

2025

**INÊS REIS DE
CARVALHO**

**AS NARRATIVAS VISUAIS NO FOTOJORNALISMO:
A LINHA TÊNUE ENTRE A CAPTURA DO REAL E A
SUBJETIVIDADE ARTÍSTICA**

2025

**INÊS REIS DE
CARVALHO**

**AS NARRATIVAS VISUAIS NO FOTOJORNALISMO:
A LINHA TÊNUE ENTRE A CAPTURA DO REAL E A
SUBJETIVIDADE ARTÍSTICA**

Dissertação apresentada ao IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Audiovisual e Multimédia realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Patrícia Silveira, Professora Associada da Universidade Europeia.

A conclusão deste mestrado representa um passo importante na minha vida académica, mas também na minha vida profissional e pessoal. É o fim de um capítulo que durou cinco anos, desde o momento em que entrei na licenciatura, até agora, em que termino (finalmente) o mestrado. Olhando para trás, sinto que aprendi, mas que isso não foi o mais importante. Relembro mais o quanto cresci e a pessoa em que me tornei, e sinto-me especialmente orgulhosa por ter agarrado as oportunidades certas e por sempre ter seguido o meu próprio caminho. Agradeço aos meus pais pelo apoio, pelo carinho e pelo amor incondicional que me deram desde o primeiro dia. Sem eles, não teria sido possível chegar a um lugar de tanta realização e felicidade. Aos meus irmãos, que me aturam todos os dias, e ao meu namorado, que me deu o amor que nunca esperei ter na minha vida.

palavras-chave

Fotojornalismo, Narrativas Visuais, Construção Social da Realidade, Subjetividade Artística, Inteligência Artificial.

resumo

Esta investigação propõe-se a analisar o papel do fotojornalismo na construção da realidade social, explorando o equilíbrio entre a objetividade jornalística e a subjetividade artística. Partindo da premissa de que as imagens jornalísticas não são meros reflexos do mundo, mas construções subjetivas do mesmo, o presente trabalho discute como as narrativas visuais são utilizadas no fotojornalismo para servir o seu principal propósito: o de informar. A fundamentação teórica centra-se na influência que o jornalismo tem na mediação da realidade, mas percorre também outros temas, entre eles o novo paradigma digital, a ética e a responsabilidade jornalísticas e o crescimento das ferramentas de inteligência artificial (IA). Numa segunda parte do trabalho, foram adotadas duas metodologias de investigação - entrevistas e análise de conteúdo -, cujos resultados permitiram concluir que o fotojornalismo tem, de facto, um valioso papel na construção da realidade social, mas que, para se manter relevante e conseguir ter um crescimento sustentável e duradouro, é essencial que os profissionais da área se consigam adaptar, correndo o risco de perderem a sua relevância numa sociedade cada vez mais inundada de informação e conteúdos multimédia.

Keywords

Photojournalism, Visual Narratives, Social Construction of Reality, Artistic Subjectivity, Artificial Intelligence.

abstract

This research aims to analyze the role of photojournalism in the construction of social reality, exploring the balance between journalistic objectivity and artistic subjectivity. Based on the premise that journalistic images are not mere reflections of the world, but subjective constructions of it, this work discusses how visual narratives can be used in photojournalism to serve its main purpose: to inform. The theoretical foundation focuses on the influence that journalism has on the action of reality, but also covers other topics, including the new digital paradigm, partly made up of social networks, journalistic ethics and responsibility and the growth of artificial intelligence (AI) tools. In the second part of the work, two research methodologies were adopted - interviews and content analysis - the results of which led to the conclusion that photojournalism does indeed play a valuable role in the construction of social reality, but that in order to remain relevant and achieve sustainable and lasting growth, it is essential that professionals in the field are able to adapt, at the risk of losing their relevance in a society increasingly flooded with information and multimedia content.

As Narrativas Visuais no Fotojornalismo: A Linha Ténue entre a Captura do Real e a Subjetividade Artística

1. Introdução.....	8
Parte I: Fundamentação Teórica	12
2. O Jornalismo e a Construção Social da Realidade	12
3. Fotojornalismo: A Procura por uma Definição	22
4. As Origens e Evolução do Fotojornalismo	23
4.1 O Fotojornalismo no Mundo	23
4.2 O Fotojornalismo em Portugal: da Tradição à Modernidade	31
5. Magnum Photos: Entre o Documental e o Artístico	36
6. O Impacto da Tecnologia e da Cultura na Fotografia	41
7. A Inteligência Artificial e a Ética no Fotojornalismo	46
8. Fundamentação Teórica: Conclusões	57
Parte II: Trabalho Empírico	59
9. Pergunta de Investigação	60
10. Objetivos de Investigação	60
11. Metodologias de Investigação.....	62
12. A Subjetividade Artística na Construção de Imagens Jornalísticas	68
13. Análise de Fotografias Icónicas	79
13.1 <i>Loyalist Militiman at the Moment of Death</i> , Robert Capa (1936)	79
13.2 <i>V-J Day in Times Square</i> , Alfred Eisenstaedt (1945)	81

13.3 <i>Afghan Girl</i> , Steve McCurry (1984)	84
13.4 <i>Le Basier de L'Hotel de Ville</i> , Robert Doisneau (1950)	86
13.5 <i>Los Angeles Times</i> , Brian Walski (2003)	89
14. Entrevistas	92
14.1 Perfil dos Entrevistados	92
15. Conclusões e Análise Empírica	95
15.1 Resultados das Entrevistas e Relação com os Objetivos de Investigação	95
15.2 Interpretação dos Resultados à Luz da Fundamentação Teórica	107
16. Conclusões Finais	110
17. Limitações do Estudo e Caminhos Futuros	112
18. Lista de Figuras	114
19. Referências Bibliográficas	116
20. Anexos	122

1. INTRODUÇÃO

“Photography takes an instant out of time,
altering life by holding it still.”

– Dorothea Lange

O jornalismo ocupa um papel fundamental em qualquer sociedade democrática, possibilitando que os cidadãos estejam mais informados e conscientes da realidade que os rodeia – “A responsabilidade social da imprensa (...) assenta no direito fundamental a informar e a ser informado” (Cavaco, 2019, p.1). Para além disto, o jornalismo é também um valioso promotor do debate público, do pensamento crítico e da validação do poder, salvaguardando sempre os valores democráticos, a transparência e a estabilidade, mesmo quando estes parecem estar sob ameaça. Neste contexto, o fotojornalismo ocupa um espaço primordial na comunicação com o público, demonstrando ser um poderoso instrumento na construção de histórias (Cavaco, 2019, p.1).

As fotografias são capazes de ultrapassar as barreiras linguísticas e culturais que a escrita não consegue, criando conexões e sentimentos através das experiências humanas partilhadas (Ziip Foundation, n.d). Para além disso, ela é também capaz de representar a realidade de forma mais imediata e impactante, devendo fazer isto da forma mais rigorosa e factual possível (Ziip Foundation, n.d.). Ainda assim, esta é uma área que se encontra numa permanente tensão entre a captura objetiva do real e a subjetividade artística. Esta subjetividade pode partir do próprio fotógrafo, quando toma a decisão de capturar um certo momento ou quando opta por uma determinada luz, ângulo ou enquadramento. Mas ela pode também nascer do olhar do público, que, a partir das suas próprias experiências, atribui à fotografia um significado próprio, que em nada tem a ver com o propósito inicial do fotógrafo ou com o acontecimento em si – “O paradoxo do fotojornalismo é que a fotografia é o nexa entre objetividade e subjetividade. Uma fotografia em si é um objeto, mas a sua criação é subjetiva (Rehman, 2018, p.46).

É aqui que nasce uma das principais questões no mundo do fotojornalismo, o equilíbrio entre o objetivo e o subjetivo, entre o documental e a arte. Desde o seu surgimento que a fotografia foi vista como uma ferramenta objetiva, um espelho fidedigno e exato do mundo – “A noção da factualidade da fotografia surgia associada a uma ideia de verdade, sendo privilegiada enquanto resultado de um processo de registo e não de imaginação” (Lobo, 2016, p.29). No entanto, a sua história foi marcada por inúmeras discussões e contradições, com a sua potencialidade interpretativa e artística a vir ao de cima. Afinal, é a fotografia algo objetivo ou científico, ou, por outro lado, engloba em si própria um carácter irreal, que não reflete a realidade tal como ela é? Numa terceira possibilidade, podemos ainda afirmar que as representações fotográficas englobam, simultaneamente, essas duas vertentes (Lobo, 2016). Stuart Franklin questiona precisamente a coexistência de dois tipos de factualidade na fotografia, uma puramente objetiva e outra mais emotiva. Para o fotógrafo inglês, a resposta é clara: é possível que existem esses dois mundos, porque, de facto, eles existem e não podem ser negados (Lobo, 2016, p.30).

Esta dualidade é ainda mais relevante nos dias de hoje, em que o jornalismo se encontra profundamente marcado pelo excesso de informação e pela proliferação de conteúdos falsos. Castrillo e Ramos utilizam a expressão *post-photojournalism* (pós-fotojornalismo) para classificar esta nova era onde as práticas tradicionais acabam por colidir com novas dinâmicas e com uma nova forma de fazer fotojornalismo (Castrillo & Ramos, 2024, p.1). Os autores defendem que esta nova era é, acima de tudo, caracterizada por novos hábitos digitais e pela *post-truth* (pós-verdade), isto é, pela circulação de informações incorretas, descontextualizadas e previamente manipuladas. Isto torna-se ainda mais grave se tivermos em conta que muitas destas informações em pouco ou nada se distinguem de conteúdos verdadeiros, o que acaba por ameaçar a confiança do público e a própria credibilidade dos profissionais (Castrillo & Ramos, 2024, p.1).

A crise de confiança que hoje em dia persiste no campo jornalístico acentua-se ainda mais pelas redes sociais, que põem, acima da verdade jornalística e do interesse do público, conteúdos provocativos e excitantes emocionalmente. Perante este cenário de dúvida e desconfiança, como deve agir o setor fotojornalístico, de forma a garantir um futuro sustentável, nomeadamente uma relação próxima com o público? Nas palavras de Castrillo e Ramos, este processo passa, em grande parte, por uma maior “transparência no jornalismo”, e por “processos de verificação” mais “rigorosos”, que influenciem

“positivamente a confiança do público.” (Castrillo & Ramos, 2024, p.4). Para além disto, é também fundamental que haja uma adaptação por parte dos profissionais da área, tanto em termos técnicos e estéticos, como a nível ético, para fazerem face a um novo paradigma digital e às novas exigências do público. Do lado de quem recebe, é crucial que exista bom senso, espírito crítico e, ainda mais importante, a cultivação de uma maior literacia visual, para que não aceitemos tudo o que vemos como a verdade absoluta, como um puro reflexo da realidade que nos rodeia.

O complexo cenário que hoje caracteriza o setor fotojornalístico torna necessária uma discussão mais profunda e multidisciplinar, que não abranja somente o campo fotográfico, mas também outras formas de expressão e representação visual, nomeadamente a pintura, de modo a avaliar como se influenciam entre si e as possíveis semelhanças que possam existir no seu processo de criação. Este trabalho pretende refletir acerca dos limites entre o factual e o interpretativo no mundo da fotografia, e como essas mesmas representações influenciam o modo como a realidade é representada e percebida. A presente investigação encontra-se organizada em duas grandes partes: a Parte I, que engloba a Fundamentação Teórica, e a Parte II, dedicada ao Trabalho Empírico. A Parte I é constituída por seis capítulos, que abrangem temas como a construção social da realidade, a história e evolução do jornalismo e o papel da Agência Magnum a nível internacional. A Parte II inclui oito capítulos, que vai desde a formulação da pergunta de investigação, passando ainda pelos objetivos e a metodologia que compõe todo o trabalho, que combina entrevistas semiestruturadas com a análise de conteúdo imagético. Por último, são apresentados e discutidos os resultados obtidos, e são consideradas algumas das limitações da investigação, bem como possíveis caminhos que possam ser seguidos no futuro.

**AS NARRATIVAS VISUAIS NO FOTOJORNALISMO: A LINHA TÊNUE ENTRE A
CAPTURA DO REAL E A SUBJETIVIDADE ARTÍSTICA**

PARTE I: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2. O JORNALISMO E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE

Os meios de comunicação fazem parte do nosso dia a dia, da nossa cultura e até da nossa maneira de ser, agir e pensar. Eles vivem entre nós – desde o jornal, até à rádio, passando pela televisão e as redes sociais. Nas palavras de Douglas e Phillips (2023), “o mundo para além da sua rua, da sua família e do seu grupo de amigos é mediado por outras pessoas, através de uma variedade de plataformas: redes sociais, televisão, rádio, revistas e jornais impressos e a sua presença online.” (Douglas & Phillips, 2023, p.1). Os autores continuam, ao considerarem que estes mediadores possibilitam a aquisição de conhecimento. Para além disto, a informação que é mediada pelos meios de comunicação é também fundamental para que os indivíduos sejam capazes de afirmar a sua identidade e se adaptar a mudanças que surjam dentro do seu contexto social e cultural. Da mesma maneira, Bennett (2016) afirma que a sociedade contemporânea é caracterizada por um regime “multimédia, com públicos e canais fragmentados, muitas vezes impulsionados pelas redes sociais.” (Bennett, 2016, p.24).

Todos os dias, somos inundados com uma quantidade infinita de informação, que acaba inevitavelmente por moldar a sociedade em que vivemos e as pessoas em que nos tornamos. O autor de *Communication as Culture* (2009), acredita que os meios de comunicação vieram alterar drasticamente a nossa experiência e consciência enquanto seres humanos. Para Carey (2009), esta mudança atravessa não só os nossos interesses e sentimentos, como a nossa forma de estar e de nos relacionarmos com os outros – “As comunicações modernas alteraram drasticamente os parâmetros comuns da experiência e da consciência, as estruturas comuns do interesse e do sentimento, o sentido normal de estar vivo, de ter uma relação social.” (Carey, 2009, p.11). O autor acredita que é impossível vivermos desligados dos meios de comunicação e chega ainda mais longe, afirmando que o ser humano se sente um pouco menos vivo quando está desligado de “longas cadeias de notícias e entretenimento” (Carey, 2009, p.1).

A sociedade contemporânea está profundamente dependente destes meios, não só para viver, mas também para fazer sentido do mundo. Assim, a prática jornalística entra em cena como uma ferramenta essencial na interpretação e mediação da realidade (Carey, 2009, p.1). A partir das notícias, o público forma percepções, constitui normas e ideias e assume que o mundo é de determinada maneira. Os meios de comunicação são assim uma verdadeira ponte, mediando a forma

como os o mundo é entendido pelos indivíduos. Mais do que um simples veículo comunicativo, que transmite informação e relata acontecimentos, o jornalismo atua como um filtro social e cultural, capaz de moldar identidades individuais e contribuir para a construção de uma memória coletiva (Carey, 2009, p.1). Carey (2009) assume esta perspetiva quando afirma que a comunicação não se resume a um processo de a transmissão e receção de informação, mas a um valioso instrumento capaz de reproduzir e partilhar significados. O autor realça o papel da comunicação na compreensão do mundo pelos indivíduos, particularmente na criação e partilha de significados e na construção de uma memória coletiva, isto é, na forma como as várias gerações guardam um certo acontecimento.

A comunicação é um instrumento complexo, que mais do que refletir a realidade de forma objetiva, tal como ela é, cria narrativas que influenciam a visão dos indivíduos em relação ao mundo que os rodeia. Neste sentido, as notícias não são apenas um registo dos acontecimentos que ocorrem, mas narrativas que atravessam um criterioso processo de seleção e apresentação, ou enquadramento – “A comunicação é um processo simbólico através do qual a realidade é criada, mantida, reparada e transformada.” (Carey, 2009, p.19). Estas narrativas, ou histórias, que são criadas e apresentadas ao público estão, no entanto, sujeitas ao contexto cultural e social onde se inserem – “As narrativas são eventos interacionais em que o seu contexto sociocultural é fluido e imprevisível e, fundamentalmente, influencia sempre a história de forma significativa” (Perrino, 2023, p.1). mDouglas e Phillips (2023) seguem o mesmo caminho de Carey (2009), ao afirmarem que a prática jornalística não serve unicamente para a partilha de informações. Para estes, o jornalismo é mais um processo de seleção e enquadramento da informação, processo esse que depende do contexto social e cultural vigente.

Tal como Carey (2009), também os autores de *Journalism, Culture and Society* (2023) acreditam que o jornalismo influencia as normas e valores dos indivíduos, bem como a identidade coletiva da sociedade. Quer isto dizer que as notícias selecionadas pelos jornalistas, bem como a forma como estas são enquadradas, determina como os indivíduos percecionam a realidade que os rodeia e como as gerações futuras olham para os acontecimentos que sucederam no passado. Douglas e Phillips (2023) alertam que é crucial que os meios de comunicação reproduzam informação de qualidade, já que cada vez mais, os indivíduos estão dependentes destas plataformas para fazer sentido do mundo e agir segundo essa visão. Os autores reafirmam ainda a ideia de que os jornalistas não são agentes

livres, por estarem permanentemente sujeitos a variados fatores, nomeadamente a pressão editorial, imposta pela sua própria organização onde trabalham. Apesar da aparente liberdade crítica, estas organizações tendem, segundo Douglas e Phillips (2023), a reforçar o poder das elites. Neste sentido, e de forma a atuarem como verdadeiros agentes da democracia, “os jornalistas precisam de compreender como o poder estrutura a sociedade e molda a forma como entendemos os factos.” (Douglas & Phillips, 2023, p.2). filter

Tal como Douglas e Phillips (2023), também Bennett (2016) salienta a ideia de os jornalistas não serem totalmente livres na prática da sua profissão, por estarem excessivamente dependentes da existência de fontes oficiais, nomeadamente o governo e grandes instituições. Para o autor de *News: The Politics of Illusion* (2016), esta dependência limita não só a autonomia dos jornalistas, como a pluralidade de opiniões e perspetivas que chega ao público através dos meios de comunicação. Bennett (2016) acredita que estas fontes de informação, consideradas oficiais, querem a todo o custo manter a sua posição e poder na sociedade, pelo que são capazes de controlar a informação produzida pelos meios de comunicação, em seu benefício. Muitas narrativas discordantes, isto é, que vão contra este mesmo poder ou visão do mundo, tendem a ser excluídas, não chegando sequer ao olhar do público. Esta *política da ilusão*, como lhe chama Bennett (2016), é um sintoma da concentração do poder em nestas mesmas instituições. Para o autor, esta interdependência dos jornalistas com as fontes oficiais não só prejudica a qualidade e credibilidade da informação, como faz com que esta prática deixe de ocupar o lugar de garante da liberdade e de crítico do poder. Bennett (2016) leva a sua visão crítica ainda mais longe, ao debater o lugar da comunicação na sociedade democrática. O autor questiona se a multiplicidade de meios de comunicação e a crescente personalização e fragmentação da informação consegue existir inserida num sistema democrático – “Pode uma democracia com tantas realidades mediáticas exclusivas e personalizadas ter discussões políticas coerentes e partilhar um objetivo comum?” (Bennett, 2016, p.24).

Cada vez mais, os indivíduos acedem a informação que vai ao encontro dos seus ideais. Os filtros impostos pelas redes sociais fazem com que os conteúdos discordantes, ou sobre os quais não temos tanto interesse, nem sequer apareçam no nosso feed. Este fenómeno, apelidado de *filter bubble*, foi utilizado pela primeira vez pelo ativista Eli Pariser, no seu livro *The Filter Bubble: How the New Personalized Web is Changing What We Read and How We Think* (2011). O autor salienta que um

dos principais problemas desta filter bubble é precisamente o facto de não ser um promotor da diversidade de ideias e pessoas, e o que o seu mecanismo está intencionalmente desenhado de forma a que os indivíduos vivam dentro de uma bolha de aprovação, onde não existe diversidade e conflito, mas apenas os ideais em que já acreditamos (Pariser, 2011). Para Pariser (2011), as *filter bubble* configuram-se como o oposto de um espaço liberal: enquanto as primeiras são um espaço virtual artificial, dividido entre subculturas, a segunda caracteriza-se como um espaço livre, onde cada indivíduo pode não só dar a sua opinião, como encontrar perspetivas, racionais e bem estruturadas, que vão contra as suas ideias (Pariser, 2011).

Estas plataformas não são somente uma fonte de entretenimento, mas de informação e aprendizagem. Nas palavras de Susan Wojcicki, ex-CEO do Youtube, a plataforma é quase como uma biblioteca, devido à enorme quantidade de informação que contém. Mas a maneira como o Youtube está desenhado não se assemelha em nada ao propósito de uma biblioteca, defende Bryant (2020). Por um lado, o autor de *The Youtube Algorithm and the Alt-Right Filter Bubble* (2020), realça que os métodos de classificação e a organização dos tópicos no Youtube estão mal definidos, enquanto as bibliotecas têm determinadas normas de seleção, onde são incluídas diferentes vozes, de forma a dar aos leitores uma ampla visão, quer em temas políticos, como filosóficos ou literários.

Bryant (2020) defende que as bibliotecas se configuram como um sítio verdadeiramente imparcial, na medida em que a informação que nelas se encontra não é filtrada por nenhuma agenda política, ao contrário do que acontece nas redes digitais, ou mesmo na televisão, na rádio e noutros meios de comunicação (Bryant, 2020). O sucesso do Youtube mede-se pelo tempo de visualização, pelo número de cliques e pelo desejo dos utilizadores quererem ver sempre mais um vídeo. Face a isto, o algoritmo está contruído não para mostrar diferentes perspetivas sobre um assunto, mas a perspetiva que o utilizador quer ver e ouvir.

Tendo tudo isto em conta, será que podemos olhar para a informação com que nos deparamos diariamente como sendo autêntica e credível? Em *True or False: Viewer Perceptions of Emotional Staff and Stock Photos in the News* (2023), os autores abordam os efeitos e a credibilidade das imagens jornalísticas hoje em dia. Para Mortensen et al. (2023), o que distingue o fotojornalismo de outras atividades de recolha e disseminação de informação é o seu ethos – “Embora haja uma abundância de conteúdo disponível online, o que distingue o jornalismo de outras atividades

relacionadas com a recolha, edição e divulgação de informação é o seu ethos.” (Mortensen et al., 2023, p.18). Os autores destacam a emoção e a verdade como princípios inerentes a qualquer fotojornalista. Ainda assim, eles afirmam que o contexto noticioso está inundado de informações e imagens falsas, e que pouco (ainda) se sabe sobre o efeito que isto tem nos cidadãos.

Para Mortensen et al. (2023), o conceito de credibilidade “refere-se ao facto de o público considerar as notícias como verdadeiras, e como tal, se a sua confiança foi conquistada.” (Mortensen et al., 2023, p.19). O texto realça a perspetiva de Hovland e Weiss, que consideravam que o conceito de credibilidade residia essencialmente em dois fatores: fiabilidade e conhecimento (ou competência). Mais tarde, o mesmo conceito passou a estar ligado a outros fatores, entre eles “a precisão, imparcialidade, integridade, fiabilidade, motivação financeira, respeito pela privacidade, bem-estar da comunidade, objetividade, competência e confiabilidade.” (Mortensen et al., 2023, p.19).

Os indivíduos consideram como mais credíveis as imagens capturadas por fotojornalistas (“staff photos”), em comparação com as que advêm de bancos de imagens comerciais (“stock photos”), revelou um estudo feito pelos autores. Mortensen et al. (2023) afirmam que as imagens jornalísticas têm o extraordinário poder de mover a consciência dos leitores e levá-los a tomar ações. Os fotojornalistas possuem assim uma responsabilidade acrescida, não só por terem o poder de educar e entreter, mas também o de persuadir. No mesmo sentido, as redações não devem olhar para os fotojornalistas como profissionais dispensáveis, mas sim como ferramentas essenciais na construção de um contexto noticioso mais fiel, transparente e verdadeiro. A escolha das imagens a publicar nos meios noticiosos não deve ser feita ao acaso, ela deve ter em conta que participa na construção de uma realidade e que influencia a forma como os cidadãos percecionam o mundo que os rodeia (Mortensen et al., 2023).

Também Newton (2001) acredita que o fotojornalismo é um forte construtor da realidade social, ao qual o público recorre para fazer sentido do mundo – “O fardo recai mais fortemente sobre o fotojornalismo, porque a tendência humana é acreditar no que vemos, mesmo quando sabemos que não é verdade.” (Newton, 2001, p.5). Mais uma vez, é realçada a dualidade entre a tentativa de representar o mundo de forma objetiva e a subjetividade presente. Para o autor, a objetividade é algo inatingível no fotojornalismo, que antes é o ser humano que produz o seu próprio universo e que, por sua vez, este constrói o ser humano, como indica a Teoria da Construção Social da Realidade. Nas

palavras de Marshall McLuhan, a verdade é algo que fazemos no encontro com o mundo que nos está a fazer (McLuhan & Powers, 1989).

Aplicando a Teoria ao contexto do fotojornalismo, pode-se dizer que a forma como algo é fotografado ajuda a construir uma determinada visão do mundo. Utilizando o exemplo de Newton (2001), a forma como um Presidente é fotografado, e a forma como as fotografias são editadas e publicadas, contribuem para a construção de uma determinada visão do Presidente. O autor avança ainda como um caso real, em que o Presidente Franklin D. Roosevelt, já no tempo em que estava doente, foi fotografado sem a sua cadeira de rodas. Newton afirma que isto aconteceu porque a memória que as pessoas tinham do Presidente não incluía a cadeira de rodas, mas pode também ter sido para que a imagem do Presidente transmitisse mais poder e autoridade.

Nas palavras de Kossoy (2002), as representações, neste caso as imagens, possuem uma realidade própria, que pode não corresponder necessariamente à realidade que envolve o objeto registado. Trata-se, por outro lado, da realidade do documento, da representação de uma segunda realidade, construída, codificada (Kossoy, 2002). As nossas lembranças de eventos, pessoas e momentos, até às nossas memórias próprias memórias pessoais e familiares são, de certa maneira, “determinadas pelas representações fotográficas que temos ao nosso redor em todos os momentos” (Cardoso, 2015, p.84). Quer isto dizer que o mundo não é senão um reflexo das imagens que vemos, num constante processo de simbiose, em que os papéis se invertem e a realidade é “examinada e avaliada, em função da sua fidelidade às fotos”, e não o contrário (Sontag, 2004, p.103). Desta maneira, as representações têm o poder de alterar a própria realidade, ao tornarem-se a principal referência para a perceção que fazemos dos objetos e do mundo (Cardoso, 2015).

Tal como Newton (2001), também Gibbons (2014) acredita que a fotografia, tal como a conhecemos, não é real, mas uma ilusão da realidade. Apesar de hoje estarmos mais conscientes do poder manipulativo da fotografia, a verdade é que a fotografia continua a ter uma relação com a realidade e, talvez por isso, continuemos a olhar para elas como janelas para o mundo exterior – “As fotografias (...) continuam a ser interpretadas como simples janelas para o mundo” (Gibbons, 2014, p.4). Desde o século XIX que o processo fotográfico é visto pelo público como algo verdadeira, um reflexo do mundo real. A palavra grega *fotografia* traduz-se literalmente em *photo*, que quer dizer *luz*, e em

graph, que significa *estêncil*. Quer isto dizer que a fotografia, desde o seu início, que é literalmente vista como o registo com luz de um determinado evento.

Gibbons (2014) salienta que o propósito inicial da fotografia era mesmo esse, o de capturar a realidade de forma mais exata em comparação com os métodos existentes na época, neste caso a pintura e o desenho. Sontag (2004) destaca precisamente a natureza da fotografia, diferente da pintura e do desenho, que apenas são uma interpretação do real. Para a escritora, a fotografia é também um “vestígio”, um “registo material” de um determinado tema (Sontag, 2004, p.102). Sontag (2004) acrescenta ainda que a fotografia é capaz de revelar uma realidade oculta, ideia essa que ganha uma nova dimensão nos dias que correm, com infinitas possibilidades que as novas tecnologias trouxeram (Sontag, 2004).

Da mesma maneira, Dubois (2009) afirma que a fotografia era inicialmente vista como um retrato fiel do mundo, e que, em função do seu processo mecânico, aparentemente isento de subjetividade, alcançou uma credibilidade então não tinha sido reconhecida a qualquer outro meio (Dubois, 2009, p.25). Já Flusser (2011) acredita que as imagens são tão ilusórias com qualquer outra representação (Flusser, 2011). Para o escritor, as imagens não representam a realidade na sua plenitude, mas “determinados conceitos relativos ao mundo”, transcodificados pela câmara fotográfica (Flusser, 2011, p.31).

Gibbons (2014) refere múltiplas vezes Susan Sontag (2004) no seu texto, por concordar quando a escritora diz que a fotografia nada mais é do que fragmentos do mundo em que vivemos. No mesmo sentido, Kossoy (2001) afirma que todas as fotografias representam, no seu conteúdo uma “interrupção do tempo” e, portanto, da vida. A partir do momento em que é registado, esse fragmento do real irá permanecer para sempre “interrompido e isolado na bi-dimensão da superfície sensível” (Kossoy, 2001, p.44).

Sontag (2004) mostra alguma inquietação no modo como a fotografia pode alterar a nossa perceção da realidade e a nossa relação com o mundo exterior. Perante isto, a autora pede que os indivíduos não percam o sentido de avaliação e crítica. Gibbons (2014) acrescenta que, para entendermos a realidade em termos da imagem fotográfica, é primeiro preciso definirmos a realidade. Isto é, não podemos entender a realidade a partir da fotografia, mas sim o contrário. O autor continua o seu

pensamento, questionando se a fotografia, de facto, retrata a realidade, ou se cria uma outra realidade própria? Como base para a discussão da realidade na imagem fotográfica, Gibbons (2014) utilizou o conceito de *simulacrum* (simulacro), que pode ser definido como uma representação ou semelhança superficial de algo. Tendo esta definição em mente, podemos afirmar que a fotografia é um mero *simulacrum* da realidade, algo que se assemelha a esta, mas que não a espelha na sua totalidade.

Baudrillard (1990) segue o mesmo pensamento, ao afirmar que as imagens não capturam o real, que em vez disso são os media e a cultura que constroem a realidade percebida pelos indivíduos. Enquanto para Gibbons (2014) as imagens são um *simulacrum* da realidade, para Baudrillard (1990), elas são a encarnação do “hiper-real”. O sociólogo define este conceito como uma realidade em que as fronteiras entre o real e o irreal se esbateram, criando um novo estado de hiper-realidade visto pelo público como real e verdadeiro. Baudrillard (1990) afirma que a criação de uma imagem consiste em retirar ao objeto representado todas as suas dimensões, desde o peso, até à sua profundidade, continuidade, tempo e significado.

