ANTÓNIO MANUEL NUNES OLIVEIRA

A TECNOLOGIA
AO DISPOR DO DESIGNER GRÁFICO CONTEMPORÂNEO:
- A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DA IMAGEM -

Orientadora: Prof.ª Doutora Helena Lebre Elias

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Lisboa

2017

ANTÓNIO MANUEL NUNES OLIVEIRA

A TECNOLOGIA
AO DISPOR DO DESIGNER GRÁFICO CONTEMPORÂNEO:
- A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DA IMAGEM -

Dissertação defendida em provas públicas na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias no dia 17 de maio de 2017, perante o júri, nomeado pelo Despacho de Nomeação n.º: 49/2017, de 30 de janeiro, com a seguinte nomeação:

Presidente: Prof. Doutor José António Sanches Ramos

Arguente: Prof. Doutor Rogério Paulo Raposo Taveira

Orientadora: Prof.ª Doutora Helena Lebre Elias

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação

Lisboa

2017

Ninguém ama a autenticidade como um designer gráfico e ninguém é capaz de simulá-la tão bem. **Michael Bierut, designer.**

Na fotografia, há uma realidade tão penetrante que se torna mais real do que a realidade em si mesma. **Alfred Stieglitz, fotógrafo.**

Aos meus pais, pelo ensino que na vida nada vem sem esforço.

Agradecimentos

A conclusão desta dissertação resulta de um tremendo esforço na procura de concílio entre a vida pessoal, familiar e profissional. Para tal e durante 18 meses obtive o apoio incondicional de algumas pessoas para as quais quero aqui deixar uma palavra de apreço.

Aos mais próximos:

À Beatriz, minha filha: pelo tempo que não tive, pelas brincadeiras nas quais não participei, pelos passeios nos quais não a acompanhei. Pelos momentos irrepetíveis, de descoberta e próprios da idade, que não vivi ao seu lado.

À Maria, mãe da Beatriz e pessoa com a qual partilho a minha vida: pela ausência.

Aos meus pais, Sr. Manuel e D. Elvira: por todo o auxílio logístico com a minha filha e demais ajudas para que pudesse dedicar-me afincadamente a este trabalho.

Especialmente:

À minha orientadora, Prof.ª Doutora Helena Lebre Elias, pelas importantes sugestões, condução, entrega e acompanhamento, desde o início desta investigação.

Aos participantes neste estudo, pelo contributo, partilha dos valiosos conhecimentos e experiências profissionais. Pela disponibilidade e pelo tempo dispensado. Sem eles a conclusão deste trabalho não teria sido possível.

A todos o meu sincero agradecimento.

RESUMO

Na última década, as tecnologias digitais revolucionaram a forma como captamos e gravamos a realidade através de imagens. Alegadamente, o que devia muitas vezes ser um registo fiel da realidade é, na verdade, frequentemente aumentado e transformado digitalmente.

O designer gráfico, enquanto comunicador e promotor de relações entre indivíduos e produtos, opera em canais onde a imagem fotográfica mais se evidencia e fá-lo, muitas vezes, modificando o seu significado.

Esta investigação pretende oferecer uma interpretação das causas inerentes ao processo de tratamento de imagens fotográficas pelos designers gráficos. A metodologia adotada, do tipo de estudo de caso, envolve uma amostra de 6 designers gráficos profissionais. A abordagem qualitativa é conduzida por entrevistas semiestruturadas e apoiada por instrumentos de investigação visual: análise de fotografias e produção de vídeos, estes últimos realizados pelos próprios designers.

Após análise dos dados, as principais conclusões indicam que o designer gráfico pode ser visto hoje como um profissional multifacetado para o qual, apesar da desvalorização em matéria fotográfica, esta constitui uma das suas principais ferramentas. A modificação da realidade representada, mais do que a consciência deste profissional gráfico, é reflexo da evolução tecnológica e traduz o meio onde este se insere.

Palavras-chave: designer, fotografia, manipulação, digital.

ABSTRACT

In the last decade, digital technologies have revolutionized the way we capture and record the reality through images. Reportedly, what must often be a faithful record of reality is actually often increased and transformed digitally.

The graphic designer, as a communicator and promoter of relations between individuals and products, operates in channels where the photographic image is more evident and do it often changing its meaning.

