJBwTHPa7hsgeWjWBtHR4Tnj9lvV4zbULGljctB6Ukk23hJa2IMxzPTeQvV9RYH8gZaptcV4P~DmYSIWlgy~kfjgM1UZ4G6C37JdfrkUtSue--BK6-Zydr4OBrC6WIEh9wavwNX1Oq1chDBRhheCuP49Ua0jdTQbeNjNP4jloxu9RMTldLjWv32eubR0KUKp-PcJ~dIOvLgtzbOqQILyHUMefHUjZ6pwYZX3-f-QPXgNXyWQpwQhUDhjVyMT2pVoKAnNJ9le61MYr8c7e2wPkIfQ7Ks5uboyWCEhDgZgBKVIXa2yFwO03srf1bqPd4nX-aJg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA>. Acesso em: 18 jan.2021.

CARLOS, Neide Maria; MARQUES, José Carlos. Fotojornalismo Esportivo: Dilemas Éticos Na Cobertura Imagética Dos Jogos Paralímpicos Rio-2016. **Anais XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom**. Belém-PA - 2 a 7 de setembro de 2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0577-1.pdf>>. Acesso em: 18 jan.2021.

CARRAGEE, Kevin M.; ROEFS, Wim. The neglect of power in recent framing research. **Journal of communication**, v. 54, n. 2, p. 214-233, 2004. Disponível em:

<<https://doi-org.ez47.periodicos.capes.gov.br/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02625.x>>. Acesso em: 20, jan., 2021.

CASADEI, Eliza Bachega; RODRIGUES, Kelly De Conti; BIERNATH, Carlos Alberto Garcia. A imagética de Domício Pinheiro para o futebol: técnicas de composição preferenciais de um imaginário esportivo. **Lumina**, v. 9, n. 2, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21196/11528>>. Acesso em: 17, jan., 2021.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade**. Editora Zahar, 2003.

CHONG, Dennis; DRUCKMAN, James N. Framing theory. **Annu. Rev. Polit. Sci.**, v. 10, p. 103-126, 2007. Disponível em: <<https://www.annualreviews.org/doi/full/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>>. Acesso em: 01 ago., 2021.

CORDEIRO, Maria Fernanda; BONI, Paulo Cesar. Fotojornalismo esportivo: a influência da televisão na imagem impressa. **Discursos Fotográficos**, v. 1, n. 1, p. 141-166, 2005. doi: 10.5433/1984-7939.2005v1n1p141

COUTINHO, Iluska. Leitura e análise da imagem. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. In: DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. Atlas, 2005.

DE OLIVEIRA, Pedro Revillion. A fotografia esportiva e o momento decisivo. In: 2012. **Anais XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom** Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1160-1.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2021.

DE MORAIS VIEIRA, Thais. **A Fotografia e as Novas Mídias: como o Instagram alterou a forma de produzir imagens**. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

DOS SANTOS, Rui Cezar. Anotações Sobre a Fotografia de Futebol. **Revista Mediação**, v. 5, n. 4, p. 75-90, 2004. Disponível em: <<http://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/242/239>>. Acesso em: 18 jan. 2021.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Papyrus Editora, 1994.

FRANÇA, Joana Beatriz Simões. **O que (não) veem os nossos olhos- Fotojornalismo na imprensa portuguesa**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Jornalismo) Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação. Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/27370/1/O%20que%20%28n%c3%a3o%29%20veem%20os%20nossos%20olhos%20-%20Fotojornalismo%20na%20imprensa%20portuguesa.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2021.

GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Vozes, 2012.

KEENE, Martin. **Fotojornalismo: Guia Profissional**. Lisboa: Dinalivro, 1995.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & história**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

LANGFORD, Michel. **La fotografia passo a passo**. Madri: Hermann Blume Edicione, 1990.

LOIZOS, Peter. Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**, v. 2, p. 137-155, 2002.

LOVISOLO, Hugo. Jornalismo e esporte: linguagem e emoções. **Corpus et Scientia**, v.7, n. 2, nov., 2011. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/229102912.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2021.

MACHADO, Arlindo. A fotografia como expressão do conceito. **Studium**, n. 2, p. 5-23, 2000. Disponível em: <<https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/studium/article/view/10021/5385>> Acesso em: 15 de jan. 2021.

MAUAD, Ana Maria. Através da imagem: fotografia e história interfaces. **Tempo**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 73-98, 1996. Disponível em: <https://codecamp.com.br/artigos_cientificos/ATRAVESDAIMAGEMFOTOGRAFIA.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2021.