No seu texto, Leal (2009) concorda com Baudrillard (1990), afirmando que a imagem é uma aparência, ou um conjunto de aparências, que foram isoladas do contexto geográfico e temporal em que inicialmente se derem, tendo sido conservadas no tempo. Com isto, os autores querem dizer que as imagens não são retratos fidedignos da realidade, mas apenas meras aproximações, ou seja, aparências de um determinado acontecimento (Leal, 2009).

Tal como Baudrillard (1990), também a autora de *Modos de Ver um Acontecimento* (2009) acredita que as fotografias não são um mero reflexo da realidade, mas criadoras de uma nova visão do mundo. Para Leal (2009), aceder ao real através da imagem fotográfica é como aceder a uma segunda realidade. A autora acredita que as fotografias são um acesso ao mundo das aparências, do simulacro” e do imaterial, em que os indivíduos apenas podem criar interpretações e nunca atingir a realidade, sendo esta inatingível (Leal, 2009). As imagens favorecem o pensamento, a memória e a emoção. Elas fazem eclodir a imaginação e o pensamento crítico de quem as observa, tanto que são um veículo essencial na captação de atenções e na formação de determinados discursos ideológicos (Leal, 2009).

Aplicada ao mundo jornalístico, a fotografia tem o papel de comprovar, testemunhar ou estabelecer um indício, não podendo ser considerado como algo factual, uma verdade histórica (Leal, 2009).

Apesar da sua capacidade de gravar, registar e conservar um momento, as fotografias incorporam também um carácter expressivo, a partir do qual podem ser criadas infinitas possibilidades, experiências e acontecimentos (Leal, 2009).

Para Susan Sontag (2004), a fotografia documenta e justifica, mas simultaneamente também aprisiona e falsifica o tempo, configurando-se como uma submissão, um assalto à realidade. É esta capacidade imaginativa e irrealista que leva Gibbons (2014) a afirmar que a objetividade na fotografia é algo quase impossível, e que implica, primeiro que tudo, a erradicação do fotógrafo, de forma a que este não interfira de maneira nenhuma no processo fotográfico. O autor defende que o argumento de que o fotógrafo se apresenta como um observador distanciado não pode ser levado em conta, já que a fotografia não é uma arte mecânica, mas uma prática perpetuamente sujeita a interpretações artísticas, que estas sejam tomadas consciente ou inconscientemente. Sontag (2004) também acredita que, na sua essência, a fotografia é o resultado de um ato de não intervenção, mesmo que para isso o fotógrafo tenha de assumir a função de mero espetador (Sontag, 2004, p.22-23).

Para Kossoy (2002), as componentes técnicas envolvidas no ato fotográfico, como a câmara e todos os outros materiais utilizados, são indissociáveis dos fatores de ordem natural, isto é, as especificidades mentais, sociais e culturais do próprio fotógrafo (Cardoso, 2015, p.86). Neste processo, a seleção dos materiais, do assunto, do enquadramento e do momento de pressionar o obturador interferem no resultado final da imagem e são um resultado das experiências, do conhecimento e das intenções do fotógrafo (Kossoy, 2002, p.28-29). Kossoy (2002) acrescenta que as componentes naturais se sobrepõem hierarquicamente às de origem técnica e que, por essa mesma razão, não é possível uma não-interferência do fotógrafo no processo fotográfico. Para o autor, existe sempre uma motivação, pessoal ou profissional, por parte do fotógrafo, na criação de uma fotografia. (Kossoy, 2002, p.27).

Em virtude destes fatores, que inevitavelmente se espelham na fotografia que o público, no final, percebe, Kossoy (2002) defende a ideia de que as fotografias são “uma representação do real” – “Apesar da sua vinculação documental com o referente, o testemunho que se vê gravado na fotografia” está “fundido ao processo de criação do fotógrafo” (Kossoy, 2002, p.34-35). “O dado real”, registado fotograficamente, “corresponde a um produto documental elaborado culturalmente,

técnica e esteticamente, portanto ideologicamente”, tratando-se de um registo, de uma criação (Kossoy, 2002, p.34-35).

Mas não é só o fotógrafo que deve ser considerado, também o próprio indivíduo é um elemento construtor de subjetividade no contexto fotojornalístico. Nas palavras de Kossoy (2002), em outro ponto do processo está o público, que participa, em função de determinada ideologia, no “processo de construção da interpretação” de uma criação fotográfica (Kossoy, 2002, p.41-43). Neste processo, as representações fotográficas “permitem uma leitura plural” por parte de quem as vê (Kossoy, 2002, p.41-43). Cada indivíduo possui os “seus próprios filtros ideológicos, culturais, éticos, etc., que, de uma maneira ou outra, farão com que concordem ou não com a informação” retratada na fotografia (Cardoso, 2015, p.87). Contudo, argumenta Cardoso (2015), o fotógrafo, “tendo conhecimento de certos valores e referências do público que terá acesso à informação”, procurará construir o seu discurso de forma a que alcance a finalidade desejada (Cardoso, 2015, p.87).

Já na visão de Flusser (2011), não é só o fotógrafo que tem o poder de decisão no resultado final de uma representação fotográfica. Mais ainda do que os fotógrafos, são os jornais que decidem o caminho a tomar – “O fotógrafo fotografa em função de um jornal determinado [...] ao fotografar, o fotógrafo sabe que” as suas fotografias apenas serão aceites se se enquadrarem na narrativa e na agenda do jornal (Flusser, 2011, p.74). Mesmo com o aparecimento de agências fundadas por fotojornalistas, que têm como princípio a independência profissional, acima dos interesses do mercado, a verdade é que a grande maioria destes profissionais se encontra, em algum grau, preso às escolhas editoriais da organização onde trabalham (Persichetti, 2011, p.93).

Patrick Roegiers (1997) refere, em 1997, no jornal *Le Monde*, que a fotografia é a arte da amnésia, das evocações e recordações (Leal, 2009, p.15). O olhar, a perspectiva de cada indivíduo é única, e nasce a partir das suas próprias memórias, das revisitadas e das inconscientes. É através da memória que o olhar de cada um cria a tal segunda realidade mencionada anteriormente, uma outra que não está a ser representada na imagem, mas que é criada posteriormente no processo interpretativo. Quer isto dizer que as qualidades estéticas inerentes a uma imagem se aliam à capacidade imagética ou, por outras palavras, à memória de cada indivíduo, criando-se, a partir daqui, o que conhecemos como narrativas visuais (Leal, 2009).

3. FOTOJORNALISMO: A PROCURA POR UMA DEFINIÇÃO

Para Sousa (1998), o conceito de fotojornalismo é cada vez mais difícil de definir, já que reflete uma multiplicidade de temáticas, técnicas, abordagens e pontos de vista. O autor define fotojornalismo, distinguindo o seu sentido lato, do sentido restrito da palavra. No sentido lato, Sousa (1998) defende que o fotojornalismo é uma atividade informativa, interpretativa e documental que está intimamente ligada com a imprensa e outras instituições produtoras de informação. Neste plano, pode também ser incluído na definição de fotojornalismo as áreas do fotodocumentalismo e da foto ilustração. No sentido restrito, o fotojornalismo é uma atividade que tem como finalidade informar e esclarecer o público através da cobertura de assuntos de interesse jornalístico. Contrariamente ao sentido lato, neste plano, o conteúdo está em primeiro plano, não importando somente a produção de informação, mas a produção de informação relevante. No entanto, os conteúdos de maior interesse jornalístico não estão obrigatoriamente em sintonia com os critérios de noticiabilidade dominantes, estando sujeitos às escolhas dos diferentes meios de comunicação. Souza (2021) complementa esta ideia de que o jornalismo é uma ferramenta informativa, afirmando que o seu principal propósito é o de fornecer aos leitores algum tipo de informação visual. O autor acrescenta ainda que os fotojornalistas se diferenciam dos restantes fotógrafos profissionais, já que não dispõem de um estúdio, de cenários ou de iluminação especial, fazendo da rua o seu “studio fora do estúdio”. Ainda mais, por estarem limitados a um número reduzido de câmaras e lentes, é fundamental para os fotojornalistas saberem como se posicionar num determinado evento e como escolher os melhores equipamentos e ângulos para cada situação, de forma a que a fotografa se monte sozinha, à frente dos seus olhos.

A fotografia faz parte da comunidade das imagens, mas também se diferencia desta essencialmente por quatro fatores. Em primeiro lugar, está a técnica de produção, ou mecânica (Monteiro, 2016). De seguida, o autor destaca a reprodutividade da fotografia, isto é, a capacidade de produção de cópias. Em terceiro lugar, está a sua ampla capacidade de circulação, nomeadamente na imprensa, em livros e outdoors. Por último, a fotografia diferencia-se pela sua apropriação por diferentes grupos sociais, não estando confinada a cidadãos de um certo grau socioeconómico ou preferência política (Monteiro, 2016). O autor continua o seu pensamento, afirmando que a fotografia é, de facto, única, não só por estas razões, mas por conseguir imortalizar um instante no tempo e capturar um recorte no espaço (Monteiro, 2016). Também Dubois (1993) distingue a fotografia de outros sistemas de

representação. Para o autor, a fotografia não se assemelha à pintura ou ao desenho, mas sim à sombra, à poeira, à cicatriz ou à ruína, todos eles sinais de algo passado, vestígios de algo que existiu mas que já não permanece igual, que sofreu uma transformação (Dubois, 1993). Para Durand, a fotografia nada mais é do que a produção de uma imagem. O autor concorda que a fotografia não tem o propósito de reproduzir o mundo, sendo ela própria um acontecimento, produzindo, por sua vez, não o mundo tal como ele é, mas um real fotográfico (Durand, 1998). Rouillé (2009) desenvolve esta ideia ao afirmar que a fotografia não mostra simplesmente ou adere às coisas, mas antes designa corpos, coisas e estados de coisas e exprime eventos e sentidos. O autor acrescenta ainda que é precisamente devido a esta capacidade de designar e exprimir que a fotografia é tão poderosa para os media. Qualquer evento, por mais banal que seja, pode ser tornado numa narrativa poderosa, consumível pelo público (Rouillé, 2009).

Para o desenvolvimento deste trabalho, a fotografia vai ser analisada através do seu carácter transversal, propondo-se assim uma “dupla leitura”: por um lado, a “imagem enquanto documento visual”; do outro, enquanto “prática pessoal e subjetiva” (Lobo, 2016, p.6).

4. AS ORIGENS E EVOLUÇÃO DO FOTOJORNALISMO

4.1 O fotojornalismo no mundo

O fotojornalismo existe há mais de 150 anos. A primeira vez que uma fotografia foi utilizada para fins jornalísticos foi em 1855, durante a Guerra da Crimeia, pela mão do fotógrafo inglês Roger Fenton. Desde aí que a imagem tem ocupado um lugar primordial no campo jornalístico, com os fotojornalistas a servirem como verdadeiros mediadores da realidade, transpondo os acontecimentos que se sucedem em imagens que permanecem imortalizadas no tempo. A história do fotojornalismo não é linear, ela está repleta de tensões e ruturas, de superações, oposições e rompimentos, como diz o autor Jorge Pedro Sousa (Sousa, 1998). Esta é uma área em constante mudança, estando profundamente entrelaçada ao contexto social, cultural e económico da época, bem como aos avanços tecnológicos conseguidos ao longo do tempo. Desde meados do século XIX que o fotojornalismo molda a maneira como vemos o mundo, fazendo uso das imagens para comunicar

notícias. O que começou com a fotografia de guerras, depressa se espalhou para diferentes áreas, onde podem ser incluídos eventos de natureza desportiva, cultural ou humanitária (Costa, 2020).

A fotografia deu os seus primeiros passos no campo da informação em 1842, quando foi usada como news medium pela primeira vez, embora nesta altura não se falasse ainda do termo fotojornalismo. No mesmo ano, registou-se a primeira fotografia de um acontecimento público, neste caso um incêndio na cidade de Hamburgo, realizada pelo alemão Carl Fiedrich Stelzner. A famosa imagem, conhecida como “The Great Fire of Hamburg”, não foi publicada por nenhum meio de comunicação, já que isso constituía ainda um problema para muitos jornais e revistas, para além de que na altura o desenho ainda se sobrepunha à fotografia. Apesar disto, a revista The Illustrated London News publicou um desenho a partir da fotografia original, dando assim mais relevância e reconhecimento a este momento.



Figura 1. The Great Fire of Hamburg, 1842. Carl Fiedrich Stelzner. Fonte: Look and Learn. History Picture Archive.

Em 1844, chegou a vez dos Estados Unidos celebrarem a sua primeira fotografia de um acontecimento público. Esta chegou pelas mãos de William e Frederick Langenheim, que retrataram uma série de motins em Filadélfia. A Guerra Americano-Mexicana, de 1846 – 1848, foi a primeira guerra para onde se enviaram correspondentes fotográficos. Este acontecimento não é um pormenor na história do fotojornalismo, antes pelo contrário. As temáticas da guerra e de conflitos humanitários permanecem, até aos dias de hoje, entre as mais tocadas pelos fotojornalistas, pelo que o seu início

marca uma mudança importante na área. Os anos seguintes foram marcados por várias conquistas técnicas e tecnológicas, motivadas não só pelas exigências do público, como pelos profissionais da área, que ambicionavam que a fotografia ganhasse um espaço mais relevante no campo informativo. Entre as principais mudanças da época, estão a melhoria da qualidade das lentes e a adoção de novos processos como o do colódio húmido. Este último foi inventado pelo inglês Frederick Scott Archer e começou a ser posto em prática no ano de 1851. Foi a partir destes avanços que a fotografia passou a ser uma “documentação imagética do mundo”, beneficiando do “realismo que a pintura não conseguia”. Como salienta Jorge Pedro Sousa, a fotografia passou a ser percebida como um “espelho do real”, como uma prova autêntica, um testemunho e como a “verdade”. Precisamente por isto, e pela época em que se vivia, não só o bem, o bonito e o estético eram retratados, mas também as guerras e as coisas que eram mais feias e sujas numa sociedade. Como aponta o autor Jorge Pedro Sousa, a temática da guerra inclui, por um lado, uma forte “herança cultural”, o que lhe consagra uma maior atenção artística. Por outro lado, a frequência com que este tema foi abordado reflete também os acontecimentos da época, onde se viram envolvidos as potências mais industrializadas e, naturalmente, mais avançadas no campo da comunicação.

A Guerra da Crimeia (1853 – 1856), a Guerra Civil Americana (1861 - 1865), a Guerra Franco-Prussiana (1870 – 1871), a Comuna de Paris (1871) e a Guerra Hispano-Americana (1898) estão entre os primeiros conflitos a serem retratadas imageticamente. O britânico Roger Fenton destacou-se como um pioneiro no fotojornalismo, durante a Guerra da Crimeia (1853 – 1856). Fenton foi o primeiro fotógrafo oficial de guerra, tendo, durante a sua carreira, capturado imagens que demonstravam a dureza e as consequências do conflito. O seu trabalho foi posteriormente publicado na *Illustrated London News*, alcançando, pela primeira vez, uma audiência a nível mundial (Costa, 2020). Já o fotógrafo Mathew Brady destacou-se durante a Guerra Civil Americana, tendo capturado cenas da vida no campo e nos campos de batalha, imagens mais tarde publicadas pelo *Harper's Weekly*. Foi nesta altura que começou a ser discutida a estética da proximidade. As primeiras imagens de soldados a lutar no campo de batalha, durante a Guerra Franco-Prussiana, fizeram com que mesmo aqueles distantes geograficamente, pudessem ver os horrores da guerra e o cenário vivido em batalha. Durante a Guerra da Crimeia, o fotógrafo britânico James Robertson fotografou pela primeira vez soldados mortos em combate, ampliando, segundo o autor Jorge Pedro Sousa, “o

universo do mostrável”, “a liberdade de ver”. Estes acontecimentos fizeram com que o mundo do fotojornalismo evoluísse, dando importantes passos rumo a uma vertente mais moderna, como a que conhecemos atualmente. Os fotógrafos ficaram mais cientes da importância de estar no lugar, de saber o lugar e o momento certo para posicionar a câmara. Foi também fundamental a noção de que a fotografia carregava em si uma carga dramática mais forte comparativamente à pintura e que isto era algo positivo, a ser explorado. Por último, o facto de as imagens publicadas passarem a ser a história que o mundo vê e reconhece.

O final do século XIX marcou uma era de mudança e expansão no mundo do fotojornalismo. Em sintonia com “o progresso noutros setores da economia”, também a indústria fotográfica registou “importantes avanços tecnológicos”, com uma crescente acessibilidade e comercialização da câmara fotográfica (Lobo, 2016, p.27). Foi também neste período que a Kodak revolucionou significativamente “o processo de criar imagens”, lançando no mercado inúmeros modelos de “máquinas de baixo custo e bastante simples de operar” (Lobo, 2016, p.27). Reflexo destas transformações é o slogan que a marca criou – “*You press the button. We do the rest.*”



Figura 2. A máquina Brownie, da Kodak, lançada em 1900. Fonte: Wikipedia.

Em 1894, foi fundada em Londres a *Illustrated Journals Photographic Supply Company*, a primeira agência fotográfica a nível mundial. Seguiram-se outras, como a *Underwood & Underwood* e a *Montauk Photo Concern*, ambas nos Estados Unidos e a *Illustrated Press Bureau*, em Inglaterra. Em 1910, esta tendência de crescimento chegou a França, com a primeira fotografia jornalística a figurar na imprensa, neste caso no jornal *Excelsior*, fundado pelo jornalista Pierre Latiffe.

O final do século XIX e início do século XX ficou marcado por inúmeros avanços “óticos e mecânicos” no campo da fotografia – o desenvolvimento das “lâmpadas de flash” e da película de 35mm”, a criação de “lentes mais rápidas e o surgimento de novas empresas de máquinas fotográficas, como a Leica, estão entre os fatores que permitiram à fotografia tornar-se no “meio visual dominante na cultura popular”, passando a prática fotográfica a ser algo mais acessível e, conseqüentemente, mais democrático (Lobo, 2016, p.28). Em 1904, surgiu o primeiro tabloide fotográfico, o Daily Mirror. Este momento marcou uma viragem crucial no campo jornalístico: as fotografias passariam de ser algo secundário, que apenas ilustravam o texto, para passarem elas próprias a terem uma vida em si próprias, sendo consideradas tão importantes como qualquer conteúdo escrito. Foi nestes primeiros anos do século XX que o fotojornalismo moderno, tal como o conhecemos hoje, verdadeiramente nasceu. O género documental tornou-se uma prática popular durante as décadas de 1920 e 1930, fortemente marcadas pela Primeira Guerra Mundial, bem como pelo “triunfo da revolução bolchevique na União Soviética”, que viria a desencadear no mundo “uma crise social, económica e ideológica” e a abalar “os alicerces do capitalismo liberal e industrial” (Lobo, 2016, p.30). Com o fim do conflito, a Alemanha estabeleceu-se como o centro cultural da Europa, sendo invadida pelos meios artístico, literário e científico. A chamada “cultura de Weimar”, que ocorreu no período entre as guerras, foi um terreno fértil para intelectuais e artistas, cultivando-se no país um ambiente cultural verdadeiramente efervescente.

As transformações políticas, culturais e sociais sentidas na Europa do século XX desencadearam inúmeras mudanças no setor do fotojornalismo. Em detrimento da difusão de revistas ilustradas e da crescente presença de imagens na imprensa escrita, verificou-se uma crescente “procura por fotógrafos que pudessem alimentar esse consumo voraz de imagens”. Assistiu-se a uma “proliferação tanto de fotógrafos comerciais e de estúdio como de fotojornalistas”, e deu-se, conseqüentemente, o “crescimento da indústria fotográfica” e o “aparecimento de agências de imagens” (Lobo, 2016, p.31). Tudo acabou em 1933, com o início do Nazismo e a subida ao poder de Adolf Hitler. Muitos intelectuais e artistas fugiram para outros países, fazendo com que o progresso até então vivido no país caísse rapidamente por terra. Ainda assim, o final da Segunda Guerra Mundial, precipitou novas discussões sobre o papel da fotografia na representação da realidade, que passou a ser vista não só como um sistema moderno e dinâmico de representação, mas como uma importante ferramenta

ideológica (Lobo, 2016, p.31). Em muitos países, as décadas de 1930 e 1940 ficaram registadas como a Era de Ouro no fotojornalismo, com os desenvolvimentos tecnológicos e o interesse do público a alinharem-se e a conseguirem levar o setor a novos patamares (Costa, 2020). Um dos passos mais importantes foi a inclusão de mais mulheres no campo fotojornalístico, com Margaret Bourke-White a destacar-se como a primeira repórter de guerra e a fotógrafa da primeira capa da revista Life, e Dorothea Lange, que ficou na história pelo seu trabalho durante a Grande Depressão (1929-1939), de onde sobressai a imagem *Migrant Mother*. No período após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), surgiram, tanto na esfera europeia, como no resto mundo, inúmeras novas publicações, desde as chamadas revistas cor de rosa, às revistas especializadas em moda, decoração ou fotografia, passando pelas revistas eróticas, como a Playboy, fundada em 1953 por Hugh Hefner.



Figura 3. Primeira edição da Playboy, 1953. Marilyn Monroe. Fonte: Público (2017).

É também a esta altura que remonta o início da fotografia digital, quando, em 1957, o engenheiro norte-americano Russel Kirsch produziu a primeira fotografia digital num computador, a partir de uma fotografia do seu filho (n.d, 2023). Quase vinte anos mais tarde, em 1975, foi criada aquela que pode ser considerada a primeira câmara fotográfica digital, pelas mãos de um engenheiro da Eastman

Kodak, Steve Sasson. A invenção de Sasson é totalmente diferente das câmaras digitais que hoje conhecemos. Para além de pesar cerca de 4kg, as fotografias só conseguiam ser capturadas a preto e branco e demoravam mais de vinte segundos a serem gravadas na cassete (n.d, 2023). Apesar de se destacar como um dos grandes feitos no mundo da fotografia, a câmara de Sasson ainda não estava minimamente preparada para ser comercializada. Como dito anteriormente, os avanços tecnológicos demoram sempre algum tempo até serem totalmente incorporados pela sociedade. Neste caso, a Kodak ainda centrava todo o seu modelo de negócios na fotografia analógica, de modo a que ainda iriam decorrer vários anos até que o mundo se virasse para o digital (n.d, 2023). A Sony, no entanto, adiantou-se nesta corrida, lançando, em 1981, o modelo Mavica, ou Magnetic Still Camera, “inaugurando assim a era das chamadas câmaras de vídeo estático” (Almeida & Boni, 2006, p.14).

Não foi preciso esperar muito para que se desse outro passo gigantesco no mundo da fotografia. Em 1976, o cientista norte-americano Bryce Bayer surpreendeu o mundo ao criar o Bayer Color Filter Array, ou Padrão Bayer, que permitia o registo de fotografias a cores, ultrapassando-se assim a fase do preto e branco. Alguns anos mais tarde, em 1981, foi construída a primeira câmara verdadeiramente digital, denominada de All Sky, que tinha como propósito a captura de auroras boreais. Os Jogos Olímpicos de 1984, em Los Angeles, serviram para testar e dar a conhecer ao mundo as novidades da Canon. Numa parceria com o jornal japonês Yomiuri Shimbun, a Canon transmitiu, dos Estados Unidos para o Japão, por telefone, fotografias do evento (Almeida & Boni, 2006).

Os desenvolvimentos tecnológicos no campo fotográfico prolongaram-se nos finais do século XX e pelo início do século XXI, com a introdução da fotografia digital no mercado, tanto a nível profissional como amador. As primeiras câmaras digitais chegaram ao mercado em 1989, com modelos de diferentes marcas, entre eles a Fujix e a Kodak (Almeida & Boni, 2006). Em 1990, a Adobe lançou a primeira versão do Photoshop, naquele que se viria tornar o software de edição de imagens mais utilizado no mundo inteiro (n.d, 2023). No ano seguinte, a Kodak começou a transformação do seu modelo de negócios, lançando o primeiro sistema de fotografia digital, que tinha como intuito a sua utilização por fotojornalistas profissionais. No setor amador, a revolução chegou em 1992, quando a Apple lançou a Quick-Take 100, a primeira câmara fotográfica digital destinada a ser utilizada por todos, independentemente do nível de experiência. Já bem século XXI,

em 2006, a Nikon deu por completa a sua transição do analógico para o digital, passando a focar o seu fabrico em câmaras digitais, acreditando que era este o futuro do mercado. Foi também nos primeiros anos do século XXI que surgiram os primeiros telemóveis com uma câmara digital incorporada, o que veio trazer grandes alterações em todo o ciclo da experiência fotográfica (n.d, 2023). Esta facilidade e rapidez de acesso a uma câmara fotográfica mudou não só o modo como capturamos imagens, mas também a forma como as manipulamos e partilhamos com o mundo. Por um lado, os desenvolvimentos tecnológicos foram extremamente positivos para o fotojornalismo, na medida em que permitiram a estes profissionais editar e enviar as imagens para as redações de forma muito mais rápida. Para além disso, permitiu às organizações poupar uma grande parte do seu orçamento, não sendo já necessário comprar filme. Por outro lado, as imagens tornaram-se mais suscetíveis à alteração, gerando questões em torno da fidelidade e credibilidade da profissão. Quais serão os próximos passos da fotografia neste novo mundo digital? Qual o espaço que esta irá ocupar e as preocupações que irá levantar? Certamente neste caminho estarão questões relacionadas com a forma como as imagens cada vez mais se afastam da realidade, invadindo um mundo onde o 3D e a realidade virtual estão a crescer (n.d, 2023).

Ano	Acontecimento
1842	Primeira vez que uma fotografia é utilizada no campo da informação
1842	Primeira fotografia de um evento público – “The Great Fire of Hamburg”
1846/1848	Primeira guerra para onde foram enviados correspondentes fotográficos (Guerra Americo-Mexicana)
1855	Primeira vez que uma fotografia foi utilizada para fins jornalísticos, durante a Guerra da Crimeia

1894	Fundação da Illustrated Journals Photographic Supply Company, a primeira agência fotográfica a nível mundial
1904	Fundação do primeiro tablóide fotográfico, o Daily Mirror
1953	Fundação da Playboy, por Hugh Hefner
1989	Lançamento no mercado das primeiras câmaras digitais, com marcas como a Fujix e a Kodak
1990	Lançamento da primeira versão do Photoshop, pela Adobe
1992	Lançamento da primeira câmara fotográfica digital, pela Apple (Quick-Take 100)
2006	A Nixon transita do modelo analógico para o digital

Figura 4. As origens e evolução do fotojornalismo no mundo.

4.2 O fotojornalismo em Portugal: da tradição à modernidade

Olhando para o percurso do fotojornalismo em Portugal, podemos dividir essa história em três grandes fases, ou períodos. A primeira fase corresponde às décadas de 50, 60 e 70 e ficou marcada pela falta de liberdade de expressão no país, resultante da ditadura salazarista que vigorava desde 1933. Um pouco à semelhança do que viria a acontecer com a Alemanha nazi, a subida de Salazar ao poder fez com que o fotojornalismo perdesse alguma da sua “subtileza e discrição”, estando fortemente ligada à “propaganda nacional” e à imagem que o regime queria transmitir. (Sousa, 1998). Durante este período, “os media serviam predominantemente como veículos de propaganda” do regime ditatorial, “limitando severamente a liberdade de expressão e o acesso à informação” (Couraceiro et al., 2024). No dia 20 de março, o Diário de Notícias deu um grande destaque ao ato

eleitoral do dia anterior, com o título *O Plebiscito Nacional de ontem*, que consagrou no poder o Estado Novo, liderado por António de Oliveira Salazar e estabeleceu um Presidente e uma Assembleia Nacional diretamente eleitos. “A Constituição, conforme os resultados oficialmente apurados até agora, foi aprovada por cerca de 95% dos eleitores, tendo-se manifestado nas urnas 60% a favor e menos de 5% contra (Diário de Notícias, 20 de março de 1933, p. 1).



Figura 5. Diário de Notícias. 20 de março de 1933. Fonte: Diário de Notícias.

Com o fim do Estado Novo, o país tinha de se adaptar a um novo regime, desta vez democrático, o que exigia “uma redefinição do papel dos media na sociedade” (Couraceiro et al., 2024). Os autores de *50 Anos de R(evolução) na Comunicação*, trabalho publicado em 2024 e que serviu para comemorar a data da queda do regime, realçam que apesar da queda do Estado Novo, “o período imediatamente após a revolução foi caracterizado por turbulência, com tentativas de controlo e influência nos media por diferentes facções políticas” (Couraceiro et al., 2024). Havia, nesta altura, uma forte indecisão sobre o rumo que o jornalismo nacional deveria tomar. Para além de existir uma “ausência de entendimento comum” sobre a prática jornalística, eram também fortes as dúvidas relativamente ao modelo de gestão a tomar (Couraceiro et al., 2024). Em 1975, deu-se um passo

importante para o fotojornalismo nacional, com a atribuição de um prémio da World Press Photo a uma fotografia capturada em Portugal, sobre a prisão de um agente da PIDE durante o regime salazarista. Embora esta não tenha sido da autoria de um fotógrafo português, a imagem fez com que o país ficasse ainda mais no mapa e ganhasse protagonismo no mundo fotojornalístico. No mesmo ano, foi promulgada a Lei da Imprensa, que consagrou novamente a liberdade de expressão nos meios de comunicação nacionais. No ano seguinte, em abril de 1976, foi aprovada a Constituição da República, que garantiu uma “maior democraticidade nos media” e o “pluralismo ideológico nos meios de comunicação do Estado” (Couraceiro et al., 2024). Na viragem para os anos 80, em 1979, surge o primeiro curso em Comunicação Social, na Nova de Lisboa, o que representava “um sinal de aposta na qualidade do jornalismo” (Couraceiro et al., 2024).

