
As *Picture Stories* como Estratégia de Produção de Dialogismos no Fotojornalismo Contemporâneo diante da sua Crise e em Tempos de Conteúdos Líquidos¹

Jackeline dos Santos OLIVEIRA²
Stéfany Silva Mello dos SANTOS³
Heliclaudio da Silva PEREIRA⁴
Helloyses Teixeira RODRIGUES⁵
Márcio de Sousa MENDES⁶
Raphaela Diniz de OLIVEIRA⁷
Flaviano Silva QUARESMA⁸

Centro Universitário Unicarioca, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Este artigo é resultado dos trabalhos desenvolvidos na Atividade Prática Supervisionada (APS) vinculada à disciplina Fotojornalismo do Centro Universitário Unicarioca (RJ), que consistiram, a partir da prática laboratorial, pensar a proposta de construção de dialogismos na produção fotográfica jornalística por meio das *Picture Stories*, especialmente da *Fotorreportagem*. Inspirado pelo Novo Jornalismo dos anos 1960 e 1970, Fred Ritchin (2014) propõe que a prática da admissão da própria subjetividade pelo fotógrafo seja batizada de Novo Fotojornalismo. Nesse sentido, buscamos baseados em Tom Wolfe (2005) o estímulo do Novo Jornalismo, abrindo a possibilidade do uso no fotojornalismo, de recursos literários como o dialogismo dos ensaios e o fluxo de consciência para estimular o leitor em termos intelectuais e emocionais.

PALAVRAS-CHAVE: fotojornalismo; picture stories; fotorreportagem; conteúdos líquidos; comunicação.

¹ Trabalho apresentado na IJ04 - Comunicação Audiovisual do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICARIOCA, e-mail: jackelinedossantosoliveira@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Publicidade da UNICARIOCA, e-mail: stefanysmds@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICARIOCA, e-mail: heliclaudio@hotmail.com

⁵ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICARIOCA, e-mail: helloysesrodrigues@gmail.com

⁶ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICARIOCA, e-mail: marciomendesrj10@gmail.com

⁷ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICARIOCA, e-mail: raphaeladinizoliveira@gmail.com

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNICARIOCA, e-mail: flavianoq@gmail.com

Contexto

Não apenas intuitivamente, mas baseados em densas teorias de seleção de imagens, especialistas americanos como Joe Elbert (*apud* KOBRE, 2011) considera que a batalha pelo bom fotojornalismo só estará ganha depois que o diálogo entre tomadores de decisão concentrar-se em qual imagem é mais emotiva ou íntima para melhor uso na mídia. E todas elas, historicamente, dentro da construção de convenções fotográficas, se basearam em teorias como as de Arnheim sobre descentramento⁹. Elbert, como editor assistente de fotografia, durante sua gestão por quase 20 anos do *Washington Post* entre os anos de 1988 e 2007, encorajava os fotógrafos a tirar e, em última instância, selecionar fotos emocionalmente atraentes sempre que possível. Para ele, esse tipo de foto faz o leitor sentir algo sobre o tema, não apenas intelectualiza a matéria jornalística, mas também adicionam dimensão em vez de repetir o que já está escrito. “Os editores devem ser sensíveis às suas respostas internas às imagens e, no final, estar dispostos a seguir seus instintos” (ELBERT *apud* KOBRE, 2011, p. 132).

Entretanto, a batalha pelo “bom fotojornalismo” de que fala Elbert (*apud* KOBRE, 2011), não contava com um fato de 2 de maio de 2011, que segundo Ritchin (2014), fez com que a fotografia perdesse definitivamente o que lhe restava de credibilidade: a divulgação de uma imagem do cadáver de Bin Laden, líder da Al-Qaeda, como prova do assassinato após uma perseguição de quase 10 anos pelo governo dos Estados Unidos. Ainda assim, a manipulação que esteve ligada à imagem do cadáver de Bin Laden, não foi um fato isolado a perturbar as arenas do fotojornalismo. Sousa (2004) aponta outros fatores que vão desenhar uma crise: a) Novas tentativas de controle sobre a movimentação dos (foto)jornalistas, especialmente em cenários bélicos ou conflituosos, que levaram à necessidade de discutir o “direito de ver”; b) As novas tendências gráficas seguidas por grande parte dos jornais que indicam

⁹ Arnheim desenvolveu a respeito das imagens uma verdadeira estética do descentramento permanente: “a imagem só é interessante e funciona bem se alguma coisa nela estiver descentrada (e puder, portanto, ser imaginariamente confrontada com o centro absoluto, mas inquieto que somos nós, espectadores)” (*apud* AUMONT, 1993).