This research aims to provide an interpretation of the causes inherent in the photographic imaging process by graphic designers. The methodology adopted, the type of case study involves a sample of 6 professional graphic designers. The qualitative approach is conducted by semistructured interviews and supported by instruments used in visual research such as analysis of photos and videos, the latter made by the designers themselves.

After analyzing the data provided, the main findings indicate that the graphic designer can be seen today as a multifaceted professional for which, despite the devaluation of photographic material, this is one of its main tools. The modification of the represented reality, more than the consciousness of this professional, is a reflection of technological changes and reflects the environment in which it occurs.

Keywords: designer, photo, manipulation, digital.

ABREVIATURAS, SIGLAS E SÍMBOLOS

AC	Análise de conteúdo
App	Application
BRD	Blue Ray Disc
CD	Compact Disc
CF	Compact Flash
DNG	Digital Negative
DSLR	Digital Single Lens Reflex
DTS	Digital Theater Systems
DVD	Digital Versatile Disc
GB	Giga Bytes
HD	High Definition
HDR	High Dynamic Range
HTTP	Hyper Text Transfer Protocol
ISO	International Standards Organization
JPEG	Joint Photographic Expert Group
LCD	Liquid Crystal Display
LED	Light Emitter Diode
MB	Mega Bytes
MP	Mega Pixels
MPEG	Moving Picture Experts Group
PC	Personal Computer
PPI	Pixels Per Inch
RGB	Red, Green and Blue
SD	Security Digital
SLR	Single Lens Reflex
UHD	Ultra High Definition
USB	Universal Serial Bus
WPP	World Press Photo
WWW	World Wide Web

ÍNDICE GERAL

PARTE 1: OS ALICERCES DA INVESTIGAÇÃO

INTRODUÇÃO 13

CAPÍTULO I - A TECNOLOGIA DIGITAL 16
1.1 O consumo tecnológico 17
1.2 O triunfo da imagem digital 19
1.3 O fascínio cultural pela imagem digital 21
1.4 A expansão dos dispositivos digitais 25

CAPÍTULO II - A CUMPLICIDADE BINÁRIA 31
2.1 A relação informática 32
2.2 A evolução do «software» 33
2.3 Os formatos para imagem 34
2.3.1 JPG: considerações 35
2.3.2 «Raw»: considerações 36
2.4 O fluxo de trabalho em imagem 39
2.4.1 A edição de imagem 39
2.4.2 A manipulação de imagem 41

CAPITULO III - O MITO DA IMAGEM FOTOGRÁFICA 43
3.1 A necessidade de comunicar 44
3.2 O impacto inicial da fotografia 46
3.3 A realidade da imagem fotográfica 47
3.4 A subjetividade da imagem fotográfica 49

CAPITULO IV - A IMAGEM FOTOGRÁFICA E O DESIGN 52
4.1 A intervenção humana 53
4.2 A adulteração da imagem 55
4.3 O impulso criativo 59
4.4 A relação com o design 62

PARTE 2: PLANO DE INVESTIGAÇÃO

CAPÍTULO V - METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO 68
5.1 Mote para a investigação 69
5.2 Problema 71
5.3 O foco da investigação 73
5.3.1 Questões de partida e objetivos 73
5.3.2 A viabilidade do estudo 74
5.4 Métodos quantitativos e qualitativos 75
5.5 Estudo de caso 76
5.6 A abordagem qualitativa 78
5.7 Guião e entrevista 79
5.7.1 Preparação e objetivos do guião 79
5.7.2 A entrevista qualitativa 81
5.8 A abordagem visual 84
5.8.1 O uso de imagens na investigação 84
5.8.2 Métodos de produção de imagens em investigação 86
5.8.3 A preparação das imagens para investigação 94
5.8.4 O uso de vídeos na investigação 96
5.9 Posturas e procedimentos na recolha dos dados 98
5.10 Análise de conteúdo: opções tomadas 100
5.10.1 O significado de analisar 100
5.10.2 Codificar e categorizar 102
5.10.3 Caraterização da amostra 104

PARTE 3: AÇÃO E REFLEXÃO

CAPÍTULO VI - ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS 106
6.1 Análise das fotografias 106
6.2 Análise dos vídeos 110
6.3 Análise das entrevistas 118
6.4 Discussão de resultados 127