A segunda fase ocorreu nos anos de 1980 e 1990, numa altura em que “a enorme vontade de romper com os cânones estabelecidos, de fazer diferente e melhor, fervilhava entre a classe jornalística, no pós 25 de abril” (Cardoso, 2020, p.378). Em 1987, foi fundada a LUSA, a Agência de Notícias de Portugal, que tinha como propósito “dar cobertura a todos os temas de interesse nacional” e relatar os acontecimentos internacionais que tivessem impacto no país, assegurando assim a publicação de informação de forma “rápida, factual e rigorosa” (Cardoso, 2020, p.383). Paralelamente, surgiram nesta altura diversos projetos editoriais de relevância, entre eles o jornal Tal & Qual (1980), o Independente (1988) e o Público (1990). Fundado pelo jornalista Joaquim Letria, o Tal & Qual estabeleceu-se desde o início como um jornal “marcadamente popular”, que usava e abusava da liberdade de expressão conquistada poucos anos antes (Cardoso, 2020, p.378). Algumas das fotos mais ousadas da época eram da autoria deste jornal, entre as quais se destacam as fotografias da Dona Branca, a criminosa conhecida como “A Banqueira do Povo”, ou a famosa fotografia de Alberto João Jardim em roupa interior, no Carnaval da Madeira. Estes são dois meros exemplos, que ilustram o carácter popular e provocador do Tal & Qual, que por vezes chegava mesmo a ultrapassar “todas as barreiras éticas e deontológicas” da altura (Cardoso, 2020, p.379). Também o jornal Independente se destacou na altura pela sua irreverência e rutura com as regras do mundo jornalístico. Fundado por Miguel Esteves Cardoso, o Independente quis desde logo adotar as “tendências rebeldes” da imprensa britânica e diferenciar-se do seu concorrente mais direta, o Semanário, que apresentava um estilo fotográfico mais convencional (Cardoso, 2020, p.380). Tal como o Tal & Qual, também era

comum as publicações do Independente figurarem fotografias polémicas, de grandes dimensões e com uma linguagem algo provocadora e irónica, que chamasse a atenção do público e, em particular, dos políticos (Cardoso, 2020, p.380). As famosas crónicas de Miguel Esteves Cardoso – “As minhas aventuras da República Portuguesa” – desde cedo que marcaram a cultura do país e “aguçaram o espírito crítico da geração X”, que cresceu a ler o jornal (Cardoso, 2020, p.380-381). Apesar de tudo isto, o que mais marcou a história do jornal foi o facto de ter sido um dos primeiros no país a recusar a neutralidade jornalística, vista até aí como algo praticamente obrigatório, assumindo, por sua vez, uma tendência de direita conservadora. Já o Público, fundado em 1990, nasceu para colmatar as necessidades do panorama jornalístico da altura, que, com o fim d’O Século e do Jornal Novo, ressentia a falta de um jornal diário de referência. Para os fundadores do jornal, este insere-se “numa tradição europeia de jornalismo exigente e de qualidade, recusando o sensacionalismo e a exploração mercantil da matéria informativa” (Cardoso, 2020, p.384). O Público trazia uma abordagem jornalística única, olhando, pela primeira vez, para uma peça jornalística como um triângulo essencial, onde a fotografia era tão importante como o texto e os elementos gráficos (Cardoso, 2020, p.384). Algumas das reportagens mais marcantes desta época têm a assinatura de jornalistas do Público, nomeadamente sobre a Europa de Leste, a reunificação alemã e a situação nos Balcãs (Cardoso, 2020, p.385).



Figura 6. Capa jornal Público. 26 de dezembro de 1991. Fonte: Público.

Foi no virar para o século XXI que alguns jornais, entre eles o Expresso e o Diário de Notícias, começaram a investir na secção de fotografia, o que fez com que esta ganhasse maior reconhecimento dentro da hierarquia das organizações e junto do olhar do público. Por outro lado, os fotógrafos começaram a apostar na sua formação superior, o que deu à profissão uma maior credibilidade e conferiu a estes profissionais um maior grau de preparação, especialmente num momento em que começavam a surgir indícios de uma passagem para o digital (Cardoso, 2020, p.376). Em 1995, o Jornal de Notícias foi o primeiro no país a criar um website, seguindo-se o Público e o Diário de Notícias no mesmo ano. Ainda assim, nesta altura, a população portuguesa ainda era pouco digitalizada: apenas 1 em cada 10 portugueses tinha um computador em casa, e só 2% das famílias afirmavam ter telemóvel. Poucos anos mais tarde, em 2000, este número já tinha aumentado para os 47%, o que refletia as rápidas mudanças que estavam a ocorrer ao nível dos hábitos de consumo dos indivíduos (Couraceiro et al., 2024).

A terceira e última fase teve como fundo precisamente este cenário de mudança. Com o passar para o século XXI, a digitalização era já parte central da “inovação nos media”, que procuravam, cada vez mais, “encontrar modelos de monetização e de fidelização das audiências online” (Couraceiro et al., 2024). O Público foi pioneiro nesta área, criando em 2010, no mesmo ano em que surgiu o Instagram, o cargo de gestor de comunidades. Para além disso, o jornal lançou também aplicações exclusivas para iPhone e iPad, mostrando conseguir adaptar-se aos novos tempos e às novas necessidades da sua audiência. Também o Expresso, o Público e o Jornal de Notícias fundaram o seu próprio jornal online, onde as notícias passaram para um plano onde são atualizadas quase ao segundo e as foto-galerias e reportagens de fundo ganharam mais protagonismo, beneficiando do espaço ilimitado. Mas, se por um lado a era digital trouxe um novo mundo de possibilidades e formas de ver e fazer comunicação, por outro lado, também propiciou inúmeros problemas, que acabaram por resultar numa das “piores crises estruturais e financeiras do jornalismo nacional” (Cardoso, 2020, p.392). Os artigos jornalísticos começaram a ser substituídos por conteúdos, a ideia do jornalismo como um serviço público foi suplantada por uma mera conceção mercantilista da profissão e o acesso à informação de forma gratuita passou a ser visto como algo banal (Cardoso, 2020, p.392). Tal como

o texto, também a fotografia começou a ser desvalorizada, tanto nas redações, como pelo próprio olhar do público (Cardoso, 2020, p.393). O acesso cada vez maior a máquinas fotográficas, bem como a crescente facilidade de utilização destes equipamentos, fez com que a prática fotográfica se tornasse mais massificada e, conseqüentemente, começasse a ser vista como algo que todos poderiam fazer. Para muitos, a “banalização da imagem” e o “fácil acesso à profissão” é algo lamentável, na medida em que dignifica o fotojornalismo enquanto profissão. Se o ato fotográfico é assim tão fácil e se é acessível a todos aos que têm um telemóvel, então não vale a pena as redações investirem em fotógrafos profissionais. No entanto, “entre ser a câmara a conceber a fotografia em automático ou ser o fotógrafo a escolher todos os detalhes da imagem vai uma longa distância” (Cardoso, 2020, p.393).

No sentido positivo, os avanços tecnológicos beneficiaram em muitos aspetos o mundo do fotojornalismo, permitindo, entre outras coisas, que os esforços logísticos empreendidos pelos fotógrafos em trabalhos de reportagem diminuíssem consideravelmente. Depois, simplificaram-se os processos de captação e transmissão das imagens, passando apenas a ser necessário que as fotografias fossem transferidas do cartão de memória para o computador, de forma a serem posteriormente enviadas para as redações (Cardoso, 2020, p.393). Por último, registaram-se mudanças ao nível do vídeo, com as inovações nas câmaras fotográficas a possibilitarem a captura de movimento com uma qualidade infinitamente superior. Esta última mudança mudou o paradigma do jornalismo, na medida em que os meios de comunicação passaram a exigir conteúdos mais versáteis e multifacetados. Para além da fotografia, os fotógrafos passaram também a ter de gravar vídeos, mesmo nos casos em que esta não era uma linguagem que lhes saísse naturalmente e que fosse, até, contra a sua natureza e aptidão estética. Os conteúdos e a linguagem multimédia ganharam uma força inacreditável, passando mesmo a figurar em reportagens mais autorais ou de estilo mais documental. Depressa as redações se aperceberam que esta era, sem dúvida, “uma mais-valia para atrair leitores” e, conseqüentemente, para gerar mais lucro. Como referido anteriormente, a informação passou de algo meramente ao serviço do público e do bom funcionamento da sociedade, para se tornar numa mercadoria, em algo que gera dinheiro (Cardoso, 2020, p.393-394).

Afinal, quais os desafios para o jornalismo no futuro? Quais as mudanças e esforços que devem ser feitos para a preservação da profissão? Em termos da prática jornalista, Couraceiro et al., realçam

que é essencial o investimento na educação de profissionais, tendo em conta as novas tecnologias e os diferentes formatos noticiosos existentes no panorama jornalístico atual (Couraceiro et al., 2024). Para além disso, os autores mencionam também que é importante “aumentar a colaboração entre diferentes órgãos de comunicação social e jornalistas” e incentivar uma “maior diversidade e pluralismo nas redações”, de forma que estas englobem diferentes contextos sociais e perspetivas de ver os acontecimentos do mundo (Couraceiro et al., 2024). No que toca à credibilidade e confiança do público face à profissão jornalística, é crucial que seja preservada a máxima transparência e elevados padrões éticos, bem como a qualidade e novidade dos conteúdos publicados (Couraceiro et al., 2024). Por último, no que diz respeito à sustentabilidade do campo jornalístico, é importante que se tenha em conta a transformação digital, assim como a procura por modelos de negócio sustentáveis, que não só garantam a continuidade dos órgãos de comunicação, como assegurem a valorização das carreiras dos jornalistas e combatam a precariedade (Couraceiro et al., 2024).

5. MAGNUM PHOTOS: ENTRE O DOCUMENTAL E O ARTÍSTICO

Foi no período após a Segunda Guerra Mundial que foram fundadas, principalmente na Europa, várias agências fotográficas e noticiosas, nomeadamente a Magnum Photos, formada em 1947 pelos fotógrafos Henri Cartier-Bresson, Robert Capa, George Rodger e David Seymour. A agência nasceu em Paris, dois anos após o fim do conflito, numa Europa ainda em escombros e sem um caminho definido. Cartier-Bresson passou grande parte da guerra como prisioneiro alemão. Seymour, que durante a guerra perdeu os dois pais para os nazis, foi medalhado pelo seu serviço para com os Serviços Secretos Americanos. Já Capa ficará para sempre na história, por ter tirado as famosas fotografias no Dia D, quando as forças norte-americanas assaltaram a praia de Omaha, na Normandia, em junho de 1944 (Ritchin, 1997).



Figura 7. Correspondentes de guerra Robert Capa (esquerda) e George Rodger (direita). Nápoles, Itália, 1943. Fonte: Artnet.



Figura 8. Tropas norte-americanas na praia de Omaha, Normandia, no Dia D. Junho de 1944. Robert Capa. Fonte: Magnum Photos.

Marcados pela tragédia do conflito, mas com um sentimento de alívio pelo mundo ter sobrevivido, os quatro fotógrafos fundaram a Magnum Photos com o objetivo de apoiar a natureza independente destes profissionais, dando-lhes a liberdade de exercerem a sua profissão fora de todas as regras e fórmulas impostas pelo jornalismo mais convencional. Ao invés do que acontecia na altura, os fundadores da Magnum não dirigiam os fotógrafos, mas antes apoiavam estes profissionais. Os direitos de autor eram detidos pelos autores das próprias imagens, e não pelas revistas que publicavam o trabalho, o que dava total liberdade aos fotógrafos para escolherem o objeto das suas imagens, em vez de estarem sujeitos às imposições editoriais das suas organizações, podendo depois vender as imagens a qualquer revista. Tanto Cartier-Bresson, como Capa, Rodger e Seymour, acreditavam que os fotógrafos tinham de ter refletido nas suas imagens, um ponto de vista que transcendesse qualquer estereótipo ou padrão contemporâneo, pelo que a sua liberdade de expressão e possibilidades artísticas não devia ser limitada. Os fotógrafos eram vistos como uma mistura entre repórteres e artistas, que demonstravam, através de imagens, diferentes realidades e davam resposta à curiosidade que ainda havia no mundo. Este papel tornava-se ainda mais importante numa Europa pós-guerra, já que os fotógrafos tinham a capacidade de refletir sobre as suas próprias experiências e passar ao mundo uma mensagem ainda mais poderosa e duradoura. Para Rodger, Capa era o líder dinâmico por detrás de todo o projeto da Magnum: “Ele reconheceu a qualidade única das câmaras miniatura, tão rápidas e silenciosas de usar, e também as qualidades únicas que nós próprios adquirimos durante vários anos de contacto com todos os excessos emocionais que acompanham a guerra. Ele viu um futuro para nós nesta combinação de minicâmaras e mentes maxi.” (Ritchin, 1997).

Rodger salienta que nessa altura, os fotógrafos tinham uma enorme vantagem, na medida em que grandes áreas do mundo eram ainda desconhecidas ao olhar do público, pelo que era possível fotografar quase tudo, que esse material iria facilmente ser depois vendido. Para fazer face a este cenário, a Magnum decidiu dividir o mundo em áreas de cobertura, com Seymour na Europa, Cartier-Bresson na Índia e no Extremo Oriente, Rodger em África e, finalmente, Capa nos Estados Unidos.

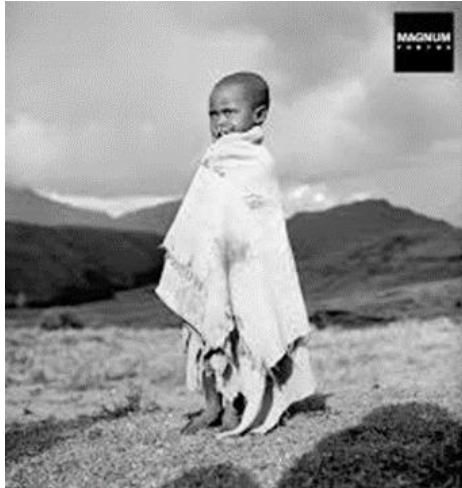


Figura 9. Criança embrulhada num cobertor, abrigada contra o frio. Lesoto, 1947. George Rodger.
Fonte: Magnum Photos.

No espaço de cinco anos após a sua fundação, a Magnum acrescentou à sua ilustre lista de fotógrafos os nomes de Eve Arnold, Burt Glinn, Erich Hartmann, Erich Lessing, Marc Riboud, Dennis Stock e Kryn Taconis. Riboud seguiu os passos de Cartier-Bresson, iniciando a sua própria viagem e trabalho fotográfico na China. Taconis cobriu a guerra de independência da Argélia (1954 – 1962), onde se viriam juntar mais tarde René Burri, Elliott Erwitt, Inge Morath e Cornell Capa, o irmão mais novo de Robert. Já Arnold capturou algumas das figuras mais céleres do século XX, onde se destacam as fotografias de Marilyn Monroe e Malcolm X.

Com todas as suas “personalidades espinhosas”, com “todas as dificuldades inerentes à tentativa de ver de forma diferente”, é difícil de admirar para muitos que a Magnum tenha conseguido sobreviver durante mais de setenta anos, até aos dias de hoje (Ritchin, 1997). Muito poucas agências se distinguem pela sua longevidade, mas a Magnum Photos, na sua idiossincrasia e “incapacidade de ficar parada”, tem sido uma exceção notável neste sentido, tendo a capacidade de se moldar aos tempos e adaptar a sua forma de fazer jornalismo...e arte (Ritchin, 1997).



Figura 10. Marilyn Monroe, durante as filmagens do filme *The Misfits*, realizado por John Huston. Nevada, 1960. Eve Arnold. Fonte: Magnum Photos.



Figura 11. Malcolm X, durante uma visita a empresas detidas por muçulmanos negros. Chicago, 1962. Eve Arnold. Fonte: Magnum Photos.

6. O IMPACTO DA TECNOLOGIA E DA CULTURA NA FOTOGRAFIA

A passagem da fotografia analógica para o modelo digital foi um dos momentos mais decisivos em toda a história da fotografia. Se antes o ato fotográfico era algo que demorava tempo e requeria alguma logística, com o passar dos anos e as consequentes inovações tecnológicas, este processo foi agilizado de tal maneira que hoje em dia é tudo feito numa questão de segundos – “Enquanto na era do analógico, o momento de registo da imagem era um ato de concentração, sem espaço para o erro (...), na era do digital, deixaram de existir constrangimentos (Cardoso, 2021, p.301). Todo o processo fotográfico, assente “numa emulsão química sensível à luz”, que foi desenvolvido “ao longo de quase 200 anos de história”, foi ultrapassado pelo registo eletrónico, e num curto espaço de tempo, a indústria viria a sofrer inúmeras mudanças (Cardoso, 2021, p.301-302). Estas transformações não só alteraram todo o processo fotográfico, desde a captura, até ao momento de revelação e distribuição das imagens, como modificaram a própria estética das imagens e o modo como os fotógrafos exercem a sua profissão. Os “fotógrafos-snipers”, que “disparavam com precisão no ato fotográfico”,

tornaram-se em “fotógrafos-metralhadoras”, que estão sempre a disparar, com medo de perder algum acontecimento (Cardoso, 2021, p.303). Como sabem que o único prejuízo é desgastarem mais rapidamente a câmara, os fotógrafos da atualidade distinguem-se em muito dos profissionais do século XX, na medida em que não se preocupam tanto com fotografarem só o que realmente acham importante, mas com o máximo de imagens que conseguem capturar num dado local e momento, uma tendência que faz com que depois se perca mais tempo no processo de edição (Cardoso, 2021, p.303). Além disso, a fotografia hoje vive um momento de grande saturação, com uma abundância de fotografias a inundar o nosso dia a dia, nomeadamente através das redes sociais, onde qualquer indivíduo pode publicar as imagens que quiser, sem que exista qualquer limite e praticamente nenhuma regulação. Isto levou a uma certa banalização da imagem como algo simbólico e de valor, à ideia de que a fotografia já não está limitada a profissionais e pessoas com um determinado talento artístico, estando, por outro lado, acessível a todos os que, no mínimo, possuam um telemóvel – “O excesso de partilha de imagens de trivialidades do quotidiano enche a Internet com muitas imagens” que nem sequer chegam a ser vistas” (Hjort & Hendry, 2015, p.1). Nas décadas de 1980 e 1990, que antecederam o digital, um dia normal e um fotógrafo de imprensa passava por revelar os rolos a tempo do fecho do jornal. Todo este “ritual agitado”, como lhe chama Cardoso, conferia ao processo uma certa “mitificação”, algo que se perdeu no jornalismo atual (Cardoso, 2021, p.304).

Os fotojornalistas correspondentes em cenários de guerra viviam algumas dificuldades do ponto de vista logístico, entre o peso excessivo que levavam, a dificuldade em não estragar os filmes e os longos controlos de segurança que tinham de atravessar no aeroporto, para além, claro, do trabalho posterior em revelar as fotografias (Cardoso, 2021, p.304). Luís Vasconcelos, um dos membros fundadores dos prémios Estação-Imagem, relembra a sua experiência pessoal como repórter de guerra: “Quando saía em serviços da agência para África, ia com 90 quilos de material (...) Com a cor, ainda era mais complicado por causa das temperaturas. Depois, tornava-se mais difícil por causa dos aparelhos para transmitir. Era incrível. Andar por África assim era uma situação completamente louca” (Cardoso, 2021, p.304). Para além das melhorias em termos logísticos para os fotógrafos, a passagem para o digital trouxe outras vantagens, entre elas a rapidez do processo fotográfico. As imagens podem agora ser visualizadas numa questão de poucos segundos, e a transmissão das mesmas, que antes demorava algumas horas, foi amplamente simplificada, sendo agora suficiente a

transferência do cartão de memória para o computador (Cardoso, 2021, p. 304). Para Fernanda Veludo, que durante vários anos foi responsável pela edição das fotografias no Público, as melhorias técnicas das últimas décadas são claramente positivas, mas o fator da rapidez é o que mais se destaca. Veludo aponta que antes, os deadlines eram “completamente diferentes”, com os jornais a fecharem à uma da manhã, enquanto hoje em dia, com os novos canais digitais, os deadlines são imediatos, os conteúdos são para agora (Cardoso, 2021, p.304). Neste cenário, o fotógrafo ganhou também novas responsabilidades, deixando de ser somente quem tira as imagens, para passar a ser quem as seleciona e edita, um trabalho de quase seleção do material. Se antes era valorizada a mestria da fotografia unicamente, num processo onde havia tempo para a revelação e escolha das imagens, hoje em dia, o ritmo apressado forçou a que se tivesse igualmente em conta os esforços editoriais e éticos dos fotógrafos, num equilíbrio de funções muito variadas, mas complementares.

As primeiras marcas a adaptarem o seu modelo do analógico para o digital foram a Canon e a Kodak, seguindo-se depois a Nikon. Também em Portugal as mudanças foram aceleradas, com a Lusa a dar o primeiro passo, “ao avançar com a aquisição de equipamento digital” (Cardoso, 2021, p.303). Seguiram-se, nos primeiros anos do século XXI, publicações como o Expresso, o Público, o Diário de Notícias e a Visão, que começaram a apostar na transição para uma nova era, onde o modelo analógico deixou de ser a prática comum. Apesar deste investimento, havia ainda entre a comunidade fotojornalística algum ceticismo face ao digital. Como realça Cardoso, essa incerteza era válida, já que, nos primeiros anos, a qualidade estava ainda longe do filme. No entanto, no espaço de poucos anos, a indústria foi capaz de desenvolver a “tecnologia digital” e melhorar “a qualidade dos sensores e do equipamento fotográfico”, ao ponto das câmaras amadoras, acessíveis a toda a gente, se aproximarem das utilizadas pelos profissionais (Cardoso, 2021, p.303). A evolução foi tão rápida que, hoje em dia, muitos telemóveis têm uma resolução igual ou melhor às câmaras utilizadas pelos profissionais nos primeiros anos da década de 2000. Este novo paradigma fez com que a fotografia se tornasse acessível a todos, desde as crianças, quando lhes é oferecido o seu primeiro telemóvel, até à geração mais velha, passando, claro, pelos profissionais da área. Fernando Ricardo, ex-repórter fotográfico da Associated Press, considera que, do ponto de vista social, a abertura da profissão jornalística foi positiva porque permitiu pessoas sem curso, ou menos experientes, conseguirem mais facilmente entrar na profissão. Paralelamente, o facto da fotografia se ter tornado mais acessível

favoreceu também a própria diversidade visual e de histórias, tornando assim o jornalismo mais rico e inclusivo. Muitas pessoas e comunidades que antes não tinham acesso a este meio passaram a ter, fazendo com que a história de indivíduos marginalizados, de minorias étnicas e de culturas e regiões longínquas passasse a ser contada mais facilmente, e para uma maior audiência. No entanto, por outro lado, isto também provocou alguma precariedade profissional e uma descida acentuada nos salários dos fotojornalistas (Cardoso, 2021, p. 305). Alberto Frias, ex-fotógrafo do Expresso, duvida que as remunerações voltem a ser o que eram antes – “Duvido que esta gente nova que ganha mil euros — e já será muito bom — consiga atingir o patamar do que alguns de nós ganhávamos. Estávamos ao nível de um redator principal ou de um diretor adjunto. Hoje em dia, é impensável” (Cardoso, 2021, p.305). Céu Guarda, ex-editora de fotografia do jornal i e membro do grupo Kamera Photo, reforça a ideia de que, hoje em dia, os fotógrafos ganham substancialmente menos, comparativamente há algumas décadas. Muitas organizações consideram que o ato fotográfico é algo fácil, que qualquer amador consegue fazer, não sendo por isso necessário investir em profissionais formados. Afinal, todos podem carregar no botão e fotografar o mundo (Cardoso, 2021, p.305). A banalização da imagem e do processo fotográfico pode ser visto como um problema, mas também como uma oportunidade. Se por um lado intensifica a tendência de todos se considerarem fotógrafos, por outro, faz com que os profissionais da área elevem a fasquia, de forma a que o seu trabalho sobressaia e se imponha ao dos amadores e jovens que chegam às redações “sem a preparação ou sensibilidade necessárias para serem jornalistas” (Cardoso, 2021, p.305).

Outra das mudanças trazidas com a digitalização da profissão foi a incorporação de conteúdos multimédia nos jornais, com as imagens estáticas a deixarem de ser suficientes para alimentar uma audiência cada vez mais exigente em termos visuais. Como mencionado anteriormente, no capítulo que aborda a história do fotojornalismo português, rapidamente as redações se aperceberam que a combinação de texto e vídeo era uma mais valia para atrair leitores e especialmente as audiências da televisão (Cardoso, 2021, p.307). Esta possibilidade de gravar vídeos com elevada qualidade tornou-se possível graças ao surgimento de câmaras digitais, e começou a ser uma tendência a partir do início do século XX, revolucionando assim a produção e consumo de conteúdos jornalísticos. Alfredo Cunha realça que a fotografia é altamente suscetível à mudança e que, durante toda a sua carreira, já teve de (re)aprender a profissão quatro vezes – “Comecei a fotografar com Rolleiflex,

depois com 35 mm, para os negativos, depois para a cor, os slides, para o digital e tenho vindo a adaptar-me” (Cardoso, 2021, p.307). José Carlos Carvalho, fotojornalista da Visão, afirma que, para hoje um fotógrafo ter relevância dentro do meio, tem de saber, de forma aprofundada, várias técnicas, desde a fotografia ao vídeo. Esta ideia é partilhada pelo ex-editor da mesma publicação, que afirma que, hoje em dia, os fotógrafos têm de ter um leque de competências muito mais amplo. Estas novas linguagens têm originado uma série de “projetos paralelos na área do documental”, que passaram a não ter espaço nas páginas dos jornais e que, por isso, têm começado a aparecer em diferentes canais, como os jornais online e as redes sociais. Um exemplo deste tipo de projetos é o *Everydaycovid*, uma ideia que nasceu dos fotojornalistas Miguel A. Lopes e Gonçalo Borges Dias, mas que rapidamente se alastrou a mais de 119 fotógrafos do país (Cardoso, 2021, p.308). O projeto foi inicialmente partilhado no Instagram, tendo mais tarde sido criado um livro físico.



Figura 12. Livro do projeto *Everydaycovid*, 2020. Fonte: Everyday Covid.

Em *Fotografia e Sociedade*, Freund defende que, a partir do momento em que milhões de amadores, todos os dias, carregam nos botões das suas câmaras e fotografam o mundo, a imagem começou cada vez mais a ser desvalorizada e a ser vista como algo banal, que todos têm e que pouco esforço exige (Freund, 2010). Paralelamente, são cada vez mais as pessoas que escrevem ou investem em

conteúdos nas redes sociais, o que contribuiu para a banalização da profissão jornalística e da informação. Hoje em dia, o papel de jornalista é assumido de forma fácil, quase leviana, sem que se tenham em conta as implicações que a profissão em si mesma possui. Nas palavras do fotógrafo Paulo Pimentel, “o aparecimento do digital trouxe essa ilusão de que toda a gente é fotógrafo e sabe fotografar. No entanto, ainda acredito que é preciso sentir o que se está a fotografar porque a câmara é só um meio; podemos ter a melhor máquina do mundo, mas se não sentirmos, se não soubermos olhar, não adianta o digital” (Cardoso, 2021, p. 309). Hoje em dia, quando clicamos no botão para tirar uma fotografia, já não o fazemos de forma tão intencional. Estamos permanentemente a fotografar e a partilhar o nosso dia a dia, desde as coisas mais simples e mundanas, às paisagens mais exóticas e paradisíacas. Isto faz com que já não prestemos tanta atenção ao que fotografamos e que não demos tanto valor à imagem como um documento simbólico, representativo de um singular momento. Torna-se assim fundamental que exista uma certa literacia visual, que se preste atenção ao contexto e às condições em que as imagens foram produzidas, no sentido de se reconhecerem as diferenças entre conteúdos verdadeiros e conteúdos editados, as diferenças entre o real e a ficção. Só desta forma é que a indústria fotográfica poderá continuar a crescer e manter os seus padrões éticos e valores de credibilidade e autenticidade na relação com o público.

7. A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E A ÉTICA NO FOTOJORNALISMO

Em detrimento da sua eterna relação com o real, “a fotografia é o elemento que expressa de maneira mais nítida o conceito de objetividade”, pelo que se constitui como um dos “principais recursos de informação no jornalismo” (Filho, 2008, p.64). Mais do que apresentar a realidade tal como ela é, a imagem permite “conhecer um real inacessível” e talvez esse seja um dos maiores problemas no setor do fotojornalismo (Filho, 2008, p.72). A partir do momento em que o único contacto que temos com certas realidades é a partir de representações fotográficas, que assumimos que essas realidades são assim mesmo, como as vemos na imagem. Guardamos na nossa mente, no nosso imaginário, uma determinada versão dessa realidade que pode, ou não, corresponder ao que ela verdadeiramente é. Se nunca fomos ao Egito, ou à Ásia, se nunca vivemos na Rússia ou em África, como podemos ter uma imagem tão clara dessas realidades? Os media são uma ferramenta poderosa, não só por nos transmitir informação, mas por nos fazer acreditar, muitas vezes inconscientemente, que essa

informação é um espelho do mundo – “As imagens técnicas tornam as imagens mentais reais” (Kossoy, 2002, p.140). No entanto, como evidencia Cardoso, “aceitar uma fotografia como representação do real” é, ao mesmo tempo” “ignorar que um simples recorte ou enquadramento pode também gerar uma série de novos sentidos que não correspondem ao objeto fotografado” (Cardoso, 2015, p.92). As realidades geradas por essas representações podem, em último caso, substituir a própria realidade, o que dá à fotografia um certo carácter imaginário, irreal.

No caso da manipulação digital, esta questão torna-se ainda maior, já que “a representação já não é mais um traço material do objeto”, mas algo que, no máximo, se lhe assemelha. A manipulação de imagens pode ser realizada em diferentes fases do processo fotográfico. Em primeira instância, vem a pré-produção, quando são escolhidos o local, os objetos em cena e as pessoas a retratar. Segue-se depois a produção, no qual a manipulação pode ser evidenciada a partir da escolha dos materiais fotográficos, do tipo de luz, ângulo ou enquadramento. Por último, vem a pós-produção, fase em que se realiza algum tipo de edição, manual ou digital (Cardoso, 2015, p.92). Para muitos profissionais da área, o problema não está na manipulação em si, já que esta não pressupõe automaticamente a manipulação da verdade. A questão está, na verdade, atrás da câmara, em quem toma decisões editoriais e escolhe um rumo de criação. A principal questão que se coloca nesta discussão é: Até que ponto é que as imagens mantêm um vínculo com a realidade? (Cardoso, 2015, p.82).

Dubois divide em três fases as diferentes abordagens teóricas que abordam a fotografia e a sua relação com a realidade. A primeira abordagem defende que a fotografia é um espelho do real, por existir uma semelhança entre a imagem e o seu referente. A segunda abordagem referida por Dubois afirma que a fotografia é uma transformação do real, no sentido em que as imagens não são um “espelho neutro”, mas um “instrumento culturalmente codificado” (Dubois, 2009, p.26). Por último, a terceira abordagem alega que a fotografia é o “traço de um real”, por incluir um sentimento de realidade, apesar da consciência de que, na sua elaboração, são utilizados códigos específicos (Dubois, 2009, p.26). A partir deste ponto de vista, a fotografia é, em primeiro lugar, índice, e só depois se pode tornar um ícone, isto é, assemelhar-se a uma determinada realidade, adquirindo, por último, um qualquer sentido (Dubois, 2009, p.53). Numa primeira fase, Dubois considera que a representação da realidade é resultado de uma suposta neutralidade do aparelho fotográfico. Neste sentido, a imagem está ao nível da iconicidade, isto é, representa por semelhança o mundo real

(Dubois, 2009). A segunda fase desenvolveu-se a partir dos estudos da semiótica e da psicologia da percepção e afirma que a fotografia é compreendida como uma espécie de texto codificado sob um ponto de vista estético, cultural e sociológico. Assim, a imagem compara-se à realidade sempre a partir de um ponto de vista único e pessoal (Dubois, 2009). Na terceira e última fase, volta a ser destacado o valor de semelhança de uma fotografia. Dubois realça que essa iconicidade se deve, na verdade, ao facto de as fotografias serem inevitavelmente produzidas em circunstâncias que forçam a que exista uma semelhança “detalhe por detalhe à natureza (Dubois, 2009, p.50). Esta perspectiva recai, acima de tudo, nas limitações e na própria natureza técnica do processo fotográfico (Dubois, 2009). A discussão relativamente à relação das imagens com a realidade está longe de ter terminado. É preciso ter em conta o poder que os meios de comunicação têm numa sociedade, não só em termos de informar o público sobre os acontecimentos correntes, mas de terem a capacidade de formar e mudar opiniões. A alteração da realidade, mesmo que feita sobre razões que aparentemente pareçam válidas, é um assunto sério, que pode ter efeitos reais no mundo. Nas palavras de Oscar Wilde, “the pure and simple truth is rarely pure and never simple” (Lattimer, 2002, p.20).

