



Manuel Pinto & Joaquim Fidalgo (coord.)
Anuário 2006 - A comunicação e os media em análise
Projecto Mediascópio
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
Instituto de Ciências Sociais
Universidade do Minho
ISBN: 978-989-95500-0-1

Fotojornalismo: questões éticas e de participação do público

Sara Moutinho (smoutinho@gmail.com)

Os chamados “cidadãos-jornalistas” e o “jornalismo participativo” têm tido uma crescente expressão em muitos dos debates sobre o futuro dos media. Alimentados por um conjunto de tecnologias, ferramentas e equipamentos que permitem um acesso facilitado à expressão (*blogs, wikis, podcasts, câmaras digitais, telemóveis, etc.*), e impulsionados pelo desejo de participar no processo comunicacional, os “cidadãos-jornalistas” são já uma realidade que os *media* não podem ignorar. Por um lado, alguns complementam (e por vezes até substituem!), voluntária ou involuntariamente, o trabalho que caberia aos jornalistas enquanto profissionais de informação. Por outro lado, porém, este esboroar de fronteiras entre o cidadão e o jornalista pode levantar algumas questões delicadas, que se prendem com a própria definição da profissão.

Especificamente no que diz respeito à imagem jornalística, a contribuição de amadores não é um fenómeno novo, embora se verificasse sobretudo em circunstâncias especiais, nomeadamente quando um fotógrafo ou vídeo-amador tivesse captado imagens de um acontecimento do qual os jornais ou as televisões não possuíssem registos visuais.

Hoje em dia, porém, são os próprios media que, muitas vezes, incentivam esta participação activa do público. A título de exemplo, no final de 2006, a *Reuters* e o portal *Yahoo!* criaram o *site* “You Witness”, que não só recebe e publica *online* as imagens que forem aprovadas, como ainda se dispõe a adquirir fotografias que considere que possuam a qualidade necessária para serem distribuídas no serviço regular da agência. A estação de televisão *CNN* lançou também um *site*, o “I-Reports”, destinado a acolher contribuições sob a forma de vídeo ou fotografia. A *BBC News* conta igualmente com um espaço no seu *site* para receber imagens de leitores. A *Nokia* criou o “Prémio para cidadãos-jornalistas” (a primeira edição distinguiu uma foto dos atentados em Londres). E estes são apenas alguns dos muitos exemplos possíveis.

As vantagens desta abertura dos *media* não podem ser ignoradas. Por um lado, reforça a ligação entre o órgão de comunicação e o leitor/espectador, aumentando a

diversidade de recursos, e possibilitando a existência de registos visuais sempre que o repórter não pode estar presente no local e no momento do acontecimento (pense-se, por exemplo, no impacto que tiveram as fotografias dos maus tratos a prisioneiros em Abu Ghraib, ou as imagens do tsunami no Sudoeste asiático).

Mas nem tudo são aspectos positivos. O recurso a imagens produzidas por não-profissionais (do jornalismo) pode comportar alguns perigos. Em primeiro lugar, as questões da veracidade e da autenticidade da imagem assumem especial importância. Sem duvidar de forma alguma da boa-fé da maioria dos “cidadãos-jornalistas”, é um facto que existe uma facilidade crescente de se alterar digitalmente uma imagem, uma ausência de mecanismos de controlo, e uma não-submissão a qualquer espécie de relação laboral, que intensificam a possibilidade de violação (mesmo que não-intencional) aos princípios éticos e deontológicos que regem a profissão. Essa violação, note-se, não é de todo um perigo exclusivo dos “cidadãos-jornalistas”. Entre os exemplos de manipulação de imagens jornalísticas que vão sendo descobertos com alguma regularidade, destacou-se, em 2006, o caso de um fotógrafo *freelance* que trabalhava com a *Reuters*, que adulterou uma fotografia de bombardeamentos em Beirute (a *Reuters* acabaria por prescindir dos seus serviços depois deste incidente). Refira-se, como curiosidade, que a agência noticiosa está a trabalhar em conjunto com a *Canon* e a empresa de software *Adobe* (que comercializa o “Photoshop”, um dos programas informáticos de tratamento de imagem mais utilizados em todo o mundo), no sentido de criar uma ferramenta que permita identificar as alterações introduzidas em imagens digitais, de forma a assegurar a sua autenticidade.

Em segundo lugar, é a própria função do fotojornalista que pode vir a ser colocada em causa, quando o “cidadão-jornalista” toma o seu lugar. Como salienta, Colo, Estéve e Jacob (2005: 33-34), “Sem pôr em causa a força de certos documentos amadores (...) este novo lugar que lhes foi destinado pelos jornais levanta muitas questões. Como, certamente, a do papel do repórter fotográfico. Tem ele ainda uma utilidade na imprensa? A questão, também, do conteúdo da imagem publicada. É ela simplesmente um documento ou um olhar?”. A diferença acaba por se basear na própria essência do fotojornalismo. “Um documento reporta um facto, é um relatório – essas são as imagens dos amadores –; um olhar é um questionamento sobre um acontecimento, um ponto de vista – essas são, em princípio, as imagens profissionais” (2005: 34).

Capa com imagem chocante: quem decide?