o caráter ilustrativo das imagens: bonita, aplanada, lisa, provavelmente devido à influência da televisão; c) Industrialização crescente da produção rotineira de fotografia jornalística, centrada no imediato e não no desenvolvimento global dos assuntos, nos processos de investigação; d) Os *supermarket tabloids* têm transportado dos *reality shows* da tv para os jornais e revistas, a reconstrução ficcional dos acontecimentos; e e) A perda de espaço continuada das fotochoques em privilégio do *glamour*, da *fotoilustração*, do *institucional*, dos *features* e dos *fait divers*.

Ante a tantos movimentos que vem depreciando o campo do fotojornalismo e pondo mais uma vez em cheque a prática dos profissionais, ficamos tentados a observar outros movimentos. É impressionante a aceleração das transformações dos meios tecnológicos de produção de linguagens, desde a revolução industrial que trouxe consigo a invenção da fotografia, do telégrafo e os germens da cultura de massas. Santaella (2007) entende que constituem assim, em muito pouco tempo, cinco gerações de tecnologias comunicacionais coexistentes que, aliadas a saberes que delas se originam, práticas sociais e institucionais, políticas públicas, formas de organização burocráticas e fluxos do capital, “entretecem uma rede cerrada de relações, em que nenhuma delas é ‘causa’ das demais, mas todas se configuram como “adjacências históricas” fortemente articuladas, que expressam e simultaneamente produzem mutações nos modos de se perceber, conceber e habitar o tempo” (FERRAZ, 2005, p. 52).

Bauman (2001) classificou este momento histórico como “modernidade líquida”. Segundo ele, a sociedade moderna singulariza-se pela incapacidade de manter as formas. Nesse sentido, dinâmica. Esta modernidade líquida, em que nada se prende a tempo ou espaço, produz fortes mudanças na condição humana. Mudanças que obrigam a uma reflexão sobre conceitos solidificados através dos séculos, os velhos conceitos. Santaella (2007), em referência a Deleuze, enfatiza também que o mundo se vê habitado por territórios flutuantes. Mais que rever as mudanças provocadas e sofridas nos métodos, técnicas, procedimentos sistematizados pelo homem para organizar-se socialmente, é preciso rever a postura do próprio homem. “Só pessoas fluidas,

ambíguas, em estado de permanente devir, transformação e constante auto-transgressão podem se adaptar a estes territórios” (SANTAELLA, 2007, p. 17).

Partindo desses pressupostos, não é difícil perceber que a fluidez, a liquidez afeta, transforma o universo da comunicação. Cada vez menos a comunicação se confina a lugares fixos. “Ter uma identidade fixa é hoje, neste mundo fluído, uma decisão, de certo modo, suicida” (BAUMAN, 2001, p. 11). A afirmação de Bauman remete a uma realidade bastante discutida nos últimos anos. E quando ficamos diante dos desafios do Fotojornalismo, por exemplo, uma reflexão torna-se explícita: quais experiências precisam ser buscadas, produzidas e promovidas, tendo como contexto comunicacional o campo flexível da poética das imagens, do espaço de consumo e da circulação cada vez mais circulante?

Ritchin (2014) afirma que não faz mais sentido associar o trabalho de um fotojornalista à realização de um registro que ilustre, comprove ou dê veracidade a reportagens escritas. Para o autor, durante décadas, promoveu-se uma lavagem cerebral para abraçar a ideia de que o trabalho de um fotojornalista é obrigatoriamente objetivo, tem a ver com verdade e não interpretação. “Até hoje, essa noção recebe pouca crítica em cursos e universidades. Mas os jovens que acessam diariamente o *Facebook* e veem inúmeras fotos dos amigos sabem que imagens não são objetivas” (RITCHIN, 2014, p. 1).