Na verdade, a edição e manipulação das imagens não teve início na era digital. Muito antes do surgimento das câmaras digitais que as fotografias já eram alteradas. Uma pesquisa feita pelo escritor e jornalista francês Alain Jaubert revelou que muitos políticos do século XX utilizavam já a manipulação das imagens em seu benefício, para transmitirem uma posição de maior confiança e poder (Almeida & Boni, 2006). A fotografia original de Lenin na Praça Vermelha utilizou a técnica “negativo de vidro”, muito comum no final do século XIX e no final do século XX. Mais tarde, a fotografia foi alterada, tendo sido retirados vários objetos, de forma a isolar a figura do então líder russo.



Figura 13. Lenin na Praça Vermelha, durante as comemorações do Dia do Trabalhador, em maio de 1919 (fotografia original). Fonte: Marxists Internet Archive.



Figura 14. Lenin na Praça Vermelha, durante as comemorações do Dia do Trabalho, em maio de 1919 (fotografia alterada). Fonte: Marxists Internet Archive.

Outro exemplo mostra Mussolini sobre um cavalo, com uma espada na mão, numa posição clássica de lutador. Ora, esta retrato do ditador italiano cai por terra quando vemos que o cavalo estava a ser controlado por outra pessoa. Em vez de uma imagem de líder, a imagem original passa a imagem de alguém pouco forte e desajeitado, que não consegue montar um cavalo. Na imagem alterada, com a eliminação da segunda pessoa, Mussolini já transmite uma imagem mais confiante e heroica. Tanto neste exemplo, como no anterior, a alteração das imagens esteve alinhado com a falta de ética, utilizada para propaganda política e em benefício de regimes ditatoriais, que queriam, acima de tudo, manter junto do público uma imagem autoritária e de poder (McAvoy, 2020).



Figura 15. Mussolini, 1942 (fotografia original). Fonte: MIC.



Figura 16. Mussolini, 1942 (fotografia alterada). Fonte: MIC.

Por último, um exemplo de manipulação que ocorreu já na era da fotografia digital, aquando do atentado terrorista em Madrid, a 11 de março de 2004. A fotografia em baixo, que figurou as primeiras páginas de todos os jornais no dia seguinte, foi tirada por um “fotógrafo” amador, Pablo Torres Guerrero. A fotografia original, distribuída pela agência Reuters para quase todo o mundo, regista um pequeno detalhe que à primeira vista parece insignificante, não fosse tratar-se de um pedaço de carne humana em sangue, perdido entre os destroços e a confusão. De forma a não chocar os leitores, vários jornais, entre eles o Daily Mail, o Sun e o Jornal do Brasil, decidiram eliminar esse pormenor da imagem. Outros, no entanto, optaram por se manter totalmente fiéis à realidade, apesar do cenário de sofrimento, dor e tragédia (Almeida & Boni, 2006).



Figura 17. Atentado em Madrid, 12 de março de 2004. Jornal El País (fotografia original). Fonte: El País.



Figura 18. Atentado em Madrid, 12 de março de 2004. Jornal do Brasil (fotografia alterada). Fonte: Jornal do Brasil.

Uma única fotografia, sujeita a múltiplas versões e interpretações. Este é o poder da edição que, apesar de ter ganho força com os avanços tecnológicos das últimas décadas, já antes era uma presença comum no mundo da fotografia. Não considerando as alterações realizadas na pós-produção, já existe um elemento de manipulação antes mesmo da fotografia ser tirada. Nas palavras de Almeida e Boni, “o recorte realizado pelo fotógrafo”, inclui “interferências pessoais, profissionais e éticas” que já em si se podem caracterizar como manipulação (Almeida & Boni, 2006, p.38). Os autores continuam, afirmando que “o uso da linguagem fotográfica e dos recursos técnicos disponíveis” auxilia os fotojornalistas a registarem um determinado momento de acordo com a sua intenção (Almeida & Boni, 2006, p.38). O exemplo de Madrid serviu de alavanca para novas discussões sobre a manipulação de fotografias jornalísticas (Almeida & Boni, 2006). Afinal, qual foi a decisão mais correta: a dos jornais e revistas que publicaram a fotografia original, apesar de possivelmente poderem ter chocado os seus leitores, ou a dos que optaram pela fotografia alterada, numa tentativa de amenizar o cenário de dor? Apesar deste episódio, e de muitos outros que se sucederam a seguir, existe ainda uma conduta pouco clara no que toca à manipulação de imagens. Algumas organizações, no entanto, adotaram regras internas, para fazer face a esta questão. A Associated Press, por exemplo, decidiu proibir a edição das suas fotografias. Noutro sentido, a Associação de Jornalistas da Noruega propôs a inclusão de um símbolo nas imagens que fossem alvo de qualquer tipo de alteração, de forma a prevenir os leitores (Almeida & Boni, 2006).

De modo geral, o mundo jornalístico considera aceitável o retoque, ou o tratamento das imagens, quando estas alterações apenas visam melhorar a qualidade gráfica para os processos de impressão e publicação. Como indica Camargo, “é comum a necessidade de ajustes na imagem”, para “atenuar as deficiências inerentes aos registos fotográficos”, nomeadamente no equilíbrio de luzes e sombras ou no reforço “de uma ou outra área que não ficou bem visível (Camargo, 2012, p.185). Neste caso, a imagem editada unicamente se distingue da original em pequenos detalhes estéticos, como a luz, cor, brilho, contraste, exposição, etc. Por outro lado, a manipulação é inteiramente rejeitada, por se considerar que existe uma interferência no sentido da imagem, e nos factos nela retratados. Estes casos são vistos pelos profissionais da área como “uma violação às normas deontológicas do jornalismo”, pelo que devem ser postas de lado (Moutinho, 2024, p.69). O problema que aqui se coloca é que, apesar dos conceitos de retoque e manipulação serem vistos como duas práticas

distintas, uma aceite e outra rejeitada, os limites entre as duas não são totalmente claros, acabando sempre por surgirem controvérsias e discussões à volta deste assunto (Cardoso, 2015, p.88). Afinal, o que é visto como retoque – “o simples ajuste de cor ou luminosidade” – “é também capaz de gerar novos sentidos”, defende Cardoso (Cardoso, 2015, p.93). Exemplo disto é a foto publicada pela revista Time, em 1994, na altura em que decorria o julgamento de OJ Simpson, pela morte da sua ex-mulher e de um amigo desta. Larry Karaszewski e Scott Alexander, criadores da famosa série “*American Crime Story: The People vs O.J. Simpson*”, afirmam que o escurecimento da foto pela revista Time determinou ser um momento-chave no desenrolar da história. Numa entrevista realizada em 2016, Alexander afirma que a edição da imagem foi feita numa altura em que a manipulação digital não era comum, por um profissional que teve um acesso prematuro a um computador. Para os realizadores, o escurecimento da imagem permitiu que a discussão sobre o julgamento do ex-jogador de futebol americano passasse a ter uma forte componente de política racial. O que a revista Time não sabia era que a revista Newsweek ia publicar a mesma imagem, no mesmo dia, mas sem qualquer alteração.



Figura 19. Oj Simpson na capa das revistas Newsweek e Time, publicadas em junho de 1994. Fonte: LAist.

Outro exemplo pertinente para esta discussão ocorreu em 2010, aquando do vazamento de petróleo no Golfo do México. A revista inglesa The Economist publicou uma fotografia do então presidente norte-americano Barack Obama, numa praia do Louisiana, junto a uma plataforma de petróleo. A

imagem original, da autoria do fotógrafo da Reuters Larry Downin, retratava Obama acompanhado de duas outras pessoas, que foram posteriormente eliminadas para que as atenções se focassem no presidente e assim dar mais dramatismo ao tema, afirma a revista (Cardoso, 2015, p.94).



Figura 20. Barack Obama numa praia do Louisiana (EUA), junto a uma plataforma de petróleo, em 2010. Fonte: The Guardian.

Se antes era mais difícil as imagens serem alteradas, o que lhes dava uma maior credibilidade por parte do público, hoje em dia, as inovações tecnológicas tornaram infinitamente mais fácil a manipulação e edição de imagens. Gunning argumenta que, a partir do momento em que uma fotografia pode ser utilizada como representação da realidade, também pode ser manipulada. Tal como a câmara é capaz de dizer a verdade com exatidão, também pode mentir com exatidão, termina o autor. Perante este cenário, Newton afirma que os fotojornalistas tiveram de se adaptar, começando por adotar uma conduta mais rígida e padrões éticos mais elevados (Newton, 2001). Muitos autores concordam com Newton, afirmando que, de facto, é necessário serem estabelecidas novas normas éticas para fazer face a estas questões. Outros, no entanto, rejeitam a necessidade de uma “revisão normativa” no mundo jornalístico (Moutinho, 2024, p.69). John Long, por exemplo, defende que a manipulação de imagens não é algo novo, pelo que os mesmos princípios que guiaram o fotojornalismo tradicional devem ser os princípios que agora guiam o uso de computadores (Moutinho, 2024, p.69).

A manipulação das imagens é uma prática que acompanha toda a história do jornalismo, mas que foi impulsionada pelas transformações e desenvolvimentos tecnológicos das últimas décadas. No seu artigo, Cardoso realça que o desenvolvimento de tecnologias de captura e edição de imagens trouxe novos problemas para o mundo do jornalismo. Primeiramente, o autor argumenta que “a rapidez e a facilidade com que as imagens podem ser alteradas” muitas vezes impossibilita “o acesso da sociedade à representação original” (Cardoso, 2015, p.100). Tornou-se comum as fotografias chegarem às agências e empresas de comunicação já alteradas, acabando por serem publicadas dessa maneira (Cardoso, 2015, p.100). Em segundo lugar, é destacado o problema de ser cada vez mais difícil comprovar a “prática da manipulação”, aliado ao facto de muitas representações manterem “poucos, ou nenhum traço do registo original” (Cardoso, 2015, p.100-101). Em último lugar, Cardoso salienta que a utilização dos mesmos recursos digitais, tanto para a manipulação, como para a “resolução de questões técnicas”, faz com que os limites entre o que é manipulação e alteração dos factos sejam pouco claros.

É preciso ter em conta que “o leitor comum não está em permanente estado de prontidão para duvidar de qualquer representação que encontre nas páginas do jornal ou da internet”, aceitando as imagens que vêm como “representações do real” (Cardoso, 2015, p.102). Face a esta questão, as organizações devem ter o cuidado de manter a credibilidade dos factos, independentemente dos recursos digitais utilizados em todas as fases do processo fotográfico. Durante muitos anos, a credibilidade das informações, e das representações visuais, estava ligada a uma certa “ideia de objetividade e imparcialidade”, o que colocava os jornalistas num pedestal quase de incontestabilidade e pura confiança (Cardoso, 2015, p.89). Se a partilha dos factos, e a objetividade, eram deveres dos jornalistas, porquê duvidar da sua credibilidade? Para muitos, embora a total objetividade informativa não possa ser alcançada, já que se trata de um conceito abstrato, inatingível, ela deve “significa uma tendência, uma orientação, uma direção” a ser seguida pelos profissionais (Filho, 2008, p.20-21). Para o autor, a objetividade é também geralmente associada com a honestidade – É honesto quem está bem informado, “quem procura ouvir todos os lados; quem não oculta nada do que percebeu” e quem não foge às opiniões com que não concorda (Filho, 2008, p.31). No sentido contrário, os críticos à objetividade jornalística não acreditam na eficácia do “jornalismo informativo”, mas sim na existência de um suposto jornalismo interpretativo (Filho, 2008, p.33). Para as redações que

seguem esta visão, “a simples repetição objetiva” de palavras, não permite aos leitores compreenderem toda a complexidade dos factos. Assim sendo, é necessário que seja feita uma hierarquização da informação, de forma a que os factos mais importantes sejam selecionados e comunicados primeiro (Filho, 2008, p.18). Briton Hadden e Henry Luce, fundadores da famosa revista Time, afirmaram que não bastava reportar ao leitor os factos de um acontecimento, mas os factos sobre os factos, isto é, a seleção e enquadramento da informação mais importante (Filho, 2008, p.18). Como lembra Cardoso, uma informação sobre um facto “não é um simples resultado do conhecimento adquirido por meio da percepção” (Cardoso, 2015, 91). Em vez disso, “a informação comporta, além dos acontecimentos, as experiências, valores, crenças” e um amplo imaginário, somado “às normas de linguagem” e de género que regulam a sociedade e determinar a maneira de contar uma determinada história (Cardoso, 2015, p.91).

Independentemente das diferentes posições relativamente à objetividade da informação, a verdade é que o jornalismo deve sempre manter alguma ligação com a verdade. Nas palavras de Gomes, “não há notícia sobre a qual não se imponha legitimamente uma obrigação de veracidade” (Gomes, 2009, p.11). Assim, só é realmente notícia um texto, ou uma imagem, que pretenda comunicar algo sobre a realidade, com base numa intenção de verdade (Cardoso, 2015, p.90). Este compromisso de veracidade para com o público implica garantir que as notícias não são distorcidas, quer por interesses pessoais, quer por má-fé, falta de informação ou inexperiência (Gomes, 2009, p.11-12). Nas palavras de Bucci, o compromisso dos jornalistas está em comunicar a verdade, sem “a utilização de estratégias persuasivas de sedução”, ou que atendam a interesses particulares de terceiros (Cardoso, 2015, p.89). Tanto nos textos, como nas imagens, no final, a verdade deve sempre permanecer – “Em poucas palavras, o papel da ética, na história da imprensa, é proteger a credibilidade” (Bucci & Augusto, 2012, p.46). Tendo em conta a sua origem, o conceito de ética diz respeito “à determinação do que é certo ou errado, bom ou mau, permitido ou proibido, de acordo com um conjunto de normas ou valores adotados historicamente por uma sociedade” (Marcondes, 2007, p.9). Assim, a ideia de ética estava, acima de tudo, associada à nossa conduta do dia a dia, à maneira pela qual tomamos decisões e assumimos responsabilidades” (Marcondes, 2007, p.9).

Uma das filosofias que mais inspirou a noção de ética, tal como a conhecemos hoje em dia, foi o utilitarismo. Segundo esta corrente, as práticas classificadas como éticas devem beneficiar o maior

número de pessoas possível, tentando reduzir ao máximo a dor e o sofrimento. Neste sentido, as normas morais devem colocar em primeiro lugar tanto os interesses particulares de cada indivíduo, como os interesses gerais da comunidade (Cardoso, 2015, p.88). Segundo Marcondes, esta é uma perspectiva que avalia o carácter ético de uma algo “a partir do ponto de vista das suas consequências ou resultados (Marcondes, 2007, p.116-119). Já Foucault foca-se no papel das instituições, quando aborda o conceito de moral. São estes aparelhos, como a escola ou a Igreja, que determinam, muitas vezes, um código de conduta, que depois é ou não seguido por cada indivíduo. No caso do jornalismo, as redações e restantes organizações podem também elas ser consideradas um aparelho construtor de normas e morais. Afinal, são estas as instituições que partilham, diariamente, a informação que todos, de uma maneira ou outra, consumimos. A própria profissão jornalística está sujeita a um conjunto de regras e procedimentos que regem o seu quotidiano profissional. No caso de Portugal, é a CCPJ – Comissão da Carteira Profissional de Jornalista – que dita o Estatuto do Jornalista. Entre os deveres mencionados, estão o de “informar com rigor e isenção, rejeitando o sensacionalismo” e o de “respeitar a orientação e os objetivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social” para o qual trabalham (Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, n.d.).

Um estudo desenvolvido por Lowrey (Lowrey, 2003) aponta para “a existência de diferentes tipos de normas éticas dentro de uma redação” jornalística (Cardoso, 2015, p.69). O autor menciona as “normas integrativas”, isto é, que refletem as necessidades da organização e as “normas artísticas”, que são “determinadas pelos valores estéticos existentes” (Moutinho, 2014, p.69). No entanto, quando falamos de ética ao nível do indivíduo, devemos ter em consideração, lembra Habermas, que todos interpretam o mundo de forma diferente, de acordo com as suas próprias perspectivas e experiências, e que estas diferentes perceções da realidade afetam, inevitavelmente, a conduta e os valores adotados pelos grupos e indivíduos (Habermas, 2007, p.9). Transpondo esta perspectiva para o fotojornalismo, podemos argumentar que, por muito que um fotojornalista tente transmitir uma determinada mensagem a partir da sua fotografia, ela pode não ser entendida da mesma maneira pelo público que a observa. É uma luta constante na profissão de um fotojornalista, a de tentar equilibrar diferentes culturas, perceções e significados.

8. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: CONCLUSÕES

Ao longo desta primeira parte do trabalho, o objetivo principal era o de fazer um enquadramento teórico sólido, que permitisse iniciar a presente investigação e, posteriormente, lançar objetivos e clarificar uma metodologia que se demonstrasse relevante para o tema em questão. Durante os primeiros capítulos, tentou-se compreender o papel das imagens jornalísticas na construção da realidade social, assim como o equilíbrio entre a objetividade jornalística e a subjetividade artística, um tópico que desde sempre foi altamente discutido neste setor. A partir da revisão de literatura, foi possível concluir que as imagens que todos os dias nos chegam através de inúmeros meios não representam um espelho neutro e inteiramente fidedigno da realidade, mas constituem-se sim como representações subjetivas da mesma, dependentes de fatores sociais, culturais e pessoais. De seguida, foram explorados os conceitos de jornalismo e de fotojornalismo, bem como a história e a evolução da indústria fotojornalística, o que permitiu entender que uma das coisas mais importantes para um crescimento sustentável da profissão é a sua capacidade de adaptação, nomeadamente ao novo paradigma digital e aos novos hábitos de consumo dos indivíduos. Em terceiro lugar, foi analisado o caso da Agência Magnum, que se destaca pela sua importância no mundo da fotografia documental e que é um exemplo de como o fotojornalismo pode existir entre o objetivo e o subjetivo. Por último, foi analisada a atual era fotojornalística, partindo de temas como a manipulação e edição de imagens e a utilização de ferramentas de IA. De forma sucinta, a primeira parte desta investigação, que se traduz na Fundamentação Teórica, foi extremamente importante na medida em que a sua base conceptual foi o que permitiu construir todo o trabalho empírico que se seguiu, onde se incluem a análise de conteúdo de imagens icónicas para o mundo do jornalismo e do fotojornalismo internacional, assim como a realização de entrevistas a indivíduos ligados a este setor profissional.

**AS NARRATIVAS VISUAIS NO FOTOJORNALISMO: A LINHA TÊNUE ENTRE A
CAPTURA DO REAL E A SUBJETIVIDADE ARTÍSTICA**

PARTE II: TRABALHO EMPÍRICO

9. PERGUNTA DE INVESTIGAÇÃO

Este trabalho parte da premissa de que as imagens jornalísticas não são meros documentos passivos, que representam a realidade tal como ela é, e são independentes dos sujeitos e do contexto em que estão inseridas. Por outras palavras, podemos dizer que as imagens jornalísticas são moldadas por questões técnicas, estéticas e pessoais. Tendo isto em consideração, torna-se fundamental perceber como é que o público – mais especificamente indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação – percecionam essas imagens, e qual a influência que isso tem na sua interpretação da realidade. Assim, o presente trabalho tem como base a seguinte pergunta de investigação: De que forma é que as imagens jornalísticas influenciam as perceções que o público constrói acerca da realidade?

10. OBJETIVOS DE INVESTIGAÇÃO

Este trabalho tem como ponto de partida dois principais objetivos, que depois se desdobram em cinco objetivos mais claros e específicos à investigação:

Objetivos Gerais:

- I. Compreender como é que indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação percecionam e interpretam a narrativa visual de uma imagem jornalística;
- II. Investigar de que forma a subjetividade artística influencia a receção das imagens por parte do público, mais concretamente junto de indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação.

Objetivos Específicos:

1. Analisar como indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação veem o papel do fotojornalismo na construção da realidade social;
 - a) Perceber como a experiência/ocupação destes indivíduos influencia a sua perceção relativamente ao fotojornalismo e às imagens jornalísticas;
 - b) Verificar quais as características visuais consideradas como mais importantes na construção da narrativa visual de uma imagem jornalística;

- c) Analisar/comparar a forma como estes indivíduos, que advém de diferentes áreas, percebem uma imagem jornalística;
2. Explorar de que forma as qualidades técnicas, estéticas e narrativas de uma imagem jornalística influenciam a sua interpretação, mais especificamente junto de indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação;
- a) Como a utilização de luz natural vs luz artificial tem um papel na emoção transmitida;
 - b) Como a composição dos elementos encaminha o olhar do público para determinado sítio na imagem;
 - c) Como a escolha do ângulo influencia a percepção de vulnerabilidade e poder do objeto/figura representada;
 - d) Como as cores impactam a emoção transmitida, nomeadamente em termos de alegria, dinamismo, seriedade e melancolia;
 - e) Como o cenário retratado ajuda na descodificação de uma imagem;
 - f) Como a escolha do momento exato de captura tem um papel significativo no resultado final da imagem e na memória que fica do momento retratado;
3. Explorar a relação dos fotojornalistas com a arte, identificando como diferentes movimentos e conceitos artísticos, bem como as suas próprias preferências pessoais, influenciam as qualidades estéticas, técnicas e narrativas das imagens jornalísticas;
- a) Analisar como os fotojornalistas veem a influência da arte na criação de imagens jornalísticas;
 - b) Identificar os movimentos e conceitos artísticos – clássicos e contemporâneos – que mais influenciam os fotojornalistas na sua profissão;
 - c) Avaliar o impacto da arte e dos movimentos artísticos no resultado final de uma imagem e na sua interpretação por parte do público;
4. Compreender, junto de indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação, os desafios éticos que o fotojornalismo contemporâneo enfrenta, nomeadamente em relação à manipulação/edição das imagens e ao impacto da inteligência artificial na credibilidade e objetividade jornalística;
- a) Identificar as principais preocupações em relação à manipulação e edição de imagens jornalísticas;

- b) Analisar o impacto da inteligência artificial no cenário fotojornalístico atual;
 - c) Avaliar como estes indivíduos vêm a influência da inteligência artificial na credibilidade e objetividade jornalística;
 - d) Comparar como diferentes organizações e meios de comunicação vêm a manipulação/edição de imagens e a presença de ferramentas de inteligência artificial no mundo do jornalismo e fotojornalismo;
5. Analisar como indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação veem o futuro do fotojornalismo, tendo em conta o surgimento da inteligência artificial e o equilíbrio entre a subjetividade artística e o compromisso com a captura do real.
- a) Analisar as principais expectativas e preocupações que estes indivíduos têm em relação à presença da inteligência artificial no futuro do fotojornalismo;
 - b) Identificar as principais tendências que estes indivíduos veem no futuro do fotojornalismo a nível nacional e internacional;
 - c) Entender se estes indivíduos veem o futuro do fotojornalismo de forma positiva ou se, por outro lado, perspetivam algum tipo de crise e instabilidade.

11. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

Este capítulo tem como propósito apresentar as metodologias utilizadas para a realização deste trabalho, cuja escolha partiu do interesse em entender a perceção dos indivíduos sobre a realidade a partir de imagens jornalísticas. Assim, foi adotada uma abordagem qualitativa, dividida entre duas diferentes metodologias: entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdo. A combinação destas duas técnicas permite não só compreender o que os indivíduos pensam sobre a fotografia jornalística e como estabelecem significados a partir dela, mas possibilita também uma análise das próprias imagens, de forma a descobrir como estas contribuem para a construção da realidade social.

Nas palavras de Maanen, a pesquisa qualitativa serve principalmente para “reduzir a distância entre indicador e indicado, entre teoria e dados, entre contexto e ação” (Maanen, 1979, p.520). Existem vários fatores que distinguem uma investigação de natureza qualitativa, entre os quais se destacam “o ambiente natural como fonte direta de dados”, “o carácter descritivo”, a preocupação do

investigador no “significado que as pessoas dão às coisas” e, por último, o “enfoque indutivo” (Godoy, 1995, p.62). Manning acrescenta ainda que o trabalho de descrição é um fator essencial em qualquer metodologia qualitativa, já que é por esse meio que os dados são recolhidos e analisados (Manning, 1979, p.668). Os métodos qualitativos procuram entender todo o contexto e, se possível, alcançarem “uma integração empática” com o objeto de estudo, que proporcione uma “melhor compreensão do fenómeno” (Neves, 1996, p.2). A partir da recolha de vários dados, a pesquisa qualitativa contribui para a investigação com “um cunho racional e intuitivo”, capaz de trazer uma visão mais aprofundada da realidade observada.

No contexto desta investigação, que se centra na convergência entre objetividade e subjetividade, as entrevistas têm como propósito explorar como os indivíduos percebem as imagens jornalísticas, nomeadamente no que diz respeito aos elementos subjetivos e artísticos que nelas veem refletidos. Já a análise de conteúdo tem como objetivo a observação de um conjunto de imagens fotojornalísticas, tentando perceber como estas influenciam a percepção dos indivíduos sobre a realidade social.

Os métodos qualitativos podem, e devem, ser trabalhados em conjunto com a pesquisa quantitativa, quando, evidentemente, essa mistura faz sentido para o propósito da investigação. Embora difiram quanto à sua forma e objetivos, eles não se excluem, podendo contribuir para os a análise de determinada realidade de forma mais completa e aprofundada. Jick apelida a combinação de métodos qualitativos e quantitativos de “triangulação” (Jick, 1979, p.602). Já Campbell e Fiske, em 1959, propuseram a denominação de “validação convergente” ou “multimétodo” (Neves, 1996, p.2). A verdade é que a combinação destas duas metodologias pode “estabelecer ligações entre descobertas obtidas”, ilustrá-las e torná-las mais compreensíveis aos olhos do público, podendo, no sentido contrário, também conduzir a paradoxos e contradições nos resultados. Desde a sua “descrição”, passando pela “procura de nexos causais” e pela “análise de contexto”, existem várias formas de “avançar no conhecimento de um fenómeno”, diferentes maneiras de conceber e interpretar o mundo e, mais especificamente, o objeto em estudo. As diferenças entre métodos qualitativos e quantitativos devem, por isso, ser utilizadas pelo investigador em benefício da investigação, na medida em que enriqueça a sua análise e resultados. Apesar das inúmeras vantagens que a pesquisa qualitativa pode trazer a uma investigação, existem também alguns problemas relacionados com esta metodologia.

Manning (1979) realça as questões relacionadas com a linguagem e para o facto de esta ter de ser inteiramente descodificada, para que uma análise válida consiga ser feita. Para o autor, existem particularidades de estilo, de contexto ou de intenção que por vezes não conseguem ser captadas pelo investigador, o que acaba inevitavelmente por limitar a análise e os resultados da investigação. Para além disto, o processo de recolha e análise dos dados é extremamente trabalhoso, demorado e tradicionalmente individual (Neves, 1996, p.4). Mas o problema mais sério reside mesmo no facto de as etapas de desenvolvimento e análise não estarem totalmente definidas, ao contrário do que acontece com a pesquisa qualitativa. No contexto desta investigação, as maiores limitações que ocorrem da utilização de uma metodologia qualitativa são o número reduzido de entrevistados, e o facto das entrevistas, por incompatibilidade de tempo e agendas, terem sido feitas via digital, isto é, remotamente.

De forma a atenuar a questão de confiabilidade e validação dos resultados, Bradley recomenda a aplicação de quatro passos. Em primeiro lugar, o autor defende que deve ser conferida a credibilidade do material sob investigação. Depois, é necessário que veja verificado se o processo de transcrição, que antecede a análise, está a ser feito de forma fiel. Em terceiro lugar, Bradley afirma que devem ser considerados todos os elementos que compõem o contexto. Por último, deve ser verificada a possibilidade de os dados serem confirmados posteriormente. Para além destes passos, o presente estudo assegurou a transparência dos resultados através de outros passos adicionais, como a inclusão de excertos diretos das entrevistas, que comprovam a veracidade e asseguram a confiabilidade das mesmas, e a validação do guião das perguntas por um especialista na área da comunicação, de forma a que este se prove como relevante e adequado face aos objetivos propostos. Em contrapartida ao que Bradley afirma, Kirk e Miller consideram que basta cumprir, de forma sequenciada e integral, as diferentes fases do projeto de pesquisa – a recolha, análise e documentação dos dados – para que os resultados do estudo qualitativo possam ser tomados como válidos e confiáveis (Kirk & Miller, 1986, p.72). A verdade é que ainda não se descobriu um procedimento que garanta totalmente a confiabilidade dos métodos qualitativos, pelo que, argumenta Neves, é inadequado ignorarmos a existência de problemas ligados à sua natureza, porém também não deve ser mantida uma visão simplista dos mesmos (Neves, 1996, p.4).

Para responder aos objetivos propostos no capítulo anterior, esta investigação vai proceder à realização de entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdo. Tal como DiCicco-Bloom e Crabtree defendem, as entrevistas semiestruturadas são normalmente organizadas “em torno de um conjunto de questões abertas pré-determinadas” com outras questões a emergirem do diálogo entre o entrevistador e o entrevistado (DiCicco-Bloom & Crabtree, 2006, p.315). Essas mesmas questões, que surgem com o decorrer da entrevista, servem tanto para esclarecer, como para a recolha de informações adicionais, que providenciem um conhecimento mais detalhado sobre determinado assunto. As entrevistas são utilizadas podem ser utilizadas de forma independente, como “estratégia metodológica única”, mas também como uma ferramenta de apoio, tendo normalmente como objetivo o reconhecimento de sentimentos, pensamentos, opiniões, valores, crenças, perceções e atitudes por parte de um determinado grupo de pessoas (Guazi, 2021, p.2). Na visão de Marconi e Lakatos, esta técnica de investigação pode ser definida como “um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma obtenha informações a respeito de determinado assunto”. Tudo isto, claro, é mediado por uma conversa de natureza profissional (Marconi & Lakatos, 2003, p.195). A entrevista é uma técnica “especialmente útil para investigar o comportamento e a subjetividade humana”, já que permite a recolha de dados sobre” o que as pessoas fazem, como fazem e os motivos pelos quais fazem o que fazem”. Para além disso, possibilita também a investigação do que “as pessoas sentem e as circunstâncias sob as quais sentem o que sentem”, assim como a identificação de tendências, discordâncias e padrões (Guazi, 2021, p.2). A escolha de entrevistas semiestruturadas prende-se assim com a necessidade de uma análise mais profunda e reflexiva, permitindo aos entrevistados pensarem e desenvolverem um raciocínio relativamente aos temas em questão, sem que se sintam forçados a seguir uma determinada linha de pensamento, o que aconteceria se o guião das perguntas fosse demasiado rígido e fechado.

