



## A IMAGEM FOTOGRÁFICA NA ASSESSORIA DE IMPRENSA

**Cibele Abdo Rodella<sup>1</sup>**

**RESUMO:** Situa-se a Assessoria de Imprensa (AI) no estudo do campo jornalístico enfocando os critérios de noticiabilidade no jornalismo das redações e no jornalismo das assessorias de imprensa. Defende-se que os critérios de noticiabilidade conduzem a intencionalidade do repórter fotográfico para a produção da imagem fotográfica. No fotojornalismo, onde a imagem necessita o máximo possível estar carregada de informação, a intencionalidade marca a estratégia de comunicação do repórter fotográfico. A escolha de planos e ângulos (domínio da linguagem fotográfica), o recorte do real (leitura do contexto) que ele realiza é intrínseco à sua atividade profissional que intenciona traduzir para o leitor o mesmo significado interpretado pelo repórter instantes antes do ato fotográfico. Portanto, o repórter fotográfico deve dominar a linguagem fotográfica, de tal forma que sua intencionalidade seja percebida pelo leitor. Quanto mais adequados forem os elementos significantes construídos pelo repórter fotográfico – através da linguagem fotográfica – melhor será comunicado o fato que ele intencionava ao leitor. A imagem fotográfica no jornalismo retém uma característica fundamental que a distingue de todas as outras formas de imagens, a ação. O fotojornalismo é o registro de um acontecimento, um flagrante do real, que reflete uma consequência e uma repercussão. No fotojornalismo há um antes e um depois, passível de leitura pelos elementos significantes que compõem a imagem. Pelo método de desconstrução fotográfica busca-se identificar a intencionalidade das imagens fotográficas no jornalismo de redação e das imagens fotográficas em assessoria de imprensa. O critério de notícia em AI embora deva ser o mesmo que no jornalismo de redação - interesse público, veracidade, ineditismo, valor informativo – passa por mediações junto à organização assessorada. Difere ainda quanto à fonte a ser ouvida, em AI dificilmente há o “outro lado” e quando fontes de fora da organização assessorada são ouvidas, servem para reforçar o ponto de vista do assessorado. No entanto, o assessor não pode publicar “qualquer verdade”, pois as informações enviadas são checadas pela redação e o próprio assessor tem que conquistar a credibilidade junto aos profissionais das redações, caso contrário corre o risco de não ter material de sua autoria publicado na imprensa. Quanto maior o valor informativo do *release* - interesse para uma ampla camada da população-, mais chances o material da assessoria de imprensa terá de ser aproveitado nas edições dos jornais, revistas, telejornais, radiojornais e conteúdos noticiosos na internet. O mesmo vale para as fotografias que são produzidas pela assessoria de imprensa. Buscamos compreender a intencionalidade da imagem fotográfica em AI.

**PALAVRAS-CHAVE:** Assessoria de Imprensa; Intencionalidade; Imagem Fotográfica;

<sup>1</sup> Coordenadora dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Maringá – Cesumar, Maringá – Paraná. [cibeleabdo@cesumar.br](mailto:cibeleabdo@cesumar.br) . Mestranda em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina, Paraná.