Segundo Ritchin (2017), o fotojornalismo tem sido beneficiário das noções gêmeas de que “a câmera nunca mente” e que o jornalismo é imparcial. Para o autor, essas são percepções errôneas que conferiram ao fotojornalismo uma poderosa plataforma mas, também, ajudaram a perturbar seu crescimento. E ressalta:

“O fotojornalismo, hoje, está em decadência e vem sendo usado em grande parte de forma artificial, ao mesmo tempo em que enfrenta sérios desafios, do ponto de vista editorial e tecnológico, à sua credibilidade. Seu reerguimento e futuro sucesso dependem em bom grau de sua própria capacidade de se repensar; de, antes de mais nada, admitir a tênue relação que mantém com a realidade para, então, poder passar a identificar e desenvolver seu potencial intrínseco”. (RITCHIN, 2017, p. 1)

Quaresma (2017) afirma que não há como separar *a imagem e a experiência de consumo*, em todos os âmbitos. Para o autor, essa relação é mercadológica nos moldes contemporâneos e construída com sabores mistos. “Sabores”, entendidos por ele, como “experiências vividas” e distantes de serem estáticos e monótonos no conteúdo imagético produzido pela indústria do consumo, que é constituída hoje por princípios participativos. “Nessa era da participação, as pessoas criam e consomem notícias, ideias, imagens e entretenimento” (QUARESMA, 2017, p. 6). Para Kotler (2010), a nova onda de tecnologia transforma as pessoas de consumidores em “prosumidores”. Nesse sentido, o *Marketing 3.0* convida os consumidores a participar do desenvolvimento de produtos da empresa e de suas comunicações e a experiência humana é a palavra-chave desse movimento colaborativo. O conceito de marketing já foi levado à arena das aspirações, dos valores e do espírito humano, na qual “os consumidores são seres humanos completos, cujas outras necessidades e esperanças jamais devem ser negligenciadas” (p. 5).

Quaresma (2017) explica que se nos encontramos na arena das aspirações, dos valores e do espírito humano, também nos encontramos na arena das arbitrariedades. “Um lugar cheio de paradoxos criados pela globalização, outra grande força, além do impacto da tecnologia, que molda as novas atitudes do consumidor em relação ao *Marketing 3.0*” (QUARESMA, 2017, p. 6). O autor, baseado em Bauman, ressalta que na arena das arbitrariedades, os indivíduos sentem-se ansiosos e sobrecarregados por muitos valores conflitantes, buscam uma noção de continuidade na vida e conexões uns com os outros. Sobre esse movimento, Bauman (2003) afirma que se foi a maioria dos pontos firmes e solidamente marcados de orientação que sugeriram uma situação social que era mais duradoura, mais segura e mais confiável do que o tempo de uma vida individual. E explica:

“[...] nenhum agregado de seres humanos é sentido como ‘comunidade’ a menos que seja ‘bem tecido’ de biografias compartilhadas ao longo de uma história duradoura e uma expectativa ainda mais longa de interação frequente e intensa. É essa experiência que falta hoje em dia, e é sua ausência que é referida

como ‘decadência’, ‘desaparecimento’ ou ‘eclipse’ da comunidade - como já notava Maurice R. Stein em 1960: ‘as comunidades se tornam cada vez mais dispensáveis... As lealdades pessoais diminuem seu âmbito com o enfraquecimento sucessivo dos laços nacionais, regionais, comunitários, de vizinhança, de família e, finalmente, dos laços que nos ligam a uma imagem coerente de nós mesmos’”. (BAUMAN, 2003, p. 48)

Nesse sentido, como defende Ritchin (2017), temos defendido que o fotojornalismo, mesmo em sua variação mais honesta, está longe de ser algo que não sofre mediação. Cada foto é uma partícula de tempo e espaço escolhida entre um número infinito de outras possibilidades para representar a realidade num pequeno pedaço de papel retangular de duas dimensões. Segundo Richtin (2017), o ser humano que seleciona essa partícula e produz a imagem está interpretando uma situação de acordo com a sua personalidade e inteligência e com graus variáveis de habilidade. “As imagens resultantes desse processo podem ser reveladoras, sem qualquer sentido, ou erradas” (RITCHIN, 2017, p. 2).

Ritchin (2014) defende que uma fotografia deve ter uma abordagem tão cética quanto a de um texto. As imagens, assim como as palavras, “mentem, mas também são capazes de contar a verdade, embora parcialmente”. Quem acessa uma informação visual é responsável por julgar se ela merece crédito e por encontrar diferentes pontos de vista. Quanto à manipulação, Ritchin sugere que sejam adotados alertas sempre que ela for utilizada: “A manipulação pode ser divertida, mas, no jornalismo, é preciso mencioná-la ao leitor”.