MCCOMBS, Maxwell; GHANEM, Salma I. The convergence of agenda setting and framing. In: REESE, Stephen D.; GANDY, Jr.; GRANT August E. **Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social word**. New York: Routledge, 2001. p. 83-98.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; SIMÕES, Paula Guimarães. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 27, n. 79, p. 187-201, 2012. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/ptZ9Qp9Qn7n7PdZDJZZXv3L/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 01 ago., 2021.

MESQUITA, Flávio Agnelli. **As fontes jornalísticas no Caso Dossiê**—uma análise de enquadramento da cobertura das revistas Veja, Época, IstoÉ e CartaCapital. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Universidade Estadual Paulista, Bauru, São Paulo. Disponível em: <<https://www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Comunicacao/DissertacoesDefendidas/flavio.pdf>>. Acesso em: 15 de jan. 2021.

MONTEIRO, Charles. História e Fotojornalismo: reflexões sobre o conceito e a pesquisa na área. **Revista Tempo e Argumento**, Florianópolis, v. 8, n. 17, p. 64 - 89. jan./abr. 2016. Disponível em: <https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/10822/2/Historia_e_Fotojornalismo_reflexoes_sobre_o_conceito_e_a_pesquisa_na_area.pdf>. Acesso em: 01 ago., 2021.

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

NEVES, Flora. A fascinante fotografia de esporte nas lentes de Gonzales. **Discursos Fotográficos**, v. 6, n. 8, p. 251-255. Disponível em: <<https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/5697/5184>>. Acesso em: 7 jan, 2021.

OLIVEIRA, Erivam Moraes de; VICENTINI, Ari. Fotojornalismo: uma viagem entre o analógico e o digital. **São Paulo: Cengage Learning**, 2009.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram**: considerações sob a perspectiva tecnológica. 2012. Monografia (Departamento de Sociologia) Universidade de Brasília. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf> Acesso em: 7 jan, 2021.

PORTO, Mauro P. Enquadramentos da mídia e política. In: ALBINO, Antonio; RUBIM, Canelas (Org.) **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004. cap 3, p. 73-104

_____. **Media framing and citizen competence**: Television and audiences' interpretations of politics in Brazil. Tese (Doutorado em Comunicação) Universidade da Califórnia. 2002. Disponível em: <<https://www.proquest.com/openview/2e82411714d3f79d23ac87b9b384d387/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>>. Acesso em: 7 jan, 2021.

RECUERO, Raquel. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag# Tamojuntodilma e# CalaabocaDilma. **Revista Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 16, n. 2, p. 60-77, 2014. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.162.01/419>>. Acesso em: 7 jan, 2021.

_____. **Redes Sociais na Internet**. (Coleção Cibercultura). Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando. (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2**: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: Editora da UNISC, 2009, p. 1-269.

RODRIGUEZ, Lulu; DIMITROVA, Daniela V. The levels of visual framing. **Journal of visual literacy**, v. 30, n. 1, p. 48-65, 2011. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23796529.2011.11674684>>. Acesso em: 17 fev., 2020.

SCHAEFER, Ricardo. **O líder em Exame**: o enquadramento da liderança na mídia de negócios. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2014. Disponível em:

<<https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/6350/SCHAEFER%2c%20RICARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 18 jan.2021.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. 2000. Editora Porto, 1998. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-historia_fotojorn1.html> Acesso em: 18 jan, 2021.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**. Editora Porto 2002. Disponível em<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>> Acesso em: 26 dez, 2020.

TUBINO, Manoel. **O que é esporte**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Editora Brasiliense, 2017.

VAN GORP, Baldwin. **The constructionist approach to framing: Bringing culture back in**. Journal of communication, v. 57, n. 1, p. 60-78, 2007. Disponível em: <<https://doi-org.ez47.periodicos.capes.gov.br/10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x>>. Acesso em: 17 fev., 2020.

TUCHMAN, Gaye. Making news: A study in the construction of reality. London, New Your: Free Press, 1978.

APÊNDICE

APÊNDICE A - Distribuição e características das fotografias da Agência *RSP* entre os meses de Outubro/Novembro/Dezembro.