Para a realização de uma entrevista, é necessário que sejam seguidas, por ordem, seis principais etapas: a elaboração e experimentação do guião da entrevista, o primeiro contacto com os participantes, a realização das entrevistas, a transcrição das entrevistas, a análise dos dados e , por último, a apresentação metodológica. Em primeiro lugar, é necessário que seja realizado e testado o guião das entrevistas, já que sem este passo todos os outros a seguir tornam-se inválidos. Uma vez que as entrevistas semiestruturadas se baseiam em torno de questões previamente estabelecidas, é

extremamente importante que estas sejam definidas com antecedência, de forma a dar ao entrevistador algum tempo de preparação. Antes de serem realizadas as entrevistas que vão servir de base para a investigação, devem ser feitas duas a três entrevistas-teste, de forma a detetar qualquer erro ou incompreensão que possa haver nas questões e, caso seja necessário, fazer alguma alteração. Durante as entrevistas oficiais, todos os entrevistados serão alvo das mesmas questões, se bem que o rumo de cada conversa poderá originar questões complementares, que se assumam como pertinentes para o desenvolvimento da investigação (Guazi, 2021, p.4). A segunda etapa é quando o entrevistador e entrevistado entram em contacto pela primeira vez, podendo esta comunicação ser feita de forma presencial por email ou telemóvel. Um estudo feito indica que, quando o primeiro contacto é feito por telemóvel, existe uma taxa de aceitação maior comparativamente ao contacto cara a cara, pelo que este deve ser o meio de preferência nesta fase. A terceira fase consiste na realização das entrevistas, numa data, lugar e horário acordado entre o entrevistador e o entrevistado. Durante toda a entrevista, devem ser feitas as perguntas pré-estabelecidas, mas deve também haver um espaço mais aberto em termos de diálogo, onde surgem questões complementares, que se caracterizam como tão importantes como as que constavam no guião (Guazi, 2021, p.7). Em quarto lugar, é necessário que seja realizada a transcrição das entrevistas, isto é, a duplicação do vídeo e do áudio em texto escrito. Embora esta seja uma etapa muitas vezes negligenciada, ela é importante na medida em que é o primeiro passo na análise dos dados. A quinta etapa caracteriza-se pela análise dos dados, uma tarefa que pode ser feita através de diversas estratégias, onde se incluem a análise de conteúdo, a análise do discurso e o procedimento de interpretação analítico-comportamental (Guazi, 2021, p.13). Em todos estes casos, é necessário que seja feita uma comparação entre as respostas de todos os participantes, observando a existência de possíveis padrões, concordâncias ou dissonâncias, que devem posteriormente ser discutidos (Guazi, 2021, p.14). No caso desta investigação, optou-se por uma análise temática das entrevistas, o que implica a procura de padrões, semelhanças e dissonâncias nos dados. Esta estratégia foi adotada porque permite a sistematização das respostas em vários grupos, transformando assim as respostas complexas dos entrevistados em dados legíveis, que podem ser analisados. Por último, deve ser feito uma apresentação metodológica de todo o processo das entrevistas, dado que, não poucas as vezes, as investigações que têm como base entrevistas são alvo de descrédito, por se considerar que essa técnica de recolha de dados é pouco confiável e excessivamente subjetiva (Guazi, 2021, p.15).

Etapas	Descrição da etapa
1ª etapa	Elaboração e experimentação do guião da entrevista
2ª etapa	Primeiro contacto com os participantes
3ª etapa	Realização das entrevistas
4ª etapa	Transcrição das entrevistas
5ª etapa	Análise dos dados
6ª etapa	Apresentação metodológica

Figura 21. Etapas de uma entrevista semiestruturada.

Para a execução deste trabalho, foram entrevistadas, de forma profunda, um total de oito pessoas, todas elas de alguma forma ligadas às áreas da Cultura, da Arte ou da Comunicação. Este grupo inclui fotógrafos, artistas visuais e investigadores das áreas descritas, de forma a que a investigação beneficiasse de uma análise mais diversa e completa sobre os processos de significação visual das imagens jornalísticas, isto é, sobre a forma como estas imagens são interpretadas e utilizadas para transmitir mensagens e significados. A variável que os entrevistados têm em comum, e que serviu como fator para a sua seleção, foi a sua profissão, ocupação ou área de estudo. A escolha deste grupo de pessoas justifica-se assim pela sua proximidade com o mundo da comunicação e com a área fotojornalística, quer seja por terem uma visão mais centrada no jornalismo, quer seja por terem um conhecimento aprofundado em termos fotográficos e visuais.

Passado à segunda metodologia adotada – a análise de conteúdo –, esta revela-se como fundamental para o presente trabalho. Enquanto as entrevistas permitem estudar as perceções dos indivíduos face ao fotojornalismo contemporâneo, a análise de conteúdo imagético possibilita uma análise partindo das imagens em si. Estas duas técnicas são, por isso, complementarem e permitem que esta

investigação seja mais rica e profunda em termos de conteúdo e resultados. Foram selecionadas imagens importantes na história da fotografia e do fotojornalismo internacional

A partir da análise de imagens que se tornaram icônicas na história da fotografia e do fotojornalismo, é possível observar como é representado o mundo, desde pessoas, objetos, passando por determinados momentos. Por se tratar de uma metodologia qualitativa, também esta técnica de pesquisa é altamente subjetiva e encontra-se permanentemente sujeita aos olhos de quem a interpreta – O “carácter polissêmico” das imagens visuais e audiovisuais confere a quem as analisa “o estatuto de autor de novas interpretações” (Vicente, 2000, p.155). Ainda assim, quando combinados com os resultados das entrevistas, é possível explorar o modo como as imagens não se configuram como meros reflexos da realidade, mas sim como construções subjetivas da mesma, dependentes de fatores simbólicos, estéticos e culturais. A fotografia “Afghan Girl”, abordada no Capítulo 13 “Análise de Fotografias Icônicas: A Linha entre o Real e o Artístico”, é um claro exemplo da força simbólica que algumas imagens carregam. Tirada pelo fotógrafo Steve McCurry em 1984, esta imagem tornou-se conhecida em todo o mundo, não só pelo seu perfeito enquadramento e composição, mas acima de tudo pela carga emocional que revelam os olhos da menina afegã. Neste caso, o retrato de Sharbat Gula ultrapassou todas as barreiras geográficas, sociais e culturais e transcendeu o seu contexto inicial, acabando por se tornar num verdadeiro símbolo do povo afegão, numa imagem que em todos os quatro cantos do mundo é reconhecida e que praticamente se tornou numa obra de arte.

Segundo Bardin (2016), a análise de conteúdo rege-se por três diferentes fases: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento e interpretação dos resultados. Estas fases são interdependentes entre si e devem ser seguidas por ordem, pelo que o investigador que adote esta metodologia deve ter especial atenção e ser rigoroso em cada etapa, para que a fase seguinte não seja comprometida. Só desta forma podem os resultados ser tomados como válidos e toda a investigação ser vista com maior credibilidade (Valle & Ferreira, 2025). A análise das imagens pode ser feita com base em três níveis: a) o nível denotativo; b) o nível conotativo; c) o nível simbólico. Em primeiro lugar, o nível denotativo refere-se ao que está representado, enquanto o nível conotativo diz respeito à forma como o assunto é representado, nomeadamente as escolhas narrativas e estéticas que são feitas. Por último, o nível simbólico faz referência ao que a imagem transmite em termos sociais e culturais.

12. A SUBJETIVIDADE ARTÍSTICA NA CONSTRUÇÃO DE IMAGENS JORNALÍSTICAS

A história da fotografia atravessou já várias fases, desde a sua perceção como um instrumento de representação da realidade, até a ser visto como algo que transcende os limites do visível, alcançando o estatuto de imaginário. Estas duas versões da fotografia distinguem-se pelo facto de uma estar presa na “essência documental”, enquanto a outra assume um “carácter inevitavelmente fictício: um reencontro com o myhtos” (Ward, 2021, p.107-108). No mundo fotojornalístico, esta dualidade é frequentemente alvo de debate, na medida em que a verdade visual e narrativa das imagens é posta em causa.

O século XX assistiu a um florescimento da liberdade “no fazer e no criar artístico, o que consequentemente promoveu novas possibilidades conceituais para o real” (Ward, 2021). Para Ward, a liberdade conquistada através das conquistas tecnológicas teve uma “interferência direta na dilatação dos conceitos de verdade” e na apresentação das narrativas contemporâneas, por permitir, de forma visual, “acesso a mundos até então desconhecidos” (Ward, 2021, p.104). A fotografia passou a ser vista como uma forma legítima de arte, compreendendo em si um carácter imaginário e inatingível, que até aí não lhe tinha sido conferido. Começou-se a assumir que o processo fotográfico não era uma coisa independente do se autor, mas intensamente ligado à sua “experiência de vida, técnica, ideologia, estética e noções artísticas”. Desde cedo que a fotografia deixou de ser comparada com outras formas de expressão, como a pintura, por conseguir retratar a realidade de forma muito mais vívida e credível. Ainda assim, a sua ligação não pode, de modo nenhum, ser negada. Aliás, ainda hoje muitos fotógrafos baseiam a sua personalidade artística em noções em fundamentos estéticos já enraizados na sociedade. O chiaroscuro, por exemplo, transitou da pintura para o mundo da fotografia. Traduzida m italiano para “luz e sombra” ou “claro-escuro”, esta técnica tem como base a representação de sombras mais definidas para simular o volume dos objetos e passou a ser amplamente utilizada pelos fotógrafos para reforçar o dramatismo e emoção das imagens. Sendo o contraste entre a luz e a sombra algo fundamental no universo da arte, quer seja na pintura, desenho, fotografia ou cinema, esta técnica, que nasceu no século XV, durante o período renascentista, permanece relevante na atualidade. Foram muitos os fotógrafos e fotojornalistas que, durante a história, fizeram uso da técnica “claro-escuro”, entre os quais se destacam Bill Brandt, Richard

Averdon, Sebastião Salgado, Man Ray (1890–1976) e Alex Majoli (1971–). O fotógrafo e fotojornalista inglês Bill Brandt (1904–1983) utilizou muito o chiaroscuro na sua coleção *Blackout in London*, capturada durante a Segunda Guerra Mundial. Estas imagens retratam a vida noturna da cidade londrina, a partir de um ponto de vista profundo e dramático, onde as luzes e as sombras ajudam a criar uma narrativa visual quase cinematográfica. Já Richard Averdon (1923–2004) é mais conhecido pelas suas fotografias com fundo branco, mas algumas das suas imagens mais conhecidas usaram o “claro-escuro”, onde se destacam os retratos que fez de artistas e figuras públicas, durante as décadas de 1950 a 1980. Entre os seus trabalhos, destaca-se a imagem de Marylin Monroe, em maio de 1957.

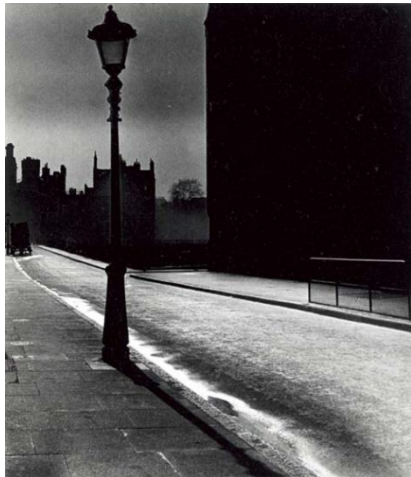


Figura 22. *Blackout in London*, Bloomsbury, de Bill Brandt. 1939. Fonte: Mutual Art.



Figura 23. Marilyn Monroe, New York. Richard Averdon. 1957. Fonte: MoMA.

Caravaggio (1571–1610) foi um dos pintores que popularizou o chiaroscuro, criando pinturas marcadas por “fundos escurecidos” e “objetos centrais iluminados por uma fonte de luz exclusiva” (Art Tools, n.d.).



Figura 24. *Vocação de São Mateus*, Caravaggio. 1599-1600. Fonte: Wikipedia.

Rembrandt (1606–1669) foi também um grande utilizador do chiaroscuro, mas de forma mais subtil, com as suas obras a ilustrarem tons dourados e personagens com um carácter mais introspetivo. Para além de pintor, Rembrandt era também um conhecido gravurista, aplicando a o chiaroscuro nas suas gravuras, algo que nunca tinha sido feito (Art Tools, n.d.).



Figura 25. *A Ronda Noturna* (De Nachtwacht), Rembrandt. 1642. Fonte: Wikipedia.

A técnica do “claro-escuro” não foi só utilizada na fotografia, mas também no mundo do cinema, nomeadamente no chamado cinema noir, ganhando a sua fama com o uso de luz e sombras exageradas “para enfatizar o tom misterioso das imagens, fazendo assim com que o público se sentisse mais imerso na história e na narrativa visual apresentada. Entre os filmes que fizeram uso do chiaroscuro estão *Double Indemnity*, realizado por Billy Wilder, em 1944 e *The Third Man*, realizado por Carol Reed, em 1950.

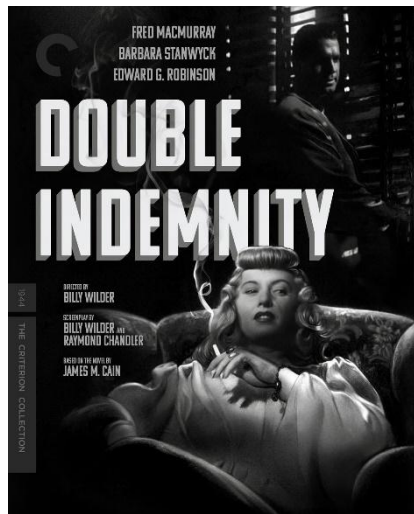


Figura 26. *Double Indemnity* (Pacto de Sangue), de Billy Wilder. 1944. Fonte: The Criterion Collection.

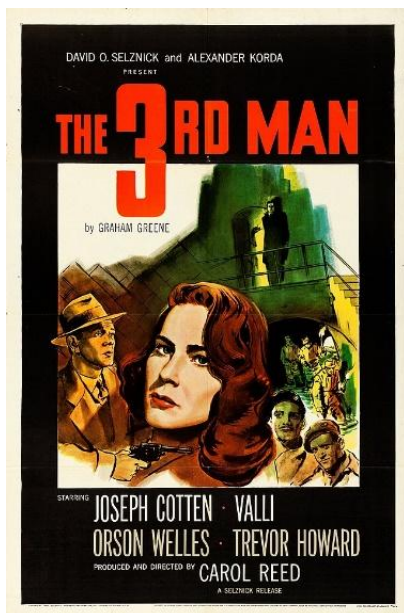


Figura 27. *The Third Man*, de Carol Reed. 1950. Fonte: Wikipedia.

Para além do chiaroscuro, muitos outros conceitos e movimentos artísticos influenciaram profundamente o mundo da fotografia, inclusive a fotografia jornalística. O surrealismo, por exemplo, teve uma grande influência em muitos fotógrafos do século XX, entre os quais Man Ray, Dora Maar e Henri Cartier-Bresson. Fundado em Paris na década de 1920, logo após a Primeira Guerra Mundial o surrealismo começou como um movimento literário, centrado na figura de André Breton. Convencido de que “o mundo racional e masculino” era culpado pelos horrores do conflito, o escritor via na irracionalidade e no subconsciente uma alternativa. No primeiro manifesto surrealista, publicado em outubro de 1924, Breton chegou mesmo a apelar a uma revolução no pensamento ditada defesa da liberdade, pela rejeição do status quo e pela ausência do controlo que a razão exercia sob o ser humano. Xavier Canonne, curador e diretor do Musée de la Photographie Charleroi, afirma que este era “um movimento de rebelião contra as instituições”, a religião, o exército e todos os poderes que tentavam aprisionar a mente. Entre os muitos pintores surrealistas que ficaram para a história, estão Salvador Dalí, René Magritte e Picasso. Pintada em 1936, por Salvador Dalí, a obra *Soft Construction with Boiled Beans (Premonition of Civil War)* apresenta uma figura gigante, pintada de forma “delirante” e “bizarramente distorcida”, que se rasga alegremente, “em referência à trágica autodestruição provocada pela guerra civil espanhola” (CNN Brasil, 2023). Já a famosa pintura *The Treachery of Images* (1929), de René Magritte, mostra um cachimbo com as palavras “Ceci N’est Pas Un Pipe”, num claro desafio à convenção linguística de identificar uma imagem como a coisa propriamente em si. Inicialmente, o ponto de vista de Magritte parece demasiadamente simplista – um cachimbo, acompanhado das palavras “Isto não é um cachimbo” –, mas a verdade é que a obra é extremamente paradoxal, no sentido em que nega aquilo que o olhar observa. Por último, a *Guernica*, de Pablo Picasso, pode ser visto como uma obra que advém tanto do movimento surrealista, como do movimento cubista. A imagem foi criada em plena Guerra Civil, a pedido da então Segunda República Espanhola, no seguimento do mortífero bombardeamento que tinha acontecido na pequena vila basca de Guernica. Picasso, que na altura vivia em Paris, assistia ao que estava a passar no seu país através das notícias, dos testemunhos e das fotografias que lhe chegavam. A obra *Guernica* foi assim o seu grito de revolta, um enorme cartaz que representava toda a tragédia e horrores que sucederam durante a Guerra Civil Espanhola (1936-1939). Para este efeito

de extremo dramatismo contaram em muito a utilização de tons suaves, monocromáticos, bem como a forma como cada um dos objetos e figuras foi pintado – a lâmpada, o cavalo, o touro, o pombo, a mulher e o homem com a espada (Museo Reina Sofía, n.d.). Estas figuras, pintadas por Picasso como estruturas cubistas, simbolizavam algo mais. A lâmpada, por exemplo, representa as chamas que rasgaram o céu de Espanha durante os bombardeamentos. Já o cavalo, estripado por uma flecha e em claro sinal de dor, reflete todo o sofrimento infligido ao povo espanhol enquanto o touro é uma reencarnação dos regimes nacionalistas e totalitários. A pomba, talvez a figura mais óbvia, simboliza a paz, ou a falta dela, durante o conflito, ao passo que a mulher, pintada com os olhos e a cabeça virada para cima, enquanto segura num bebé morto, é a personificação de toda a desumanidade que se viveu neste período. Por último, o homem, que se encontra deitado na parte de baixo do quadro, enquanto segura numa espada partida, é representativo do espírito heroico contra a guerra. Mas tal como muitas obras de arte, também esta está envolta em alguma discórdia, já que são muitos os críticos que defendem que *Guernica* não é sobre a Guerra Civil Espanhola, mas sobre a vida pessoal de Picasso. De acordo com esta teoria, o quadro representa três momentos-chave da vida do artista: o assustador terramoto de Málaga, em 1884, as suas conturbadas relações amorosas e o suicídio do seu grande amigo e também pintor Carlos Casagemas. Picasso nunca chegou a confirmar o que realmente está por detrás de *Guernica*, reservando essa crítica para o olhar do público, mas a verdade é que, ainda hoje, esta é uma obra com uma forte componente política, um protesto simbólico pela paz e contra o fim da guerra (Artsper, n.d.).

Na fotografia, o surrealismo é sinónimo de abstração, mas a partir de uma abordagem ligeiramente diferente, com a representação de imagens reconhecíveis, mas que são “geralmente exibidas de forma não convencional. “Uma imagem evocativa de cubos? Abstrato. Um prédio feito totalmente de mãos humanas? Surrealista.” As imagens de estilo surrealista têm por norma uma natureza onírica (Adobe, n.d.). Henri Cartier-Bresson (1908-2004), por exemplo, inspirou-se, durante toda a sua carreira, nos movimentos surrealista e cubista. O fotógrafo francês começou a sua vida artística em 1927, quando estudou pintura na Académie André Lothe, do pintor cubista com o mesmo nome. Cartier Bresson chegou mesmo a dizer que Lothe foi o seu mentor de fotografia sem câmara, o que reflete a grande influência da pintura no estilo fotográfico do francês. Após terminar os estudos, Cartier-Bresson começou a explorar o mundo da fotografia, com imagens fortemente marcadas pelo seu passado na

pintura e pelas características que marcavam o surrealismo e o cubismo – planos arrojados, ambiguidade espacial e composições que mais se assemelhavam a colagens. Embora rejeitasse o rótulo de fotógrafo surrealista, por considerar que o seu trabalho englobava, simultaneamente, diferentes estilos, podemos ver em muitas das suas imagens a influência deste movimento. Ainda assim, o seu legado não é marcado por esta influência artística, mas por inúmeras outras coisas, entre elas a captura do “momento decisivo”. Uma das imagens que melhor captura essa característica foi tirada em 1932, na cidade de Paris, e retrata o exato momento em que um homem salta sobre uma poça de água, com os dois pés no ar, enquanto a sua sombra é refletida por baixo dele.



Figura 28. Behind the Gare Saint-Lazare (1932). Henri Cartier-Bresson. Fonte: MoMA.

Ao contrário de Henri Cartier-Bresson, Man Ray e Dora Maar eram, em termos estéticos, artistas surrealistas, com o seu corpo de trabalho a refletir claramente este movimento. Para muitos, Ray foi o primeiro fotógrafo surrealista, com a sua carreira e todo o seu trabalho a alargar os limites da criatividade artística. Entre as imagens mais conhecidas do fotógrafo, e que se enquadram no estilo surrealista, estão *Le Violon d'Ingres* (1924), *Noire et Blanche* (1926) e *Glass Tears* (1932). A fotografia *Le Violon d'Ingres* é talvez a mais famosa do artista e mostra uma mulher, a modelo Kiki

de Montparnasse, virada de costas, com o seu corpo a representar um violino. É precisamente esta justaposição entre corpo e instrumento, entre real e imaginário, que faz desta obra uma das referências do movimento surrealista, tendo mesmo sido publicada na revista *Littérature*, do qual fazia parte André Breton. A segunda fotografia, *Noire et Blanche*, retrata a mesma mulher, ao lado de uma figura de madeira africana. A imagem, publicada em 1926 pela *Vogue* francesa, explora mais uma vez a justaposição entre elementos e a diferença entre o visível e o culto. Por último, a fotografia *Glass Tears* é um grande plano do rosto de uma mulher, onde foram colocadas gotas de vidro, na representação de lágrimas. A ilusão do sofrimento, através de lágrimas falsas, e a sensação de que a imagem tem algo de irracional e inusitado, fazem desta uma obra claramente surrealista.

O fotógrafo norte-americano David LaChapelle, que durante as últimas décadas foi uma referência no mundo artístico, combina elementos surrealistas com o movimento da pop art, o que acaba por resultar em obras repletas de cor, onde estão sempre presentes o estilo humorístico e um lado mais divertido. Chapelle distingue-se pelas suas fotografias de natureza satírica, ultrajante e bizarra, assim como pela utilização de cores brilhantes e fluorescentes e pelas suas composições oníricas, que remetem para um mundo de ilusão e fantasia. Foi a combinação entre o estranho e grotesco, aliados a uma produção de alta qualidade, que se tornaram na sua imagem de marca, onde é notória uma influência tanto do surrealismo como da pop art. Em termos temáticos, o seu trabalho reflete, acima de tudo, a sociedade contemporânea, a partir de uma visão crítica e irónica, abrangendo temas como a fama, a celebridade, o sonho americano e o hiperconsumismo. Um claro exemplo disto é a fotografia *Death by Hamburger* (2001), que retrata uma rapariga a ser esmagada por um hambúrguer insuflável gigante. Outro dos seus trabalhos, *Jesus is my Homeboy: Last Supper* (2003), pode ser visto como a reinterpretação de uma cena bíblica num contexto contemporâneo. A imagem apresenta a figura de Jesus Cristo, na última ceia, mas num cenário aparentemente moderno, rodeado de pessoas ligadas ao hiphop e ao street style. Por último, a série *Paradise* (2009-2015), produzida quando vivia no Havai, marcou uma mudança significativa na sua carreira, numa altura em que LaChapelle passou a focar-se intensamente em temas espirituais, religiosos e de mortalidade. Nestes trabalhos, o artista aborda, de forma controversa, diferentes temas da fé católica. A fotografia *Fleurs Du Mal* (2009), por exemplo, tem como inspirações o mito Jardim do Éden e o poema *Fleurs Du Mal*, do poeta francês Charles Baudelaire (Deodato Arte, n.d.).



Figura 29. *Death by Hamburger*. David LaChapelle. 2001. Fonte: Artsy.

Entre os sítios em que as obras de LaChapelle já estiveram expostas, destacam-se a National Portrait Gallery de Londres, a Monnaie de Paris, o Victoria and Albert Museum e o Musée D'Orsay. O fotógrafo entrou em contacto com o mundo da fotografia em Nova Iorque, onde conheceu o artista Andy Warhol, que viria a ser fundamental para o desenvolvimento da sua carreira. Impressionado com o seu trabalho, Warhol contratou LaChapelle para fazer parte da sua equipa de fotógrafos, na revista *Interview* (Deodato Arte, n.d.).



Figura 30. David LaChapelle e Andy Warhol. Fonte: Deodarto Arte.

Durante o seu tempo em Manhattan, o fotógrafo fez parte do boom criativo dos anos 80, do qual também faziam parte artistas como Jean-Michel Basquiat e Keith Haring. Foi a partir daqui que o seu trabalho passou do estúdio de Warhol para grandes publicações a nível internacional, – British Vogue, Vanity Fair, Rolling Stone, GQ – o que acabou por cimentar a sua posição como um dos fotógrafos mais influentes e relevantes no mundo. Os seus primeiros retratos de celebridades surgiram em meados da década de 90, quando LaChapelle colaborou com alguns dos nomes mais conhecidos da música e do cinema, entre eles Cameron Diaz, Drew Barrymore, Eminem, Naomi Campbell e David Bowie. Uma das imagens que marca a carreira do fotógrafo retrata o ator Leonardo Dicaprio, a segurar um cacho de bananas sobre um pano de fundo azul vibrante. Outra mostra o rapper Kanye West, a segurar uma enorme cruz. “Todos temos uma cruz para carregar”, diz LaChapelle sobre esta imagem (Deodato Arte, n.d.).



Figura 31. Leonardo DiCaprio: Unspoiled. 2006. David LaChapelle. Fonte: Artsy.

Ao longo da sua carreira, LaChapelle foi estendendo a sua criatividade a outros meios artísticos, incluindo a moda, o cinema, o teatro e a produção de vídeos musicais. Entre os seus trabalhos mais conhecidos no campo da música, estão “Original Sin”, de Elton John (2002), “Tears Dry on Their On”, de Amy Winehouse (2007) e “Take Me to Church”, de Hozier. O artista também se destaca pelo seu trabalho comercial, tendo colaborado com algumas das marcas mais conhecidas a nível mundial: Tommy Hilfiger, Schweppes, Nokia e Burguer King.

13. ANÁLISE DE FOTOGRAFIAS ICÓNICAS

13.1 *Loyalist Militiaman at the Moment of Death*, Robert Capa (1936)

Robert Capa nasceu com o nome Andre Friedmann, em 1913, na cidade de Budapeste. Em 1930, trocou a Hungria por Berlim, onde frequentou a Deutsche Hochschule für Politik, como estudante de jornalismo e ciências políticas. Depois de acabar o curso, começou a trabalhar como assistente de câmara na Agência Deutsche Fotodienst. Poucos anos mais tarde, em 1933, aquando da subida de Hitler ao poder, abandonou a Alemanha e rumou a Paris, onde conheceu Henri Cartier-Bresson e David Seymour. Nos anos que se sucederam, trabalhou como fotojornalista, tendo ido várias vezes a Espanha, para acompanhar o conflito que durou entre 1936 e 1939. Foi aqui que Capa capturou

uma das imagens que viria a marcar a sua carreira: *Loyalist Militiaman at the Moment of Death* captou imediatamente a atenção de todo o mundo, desde o público até aos meios de comunicação. Também conhecida como *The Falling Soldier*, a imagem foi alegadamente capturada no dia 5 de setembro de 1936, durante a Batalha de Cerro Muriano, ocorrida na Guerra Civil Espanhola. Numa entrevista que deu em 1947, Capa explica que a fotografia foi, na realidade, um mero acaso, uma questão de sorte. O fotógrafo estava no meio de dezenas de militares e pôs a câmara fotográfica que levava em cima da cabeça, na esperança de conseguir alguma coisa. O resultado foi uma das imagens mais poderosas na história do fotojornalismo de guerra, um símbolo do conflito espanhol. Em 1938, a revista inglesa *Picture Post* chegou a nomear Capa como “o maior fotógrafo de guerra do mundo”, expondo 26 das imagens tiradas pelo próprio durante a Guerra Civil Espanhola (Miguelitor, n.d.).

Apesar de todo este reconhecimento, a famosa fotografia que Capa capturou em 1936 tem sido, desde então, alvo de inúmeros debates. São muitos os especialistas que questionam a sua veracidade e a espontaneidade, apontando para a postura do soldado, que parece montada, e para a ausência de outros soldados na imagem (Miguelitor, n.d.). Será *The Falling Soldier*, uma das imagens de guerra mais conhecidas em todo o mundo, sido uma encenação? Ou foi realmente apenas sorte do fotógrafo, que estava no sítio certo, à hora certa?

As controvérsias podem, de facto, diminuir o valor e a credibilidade de uma imagem, mas neste caso, parece ter funcionado no sentido contrário. Todo este debate relativamente à possível encenação do soldado tem enriquecido ainda mais a interpretação da imagem por parte do público, fazendo-nos lembrar que, apesar da sua aparente objetividade, a fotografia está permanentemente sujeita à subjetividade do autor e às circunstâncias da sua criação (Miguelitor, n.d.). Afinal, qual o papel da fotografia na construção da memória coletiva e na preservação de momentos passados? E onde se posiciona a ética fotojornalística neste sentido?