Estratégia de Produção de Dialogismos no Fotojornalismo da APS

O desafio de contar histórias inteiras por meio de fotografias carrega a magnitude ampla do conceito que afirma que “a abordagem jornalística é sempre mais rica quando for possível ouvir, além dos ‘dois’ lados, outras ‘vozes’ representativas do fato abordado, não necessariamente em contraste, mas que forneçam visões diferentes sobre uma mesma questão” (Nascimento, p. XIII, 2009). Essa afirmativa de Patrícia

Nascimento, mesmo voltada para o texto da notícia, se enquadra perfeitamente à ideia que defendemos relacionada ao planejamento e execução da *Fotorreportagem*, portanto, justificativa suficiente para a sua escolha narrativa para os trabalhos da APS de Fotojornalismo.

Mesmo que a sociedade tenha incorporado boa parte das convenções de produção fotográfica (inconscientemente), o desafio para os alunos em contar histórias inteiras com imagens, apresentou algo muito peculiar: a dificuldade no entendimento do que seria contar imgeticamente uma história por meio da fotografia. Normalmente, já construímos histórias por meio de imagens, entretanto, em nossa memória. Quando relatamos oralmente ou por meio da escrita uma história, já fazemos essa construção imagética dos acontecimentos para organizar e compor nossas narrativas. Por outro lado, a reflexão sobre a materialização dessas imagens e mesmo a própria produção de materialização das imagens está ligada diretamente ao domínio da técnica fotográfica e à subjetividade de cada indivíduo nesse processo.

Sabemos que a Fotorreportagem, pelo menos a maioria das primeiras produções, seguia maciçamente um roteiro. Como explica Kobre (2011), mesmo depois da Segunda Guerra Mundial, as revistas continuaram a produzir fotorreportagens que seguiam roteiros. O editor e o fotógrafo planejavam cada foto como se fosse uma cena de um filme. Apenas perto do final da década de 1940, os fotógrafos começaram a experimentar uma forma mais livre do desenvolvimento da fotorreportagem. A experiência do fotógrafo, às vezes, é o fator-chave para a elaboração de uma fotorreportagem. Essa retomada histórica rápida é apenas para reforçar o argumento que defendo sobre objetividade e subjetividade no âmbito da produção fotojornalística. Se por um lado, a técnica é estabelecida a partir de uma relação objetiva entre o ato fotográfico e a cena, por outro, a relação entre o fotógrafo e a realidade promove uma erupção de subjetividades. E é exatamente do terreno fértil da subjetividade do fotógrafo somado ao domínio da técnica, que a materialização de imagens se torna mais significativa, até mesmo como proposta narrativa.

É nesse campo de subjetividades que buscávamos nos encontrar para a execução dos projetos de fotorreportagem para a Atividade Prática Supervisionada. Para Ritchin

(2014), é necessário que os fotojornalistas superem a tradição consolidada por Robert Capa na primeira metade do século 20. Como ressalta o autor, Capa adotava uma atitude “pragmática” e teria dado ao colega francês Henri Cartier-Bresson a seguinte recomendação: “Não mantenha o rótulo de surrealista. Seja um fotojornalista”. Antes de fundar a Magnum com Capa, David “Chim” Seymour e George Rodger nos anos 1940, Cartier-Bresson nutria o desejo de ser pintor e conviveu com artistas vanguardistas. Ritchin enfatiza:

“Em *O imaginário segundo a natureza*, Cartier-Bresson explicou que a câmera lhe servia para criar um diário pessoal a respeito do mundo. Fotografar seria uma tentativa de entender a realidade. Numa entrevista de 1957, o fotógrafo criticou a prática mais corriqueira dos fotojornalistas, que atuam como se fossem contadores burocráticos, que dividem tudo em elementos quantificáveis: “A vida não é feita de histórias que você corta em fatias, tal e qual uma torta de maçã. Não há nenhum padrão para se aproximar de uma história. Temos de evocar uma situação, uma verdade” (RITCHIN, 2014, p.1).

Ritchin vê em Cartier-Bresson uma referência para o trabalho dos futuros profissionais, pois ele não mascarava o elemento subjetivo da sua atuação. Nesse sentido, a busca por uma natureza dialógica com base na subjetividade de cada estudante foi, além de uma aposta naquilo que Ritchin chama de “Novo Fotojornalismo”, também uma estratégia produtiva. Se quisermos entender a nova realidade, em que a cada dois minutos se produz a mesma quantidade de imagens originadas em todo o século 19, Ritchin (2014) acha que é preciso inventar novos formatos.