Nº Fotos	Código	Data	Mês	Nº Fotos/Mês	%	Curtidas	%	Comentários	%
1	REU000	01/10/2020				243		0	
2	REU001	01/10/2020				200		0	
3	REU002	01/10/2020				446		2	
4	REU003	02/10/2020				347		0	
5	REU004	02/10/2020				197		0	
6	REU005	03/10/2020				305		0	
7	REU006	03/10/2020				286		0	
8	REU007	03/10/2020				270		1	
9	REU008	03/10/2020				208		0	
10	REU009	03/10/2020				260		1	
11	REU010	04/10/2020				281		1	
12	REU011	04/10/2020				440		2	
13	REU012	05/10/2020				178		1	
14	REU013	08/10/2020				221		1	
15	REU014	08/10/2020				267		1	
16	REU015	09/10/2020				439		1	
17	REU016	10/10/2020				304		1	
18	REU017	14/10/2020				283		1	
19	REU018	14/10/2020				282		0	
20	REU019	14/10/2020				2188		45	
21	REU020	17/10/2020				290		0	
22	REU021	17/10/2020				231		1	
23	REU022	18/10/2020	Outubro	52	27,7	224		3	
24	REU023	19/10/2020				229		0	
25	REU024	19/10/2020				310		1	
26	REU025	19/10/2020				425		1	
27	REU026	20/10/2020				168		1	
28	REU027	20/10/2020				313		0	
29	REU028	21/10/2020				231		0	
30	REU029	21/10/2020				287		0	
31	REU030	22/10/2020				346		4	
32	REU031	22/10/2020				343		1	
33	REU032	22/10/2020				648		1	
34	REU033	22/10/2020				182		0	
35	REU034	23/10/2020				155		1	
36	REU035	23/10/2020				312		0	
37	REU036	23/10/2020				238		1	
38	REU037	24/10/2020				341		5	
39	REU038	24/10/2020				322		0	
40	REU039	24/10/2020				330		0	
41	REU040	26/10/2020				503		2	
42	REU041	27/10/2020				291		1	
43	REU042	27/10/2020				393		3	
44	REU043	28/10/2020				272		0	

(Continuação)

Nº Fotos	Código	Data	Mês	Nº Fotos/Mês	%	Curtidas	%	Comentários	%
----------	--------	------	-----	--------------	---	----------	---	-------------	---

45	REU044	28/10/2020				352	0
46	REU045	28/10/2020				360	0
47	REU046	28/10/2020				320	1
48	REU047	29/10/2020				178	0
49	REU048	30/10/2020				175	1
50	REU049	30/10/2020				282	1
51	REU050	31/10/2020				210	0
52	REU051	31/10/2020				228	0
53	REU052	01/11/2020				175	1
54	REU053	01/11/2020				195	0
55	REU054	01/11/2020				185	0
56	REU055	01/11/2020				305	0
57	REU056	02/11/2020				291	2
58	REU057	03/11/2020				1040	6
59	REU058	03/11/2020				1838	21
60	REU059	04/11/2020				260	1
61	REU060	04/11/2020				209	0
62	REU061	04/11/2020				770	7
63	REU062	05/11/2020				219	1
64	REU063	05/11/2020				548	3
65	REU064	06/11/2020				320	0
66	REU065	07/11/2020				222	0
67	REU066	07/11/2020				253	0
68	REU067	07/11/2020				159	1
69	REU068	07/11/2020				202	0
70	REU069	07/11/2020				181	0
71	REU070	08/11/2020	Novembro	69	36,7	262	0
72	REU071	08/11/2020				202	1
73	REU072	09/11/2020				210	0
74	REU073	09/11/2020				316	0
75	REU074	09/11/2020				158	0
76	REU075	11/11/2020				246	3
77	REU076	12/11/2020				706	4
78	REU077	12/11/2020				214	2
79	REU078	12/11/2020				504	4
80	REU079	12/11/2020				476	2
81	REU080	13/11/2020				319	0
82	REU081	13/11/2020				374	0
83	REU082	14/11/2020				473	1
84	REU083	15/11/2020				414	3
85	REU084	15/11/2020				191	1
86	REU085	16/11/2020				315	0
87	REU086	16/11/2020				323	2
88	REU087	17/11/2020				633	3
89	REU088	18/11/2020				370	4
90	REU089	18/11/2020				228	1
91	REU090	20/11/2020				341	0
92	REU091	20/11/2020				516	2
93	REU092+	20/11/2020				341	0
94	REU093	21/11/2020				428	1

(Continuação)

Nº Fotos	Código	Data				Curtidas	%	Comentários	%
----------	--------	------	--	--	--	----------	---	-------------	---