Do ponto de vista de uma análise de conteúdo, esta imagem revela uma forte componente simbólica, com o retrato de um soldado no exato momento em que este é atingido e se prepara para cair ao chão, desamparado. Apesar da violência do momento, que podemos perceber pela posição do corpo do soldado, a imagem encontra-se estática, com um fundo que se apresenta ligeiramente desfocado e completamente vazio. Ao nível denotativo, ou seja, literal, a fotografia de Capa mostra-nos um homem, possivelmente morto, a cair no chão. Já ao nível conotativo, a imagem representa a

guerra, a derrota, a perda e o heroísmo, mas, acima de tudo, o instante entre a vida e a morte. Por último, podemos analisar esta imagem de um ponto de vista ético, já que, como sublinhado no parágrafo anterior, ela foi envolta num enorme debate face à possibilidade de encenação e dramatização do momento representado. Neste sentido, Kossoy (2002) diz-nos que as imagens não podem ser necessariamente vistas como representações da realidade, na medida em que possuem uma realidade própria, construída e codificada (Kossoy, 2002). Devemos então olhar para as imagens jornalísticas e fazer sentido do mundo a partir delas? As imagens são, no fundo, uma das representações mais fieis que podemos ter da realidade. Ainda assim, devemos também manter um sentido crítico, para que, como aponta Sontag (2004), a nossa perceção e a nossa relação com o mundo não seja erradamente influenciada.



Figura 32. *The Falling Soldier*, Robert Capa (1936). Fonte: The Metropolitan Museum of Art.

13.2 *V-J Day in Times Square*, Alfred Eisenstaedt (1945)

Alfred Eisenstaedt nasceu em dezembro de 1898, na atual cidade de Tczew, na Polónia. Filho de pais judeus, Eisenstaedt teve de se mudar para Berlim em 1906, juntamente com a sua família. Aos 11 anos, foi-lhe oferecida a sua primeira máquina fotográfica, uma Eastman Kodak Folding Camera, nascendo aí a sua paixão e interesse pelo mundo visual. Durante a Primeira Guerra Mundial, serviu no exército alemão, acabando por ficar ferido já no final do conflito, em 1918. Após a Guerra,

começou a trabalhar como fotógrafo freelancer para o escritório da Pacific and Atlantic Photos, em Berlim, que mais tarde foi adquirido pela Associated Press. Alguns anos mais tarde, em 1929, tornou-se fotógrafo a tempo inteiro, tendo sido contratado pela Associated Press na Alemanha. Rapidamente começou a ganhar notoriedade entre o meio, arrecadando vários trabalhos para a revista alemã *Illustrierte Zeitung*, publicada pela Ullstein Verlag, na altura a maior editora do mundo. Em 1935, foi forçado a emigrar para os Estados Unidos, devido à opressão do regime nazi contra os cidadãos judeus. Eisenstead, que já era conhecido pelas suas fotos na Alemanha, conseguiu rapidamente trabalho em Nova Iorque, trabalhando como freelancer para as revistas *Harper's Bazaar*, a *Vogue* e a revista *Town and Country*. No ano seguinte, em 1936, o fundador da *Time*, Henry Luce, comprou a revista *Life* e contratou Eisenstaedt para a equipa fundadora, juntamente com outros nomes de renome, entre os quais Margaret Bourke-White e Robert Capa. Entre as imagens mais emblemáticas da carreira do fotógrafo alemão estão a fotografia que tirou do primeiro encontro entre Hitler e Mussolini, em Itália. Em 1945, capturou a famosa *V-J Day in Times Square*, que retrata beijo entre um marinheiro e uma suposta desonhecida, uma suposta enfermeira, na celebração do fim da Segunda Guerra Mundial. A fotografia foi publicada na revista *Life*, para a qual Eisenstaedt trabalhava, juntamente com outras imagens que marcavam o fim do conflito, numa secção de 12 páginas intitulada de *Victory Celebrations*. Décadas mais tarde, os protagonistas da imagem foram identificados: o marinheiro norte-americano George Mendonsa e a enfermeira Greta Zimmer Friedman, que na altura tinha 21 anos. Friedman contou que não conhecia o marinheiro, que ele simplesmente a agarrou, num momento de extrema felicidade, por não ter de voltar a embarcar para a guerra (Rare Historical Photos, n.d.).

Ao contrário da fotografia de Robert Capa, onde a autenticidade dos factos foi posta em causa, neste caso, a questão não está tanto em acreditar se a imagem é verdadeira ou não, se foi encenada ou não, mas nas diferentes interpretações que foram ao longo do tempo tomadas a partir do olhar. Décadas depois da imagem ter sido publicada pela primeira vez, a protagonista da mesma veio dar a sua visão e parte da história, fazendo com que a interpretação que muitos tinham até então sofresse alterações. De um momento para o outro, podemos passar a ver exatamente a mesma coisa, mas de maneira diferente, o que nos faz, mais uma vez, refletir sobre o equilíbrio entre a objetividade e a subjetividade na fotografia. Afinal, se as fotografias têm sempre uma componente subjetiva, será que

as podemos ver como algo que representa o mundo? Ou será que as devemos considerar meramente como algo artístico, que interpreta a realidade? Se não ouvimos música, se não olhamos para um quadro à espera de neles ver refletida a realidade, então porque esperamos isso da fotografia?

De uma perspetiva ao nível denotativo, a icónica imagem mostra-nos dois jovens a beijarem-se, tendo como pano de fundo uma rua movimentada, onde vão passando várias pessoas, com uma expressão aparentemente feliz e descontraída. Ao nível conotativo, a fotografia transmite-nos imediatamente um sentimento de paixão, alegria e liberdade. A pose dos protagonistas aponta-nos para uma clássica história de amor, para um cenário quase cinematográfico. Já a utilização do preto e branco reforça o valor histórico e a intemporalidade da imagem. Por último, ao nível simbólico, a fotografia de Alfred Eisenstaedt é muito mais do que um simples beijo entre dois jovens, ela representa a vitória dos Aliados na Segunda Guerra Mundial e o momento em que o mundo se apercebeu dessa mesma conquista, saindo em celebração para a rua. Esta imagem é o perfeito exemplo de como uma imagem pode ser tanto documental, como poética e artística. Se por um lado, ela é a simples captura de um momento entre dois desconhecidos, por outro, ela carrega em si uma forte componente simbólica, nomeadamente em relação ao amor, à liberdade feminina, e claro, à guerra e à vitória.



Figura 33. *V-J Day in Times Square*, Alfred Eisenstaedt (1945). Fonte: Wikipedia

13.3 *Afghan Girl*, Steve McCurry (1984)

“A picture can express a universal humanism, or simply reveal
a delicate and poignant truth by exposing a slice of life
that might otherwise pass unnoticed.”

– Steve McCurry

Há mais de cinco décadas que Steve McCurry se destaca como uma das figuras mais icônicas no mundo da fotografia. Nascido em 1950, em Filadélfia, no estado norte-americano da Pensilvânia, McCurry cedo se interessou pelas artes visuais. Estudou cinematografia na Universidade Estatal da Pensilvânia, começando logo a seguir a trabalhar como fotógrafo para um jornal local, *The Daily Collegian* (McCurry, n.d.). Dois anos mais tarde, McCurry viajou para a Índia, na primeira de muitas viagens que viriam a celebrar a sua carreira. Após vários meses a percorrer o país, McCurry aventurou-se a atravessar a fronteira do Paquistão, numa altura em que a invasão russa estava a proibir o acesso aos jornalistas do Ocidente. Com a ajuda de um grupo de refugiados do Afeganistão, o fotógrafo vestiu trajes tradicionais e, já com uma barba e um rosto que revelavam alguma exaustão da viagem, conseguiu atravessar a fronteira, cosendo os filmes que trazia à sua roupa. Assim que atravessou a fronteira, o fotógrafo diz que se deparou com dezenas de casa e escolas em chamas, bombardeadas pelo exército russo (McCurry, n.d.).

McCurry foi um dos primeiros fotógrafos a mostrar o cenário de destruição que a invasão russa deixou no Afeganistão, confirmando desde aí uma carreira repleta de imagens que deram a conhecer ao mundo certas realidades, por muitos desconhecidas. O seu trabalho abrange, em grande parte, culturas em vias de extinção e tradições antigas, mas também pedaços da cultura contemporânea, mantendo, quase sempre, o elemento humano em destaque (McCurry, n.d.). Um dos seus trabalhos mais conhecidos – a fotografia *Afghan Girl*, em português *A Menina Afegã*, ou *A Menina dos Olhos Verdes* – reflete precisamente essa preocupação em mostrar a figura humana e em retratar uma determinada situação social, política ou humanitária a partir do ponto de vista de quem a vive. Tirada

em 1984, a fotografia de McCurry passou a ser um dos símbolos mais célebres da luta afegã, sendo ainda nos dias de hoje reconhecida em todo o mundo. Afinal, como é que esta menina de 12 anos se tornou num dos rostos mais famosos mundialmente, figurando uma das fotografias mais reputadas de toda a história da National Geographic? (Public Delivery, n.d.).



Figura 34. *Afghan Girl*, Steve McCurry (1984). Fonte: Artsy.

McCurry viu pela primeira vez a jovem afegã em 1984, num campo de refugiados ao longo da fronteira entre o Afeganistão e o Paquistão. Foi no campo de Nasir Bagh, onde tinha sido instituída uma escola para raparigas, que o fotógrafo norte-americano encontrou um grupo de 15 meninas. Entre elas, destacava-se Sharbat Gula, com uns olhos verdes profundos e intensos. O seu instinto imediato foi tirar uma fotografia – e ainda bem que o fez. Ao longo dos anos, muito se falou da menina na fotografia de McCurry, nomeadamente pelo seu paradeiro se ter tornado desconhecido, até ter sido novamente encontrado em 2002. Embora o seu nome seja desconhecido para a grande maioria das pessoas, o seu rosto tornou-se num pedaço de história, ultrapassando barreiras geográficas, políticas e culturais. A banda finlandesa NightWish produziu uma obra instrumental em honra da jovem afegã – “*The Eyes of Sharbat Gula*” foi lançado em 2015, no álbum *Endless Forms*

Most Beautiful. Dois anos mais tarde, a revista norte-americana *New England Review* publicou uma obra da poetisa Gjertrud Schnakenberg, intitulada de “*Afghan Girl*” (Zhang, 2016).

Ao nível denotativo, é-nos apresentado o retrato aproximado de uma jovem rapariga, com o rosto ligeiramente sujo e coberta por um véu vermelho, só se vendo o seu rosto, de onde sobressaem uns grandes olhos verdes. O fundo verde encontra-se desfocado, não permitindo ao espetador perceber onde a jovem se encontra. Ao nível conotativo, a imagem carrega um enorme poder emocional, onde a vulnerabilidade, a pobreza, a dor e a inocência dominam, num cenário profundamente intimista. Ao nível simbólico, a fotografia de McCurry – tal como acontece com tantas outras imagens que ficam para a história –, ultrapassa a sua função meramente documental e alcança um estatuto artístico, de algo icónico. O retrato de Sharbat Gula é também ele um claro exemplo do equilíbrio constante que o fotojornalismo deve ter, entre o documental e o artístico. Enquanto documento jornalístico, ela é extremamente valiosa em termos sociais e culturais. Já no plano artístico, podem ser levantadas questões quanto ao embelezamento e à suavização da dor, no sentido em que a guerra e o sacrifício humano sejam vistos como algo esteticamente bonito, que serve para ser contemplado.

13.4 *Le Basier de L’Hotel de Ville*, Robert Doisneau (1950)

Robert Doisneau nasceu em Paris, França, em 1912, e rapidamente se tornou num dos fotógrafos mais importantes a nível nacional, pela sua abordagem poética e romântica da fotografia. Doisneau estudou gravura e litografia, na *École Estienne*, em Paris, mas defende que as ruas do bairro operário de Gentilly foram mais importantes para a sua formação e o que o levou para o mundo da fotografia. Após acabar a licenciatura, em 1929, começou a fotografar profissionalmente para o artista visual e fotógrafo publicitário André Vigneau, oportunidade que lhe permitiu conhecer algumas pessoas da indústria, com ideias mais vanguardistas e inovadoras, o que o incentivou a realmente apostar na sua carreira como o fotógrafo. Alguns anos mais tarde, em 1932, teve o seu primeiro grande reconhecimento, com a venda da sua primeira reportagem fotográfica ao jornal *Excelsior*. Durante a Segunda Guerra Mundial, Doisneau foi membro da Resistência, tanto como soldado, como enquanto fotógrafo. Tinha a seu cargo a missão de falsificar documentos para o Movimento, tendo também capturado o momento da ocupação alemã de Paris, em 1940, e da conseqüente libertação, em agosto

de 1944. Com o fim da Guerra, começou novamente a trabalhar em publicidade e em revistas, desta vez para publicações como a Vogue francesa. Em 1949, lançou no mercado o seu primeiro livro de fotografias, *La Banlieue de Paris (Os Subúrbios de Paris)*, ao qual se seguiram mais vinte publicações, que continham maioritariamente fotografias de Paris e dos parisienses. O início da década de 50 marca uma etapa importante na carreira de Doisneau, com a entrada no Grupo XV, uma organização de fotógrafos que tem como objetivo desenvolver os aspetos técnicos e artísticos da fotografia. É a partir daqui que ele realmente se dedica à fotografia de rua, passando este a ser a sua arena, o cenário da sua arte. Foi precisamente nesta altura que Doisneau capturou a fotografia que o pôs no palco do mundo – *O Beijo do Hôtel de Ville* (1950) retrata um casal apaixonado, a beijar-se nas ruas de Paris, parecendo quase indiferentes a todo o movimento à sua volta (International Center of Photography, n.d.).

A fotografia rapidamente se tornou numa das mais icónicas imagens do século XX, tornando-se sinónimo de Paris, de romance e de paixão. No entanto, tal como aconteceu com muitas das famosas imagens de McCurry, também esta foi encenada, para surpresa de muitos. Tal como a própria filha de Doisneau explica, a revista Life encomendou uma série de fotografias que retratassem a vida amorosa de Paris e esta imagem foi só uma de muitas que foi encenada com esse intuito (Ferguson, 2017). O fotógrafo normalmente recorria a jovens atores ou amigos para figurarem nas suas imagens: ia com eles passear pelas ruas de Paris e deixava-os à vontade, apanhando-os simplesmente a andar, a sorrir ou a namorar. *O Beijo do Hôtel de Ville* é o perfeito exemplo do romantismo a que Doisneau nos habituou durante toda a sua carreira: o imediatismo da imagem, o movimento apaixonado dos dois jovens, o lugar e o tempo onde estão lançam quase como um feitiço sob o público, que se vê seduzido pela fotografia (Ferguson, 2017).

Será que, neste caso, a autenticidade realmente importa? Ou será que, às vezes, a arte e as emoções se sobrepõem à realidade? E qual a linha entre a realidade e a ilusão? Embora a fotografia tenha sido planeada, os sentimentos nela expressos são verdadeiros, as duas pessoas representadas são, de facto, um casal e o cenário é também ele fidedigno à realidade. Esta fotografia faz-nos pensar que talvez a verdade não reside única e exclusivamente na objetividade dos factos, mas também na beleza, na emoção e na espontaneidade. Não só Doisneau, mas muitos outros artistas como Henri Cartier-Bresson, Robert Capa e Eugène Atget fizeram de Paris uma das cidades mais fotografadas do século

XX, enaltecendo e até exagerando a sua beleza. Décadas mais tarde, o mundo continua a ver Paris dessa forma, como a cidade do amor, onde o mistério, a paixão e a felicidade residem em cada canto (Ferguson, 2017).

Ao nível denotativo, a imagem apresenta-nos um casal apaixonado a trocar um beijo, no meio de uma movimentada rua, com o fundo, ligeiramente desfocado, a retratar um prédio tipicamente parisiense. A fotografia a preto e branco remete, mais uma vez, o espetador para as ideias de intemporalidade e de algo clássico, onde o amor tem um plano central. Ao nível conotativo, a imagem de Doisneau transmite intimidade, paixão, espontaneidade e até leveza, pela maneira como os dois protagonistas se beijam, no meio de um cenário urbano e rodeados pelas pessoas que passam. A composição, mas também a pose do casal e a utilização do preto e branco dão à fotografia um carácter quase poético, encenado para um filme. Por último, ao nível simbólico, a imagem foi, desde a sua captura, um importante documento cultural, que assinala o modo de viver parisiense e retrata a liberdade de ser jovem e de estar apaixonado. Hoje sabe-se que a fotografia foi encenada, com Doisneau a pedir aos dois protagonistas que posassem para ele. Ainda assim, o valor cultural e simbólico da mesma não ficou totalmente anulado, com muitos a olharem para a imagem ainda como um retrato de Paris, a cidade do amor.



Figura 35. *Le Basier de L'Hotel de Ville*, Robert Doisneau (1950). Fonte: Artsy.

13.5 *Los Angeles Times*, Brian Walski (2003)

Brian Walski teve carreira impressionante enquanto fotojornalista, passando por algumas das maiores e mais reconhecidas organizações a nível mundial. Nascido no estado de Illinois, em 1958, Walski deu os seus primeiros passos no mundo do jornalismo em 1980, logo após a faculdade, altura em que foi admitido no Albuquerque Journal. Alguns anos mais tarde, mudou-se para o Boston Herald, onde passou 12 anos, passando ainda pelo conceituado jornal Los Angeles Times. Durante toda a sua carreira, cobriu histórias que vão desde a Guerra do Golfo, à fome em África, passando ainda pelo conflito nos Balcãs (Whitaker, 2003).

Em 2003, Walski estava em Basra, a cobrir a Guerra do Iraque (2003–2011), em representação do Los Angeles Times. Em março desse ano, a revista publicou na capa uma imagem que o fotógrafo tinha capturado do sul do país, onde aparecia um soldado britânico junto de um homem e de uma criança iraniana. No dia seguinte à publicação da fotografia, um funcionário iraniano do Hartford Courant, que faz parte da mesma empresa que o Los Angeles Times, reparou, enquanto procurava por familiares perdidos, que alguns rostos apareciam duplicados na imagem. O funcionário chamou logo à atenção dos seus superiores, que acabaram mesmo por despedir Walski, por falta de ética e honestidade jornalística. O fotógrafo norte-americano tinha tirado duas fotografias praticamente iguais, apenas com momentos de distância. No final, ele acabou por cortar, aumentar e juntar as duas imagens, de forma a criar um cenário mais dramático e cativante ao olhar do público (Whitaker, 2003).



Figura 36. Fotografias originais. Basra, Iraque. 2003. Brian Walski. Fonte: The New York Times.



Figura 37. Fotografia editada. Capa do Los Angeles Times. Março 2003. Fonte: Los Angeles Times.

Tendo em conta todo este trabalho, podemos afirmar que a fotografia que acabou por ser publicada na capa do Los Angeles Times foi realizada de forma intencional pelo fotógrafo. Mas qual a razão por detrás? O que levou Brian Walski a alterar a realidade da situação que ele próprio estava a viver? Numa entrevista ao Photo District News, o fotógrafo disse que, na altura em que capturou as imagens, estava no Iraque há seis dias, exausto física e mentalmente e praticamente sem dormir: “Não havia nenhum refúgio seguro onde pudéssemos relaxar e ter uma boa noite de sono. Era uma tensão constante.” (Flybring, 2009). Sobre o dia específico em que tirou as polémicas fotografias, o fotógrafo conta que estava extremamente cansado, e que tinha passado as últimas 14 horas acordado, a trabalhar: “Foi um dia de 14 horas e eu estava cansado. Provavelmente eram dez da noite.” (Flybring, 2009). No entanto, ele não usa o cansaço e a privação de sono como desculpa para o que fez, afirmando que, quando juntou as duas fotografias numa só, sabia perfeitamente o que estava a fazer: “Quando juntei as fotos, sabia o que estava a fazer. Ficou bom. Ficou melhor do que o que eu tinha, e eu disse «uau». As coisas aconteceram tão rápido.” Quando questionado sobre o porquê de ter alterado as imagens, o fotógrafo simplesmente afirmou disse que nem pensou bem no que fez,

que tudo não passou de uma pequena brincadeira para conseguir uma imagem final melhor, mais aprimorada: “Acho que era só porque queria uma imagem melhor. Depois, quando o fiz, nem sequer pensei nisso. [...] Assumi toda a responsabilidade assim que me chamaram a atenção. [...] Se voltaria a fazê-lo? Não sei. Talvez sim.” (Flybring, 2009).

Um fotógrafo e amigo de Walski disse que o viu uns dias após o escândalo rebentar, admitindo que quase não o reconheceu: “Quando o vi, realmente não o reconheci. Ele estava queimado pelo sol, não comia há dias, não dormia há 36 horas, as suas roupas estavam sujas e a sua barba estava toda despenteada.” (Flybring, 2009). Outro fotógrafo, Vincent LaForet, diz que simpatiza com a situação de Walski, por também já ter vivido, durante a sua carreira, condições de exaustão mental e falta de sono: “Eu sei o que é privação de sono. Posso imaginar que ele tenha trabalhado dia após dia e possa ter sofrido de alguma exaustão mental, e isso pode ter sido apenas um lapso de julgamento.” (Flybring, 2009). Mas, em sentido contrário, surgiram também muitos profissionais que saíram em crítica do fotógrafo do Los Angeles Times, afirmando que o que diferencia os fotojornalistas dos restantes fotógrafos é precisamente a credibilidade, e que essa ficou manchada a partir do momento em que Walski deixou que a imagem que ele próprio manipulou fosse publicada. Uma das vozes mais críticas deste acontecimento foi Betty Unisden, do Seattle Times, que disse que toda esta controvérsia ia afetar não só Walski, mas toda a comunidade fotojornalística. No mesmo sentido, Peter Souza, do Chicago Tribune, afirmou que toda a profissão ficou sob uma nuvem de suspeição e dúvida, unicamente por causa do erro de uma pessoa (Flybring, 2009).

Será que o cansaço e a falta de sono podem ser uma justificação para o que aconteceu? Será que isso legitima a enorme reação por parte do público e o despedimento do fotógrafo por parte dos editores do Los Angeles Times? Foi esta uma decisão “politicamente correta”, para devolver ao jornal alguma da credibilidade que tinha perdido? Qual então a linha entre as leis e a ética no fotojornalismo? Não existem propriamente leis que dizem respeito à prática fotojornalística, mas existe um Código de Ética, definido pela National Press Photographer’s Association, uma organização dedicada em salvaguardar a formação, a prática e o avanço jornalístico. Existe apenas uma única responsabilidade que diz respeito ao caso de Brian Walski e que diz que a edição deve sempre manter a integridade e o contexto dos conteúdos, e que a manipulação das imagens em caso algum pode deturpar os sujeitos e induzir o público em erro (Flybring, 2009). Posto isto, podemos questionar: Será que a manipulação

realizada por Walski alterou a mensagem da imagem? Será que deturpou a realidade e induziu o público em erro relativamente à situação vivida naquele lugar?

Ao nível denotativo, a imagem mostra-nos um soldado a aproximar-se de um grupo de civis, um dos quais segura um bebé ao colo, enrolado numa manta. A fotografia centra-se nestas duas figuras, tendo como pano de fundo um cenário desértico e inóspito, que imediatamente transmitem ao espetador uma conceção de guerra e tensão. Ao nível conotativo, a fotografia de Walski reforça os ideais de autoridade e submissão. O enquadramento, que coloca o soldado no centro da imagem, dá-nos ainda mais a sensação de que existe uma clara relação de poder entre todos os intervenientes, numa situação que causa até alguma inquietação e desconforto. Ao nível simbólico, a fotografia rapidamente se tornou num exemplo do risco da edição e manipulação que vezes acontece no mundo fotojornalístico, com a sua falsificação a ser descoberta na altura da sua publicação. Este caso evidencia claramente que não importa somente a força visual e narrativa de uma imagem, mas que a integridade e veracidade dos factos é igualmente importante. Seguindo o pensamento de Mortensen et al. (2023), a credibilidade é fundamental no exercício da profissão jornalística, sendo o seu ethos o que a distingue de outras atividades de recolha e disseminação da informação. As imagens jornalísticas têm o extraordinário poder de mover e fazer com que o público tome ação, mas elas devem, em primeiro lugar, ser uma fonte de informação fiel, onde o mundo é refletido da forma mais fidedigna possível.

14. ENTREVISTAS

Depois de estabelecida a fundamentação teórica, onde foram abordados temas como o papel do fotojornalismo na construção da realidade social e o equilíbrio entre a objetividade informativa e a subjetividade artística, passamos agora para as entrevistas realizadas. A opção por entrevistas semiestruturadas permitiu recolher opiniões face aos diferentes temas em questão, como o panorama atual do fotojornalismo, os desafios éticos que este enfrenta e a influência que o crescimento da IA pode ter no setor.

14.1 Perfil dos Entrevistados

Como mencionado no Capítulo “Metodologias de Investigação”, a execução deste trabalho contou com a realização de oito entrevistas aprofundadas, realizadas com o objetivo explorar a opinião do público relativamente ao fotojornalismo contemporâneo e assim responder aos objetivos da investigação. Todos os entrevistados têm alguma ligação às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação, pelo que o critério de seleção foi a formação/profissão dos indivíduos, e justifica-se pelo seu conhecimento e proximidade face aos temas a investigar. Acrescentar ainda que todos os entrevistados estão identificados segundo um nome fictício, de forma a que sua identidade e opiniões sejam preservadas. Por último, é importante mencionar que o presente estudo recebeu o parecer favorável da Comissão de Ética do IADE, garantindo assim a credibilidade e a confidencialidade das informações, assim como o consentimento informado dos participantes.

Entrevista	Nome	Educação	Profissão
1	Maria Reis	Licenciatura em Design, IADE; Pós-Graduação em Web UX/UI, IADE; Especialização em Artificial Intelligence, Machine Learning and Innovation Technology, Mia Digital University	Global Designer na .PT
2	Leonor Silva	Licenciatura em Comunicação Social e Cultural, UCP; Mestrado em	–

		Management, Universidade Nova	
3	Mariana Luz	Licenciatura em Design Global, IADE	–
4	João Santos	–	Fotógrafo profissional; Professor de Fotografia; Curador; Líder de viagens pela Landscape
5	Alice Costa	Licenciatura em Comunicação Social e Cultural, UCP, Mestrado em Digital Media Business Technology, Universidad Complutense de Madrid	–
6	Eva Gonçalves	Licenciatura em Design, IADE	–
7	Tomás Araújo	Licenciatura em Arte e Multimédia, Faculdade de Belas- Artes UL;	Fotógrafo freelance; Designer
8	Francisco Ribeiro	Licenciatura em Design, IADE; Mestrado em Desenho, Faculdade	Membro fundador do Estúdio 408; Professor universitário

		de Belas-Artes UL, Doutouramento em Desenho, Faculdade de Belas-Artes UL	
--	--	---	--

Figura 38. Perfil dos Entrevistados.

15. CONCLUSÕES E ANÁLISE EMPÍRICA

15.1 Apresentação e Resultados das Entrevistas

Este capítulo tem como objetivo analisar as entrevistas que foram realizadas no âmbito da presente investigação. Foram realizadas um total de oito entrevistas aprofundadas, todas a indivíduos relacionados com as áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação. O principal intuito, com a realização das entrevistas, era o de perceber como estes indivíduos, escolhidos tendo em conta a sua profissão e percurso académico, olhavam para o papel do fotojornalismo na construção da realidade social e na formação de perceções sobre o mundo.

De forma a ser feita uma análise clara e perceptível das entrevistas realizadas, este capítulo organiza-se em torno de 5 principais temas:

- a) A influência do fotojornalismo na construção da realidade social;
- b) O impacto da profissão/educação na perceção de imagens jornalísticas;
- c) A presença e a influência da subjetividade artística nas imagens jornalísticas;
- d) A presença e a importância de determinadas características técnicas e estéticas na produção e na leitura de uma imagem jornalística;
- e) A influência da arte na prática fotojornalística
- f) Os principais desafios no fotojornalismo contemporâneo, nomeadamente em relação à manipulação e edição de imagens e ao crescimento da inteligência artificial;
- g) As expectativas, previsões e receios dos entrevistados relativamente ao futuro do fotojornalismo em Portugal e no mundo.

Tendo como ponto de partida estes cinco temas, a análise realizada tentou perceber e encontrar a existência de padrões e repetições nas respostas dos entrevistados, assim como visões divergentes ou que não fossem ao encontro com a visão da maioria. Para além disto, também se tentou estabelecer uma ligação entre as respostas obtidas e os objetivos de investigação propostos no Capítulo 3. Por último, foram assinaladas, para cada um dos cinco temas, citações que se mostrassem como relevantes para a análise em questão e para a formação de conclusões no contexto desta investigação.

a) A influência do fotojornalismo na construção da realidade social;

No que diz respeito a influência do fotojornalismo na construção da realidade social, todos os entrevistados partilharam da mesma opinião, defendendo que a prática fotojornalística tem uma prática extremamente valiosa no espaço de uma sociedade – “Julgo que não se trata de uma questão de crença, mas sim de realidade. Temos a metáfora da perspetiva visual de uma mesma imagem dependendo da qual uma figura poderá estar ou a salvar um animal ou a magoá-lo (...) algures no intervalo deste fenómeno teremos a realidade factual (Francisco Ribeiro). Alguns dos entrevistados partilharam ainda a opinião de que, para eles, o fotojornalismo é tão ou mais importante que o jornalismo escrito, no sentido em que a sua componente visual consegue mais facilmente chegar às pessoas e transmitir uma informação, algo sobre o mundo. Para uma das entrevistadas, um claro exemplo do poder do fotojornalismo na construção da realidade social aconteceu recentemente, quando o Presidente Donald Trump foi baleado – “Um dos exemplos atuais mais memoráveis do impacto da imagem na realidade social foi como a imagem do Presidente (...) Donald Trump baleado e como essa foto levou muitos a concluírem que esse foi o momento-chave para a vitória republicana” (Maria Reis). Outra das entrevistadas recorreu à expressão popular “Uma imagem vale mais do que mil palavras” (Leonor Silva) para reforçar o poder e a capacidade do fotojornalismo de mudar opiniões e visões sobre o mundo. Já outra afirmou que o fotojornalismo é capaz de abrir horizontes, de fazer os indivíduos ver coisas que de outra forma não seriam vistas, terminando a dizer que é muito diferente lermos uma notícia e vermos uma fotografia. A prática fotojornalística tem o “poder de mostrar de facto a realidade e as pessoas” (Leonor Silva), quer seja esta uma realidade mais próxima, à qual mais facilmente temos acesso e na qual também nos revemos, ou uma realidade longínqua, sobre a qual pouco ou nada conhecemos – “Não podes estar nessa realidade, não sabes o que é que é estar nessa realidade”, mas podemos ainda assim conhecê-la, através das imagens que

nos chegam. É esta ideia de proximidade uma das principais forças do fotojornalismo, o facto de conseguir representar a fazer chegar a realidade que de outra forma muito provavelmente não seria vista e sequer seria tomada em consideração.

b) O impacto da profissão/educação na perceção de imagens jornalísticas;

Todos os entrevistados, sem exceção, consideram que a profissão/educação dos indivíduos tem um impacto na forma como estes olham para uma imagem jornalística. As respostas demonstram que a formação dos entrevistados nas áreas da Arte ou da Comunicação lhes confere uma visão mais crítica e até consciente sobre a produção de uma imagem, assim como o papel desta na construção da realidade social. Uma das entrevistadas destaca o facto de ter estudado a Ética e Deontologia do Jornalismo, estando assim mais ciente das implicações e das responsabilidades de um fotojornalista no exercício da sua profissão, assim como no que realmente é interesse público. Já outra entrevistada reflete que a sua formação nas áreas do Design e da IA lhe deram o hábito de “questionar sempre o conteúdo” apresentado e o “objetivo por detrás” da sua partilha.

c) A presença e a influência da subjetividade artística nas imagens jornalísticas

Relativamente à subjetividade nas imagens jornalísticas, um dos temas centrais desta investigação, as entrevistas demonstraram ser unânime a opinião de que a subjetividade artística é algo inerente à fotografia, isto é, que está permanente presente, quer o público, e mesmo o fotógrafo, sequer tenham noção disso. Por outras palavras, a subjetividade inerente a uma fotografia jornalística pode ser algo propositado, um determinado detalhe, como o ângulo ou as cores, que o fotógrafo escolhe com intenção, de forma a passar a sua mensagem de uma determinada maneira. Mas outras vezes, a subjetividade não é algo planeado, não é algo pensado, ela simplesmente acontece porque o processo fotográfico envolve, inevitavelmente, o olhar e a mão humana. Uma das entrevistadas sublinha que todas as imagens são subjetivas, porque, na sua produção, foi alguém que escolheu o momento exato de clicar na câmara e partilhar um determinado momento, em vez de outro (Mariana Luz). Mesmo quando estamos num certo lugar, a ver algo com os nossos próprios olhos, está presente algum grau

de subjetividade, na medida em que estamos nós a interpretar o que vemos, a partir das nossas próprias experiências, da nossa cultura e características individuais. As respostas dos entrevistados, que são unânimes no sentido de admitirem que existe, de facto, subjetividade nas imagens jornalísticas, levam a crer que o fotógrafo não é somente um transmissor da realidade, mas um intérprete da mesma, um mediador entre a realidade factual e a realidade que nos chega a partir das imagens que todos os dias inundam a televisão, os jornais (físicos e digitais) e as redes sociais.