A Atividade Prática Supervisionada

Muitos projetos foram desenvolvidos com o objetivo de contar histórias em imagens com dialogismos. A APS começou a ser desenvolvida já na segunda semana do início do segundo semestre de 2017, com a definição dos integrantes dos grupos e dos

temas gerais das picture stories, que ajudariam a definir as pautas. Os estudantes definiram, a partir da prerrogativa de tema livre, muitos temas para o trabalho. Neste paper, apresentaremos imagens de apenas duas fotorreportagens desenvolvidas: “Pintando uma história longe de casa”, no contexto dos refugiados no Brasil; e “Grafite na Escola”, no contexto da arte-educativa.

Para o desenvolvimento desses dois trabalhos, foram realizadas pesquisas exploratórias a fim de encontrar histórias viáveis para a produção fotográfica jornalística e pessoas que desejavam contar suas histórias. A reflexão e produção contou com um total de dois meses e meio, incluindo edição e apresentação oral do trabalho final. O texto, elemento linguístico essencial para a fotorreportagem ganhou uma atenção especial com o objetivo de contextualizar as histórias, ancorar informações ligadas às imagens, denotar sentidos e interpretar sentimentos.

Identificadas as vidas e as histórias, começamos uma estratégia de imersão no contexto dos personagens para que o subjetivo de cada envolvido pudesse agir diante da apuração. A apuração contou com várias etapas: a) etapa de busca por narrativas; b) etapa de envolvimento com as narrativas, levando os integrantes a participarem das atividades diárias dos personagens; c) etapa de definição das imagens que poderiam ser produzidas com base nas narrativas; d) produção fotográfica; e) acompanhamento das narrativas pós-produção fotográfica, necessidade identificada pelos envolvidos devido aos elos subjetivos/afetivos criados durante o trabalho.

Mesmo utilizando, como referência, as prerrogativas produtivas da "fotorreportagem" ligadas ao contexto linguístico (planos, ângulos, elementos morfológicos). Houve uma flexibilidade quanto à linguagem, possibilitando a produção mais livre do pragmatismo das convenções profissionais. Na etapa de edição, num trabalho realizado em conjunto com o orientador, privilegiamos imagens mais emotivas e íntimas, além de planos e ângulos mais subjetivos.

REFUGIADOS

PINTANDO UMA HISTÓRIA LONGE DE CASA

Fotoreportagem
Fotógrafo: Pereira, Helio deus Rodrigues, Jonathan Dantas,
Márcio Mendes, Raphaela Diniz e Vinícius Dos Santos
Orientação: Prof. Flávio Quaresma
Centro Universitário Unicap, RJ

A família Ruge decidiu sair da terra natal há dois anos devido à crise política e à instabilidade de liberdade artística que sofria na Colômbia. Leonardo, Níbe e seus filhos contam com a pintura e o artesanato para driblar a falta de oportunidades no Brasil, depois de percorrerem diversos estados brasileiros até se estabelecerem na cidade do Rio de Janeiro. Viver de arte em um país estrangeiro onde a cultura não é tão valorizada não é fácil, revesam. A família abriu as portas de casa, do ateliê e de suas vidas para falar sobre trabalho, complexidade, amor e das dificuldades que enfrenta vivendo como refugiado no Brasil, que atravessa um grave desequilíbrio político e econômico.