Num registo um pouco diferente, mas que está relacionado com outra forma de participação dos cidadãos (embora seja uma participação bastante mais restrita), está uma experiência efectuada pelo *Público*. Na tarde de 12 de Maio de 2006, o jornal colocou, no seu *website*, uma fotografia da agência *AFP* (da autoria de Pius Utomi Ekpei),

referente a uma explosão ocorrida horas antes junto de um oleoduto na Nigéria. Neste acidente estima-se que tenham morrido entre 150 a 200 pessoas. A imagem mostra vários corpos carbonizados sobre a areia, um dos quais surge em primeiro plano e de rosto voltado para a frente. A acompanhar esta imagem, o jornal colocou aos seus leitores a seguinte questão: “Concorda com a publicação desta fotografia na capa do *Público* de amanhã?”. De acordo com uma nota da direcção publicada na edição em papel do dia seguinte, a intenção do jornal foi “discutir no espaço público o tipo de decisões que os media tomam todos os dias, quase a toda a hora”.

Em poucas horas, o inquérito tinha gerado um total de 177 comentários, o que não deixa de ser interessante, sobretudo tendo em consideração a hora a que a foto foi publicada. A grande maioria dos leitores mostrou-se, sem margem para dúvida, contra a publicação da imagem. Entre os argumentos mais utilizados lia-se que a fotografia era demasiado chocante e impressionante, poderia ser vista por todos (incluindo crianças) nas bancas, não iria acrescentar nada à notícia, e traduziria uma “escorregadela” do *Público* no terreno do sensacionalismo. Alguns leitores, porém, apesar de considerarem a imagem como sendo demasiado forte para ser publicada em 1ª página, sustentavam igualmente que, de alguma forma, a fotografia deveria ser divulgada, e propunham a sua inclusão no interior do jornal. Quanto aos leitores que argumentavam a favor da publicação da imagem, a principal justificação apresentada passava pela necessidade de não esconder a realidade, mesmo quando esta é dolorosa, e de despertar consciências para problemas sociais e humanitários. Como afirma Sontag (2003: 20-21), “há muitas utilizações das inúmeras oportunidades que a vida moderna fornece de olharmos – à distância, através da fotografia – o sofrimento dos outros. As fotografias de uma atrocidade podem dar origem a respostas contraditórias. Um apelo à paz. Um grito de vingança. Uma apreensiva consciência, continuamente alimentada pela informação fotográfica, de terem acontecido coisas terríveis”.

No dia seguinte, a primeira página do *Público* era ocupada por uma fotografia referente a outra notícia, existindo porém uma chamada de capa, apenas com texto, sobre a explosão no oleoduto.

Não sendo este o local para entrar num debate alargado sobre as posições dos leitores e a justeza ou não da publicação de imagens com estas características (sobretudo numa época em que os limites do horror e da violência parecem ser continuamente testados no panorama mediático), há ainda assim a oportunidade de levantar outras interrogações relacionadas com a própria natureza da participação do público em questões editoriais.

Enquanto receptores e consumidores dos *media*, num mundo que se pretende democrático e cada vez mais participativo, é um passo positivo que seja ouvida a voz dos cidadãos. Por outro lado, é igualmente importante que os leitores tenham em sua

posse o mínimo de instrumentos que permitam uma participação informada e consciente. Esses instrumentos passam tanto por uma literacia mediática (num sentido muito lato, pela capacidade de compreender e contextualizar aquilo que é apresentado pela comunicação social) como pela própria existência de mecanismos que assegurem uma interacção eficaz e em tempo útil entre o público e o órgão de comunicação.

Este inquérito do *Público* é, por isso mesmo, uma ótima oportunidade para testar esta interacção. Pelo lado positivo, a escolha de uma caixa de comentários na sua *webpage*, na qual os leitores facilmente colocar a sua opinião, permitiu uma rápida e concorrida participação. Pelo lado negativo, o jornal não deu o seu próprio contributo para o debate, não revelando de forma explícita e inequívoca as razões que estiveram por trás da sua decisão de preterir a foto em questão (porque o jornal, como não poderia deixar de ser, tem a última palavra nesta matéria), não expondo os próprios critérios editoriais que possui relativamente a imagens chocantes, e falhando assim na promoção da literacia mediática atrás referida.

Bibliografia

COLO, Olivia; ESTÉVE, Wilfrid; JACOB, Mat (2005). *Photojournalisme, à la croisée des chemins*, Paris: Editions CFD/Marval

SONTAG; Susan (2003). *Olhando o sofrimento dos outros*, Lisboa: Gótica

Forbes.com:

- "The Future of Photojournalism" (03-10-2005)

http://www.forbes.com/2005/09/30/photojournalism-amateurs-blogs-cx_dl_1003photojournalism.html

Público:

- "Inquérito: Concorda com a publicação desta fotografia na capa do Público de amanhã?" (12-05-2006)

<http://www.publico.clix.pt/shownews.asp?id=1257011>

- "Fotografia discutida pelos leitores do Público" (13-05-2006)

Reuters.com:

- "News Photography and Photoshop" (08-08-2006)

<http://blogs.reuters.com/2006/08/08/news-photography-and-photoshop>

- "Report on Reuters actions after publishing altered photographs" (18-01-2007)

<http://blogs.reuters.com/2007/01/18/report-on-reuters-actions-after-publishing-altered-photographs/>

- "If you're there when news happens" (04-12-2006)

<http://blogs.reuters.com/2006/12/04/if-you%e2%80%99re-there-when-news-happens/>