Clarificada a sua existência, passamos então para outro patamar, onde foi questionada se a subjetividade trazia, ou não, algum tipo de problema para o mundo do fotojornalismo. Para a maioria dos entrevistados, a subjetividade artística inerente nas fotografias jornalísticas pode ser um fator de desconfiança junto do público, já que ameaça os princípios de objetividade e veracidade do jornalismo tradicional – “A honestidade do momento deverá falar acima de qualquer tipo de interpretação artística” (Francisco Ribeiro). Outros entrevistados partilham também desta opinião, afirmando que, a partir do momento em que o público percebe que houve algum tipo de manipulação na fotografia, quer esta tenha sido intencional ou não, a veracidade da imagem e dos factos nela representados correm o risco de ser questionados (Alice Costa). Em sentido contrário, outra entrevistada acredita que a presença de subjetividade nas imagens jornalísticas não se traduz necessariamente numa menor credibilidade junto do público – “A criatividade e subjetividade existirá sempre nas escolhas feitas, é inevitável, mas se for utilizada como ferramenta para a aumentar a qualidade geral do fotografado e não para manipular, não deverá afetar a objetividade e credibilidade da imagem” (Maria Reis). Foi também sublinhada a importância do sentido crítico e da exigência do público para com os fotojornalistas, que em muito se diferenciam dos artistas, embora, lá está, possam ambos partilhar esse lado mais criativo na produção do seu trabalho. Enquanto os artistas dispõem de total liberdade artística na sua profissão, podendo retratar a realidade como desejam, por mais próxima ou distante aos factos que essa representação possa ser, os fotojornalistas estão sempre presos por um certo sentido de responsabilidade, e mais do que isso, por regras éticas, deontológicas e morais específicas da própria profissão, que os obrigam a representar a realidade da forma mais fiel e imparcial possível. Em suma, os fotojornalistas podem fazer uso da criatividade e da estética na sua profissão, tal não é proibido. No entanto, devem sempre ter em conta

que essas características e ferramentas não devem, em circunstância nenhuma, comprometer a veracidade dos factos e da realidade representada.

- d) A presença e a importância de determinadas características técnicas e estéticas na produção e na leitura de uma imagem jornalística;

Entre todos os entrevistados, foi unânime que as características técnicas e estéticas de uma imagem jornalística estavam presentes na sua produção e impactavam a sua leitura por parte do público. A composição, o enquadramento, as cores, o ângulo e momento exato de captura foram alguns dos elementos mais mencionados, sendo a sua presença fundamental para transmitir ao público uma determinada mensagem. Um dos entrevistados realça a importância do “bom enquadramento” (João Santos) do assunto retratado, enquanto noutra entrevista foi mais saliente o impacto das cores na “leitura e interpretação” (Maria Reis) de uma imagem. Já na visão de outro entrevistado, o mais importante é mesmo o contexto, o momento que está a ser fotografado – “Se o objeto que está a ser fotografado e o momento for importante e for forte, eu acho que a fotografia vai sempre ficar boa.” (Tomás Araújo)

- e) A influência da arte na prática fotojornalística

Os entrevistados acreditam, de forma unânime, que os fotojornalistas são influenciados pela arte, quer isto seja feito de forma consciente ou inconsciente. Esta influência não deriva exclusivamente da educação do fotojornalista, mas também das suas preferências pessoais e hábitos – se vai frequentemente a museus, se é atento às tendências no mundo da arte e da fotografia, etc. Enquanto uma das entrevistadas refere que muitos fotojornalistas podem ir buscar referências a artistas, como Picasso ou Salvador Dalí, outro entrevistado vê no mundo da pintura uma forte influência para a fotografia. Foi dado ainda um terceiro exemplo, da “foto icónica” do monge budista Thích Quảng Đức, tirada pelo correspondente Browne da Associated Press, “que serviu de capa de um dos álbuns da banda Rage Against the Machine” (Maria Reis).

Apesar de reconhecer a sua influência, a grande maioria dos entrevistados deixa clara a diferença entre a prática fotojornalística, que na sua base segue os princípios éticos e deontológicos do jornalismo, e a prática artística, que disfruta de muito mais liberdade – “Eu acho que a arte não tem limitações como o fotojornalismo. Eu acho que a arte tem muito o objetivo de apelar à emoção. O fotojornalismo, claro, que também transmite algo, mas a ideia é sempre informar” (Leonor Silva). Acima de qualquer interpretação artística, que pode existir, está sempre o dever e o objetivo de informar de forma honesta e o mais fiel à realidade possível.

- f) Os principais desafios no fotojornalismo contemporâneo, nomeadamente em relação à manipulação e edição de imagens e ao crescimento da inteligência artificial

Um dos temas mais discutidos, e que originou maior diálogo durante as entrevistas, foi o crescimento de ferramentas de IA, nomeadamente no mundo do fotojornalismo. Todos os entrevistados olham a IA como algo potencialmente perigoso para o fotojornalismo, na medida em que pode comprometer alguns dos seus principais valores éticos e deontológicos.

No sentido positivo, foi reconhecido o seu forte poder de auxílio à profissão dos fotojornalistas. No geral, estas ferramentas são vistas não como algo que deva alterar ou criar uma outra realidade, mas apenas melhorar as imagens que carecem de nitidez ou qualidade. Esta visão vai muito ao encontro da opinião dos entrevistados face à edição e manipulação das imagens – apenas serve para melhorar, não para alterar os conteúdos – “Acho que deve haver algum tipo de regulação”, mas a sua utilização deve ser evitada, sempre que possível (Alice Costa).

Perante este cenário, onde a IA é cada vez utilizada, não só no setor do fotojornalismo, como em muitas outras áreas, a solução para a grande maioria dos entrevistados é a criação de algum tipo de regulação e/ou regras que uniformizem a utilização destas ferramentas a nível nacional e internacional – “A transparência e regulamentação, nacional, da UE e internacional, vão ser os fatores centrais para a confiança e credibilidade no conteúdo/imagens” (Maria Reis)

g) As expectativas, previsões e receios dos entrevistados relativamente ao futuro do fotojornalismo em Portugal e no mundo

Por último, quando questionados sobre o futuro do fotojornalismo, quer em Portugal, quer no mundo, a maioria dos entrevistados sublinhou a questão da mudança, mais concretamente a um nível tecnológico. A adaptação ao novo paradigma digital, às redes sociais e às ferramentas de IA são alguns dos desafios mais importantes para o fotojornalismo, se este quiser permanecer como uma prática reconhecida pelo público como extremamente valiosa, credível e confiável. São vários os entrevistados que prevêm um crescimento da IA nos próximos anos, e para isto, é necessário o estabelecimento de regras claras, não vá o fotojornalismo correr o risco de perder o seu estatuto e até se tornar numa profissão algo substituível – “Acho que (...) é cada vez mais fácil e possível não ter de ser uma pessoa a viajar para outro continente para tirar a fotografia” (Leonor Silva). No entanto, a ideia geral é de que, apesar de todas as mudanças que o fotojornalismo vai ter de fazer, vai continuar a ser extremamente importante a presença do olhar humano, o bom senso e o sentido crítico.

Pergunta 1: Acredita que o fotojornalismo tem um impacto significativo na construção da realidade social? Se sim, porquê?

100% dos entrevistados respondeu que sim, que o jornalismo tem um impacto significativo na construção da realidade – “Uma imagem jornalística pode influenciar várias perspetivas, várias opiniões sobre um evento (...), e dessa maneira, dependendo de como está a ser feita a imagem, conseguimos moldar opiniões” (Eva Gonçalves).

Pergunta 2: Considera que a sua experiência profissional/educação na área da Cultura/Arte/Comunicação tem uma influência na forma como olha para o fotojornalismo e para as imagens jornalísticas que todos os dias invadem a televisão, os jornais e os restantes meios de comunicação?

100% dos entrevistados respondeu que sim, considerando a sua experiência profissional/educação uma influência na forma como olha para o fotojornalismo e para as imagens jornalísticas – “Eu acho

que as pessoas que estudam, por exemplo, Fotografia, Comunicação ou Arte, conseguem ver coisas que pessoas de outras áreas não vêm” (Alice Costa).

Pergunta 3: Quais as características visuais que considera mais importantes na produção de uma imagem jornalística?

As respostas a esta pergunta foram mais díspares, com vários elementos a serem mencionados pelos entrevistados. Entre as características mais referidas, está o enquadramento, em primeiro lugar, seguido das cores, do ângulo e do momento decisivo, isto é, do exato momento em que o fotojornalista decide clicar na câmara e capturar um determinado instante – “Para mim, é a Regra dos Três Terços, isto é, a foto estar enquadrada. Depois, os ângulos e as cores, que têm mais a ver com o choque ou com a mensagem que queres passar” (Mariana Luz). Foi ainda abordado outro elemento, o contexto, isto é, a situação em si e a importância da mesma, e não tanto a forma, ou as características pelos quais estava a ser representada – “Eu acho que o mais importante é, fora da câmara, o espaço fotografado, ou seja, o momento. Se o objeto que está a ser fotografado e o momento for importante e for forte, eu acho que a fotografia vai sempre ficar boa” (Tomás Araújo).

Pergunta 4: Acredita que as qualidades técnicas e estéticas de uma imagem jornalística, como a luz, o ângulo, as cores ou o momento de captura, podem alterar o resultado final de uma imagem jornalística e, conseqüentemente, a sua interpretação junto do público?

100% dos entrevistados concorda com a ideia de que a qualidade técnicas e estéticas de uma imagem jornalísticas podem alterar o resultado final de uma imagem e, conseqüentemente, a sua interpretação junto do público – “Todas as decisões (...) durante o processo de produção ou pós-produção da foto impactam diretamente a interpretação do público geral” (Maria Reis).

Pergunta 5: Na sua opinião, o fotojornalismo é unicamente um meio documento ou pode também ser considerado uma forma de arte?

100% dos entrevistados acredita que o fotojornalismo é tanto um meio documental, como pode também ser considerado uma forma de arte. No entanto, foi também consensual a opinião de que

antes de qualquer intenção artística, o fotojornalismo é uma matéria documental, de cariz jornalístico. Quer isto dizer que o efeito emocional pode acontecer, claro, mas ele não deve ser uma preocupação do fotojornalista na criação de uma imagem – “Eu acho que a arte tem muito o objetivo de apelar à emoção. O fotojornalismo, claro que também transmite algo, mas a ideia é sempre informar” (Leonor Silva). Em sentido ligeiramente contrário, um dos entrevistados tem uma visão um pouco mais crítica relativamente à denominação do fotojornalismo como arte, afirmando que esta nomeação deve ser exclusiva a casos “muito específicos” (João Santos).

Pergunta 6: Acredita que a presença de subjetividade artística no mundo fotojornalístico pode pôr em causa a objetividade e credibilidade das imagens junto do público?

A grande maioria dos entrevistados defende que a presença de subjetividade artística no mundo fotojornalístico pode pôr em causa a objetividade e credibilidade das imagens junto do público. Apenas uma entrevistada teve uma opinião diferente, afirmando que a criatividade e subjetividade existem na produção de uma imagem jornalística, mas que isso não significa necessariamente que os valores de credibilidade e objetividades sejam por ela ameaçados – “A criatividade e subjetividade existirá sempre nas escolhas feitas, é inevitável, mas se for utilizada como ferramenta para a aumentar a qualidade” (...) “e não para manipular, não deverá afetar a objetividade e credibilidade da imagem” (Maria Reis).

Pergunta 7: Considera que os fotojornalistas são influenciados pela arte, mais concretamente por diferentes movimentos e conceitos artísticos, na produção das suas imagens? Se sim, quais os movimentos artísticos que considera que mais influenciam a prática fotojornalística?

100% dos entrevistados concorda com a ideia de que os fotojornalistas são influenciados pela arte, mais concretamente por diferentes movimentos e conceitos artísticos – “Toda a gente é influenciada pela arte, o que acontece também aos fotojornalistas, qualquer que seja o movimento” (João Santos).

Pergunta 8: Tendo como ponto de partida a presença de subjetividade artística nas imagens jornalísticas, acredita que ela é uma influência na forma como o público percebe a realidade social?

100% dos entrevistados vê a presença de subjetividade nas imagens jornalísticas como uma influência na forma como o público percebe a realidade social – “Tem sempre influência, mas com níveis diferentes (...). Se a subjetividade artística for apenas aplicada aos “extras” e não mexer com o core da imagem e da mensagem”, influencia apenas a qualidade da imagem. “Por outro lado, caso a subjetividade mexa com o core da narrativa (...), então o impacto na realidade social é grande e direto” (Maria Reis).

Pergunta 9: Na sua opinião, a utilização de ferramentas de IA é algo aceitável no mundo do fotojornalismo?

A maioria dos entrevistados defende que a IA é algo aceitável no mundo do fotojornalismo, desde que utilizada como uma ferramenta de auxílio, e não como uma ferramenta de substituição, neste caso do trabalho do fotojornalista – “As ferramentas são pela natureza elementos de auxílio ao trabalho” (Francisco Ribeiro). Em sentido contrário, duas entrevistadas vêm como inaceitável a utilização de IA no mundo do fotojornalismo, pelo menos na forma como essas ferramentas são atualmente utilizadas – “Não vejo nenhuma situação” onde seja permissível utilizar IA numa fotografia que tenha como objetivo “demonstrar um facto” (Alice Costa).

Pergunta 10: Acredita que a IA pode comprometer a credibilidade que as imagens jornalísticas têm junto do público?

100% dos entrevistados concordam com a ideia de que a IA pode comprometer a credibilidade que as imagens jornalísticas têm junto do público – “Desde a entrada da IA no espaço público a credibilidade de qualquer imagem é colocada em questão pelo público geral” (Maria Reis).

Pergunta 11: Como devem as organizações e meios de comunicação olhar para estas ferramentas de inteligência artificial? Deve haver algum tipo de regulação?

100% dos entrevistados vê como necessária a implementação de algum tipo de regulamentação e/ou regras pelas organizações e meios de comunicação, relativamente à utilização de IA no mundo do fotojornalismo – “Acho que não pode ser subjetivo quando se pode ou quando não se pode utilizar IA, acho que essas coisas têm de ser estabelecidas” (Leonor Silva). Outro entrevistado acrescenta ainda que, em casos de má utilização das ferramentas de IA, deve haver uma “penalização acentuada” (João Santos).

Pergunta 12: Como vê a edição/manipulação de imagens no setor jornalístico?

100% dos entrevistados são a favor da utilização de ferramentas de edição e manipulação no setor jornalístico, até porque ela é uma prática comum no fotojornalismo contemporâneo – “Considero que todas as imagens são manipuladas e editadas para melhor servir o interesse da notícia portanto é algo normal (Francisco Ribeiro). No entanto, os entrevistados alertam para o facto de que essa manipulação que é feita deve apenas servir o interesse da notícia, nunca a mudança da opinião pública. Apesar de ser a favor da utilização do Photoshop, para melhoramento das imagens, por exemplo, uma das entrevistadas vê com um olhar mais crítico a questão da edição e manipulação, afirmando que, no atual paradigma fotojornalístico, a sua prática é “perigosa”, nomeadamente por não estar “bem implementada” (Maria Reis).

Pergunta 13: Como vê o futuro do fotojornalismo daqui a 10/15 anos, tanto em Portugal, como lá fora? Olha para o percurso do jornalismo e do fotojornalismo com bons olhos ou, por outro lado, tem algum receio? Se sim, quais são?

Em quase todas as entrevistas, foi sublinhada a ideia de mudança, nomeadamente em termos tecnológicos. Por outras palavras, a grande maioria dos entrevistados prevê que o fotojornalismo atravesse uma fase de transição nos próximos anos, tendo de se adaptar, entre outras coisas, à nova era digital, às redes sociais e à disseminação das ferramentas de IA – “Acho que vai ser utilizada

mais IA, o que é péssimo na minha opinião” (Eva Gonçalves). Apenas uma das entrevistas se desviou um pouco desta visão de mudança no mundo fotojornalístico, focando-se mais na crise que o setor poderá vir a enfrentar no futuro – “Acho que já estava em crise, mesmo antes de surgir a IA, mas agora com a implementação do Chat GPT, da IA (...), é muito comum duvidarmos mais da informação” (Alice Costa).

15.2 Relação com os Objetivos de Investigação

Objetivo I: Compreender como é que indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação percebem e interpretam a narrativa visual de uma imagem jornalística.

De maneira geral, as entrevistas confirmam que os indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação têm uma visão mais crítica, consciente e atenta às imagens jornalísticas, tendo a capacidade de identificar certas características estéticas e técnicas presentes na narrativa e utilizadas pelo fotojornalista para transmitir a mensagem de uma determinada maneira. Foram muitos os entrevistados que salientaram a ideia de que a construção de uma imagem jornalística é altamente subjetiva, feita a partir das escolhas do próprio fotojornalista e posteriormente, lidas segundo a visão de cada um dos indivíduos – “A subjetividade e a arte têm sempre esse perigo de serem diferentemente interpretadas pelas pessoas (...). Nós vemos o mundo através dos olhos de alguém” (Mariana Luz). Por outras palavras, podemos dizer que o público não vê no fotojornalismo a realidade tal como ela é, mas uma representação, uma ideia de como esta é a partir do olhar de quem a constrói.

Algumas das entrevistas permitiram também perceber que a leitura de uma imagem jornalística depende do olhar do próprio indivíduo, da sua formação e da literacia visual que este tem, ou não. Muitas pessoas podem não estar alertas para o poder que as imagens têm, nomeadamente a sua influência sobre a nossa visão da realidade, isto é, a sua capacidade de manipulação do real, e ainda para distinguirem o que é verdadeiro do que não é – “Num contexto de instabilidade e guerras” (...) e do que passa em alguns países, onde o próprio Governo tem o controlo dos algoritmos e dos meios de comunicação, o fotojornalismo, que se poderia ter estabelecido como “um auxiliar para a

verdade”, acabou por “coincidir com o boom das imagens falsas”, onde existe pouco ou nenhum controlo do que é publicado (Maria Reis).

Objetivo II: Investigar de que forma a subjetividade artística influencia a receção das imagens por parte do público, mais concretamente junto de indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação.

Todos os entrevistados concordaram que a subjetividade artística, isto é, as escolhas subjetivas, conscientes ou inconscientes, tomadas pelo fotojornalista, influenciam a leitura e interpretação de uma imagem jornalística. Elementos como o enquadramento, o ângulo, as cores e o momento decisivo de captura foram alguns dos mais mencionados, com os entrevistados a defenderem a ideia de que a presença de subjetividade nas imagens jornalísticas é inevitável e que esta tem um impacto significativo na narrativa, influenciando as emoções e a perceção do público face à realidade representada – “A criatividade e subjetividade existirá sempre nas escolhas feitas, é inevitável” (Maria Reis). No entanto, essa mesma subjetividade, que é uma presença incontornável nas imagens jornalísticas, não se pode nunca sobrepor ao dever de informar o público da forma mais fiel e imparcial possível. Em primeiro lugar vem sempre o propósito de informar e dar a conhecer um reflexo direto do mundo ao leitor, e quando isso é garantido, só depois é tomada em consideração a vertente artística da imagem – “A honestidade do momento deverá falar acima de qualquer tipo de interpretação artística” (Francisco Ribeiro). Esta tensão entre informar e emocionar, entre dar a conhecer e cativar o público permanece como uma das questões mais complexas no mundo fotojornalístico, numa tentativa permanente de se equilibrar os princípios pelos quais se rege o jornalismo, com o poder comunicativo e narrativo que pode originar de uma imagem.

15.3 Interpretação dos Resultados à Luz da Fundamentação Teórica

O fotojornalismo encontra-se vivamente presente no nosso dia a dia – na televisão de nossa casa, nos jornais que compramos e nos nossos telemóveis, em todas as plataformas digitais e redes sociais onde temos conta. Muitas vezes nem sequer pensamos ou reparamos na sua presença, mas ele é um

poderoso instrumento em qualquer sociedade, tendo um papel ativo na mediação da realidade e na forma como esta é percebida pelo público, para além de nos dar acesso a mundos que muito provavelmente de outra forma não conheceríamos. A literatura que serviu de base para este trabalho sustenta que o jornalismo, e o fotojornalismo como uma das suas vertentes, não serve unicamente para transmitir a realidade, tendo igualmente um forte impacto na sua construção e percepção pelo público. Douglas e Philips (2023), por exemplo, defendem que os meios de comunicação contribuem para a aquisição de conhecimento, com os jornalistas a ocuparem o papel de mediadores da informação. Já Carey (2009) realça o papel da comunicação na criação e partilha de significados, bem como na criação de uma memória coletiva, isto é, na forma como a sociedade relembra um determinado evento ou período da sua história. Por outras palavras, podemos argumentar que o público não vê a realidade tal como ela é, mas sempre através dos olhos de quem a constrói – neste caso, através da lente dos fotojornalistas. Esta representação da realidade pode ser feita de forma consciente ou inconsciente e podemos afirmar também que ela está fortemente enraizada no conhecimento e em códigos visuais partilhados por uma sociedade. A ligação de cores mais vivas à felicidade, a utilização do preto e branco para remeter a algo clássico e intemporal ou ainda a escolha de um ângulo de baixo para cima, para transmitir uma posição de maior poder são alguns dos exemplos que partilhamos e que nos fazem ler uma imagem de uma determinada maneira, apesar de depois poderem, naturalmente, existir variadíssimas interpretações diferentes. Neste sentido, podemos afirmar que o fotojornalismo não tem somente um papel informativo sobre a realidade, isto é, de relatar os factos que aconteceram, dispondo igualmente de um forte carácter simbólico e cultural, influenciando a forma como uma determinada sociedade olha para o mundo. Esta mediação da realidade, como foi dito durante a revisão da literatura, é influenciada por fatores sociais, culturais e individuais à própria pessoa. Neste contexto, o fotojornalismo é fundamental no sentido que é um dos meios através do qual os indivíduos fazem sentido do mundo que os rodeia – desde realidades mais próximas, a culturas totalmente distantes e diferentes. Isto é algo extremamente relevante em cenários de guerra, como os que hoje acompanhamos pela televisão e outros meios de comunicação, na medida em que a fotografia se torna num instrumento de memória e até, em alguns casos, de denúncia do que está a acontecer. Numa sociedade cada vez mais dispersa, onde a atenção do público é altamente disputada pelos diferentes meios de comunicação e plataformas digitais, o poder do

fotojornalismo torna-se ainda mais relevante, na medida em que obedece aos padrões éticos e deontológicos do jornalismo, mas consegue captar o público, através da sua narrativa visual.

Durante todo o seu percurso, uma das maiores batalhas do fotojornalismo enquanto profissão foi o equilíbrio entre a objetividade documental, inerente do seu carácter jornalístico, e a subjetividade artística, patente em tantas imagens, muitas delas que chegaram a tornar-se quase como obras de arte, conhecidas um pouco por todo o mundo. À medida que o mundo avança, novas ferramentas, tecnologias e modos de fazer fotografia aparecem, e a ameaça de uma prática cada vez mais subjetiva começa a surgir. Cada vez mais, são questionados os modos mais tradicionais de criação de uma fotografia e a escolha dos próprios elementos estéticos e narrativos a ela associados. Existem, no paradigma contemporâneo, múltiplos fatores que influenciam o mundo do fotojornalismo, entre eles fatores de origem tecnológica, cultural e ideológica, para além dos fatores estéticos e técnicos que antes já eram tidos em conta. Outra das discussões que tem marcado o fotojornalismo, e que teve um grande espaço de discussão nas entrevistas, prende-se com a questão da credibilidade, tanto da indústria em si como dos próprios profissionais, ao utilizarem ferramentas que comprometem a total veracidade dos factos. Este foi um tema que cresceu acima de tudo devido à crescente utilização de ferramentas de inteligência artificial (IA), começando a surgir dúvidas face aos limites éticos da profissão. Afinal, até que ponto é que uma fotografia manipulada continua a ser considerada uma imagem jornalística ou, por outras palavras, uma representação fidedigna da realidade? Numa altura em que existe uma grande saturação de imagens, como é que se assegura o compromisso do fotojornalismo com a verdade e a garantia de uma imagem de credibilidade junto do público? Para Mortensen et al. (2023), o conceito de credibilidade se refere ao facto de o público ver as notícias como algo credível, em que podem confiar, estando ligado a valores fundamentais para o jornalismo, como a fiabilidade e o conhecimento, mas também a exatidão, a justiça, o respeito pela privacidade e o bem-estar da comunidade.

À luz da fundamentação teórica, ficou claro que o fotojornalismo é mais do que um transmissor de algo, ela é uma prática não só técnica, mas também social e cultural. Para além disso, o fotojornalismo engloba também a necessidade de espírito crítico e reflexão, tanto por parte do fotojornalista, como do público, de forma a manter-se relevante e a ir ao encontro dos valores jornalísticos. Do lado dos fotojornalistas, a publicação de uma imagem jornalística acarreta em si um

alto nível de responsabilidade, na medida em que ela é o reflexo do mundo que a sociedade vai ver. Do lado do público, é fundamental que exista uma constante autorreflexão, um questionamento da representação que está a ser feita da realidade e do que essa representação significa.

Tendo em consideração a história do fotojornalismo, todas as suas questões, discussões e controvérsias, este trabalho tem como ponto central estudar as percepções que o público cria do mundo a partir das imagens jornalísticas. A partir da literatura revista e das entrevistas realizadas a indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação, foi possível retirar algumas conclusões acerca desta prática profissional, nomeadamente em relação à presença de subjetividade, à falta (ou não) de credibilidade junto do público e ao crescimento de um novo tipo de fotojornalismo, fundamentado em novas ferramentas e num novo modo de produção. Além disso, importa também salientar que as entrevistas demonstraram a importância de um espírito crítico na leitura das imagens jornalísticas. Tal como Newton (2009) defende, o jornalismo é uma prática altamente subjetiva, sujeita às interpretações de cada um. Neste sentido, é importante que os indivíduos tenham capacidade para ler a imagem, entender o seu contexto e avaliá-la à luz de todas as condições sociais e culturais que a rodeiam. Quando os entrevistados afirmam que a sua formação em áreas como o Design, a Comunicação ou até a IA lhes dota de uma visão mais crítica e consciente, estão precisamente a falar dessa literacia visual. A capacidade de ler, de interpretar e de questionar as imagens jornalísticas e as notícias é extremamente importante, nomeadamente numa altura em que existem dois cenários de guerra mundiais e em que existe uma grande proliferação de imagens falsas, publicadas com o propósito de enganar e manipular os indivíduos, fazendo-os acreditar numa determinada ideologia. Outro aspeto fortemente mencionado nas entrevistas, e que se correlaciona com a fundamentação teórica, é a relação entre o fotojornalismo e a arte. Se por um lado o fotojornalismo encarrega em si uma forte componente visual, através das escolhas de elementos estéticos e narrativos próprios, ele também está sujeito às regras e normas jornalísticas, nomeadamente a exatidão e o compromisso com a verdade. Este é uma complexa relação, que muitas vezes entra em tensão por englobar dois mundos tão diferentes, mas tão necessários para, no final, o fotojornalismo se manter como um instrumento de extrema relevância e confiabilidade junto do público. Susan Sontag (2014) destaca precisamente essa natureza da fotografia, enquanto vestígio e registo do real, e que em tanto se distingue da pintura e do desenho, que apenas são uma interpretação

do mesmo. Por último, foram também discutidos os desafios, os limites éticos e o futuro do fotojornalismo, numa altura de mudança na criação e produção das imagens jornalísticas, em grande parte causada pelo surgimento da IA, e que pode levar a alguma desconfiança em relação à profissão pela generalidade do público, que já não tem nele a mesma confiança de antes.

Couraceiro et al. (2024) falam precisamente na credibilidade e na confiança do público face à profissão jornalística, afirmando que é essencial que sejam preservados os principais valores e padrões éticos da profissão, para além da manutenção da qualidade e da novidade dos conteúdos partilhados. Os autores defendem ainda que, para ter um futuro sustentável, o campo jornalístico tem de se adapta a esta nova era digital, procurando novas formas de chegar ao público e métodos para valorizar a carreira dos profissionais da área. Esta visão vai muito ao encontro do que foi dito nas entrevistas realizadas, onde a maioria dos entrevistados prevê que o futuro do fotojornalismo venha a ser de transformação e de uma crescente utilização de novas tecnologias, entre elas a IA. Paralelamente a este cenário de mudança, alguns entrevistados mostram-se também algo receosos, não só por não saberem como será utilizada a IA, como por acreditarem que o fotojornalismo, tal como o conhecemos hoje, possa perder alguma da sua relevância – Acho que, no futuro, “vai ser utilizada mais a IA, mas acho que vai ser interessante”. Por outro lado, “tenho um bocadinho de medo das realidades totalmente irreais e acho que o fotojornalismo pode ser afetado por isso, pela IA” e pela sua má utilização.