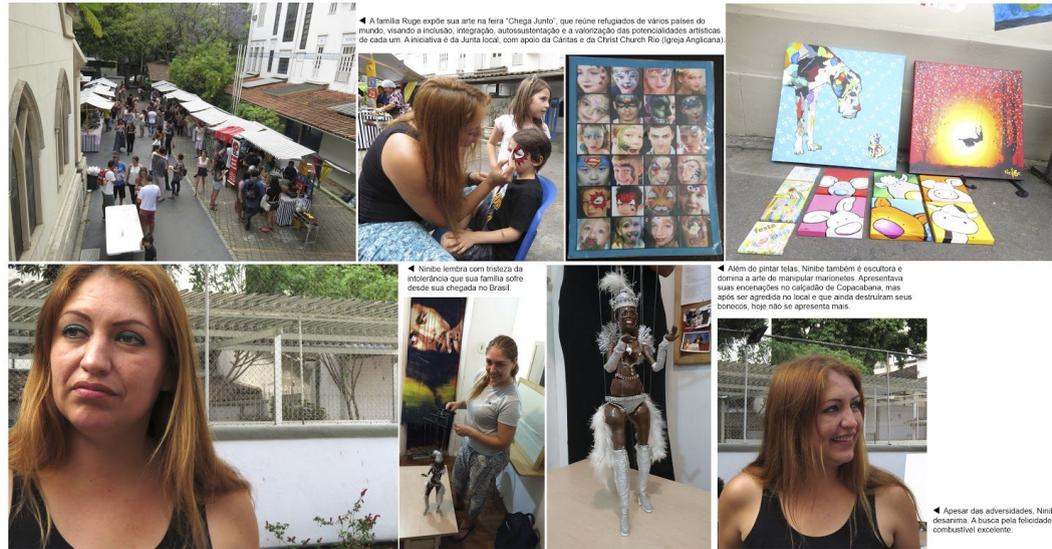


▲ A família Ruge não abre mão de valores essenciais como o amor, para fortalecer os laços em tempos tão sombrios. Vivendo numa quilômetro em Copacabana, Zona Sul do Rio, eles sorriam com a casa própria, no Brasil ou na Colômbia.
▼ Leonardo e Níbe, que são autodidatas, transformaram a área de serviço em ateliê, local onde produzem suas telas. As obras impressionistas, realistas e no estilo acadêmico, em tinta óleo e acrílica, são vendidas em feiras.



PINTANDO UMA HISTÓRIA LONGE DE CASA

2



▲ A família Ruge expõe sua arte na feira "Chega Junto", que reúne refugiados de vários países do mundo, visando a inclusão, integração, auto-sustentação e a valorização das potencialidades artísticas de cada um. A iniciativa é da Junta local, com apoio da Caritas e da Christ Church Rio (igreja Anglicana)

▲ Níbe lembra com tristeza da intolerância que sua família sofre desde sua chegada no Brasil.

▲ Além de pintar telas, Níbe também é escultora e domina a arte de manipular marionetes. Apresentava suas encenações no calçadão de Copacabana, mas após ser agredida no local e que ainda destruíram seus bonecos, hoje não se apresenta mais.

▲ Apesar das adversidades, Níbe não desistiu. A busca pela felicidade é um combustível excelente.



GRAFITE NA ESCOLA



(Foto: Jackeline Oliveira)

Ele dá aula para 10 alunos. Em suas aulas ele explica a diferença entre pichar e grafitar e mostra que a arte vai além de um desenho bonito, mas é uma expressão do que você sente.



(Foto: Rafael Santos)

Perspectiva

Quaresma (2017) afirma que não há como separar a imagem e a experiência de consumo, em todos os âmbitos. Para o autor, essa relação é mercadológica nos moldes contemporâneos e construída com sabores mistos. “Sabores”, entendidos por ele, como “experiências vividas” e distantes de serem estáticos e monótonos no conteúdo

imagético produzido pela indústria do consumo, que é constituída hoje por princípios participativos. “Nessa era da participação, as pessoas criam e consomem notícias, ideias, imagens e entretenimento” (QUARESMA, 2017, p. 6). Os projetos advindos das Atividades Práticas Supervisionadas da disciplina Fotojornalismo, no curso de Jornalismo do Centro Universitário Unicarioca, carregam a magnitude experimental da prática pedagógica e acadêmica no que diz respeito aos novos processos ligados ao fazer “fotografia jornalística” na academia linkado ao fazer “fotojornalismo” no mercado de trabalho. Essa relação íntima tem sido cultivada para que os futuros profissionais da área possam olhar para o passado e compreendê-lo, fazer o presente com vistas a descortinar os movimentos do futuro. Trata-se de uma multiplicidade de vias nas quais não se enxergam o início ou o fim, são vias que se cruzam, que se substituem, que se mesclam, escancaradamente transitáveis e abertas para todos os afetos e as afetações criados no contexto da experimentação.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. Comunidade: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- QUARESMA, Flaviano. Representações Líquidas. Paraná: Appris, 2017.
- SANTAELLA, Lucia. Mídias locativas: a internet móvel de lugares e coisas. In: Revista Famecos, 35. Porto Alegre: PUC-RS, 2008.
- KOBRÉ, Kenneth. Fotojornalismo: uma abordagem profissional. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- SOUSA, Jorge Pedro. Uma história crítica do fotojornalismo ocidental. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.
- RITCHIN, Fred. O Futuro do Fotojornalismo. Londrina: Universidade Estadual de Londrina. Disponível em <http://www.uel.br/pos/fotografia/wp-content/uploads/downs-uteis-o-futuro-do-fotojornalismo.pdf> f Acessado em 19/04/2018.
- RITCHIN, Fred. Crise no fotojornalismo? In: Revista de Fotografia Zum. Disponível em https://revistazum.com.br/revista-zum_6/fotojornalismo-em-crise/ Acessado em 18/04/2018.