95	REU094	21/11/2020				370		3
96	REU095	21/11/2020				421		3
97	REU096	21/11/2020				200		0
98	REU097	22/11/2020				491		0
99	REU098	22/11/2020				216		0
100	REU099	22/11/2020				244		0
101	REU100	23/11/2020				144		0
102	REU101	23/11/2020				343		1
103	REU102	24/11/2020				799		2
104	REU103	24/11/2020				289		1
105	REU104	24/11/2020				551		2
106	REU105+	25/11/2020				1410		4
107	REU106+	25/11/2020				2433		5
108	REU107	25/11/2020				1403		9
109	REU108	25/11/2020				171		0
110	REU109	26/11/2020				306		1
111	REU110+	26/11/2020				913		0
112	REU111+	26/11/2020				2233		6
113	REU112	26/11/2020				514		1
114	REU113+	27/11/2020				548		2
115	REU114	28/11/2020				2830		15
116	REU115+	29/11/2020				432		4
117	REU116	29/11/2020				212		1
118	REU117	29/11/2020				263		0
119	REU118	29/11/2020				210		0
120	REU119	30/11/2020				464		1
121	REU120	30/11/2020				721		1
122	REU121	01/12/2020				268		0
123	REU122	02/12/2020				384		3
124	REU123	02/12/2020				534		5
125	REU124	03/12/2020				334		0
126	REU125	03/12/2020				381		1
127	REU126	03/12/2020				209		0
128	REU127+	03/12/2020				523		1
129	REU128	03/12/2020				1334		8
130	REU129	04/12/2020				612		6
131	REU130	05/12/2020				200		0
132	REU131	05/12/2020				343		0
133	REU132	05/12/2020				225		0
134	REU133	06/12/2020	Dezembro	67	35,6	217		0
135	REU134	06/12/2020				278		0
136	REU135	06/12/2020				550		5
137	REU136	06/12/2020				176		0
138	REU137	06/12/2020				243		0
139	REU138	06/12/2020				246		1
140	REU139	07/12/2020				189		1
141	REU140	07/12/2020				435		10
142	REU141	08/12/2020				229		0
143	REU142	08/12/2020				923		7
144	REU143	08/12/2020				288		0

(Continuação)

Nº Fotos	Código	Data				Curtidas	%	Comentários	%
----------	--------	------	--	--	--	----------	---	-------------	---

145	REU144	09/12/2020	221	2		
146	REU145	09/12/2020	323	1		
147	REU146	10/12/2020	479	2		
148	REU147	10/12/2020	387	2		
149	REU148	11/12/2020	561	8		
150	REU149	11/12/2020	244	1		
151	REU150	12/12/2020	265	3		
152	REU151	12/12/2020	1311	10		
153	REU152	12/12/2020	159	1		
154	REU153	13/12/2020	303	1		
155	REU154	13/12/2020	220	0		
156	REU155	13/12/2020	386	1		
157	REU156	15/12/2020	283	2		
158	REU157	15/12/2020	191	1		
159	REU158	16/12/2020	663	3		
160	REU159	16/12/2020	228	4		
161	REU160	16/12/2020	297	1		
162	REU161	16/12/2020	829	3		
163	REU162	16/12/2020	287	2		
164	REU163	17/12/2020	524	1		
165	REU164	17/12/2020	237	1		
166	REU165	19/12/2020	986	6		
167	REU166	19/12/2020	190	1		
168	REU167	19/12/2020	149	0		
169	REU168	19/12/2020	241	0		
170	REU169	19/12/2020	221	0		
171	REU170	20/12/2020	663	2		
172	REU171	20/12/2020	1263	16		
173	REU172	20/12/2020	334	0		
174	REU173	21/12/2020	246	0		
175	REU174	22/12/2020	309	0		
176	REU175	22/12/2020	184	0		
177	REU176	23/12/2020	291	1		
178	REU177	23/12/2020	243	2		
179	REU178	23/12/2020	340	1		
180	REU179+	24/12/2020	1153	7		
181	REU180	26/12/2020	224	0		
182	REU181	26/12/2020	239	3		
183	REU182	26/12/2020	193	0		
184	REU183	27/12/2020	280	0		
185	REU184	27/12/2020	330	0		
186	REU185	29/12/2020	681	1		
187	REU186	29/12/2020	163	0		
188	REU187	30/12/2020	213	0		
TOTAL (Out./Nov./Dez.)			188	100	78852	364
TOTAL 2020 (Temática futebol)			728		---	---
MÉDIA (3 meses)			63		26284	121
MÉDIA (2020)			61		---	---