16. CONCLUSÕES FINAIS

O presente trabalho teve como principal objetivo analisar as perceções dos indivíduos da realidade social a partir das imagens jornalísticas. O público-alvo escolhido foram indivíduos ligados às áreas da Cultura, da Arte e da Comunicação, escolhida justificada pelo seu conhecimento e visão crítica face aos temas apresentados. Partindo da ideia de que as imagens jornalísticas não são um reflexo direto da realidade, mas sim construções subjetivas da mesma, que envolvem no seu processo de criação escolhas estéticas, técnicas, narrativas e éticas. Posto isto, procurou-se analisar como os

indivíduos selecionados percebem essas imagens, que fatores condicionam essa mesma leitura e interpretação e ainda a relação dessas imagens com a subjetividade artística que lhe é inerente.

Com base na revisão da literatura, ficou evidente que a importância do jornalismo na sociedade enquanto prática formativa, mas também enquanto instrumento simbólico e cultural. Os fotojornalistas são vistos como mediadores da realidade, tendo o poder de construir como determinados momentos e períodos históricos ficam lembrados pela sociedade. Por outras palavras, estes profissionais ajudam na construção da percepção pública e da memória coletiva de uma sociedade. Tal como aconteceu na fundamentação teórica, também as entrevistas confirmaram o valioso papel do fotojornalismo na construção da realidade social, tendo sido salientado, entre outras coisas, a sua capacidade de fazer o público ver realidades que de outra forma seriam ignoradas. Para além disto, foi também mencionada a presença de subjetividade no fotojornalismo, que todos os entrevistados assumiram como algo inevitável. Ainda que possa ser feito de forma inconsciente, a escolha, por parte do fotógrafo, do ângulo, das cores ou do enquadramento, já pressupõe algum grau de interpretação da realidade. Neste sentido, a subjetividade pode ser tanto uma escolha inconsciente, como um processo plenamente consciente, em que o fotojornalista tem como fim transmitir a mensagem de uma certa maneira.

Do lado de quem recebe, existe uma permanente subjetividade na leitura e interpretação das imagens jornalística, que depende, entre outros fatores, do conhecimento artístico e literacia visual de cada indivíduo, assim como das suas próprias experiências passadas e características pessoais. Ao nível da credibilidade, a questão da subjetividade artística levanta complexas questões para o mundo do fotojornalismo, com a grande maioria dos entrevistados a defenderem que ela pode mesmo comprometer os valores de confiança que o jornalismo tem junto do público e pôr em causa alguns dos principais valores éticos da profissão. Ficou também saliente nas entrevistas a distinção entre arte e fotojornalismo: enquanto o primeiro dispõe de total liberdade artística, o segundo rege-se por criteriosas normas éticas e deontológicas e tem o dever de respeitar a veracidade dos factos, representando-os da forma mais fiel e imparcial à realidade possível. Outro dos assuntos abordados, e com crescente importância na indústria fotojornalística, foi o surgimento e utilização de ferramentas de IA, fenómeno que tem crescido de forma veloz nos últimos anos. Embora os entrevistados tenham reconhecido o poder da IA como ferramenta de auxílio ao trabalho

fotojornalístico, muitos receiam que ele possa ter um impacto negativo no setor, nomeadamente no que diz respeito à publicação de imagens falsas e à perda de relevância do papel da prática fotojornalística na sociedade. Face a este cenário, depreende-se, a partir das entrevistas, que é necessária a existência de um regulamento claro, que seja igual para todos os países, de forma a uniformizar e estabelecer limites à utilização de IA. Por último, foi questionado aos entrevistados a sua perceção face ao futuro do fotojornalismo, com muitos a acreditarem que o setor fotojornalístico vai atravessar um período de grande mudança nos próximos anos, vendo-se forçado a adaptar à nova era digital, às redes sociais e às ferramentas de IA, assim como às exigências de um público cada vez mais fragmentado e que procura, cada vez mais, conteúdos cativantes, que retenham a sua atenção. Perante este cenário, os entrevistados pedem, na generalidade, que o público não perca o seu espírito crítico, bom senso e vontade de questionar, já que só assim o fotojornalismo garante uma evolução sustentável, em que o seu papel de mediador na sociedade continue a configurar-se como extremamente relevante e valioso.

De forma sucinta, esta investigação permitiu constatar as seguintes conclusões:

- a) O fotojornalismo é um instrumento valioso na construção da realidade social e na formação da memória coletiva;
- b) A subjetividade artística é inerente à fotografia, ainda que não deva ser a primeira preocupação no seu processo de criação;
- c) A perceção das imagens jornalísticas não é neutra e universal, mas sim moldada por fatores sociais, culturais, geográficos, entre outros;
- d) A inteligência artificial veio estabelecer novos desafios no mundo do fotojornalismo, nomeadamente em relação à credibilidade das imagens, sendo por isso necessário algum tipo de regulação;
- e) O conhecimento e a literacia visual são essenciais para que o jornalismo tenha um futuro sustentável e mantenha uma imagem de confiança junto do público.

17. LIMITAÇÕES DO ESTUDO E CAMINHOS FUTUROS

Não obstante a tentativa de realizar uma investigação o mais completa possível, existem sempre temas que poderiam ter sido abordados, ou perguntas que poderiam ter sido feitas. Finalizada esta investigação, as principais limitações que encontro, e com que me deparei ao longo dos últimos meses, são as seguintes:

- a) Dimensão da amostra de entrevistados;
- b) Subjetividade da análise realizada às entrevistas;
- c) Contexto temporal da investigação;
- d) Profundidade da investigação em determinados temas.

- a) Dimensão da amostra de entrevistados

Uma das principais limitações do presente estudo prende-se com o número de entrevistados. Apesar disto, as entrevistas realizadas comprovaram-se ricas em conteúdo, e em harmonia com a fundamentação teórica.

- b) Subjetividade da análise realizada às entrevistas

Apesar do rigor e atenção dedicados a esta investigação, a utilização de uma metodologia qualitativa engloba sempre um certo grau de subjetividade, nomeadamente na interpretação dos resultados.

- c) Contexto temporal da investigação;

Outra das limitações a considerar é o contexto temporal e evolutivo do fotojornalismo, no momento de realização deste trabalho. Quer isto dizer que a presente investigação se encontra, de alguma forma, limitada pela conjuntura fotojornalística contemporânea.

d) Profundidade da investigação em determinados temas

A última limitação a mencionar está relacionada com a profundidade de alguns dos temas abordados nesta investigação. Sendo impossível abordar tudo, este trabalho teve de se limitar a determinadas questões relacionadas com a indústria fotojornalística.

Relativamente aos caminhos futuros que podem ser seguidos em próximas investigações nesta área, considero os seguintes:

- a) Expansão da dimensão da amostra em termos de número e diversidade;
- b) Adoção de outro tipo de metodologias, quer seja de forma única ou conjuntamente;
- c) Investigação de diferentes temas relevantes para o contexto fotojornalístico contemporâneo.

a) Expansão da dimensão da amostra em termos de número e diversidade

Investigações futuras poderão incluir um maior número de participantes, bem como uma base mais diversa em termos geográficos, culturais e sociais.

b) Adoção de outro tipo de metodologias, quer seja de forma única ou conjuntamente

É também relevante perceber como diferentes metodologias, como por exemplo grupos focais, podem ser úteis para a investigação de temas dentro da área do fotojornalismo.

c) Investigação de diferentes temas relevantes para o contexto fotojornalístico contemporâneo

Por último, outro tipo de trabalhos, onde se investiguem diferentes temas, é também algo a ter em consideração.

18. LISTA DE FIGURAS

Figura 1. The Great Fire of Hamburg, 1842. Carl Fiedrich Stelzner. Fonte: Look and Learn. History Picture Archive.

Figura 2. A máquina Brownie, da Kodak, lançada em 1900. Fonte: Wikipedia.

Figura 3. Primeira edição da Playboy, 1953. Marilyn Monroe. Fonte: Público (2017).

Figura 4. As origens e evolução do fotojornalismo no mundo.

Figura 5. Diário de Notícias. 20 de março de 1933. Fonte: Diário de Notícias.

Figura 6. Capa jornal Público. 26 de dezembro de 1991. Fonte: Público.

Figura 7. Correspondentes de guerra Robert Capa (esquerda) e George Rodger (direita). Nápoles, Itália, 1943. Fonte: Artnet.

Figura 8. Tropas norte-americanas na praia de Omaha, Normandia, no Dia D. Junho de 1944. Robert Capa. Fonte: Magnum Photos.

Figura 9. Criança embrulhada num cobertor, abrigada contra o frio. Lesoto, 1947. George Rodger. Fonte: Magnum Photos.

Figura 10. Marilyn Monroe, durante as filmagens do filme The Misfits, realizado por John Huston. Nevada, 1960. Eve Arnold. Fonte: Magnum Photos.

Figura 11. Malcolm X, durante uma visita a empresas detidas por muçulmanos negros. Chicago, 1962. Eve Arnold. Fonte: Magnum Photos.

Figura 12. Livro do projeto Everydaycovid, 2020. Fonte: Everyday Covid.

Figura 13. Lenin na Praça Vermelha, durante as comemorações do Dia do Trabalhador, em maio de 1919 (fotografia original). Fonte: Marxists Internet Archive.

Figura 14. Lenin na Praça Vermelha, durante as comemorações do Dia do Trabalho, em maio de 1919 (fotografia alterada). Fonte: Marxists Internet Archive.

Figura 15. Mussolini, 1942 (fotografia original). Fonte: MIC.

Figura 16. Mussolini, 1942 (fotografia alterada). Fonte: MIC.

Figura 17. Atentado em Madrid, 12 de março de 2004. Jornal El País (fotografia original). Fonte: El País.

Figura 18. Atentado em Madrid, 12 de março de 2004. Jornal do Brasil (fotografia alterada). Fonte: Jornal do Brasil.

Figura 19. Oj Simpson na capa das revistas Newsweek e Time, publicadas em junho de 1994. Fonte: LAist.

Figura 20. Barack Obama numa praia do Louisiana (EUA), junto a uma plataforma de petróleo, em 2010. Fonte: The Guardian.

Figura 21. Etapas de uma entrevista semiestruturada.

Figura 22. Blackout in London, Bloomsbury, de Bill Brandt. 1939. Fonte: Mutual Art.

Figura 23. Marilyn Monroe, New York. Richard Avedon. 1957. Fonte: MoMA.

Figura 24. Vocação de São Mateus, Caravaggio. 1599-1600. Fonte: Wikipedia.

Figura 25. A Ronda Noturna (De Nachtwacht), Rembrandt. 1642. Fonte: Wikipedia.

Figura 26. Double Indemnity (Pacto de Sangue), de Billy Wilder. 1944. Fonte: The Criterion Collection.

Figura 27. The Third Man, de Carol Reed. 1950. Fonte: Wikipedia.

Figura 28. Behind the Gare Saint-Lazare (1932). Henri Cartier-Bresson. Fonte: MoMA.

Figura 29. Death by Hamburger. David LaChapelle. 2001. Fonte: Artsy.

Figura 30. David LaChapelle e Andy Warhol. Fonte: Deodarto Arte.

Figura 31. Leonardo DiCaprio: Unspoiled. 2006. David LaChapelle. Fonte: Artsy.

Figura 32. The Falling Soldier, Robert Capa (1936). Fonte: The Metropolitan Museum of Art.

Figura 33. V-J Day in Times Square, Alfred Eisenstaedt (1945). Fonte: Wikipedia.

Figura 34. Afghan Girl, Steve McCurry (1984). Fonte: Artsy.

Figura 35. Le BasierFig de L'Hotel de Ville, Robert Doisneau (1950). Fonte: Artsy.

Figura 36. Fotografias originais. Basra, Iraque. 2003. Brian Walski. Fonte: The New York Times.

Figura 37. Fotografia editada. Capa do Los Angeles Times. Março 2003. Fonte: Los Angeles Times.

Figura 38. Perfil dos Entrevistados.

19. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adobe. (n.d.). *Surreal photography*. Adobe.

<https://www.adobe.com/creativecloud/photography/type/surrealism-photography.html>

Almeida, C., & Boni, P. (2006). *A ética no fotojornalismo da era digital* (2ª ed.). Discursos Fotográficos, 2(2), 137–151.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/A_etica_no_fotojornalismo_da_era_digital.pdf

Arn, J. (2020, March 5). *How Dorothea Lange invented the American West*. Forward.

<https://forward.com/culture/440586/how-dorothea-lange-invented-the-american-west/>

Art Tools. (n.d.). *Entendendo o conceito de chiaroscuro na arte*. Art Tools.

<https://blog.useartools.com.br/entendendo-o-conceito-de-chiaroscuro-na-arte/>

Artsper. (n.d.). *Artwork analysis: Guernica by Picasso*. Artsper Magazine.

<https://blog.artsper.com/en/a-closer-look/artwork-analysis-guernica-by-picasso/>

Baudrillard, J. (1990). *La transparence du mal: Essai sur les phénomènes extrêmes*. Paris: Galilée.

BBC. (2013, July 9). *David LaChapelle: Photographer inspired by everything*. BBC News.

Bennett, W. L. (2016). *News: The politics of illusion* (10th ed.). University of Chicago Press.

https://press.uchicago.edu/dam/ucp/books/pdf/course_intro/978-0-226-34486-7_course_intro.pdf

Bryant, L. V. (2020). *The YouTube algorithm and the alt-right filter bubble*. De Gruyter.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/The_YouTube_Algorithm_and_the_Alt-Right_Filter_Bub.pdf

Bucci, E., & Augusto, J. R. S. N. (2012). *A liberdade de imprensa e a liberdade na publicidade*. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 9(24), 33–48.

[file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/elizacasadei,+235-234-1-PB+\(2\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/elizacasadei,+235-234-1-PB+(2)%20(1).pdf)

Camargo, I. (2012). *A ética, imagem e fotografia na mídia informativa impressa*. *Discurso Fotográfico*, 8(13), 165–184.

<file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/azevedodafonseca,+Gerente+da+revista,+Isaac+Antonio+Camargo.pdf>

Cardoso, F. L. (2020). *Do pós-25 de Abril à era digital: 45 anos de fotojornalismo português* [Tese de doutoramento, Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa].

https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/18323194/Para_uma_historia_do_jornalismo_em_Portugal_2020_dragged_4.pdf

Cardoso, F. L. (2021). *Fotografia digital: Mudanças no modo de ver e nas rotinas de produção dos fotojornalistas portugueses, no início de um novo milénio* [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa].

https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/34696465/Cole_oICNOVA2_completo_3_2_300_311.pdf

Cardoso, J. (2015). *Manipulação digital e ética no fotojornalismo*. *Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 14(28), 127–146.

[file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/magnoscassiano,+5+-+CARDOSO%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/magnoscassiano,+5+-+CARDOSO%20(1).pdf)

Carey, J. W. (2009). *Communication as culture: Essays on media and society* (Revised ed.). Routledge.

https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/653630/mod_resource/content/0/b%20-%201989%20-%20Carey%20-%20communication%20as%20a%20culture.pdf

Cavaco, S. (2019). Introdução. *Comunicação Pública*, 14(27), 1–7.

CNN Brasil. (2023, May 18). *Entenda o que é o surrealismo e por que ele está mais relevante que nunca*. CNN Brasil.

<https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/entenda-que-e-o-surrealismo-e-por-que-ele-esta-mais-relevante-que-nunca/>

Comissão da Carteira Profissional de Jornalista. (n.d.). *Estatuto do jornalista* (Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro, com as alterações introduzidas pela Lei n.º 64/2007, de 6 de novembro, e pela Declaração de Retificação n.º 114/2007).

<https://www.ccpj.pt/media/1042/estatuto-do-jornalista.pdf>

Costa, L. (2020, October 19). *A história do fotojornalismo: Como a fotografia mudou a maneira como recebemos as notícias*. Medium.

<https://medium.com/@lotamyres.19/a-hist%C3%B3ria-do-fotojornalismo-como-a-fotografia-mudou-a-maneira-como-recebemos-not%C3%ADcias-8c37373cedb>

Couraceiro, P., et al. (2024). *50 anos de (r)evolução na comunicação*. OberCom – Observatório da Comunicação.

https://obercom.pt/wp-content/uploads/2024/04/25Abril_50anos_PUB_23Abril.pdf

Delicato, M. O. (2014). *Revoluções no fotojornalismo: O caso do jornal O Comércio do Porto* [Dissertação de mestrado, Universidade Fernando Pessoa]. Repositório Institucional UFP.

Deodato Arte. (n.d.). *David LaChapelle through the years*. Deodato Arte.

<https://www.deodato.art/en/blog/post/david-lachapelle-through-the-years>

DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). *The qualitative research interview*. Medical Education, 40(4), 314–321.

<file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/MedicalEducation-2006-DiCiccoBloom-Thequalitativeresearchinterview.pdf>

Douglas, O., & Phillips, A. (2023). *Journalism, culture and society: A critical theoretical approach to global journalistic practice*. Routledge.

https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781000783421_A43607920/preview-9781000783421_A43607920.pdf

Dubois, P. (1993). *O ato fotográfico e outros ensaios* (14ª ed.). Papyrus Editora.

<https://cteme.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/03/dubois-philippe-o-ato-fotografico-e-outros-ensaios-2.pdf>

Dubois, P. (2009). *O ato fotográfico*. Papyrus Editora.

Durand, R. (1998). *El tiempo de la imagen: Ensayo sobre las condiciones de una historia de las formas fotográficas*. Ediciones Universidad de Salamanca.

Ferguson, D. (2017, February 14). The iconic photo that symbolises love. *BBC*.

Filho, B. C. (2008). *Ética na comunicação*. Summus.

Flusser, V. (2011). *Filosofia da caixa preta: Ensaio para uma futura filosofia da fotografia*. Annablume.

<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/529/2022/09/8-FLUSSER-Vilem.-Filosofia-da-caixa-preta-ensaios-para-uma-futura-filosofia-da-fotografia..pdf>

Freund, G. (2010). *Fotografia e sociedade* (P. M. Frade, Trad.). Lisboa: Veja.

Freund, G. (1986). *La fotografía como documento social* (4ª ed.). Editorial Gustavo Gili.

<https://fotografiacreativa1.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/02/60725792-gisele-freund-la-fotografia-como-documento-social-1974.pdf>

Flybring, J. (2009). *The 2003 Brian Walski scandal*. Digital Journalism Ethics.

<https://johanflybringessays.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/10/2009-11-the-2003-brian-walski-scandal.pdf>

Gibbons, N. (2014). *Fact or fiction? The notion of reality in photographic and practice* [Master's thesis, Institute of Art Design and Technology, Dun Laoghaire].

<file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/Gibbons%20N-2014-Fact%20or%20Fiction-The%20notion%20of%20reality%20in%20photographic%20art%20practice.pdf>

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6ª ed.). Atlas.

<https://ayanrafael.com/wp-content/uploads/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>

Godoy, A. S. (1995). *Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades*. Revista de Administração de Empresas, 35(2), 57–63.

<https://www.scielo.br/j/rae/a/wf9CgwXVjpLFVgpwNkCgmnC/?format=pdf&lang=pt>

Gomes, W. (2009). *Jornalismo, factos e interesses: Ensaio de teoria do jornalismo*. Insular.

Guazi, S. T. (2021). *Diretrizes para o uso de entrevistas semiestruturadas em investigações científicas*. Revista Educação, Pesquisa e Inclusão, 2(1), 1–20.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/brunobarbosa,+Taisa_ArtVersaoFinal.pdf

Gunning, T. (2012). *Qual a intenção de um índice? Ou, falsificando fotografias*. Revista Eco-Pós, 15(3), 58–73.

<file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/nicholasandueza,+gunning.pdf>

Habermas, J. (2007). *A ética da discussão e a questão da verdade*. Martins Fontes.

Hjorth, L., & Hendry, N. (2015). *A snapshot of social media: Camera phone practices*. *Social Media + Society*, 1(2), 1–12.

[file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/A_Snapshot_of_Social_Media_Camera_Phone%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/A_Snapshot_of_Social_Media_Camera_Phone%20(1).pdf)

Instituto Português de Fotografia. (2023). *História da fotografia digital: Uma introdução*. Instituto Português de Fotografia.

<https://ipf.pt/historia-da-fotografia-digital-uma-introducao/>

International Center of Photography. (n.d.). *Robert Doisneau*. ICP.

<https://www.icp.org/browse/archive/constituents/robert-doisneau>

Jick, T. (1979). *Mixing qualitative and quantitative methods: Triangulation in action*. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 602–611.

https://www.pm.lth.se/fileadmin/_migrated/content_uploads/Jick_1979_Mixing_qualitative_and_quantitative_methods_-_Triangulation_in_action.pdf

Katz, B. (2016, May 6). *Steve McCurry photo editing scandal*. Business Insider.

<https://www.businessinsider.com/steve-mccurry-photo-editing-scandal-2016-5>

Kirk, J., & Miller, M. L. (1986). *Reliability and validity in qualitative research*. Sage.

Kossoy, B. (2001). *Fotografia e história*. Ateliê Editorial.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/KOSSOY_Boris_Fotografia_and_Historia_Sao.pdf

Kossoy, B. (2002). *Realidades e ficções na trama fotográfica*. Ateliê Editorial.

Lange, D. (1960). *The assignment I'll never forget*. *Popular Photography*, 46(6), 64–69.

Lattimer, B. (2002). *More than 1000 words* (8^a ed.). IPI Global Journalist. Columbia.

Leal, P. (2009). *Modos de ver um acontecimento* [Tese de doutoramento, Universidade do Porto]. Faculdade de Belas Artes.

Lobo, C. (2016). *A fotografia entre a experiência do real e a expressão fragmentária do artista* [Dissertação de mestrado, Universidade Católica Portuguesa].

[file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/content%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/content%20(1).pdf)

Lowrey, W. (2023). *Normative conflict in the newsroom: The case of digital photo manipulation*. *Journal of Mass Media Ethics*, 38(2), 89–105.

Maanen, J. V. (1979). *Reclaiming qualitative methods for organizational research*. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 520–526.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/Reclaiming_Qualitative_Methods_for_Organ.pdf

Magnum Photos. (n.d.). *History of Magnum*. Magnum Photos.

<https://www.magnumphotos.com/about-magnum/history/>

Manning, P. K. (1979). *Metaphors of the field: Varieties of organizational discourse*. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 660–671.

Marcondes, D. (2007). *Textos básicos de ética – De Platão a Foucault*. Zahar.

https://asmayr.pro.br/arq/fil_Filosofos_Etica.pdf

Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos da metodologia científica* (5ª ed.). Atlas.

Mass Media, S. (2020). *Mass media and the construction of a fascist identity*. *Nuit Italian*, 12(3), 45–67.

<https://nuitalian.org/2020/12/14/mass-media-and-the-construction-of-a-fascist-identity/>

McCurry, S. (n.d.). *About*. Steve McCurry.

<https://www.stevemccurry.com/about>

McLuhan, M., & Powers, B. R. (1989). *The global village: Transformations in world life and media in the 21st century* (1st ed.). Communication and Society.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/The_global_village_Transformati_ons_in_wo.pdf

Miguelitor. (n.d.). *Death of a loyalist soldier: Truth or fabrication? The controversy behind a photographic icon.*

Monteiro, C. (2016). *História e fotojornalismo: Reflexões sobre o conceito e a pesquisa na área.* Revista Tempo e Argumento, 8(15), 112–135.

<https://www.redalyc.org/pdf/3381/338146824004.pdf>

Mortensen, T. M., et al. (2023). *True or false? Viewer perception of emotional staff and stock photos in the news.* Journal of Media Ethics, 38(1), 25–41.

<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/17512786.2025.2499882?needAccess=true>

Moutinho, S. (2024). *Manipulação digital de imagens fotográficas jornalísticas.* In Congresso Português de Sociologia: Sociedades Contemporâneas – Reflexividade e Ação (pp. 201–217). APS.

https://aps.pt/wp-content/uploads/2017/08/DPR46152cf32bf35_1.pdf

Museo Reina Sofía. (n.d.). *Guernica.*

<https://www.museoreinasofia.es/en/collections/artwork/guernica>

Neves, J. L. (1996). *Pesquisa qualitativa – Características, usos e possibilidades.* Caderno de Pesquisas em Administração, 1(1), 23–39.

https://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/NEVES-Pesquisa_Qualitativa.pdf

Newton, J. H. (2001). *The burden of visual truth: The role of photojournalism in mediating reality.* Routledge.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think.* Penguin Publishing Group.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/The_Filter_Bubble_Eli_Pariser.pdf

Perrino, S. (2023). *Narrative in sociocultural studies of language*. In Oxford Research Encyclopedia of Anthropology. Oxford University Press.

Persichetti, S. (2011). *Morte anunciada? Não necessariamente! O fotojornalismo renasce nas agências fotográficas*. Revista Líbero, 12(2), 45–60.

<https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2014/05/8-Morte-anunciada.pdf>

Public Delivery. (n.d.). *Steve McCurry's Afghan Girl: The world's most famous photo*.

Rare Historical Photos. (n.d.). *V-J Day kiss in Times Square, 1945*.

<https://rarehistoricalphotos.com/v-j-day-kiss-times-square-1945/>

Rehman, S. N. (2018). *A camera never told the truth: An exploration of objectivity in photojournalism*. *Annales. Ethics in Economic Life*, 21(4), 45–57.

<https://pdfs.semanticscholar.org/e2b4/fc06a37939ae36e4e1efad3c4a04427ba2d9.pdf>

Ritchin, F. (1997). *Magnum Photos*. Thames & Hudson.

Rouillé, A. (2009). *A fotografia: Entre documento e arte contemporânea*. Editora Senac.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/A_fotografia_entre_documento_e_arte_cont.pdf

Santos, M. L. S. (2016). *Análise qualitativa de entrevistas estruturadas* [Dissertação de mestrado, Universidade de Coimbra].

https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/47254/1/M_Michael%20Santos.pdf

Silva, J. M. L., et al. (2018). *Fotojornalismo: Uma análise das três revoluções*. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 41(2), 1–18.

Sontag, S. (1997). *On photography*. Penguin Books.

<https://writing.upenn.edu/library/Sontag-Susan-Photography.pdf>

Sontag, S. (2004). *Sobre fotografia*. Companhia das Letras.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/Sobre_fotografia_Susan_Sontag.pdf

Soulages, F. (2010). *Estética da fotografia: Perda e permanência*. Editora Senac.

<file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/azevedodafonseca,+Gerente+da+revista,+8120-29324-1-CE.pdf>

Sousa, J. P. (1998). *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Porto.

Souza, V. G. P. (2021). *Fotojornalismo: Entre a história, a arte e o documental*. Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, 10(2), 55–78.

Struett, T. (2013). *Photojournalism: Art with a purpose*. College of DuPage.

<https://dc.cod.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1469&context=essai>

The Metropolitan Museum of Art. (n.d.). *Henri Cartier-Bresson (1908–2004)*.

<https://www.metmuseum.org/essays/henri-cartier-bresson-1908-2004>

Urquiza, A. M., & Marques, D. B. (2016). *Análise de conteúdo em termos de Bardin aplicada à comunicação corporativa sob o signo de uma abordagem teórico-empírica*. Entretextos, 7(2), 45–67.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/entretextos,+Gerente+da+revista,+20988_Analise+de+conteudo+em+termos+de+Bardin+++++aplicada.pdf

Valle, P. R. D., & Ferreira, J. L. (2025). *Análise de conteúdo na perspectiva de Bardin: Contribuições e limitações para a pesquisa qualitativa em educação*. EDUR – Educação em Revista, 41(1), 22–40.

Vicente, T. A. S. (2000). *Metodologia da análise de imagens*. Universidade Federal Fluminense.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/Metodologia_da_analise_de_imagens.pdf

Ward, R. (2021). *Da fotografia documental à artística*. Universidade de Brasília.

file:///C:/Users/In%C3%AAs%20Reis%20Carvalho/Downloads/Da_fotografia_documental_a_artista.pdf

Whitaker, B. (2003). *Iraq and the media*. The Guardian.

Zhang, M. (2016, March 12). *Photoshopped photos emerge in Steve McCurry scandal*. PetaPixel.

ZiiP Foundation. (n.d.). *Beyond words: How photography bridges cultural divides through visual narratives*.

20. ANEXOS

Guião das Entrevistas

A execução deste trabalho contou com a realização de oito entrevistas aprofundadas, que tinham como objetivo explorar a opinião do público relativamente ao fotojornalismo contemporâneo e assim responder aos objetivos da investigação. O guião das perguntas é o seguinte:

1. Acredita que o fotojornalismo tem um impacto significativo na construção da realidade social? Se sim, porquê?
2. Considera que a sua experiência profissional/educação na área da Cultura/Arte/Comunicação tem uma influência na forma como olha para o fotojornalismo e para as imagens jornalísticas que todos os dias invadem a televisão, os jornais e os restantes meios de comunicação?
3. Quais as características visuais que considera mais importantes na produção de uma imagem jornalística?
4. Acredita que as qualidades técnicas e estéticas de uma imagem jornalística, como a luz, o ângulo, as cores ou o momento de captura, podem alterar o resultado final de uma imagem jornalística e, consequentemente, a sua interpretação junto do público?

Alguns exemplos: De que forma é que a utilização de luz natural ou artificial, ou até as cores, podem influenciar a emoção transmitida e sentida pelo público?

Como é que a composição e organização dos elementos direcionam o olhar do público para um determinado sítio da imagem?

Como é que a escolha de diferentes ângulos influencia a perceção de poder ou de vulnerabilidade do objeto/figura retratada?

De que maneira é que o cenário representado ajuda o público a situar a imagem numa determinada realidade, influenciando assim a sua interpretação por parte do público?

Como é que a escolha do momento exato de captura de uma imagem influencia o seu resultado final e a memória que fica desse momento?

5. Na sua opinião, o fotojornalismo é unicamente um meio documento ou pode também ser considerado uma forma de arte?
6. Acredita que a presença de subjetividade artística no mundo fotojornalístico pode pôr em causa a objetividade e credibilidade das imagens junto do público?
7. Considera que os fotojornalistas são influenciados pela arte, mais concretamente por diferentes movimentos e conceitos artísticos, na produção das suas imagens? Se sim, quais os movimentos artísticos que considera que mais influenciam a prática fotojornalística?
8. Tendo como ponto de partida a presença de subjetividade artística nas imagens jornalísticas, acredita que ela é uma influência na forma como o público percebe a realidade social?
9. Na sua opinião, a utilização de ferramentas de IA é algo aceitável no mundo do fotojornalismo?
10. Acredita que a IA pode comprometer a credibilidade que as imagens jornalísticas têm junto do público?
11. Como devem as organizações e meios de comunicação olhar para estas ferramentas de inteligência artificial? Deve haver algum tipo de regulação?
12. Como vê a edição/manipulação de imagens no setor jornalístico?
13. Como vê o futuro do fotojornalismo daqui a 10/15 anos, tanto em Portugal, como lá fora? Olha para o percurso do jornalismo e do fotojornalismo com bons olhos ou, por outro lado, tem algum receio? Se sim, quais são?