CONCLUSÕES, LIMITES E DESAFIOS 133

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 138

GLOSSÁRIO 156

ÍNDICE REMISSIVO 169

APÊNDICES IMPRESSOS i

APÊNDICE IV: guiao_entrevista_2016 i

APÊNDICE V: transcricao_entrevista_01 iv

APÊNDICE VI: transcricao_entrevista_02 xi

APÊNDICE VII: transcricao_entrevista_03 xix

APÊNDICE VIII: transcricao_entrevista_04 xxv

APÊNDICE IX: transcricao_entrevista_05 xxxii

APÊNDICE X: transcricao_entrevista_06 xxxix

APÊNDICE XI: transcricao_fotografia_01 xlvi

APÊNDICE XII: transcricao_fotografia_02 xlviii

APÊNDICE XIII: transcricao_fotografia_03 li

APÊNDICE XIV: transcricao_fotografia_04 liii

APÊNDICE XV: transcricao_fotografia_05 lv

APÊNDICE XVI: transcricao_fotografia_06 lviii

APÊNDICES CONSTANTES NO DVD ANEXO NO FINAL DA DISSERTAÇÃO

APÊNDICE I: expos_observacao_2015

APÊNDICE II: fotografias_analise_2016

APÊNDICE III: videos_interpretacao_2016

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: relação das exposições fotográficas com o grau de tratamento das imagens 70
Tabela 2: caraterização da amostra; participantes convidados para o estudo 105
Tabela 3: categorias e subcategorias..... 128

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: diagrama de Gillian Rose para uso em processos metodológicos visuais..... 88
Gráfico 2: critério de seleção fotográfica pelos participantes..... 109
Gráfico 3: aplicação de técnicas de tratamento de imagem pelos participantes..... 117
Gráfico 4: categoria Fotografia digital..... 129
Gráfico 5: categoria Designer gráfico..... 130
Gráfico 6: categoria Postura na transformação da imagem..... 132

ÍNDÍCE DE FIGURAS

Figura 1: plataforma digital interativa localizada no Largo de Camões, em Lisboa..... 17
Figura 2: panóplia de aparelhos digitais 26
Figura 3: fotografia *Bliss* de Chris O´Rea, *Windows XP* (esquerda). Atual localização segundo pesquisa no *Google maps* (direita) 32
Figura 4: imagem «Raw» e parte da mesma imagem com «crop» a 100% na zona da casa 38
Figura 5: imagem JPG e parte da mesma imagem com «crop» a 100% na zona da casa..... 38
Figura 6: imagem editada em pós-produção (esquerda) e original (direita)..... 40
Figura 7: imagem manipulada em pós-produção (esquerda) e original (direita) 42
Figura 8: ilusão ótica, imagem não manipulada..... 50
Figura 9: uso de imagem fotográfica como base para criações artísticas em design 61
Figura 10:material coletado, alusivo às exposições visitadas 71
Figura 11: fontes literárias analisadas nesta investigação (à esquerda) e procedimento intermédio de seleção de informação (à direita)..... 74
Figura 12: imagens para análise, apresentadas virtualmente aos participantes 96
Figura 13: equipamento de filmagem entregue a cada participante..... 97

Figura 14: produção do vídeo 01 pelo participante ´MO´. 110
Figura 15: produção do vídeo 02 pelo participante ´GA´. 112
Figura 16: produção do vídeo 03 pelo participante ´MF´. 113
Figura 17: produção do vídeo 04 pelo participante ´MP´. 114
Figura 18: produção do vídeo 05 pelo participante ´JA´. 115
Figura 19: produção do vídeo 06 pelo participante ´PP´. 116

Todas as imagens são da nossa autoria à exceção da segunda imagem da *figura 3* captada pelo serviço *Google Maps*.

Imagens 14 a 19: «frames» capturadas dos vídeos realizados pelos participantes.

INTRODUÇÃO

A fotografia nasce da necessidade de registar o real da forma mais fiel possível. Contudo e fruto de 190 anos de evolução, este pressuposto parece cada vez mais inadequado. Neste estudo avaliamos esta afirmação, à luz da tecnologia atual, considerando o uso de imagens fotográficas pelo designer gráfico em produções digitais.

A fotografia digital parece ter aproximado o designer ao fotógrafo incentivando ainda a experimentação por todo um público curioso pelos, sempre tentadores, engenhos e apetrechos tecnológicos. Os avanços tecnológicos verificados na última década têm contribuído para massificar a prática fotográfica através de uma abundante oferta de equipamento especializado. Paralelamente, o desenvolvimento ocorrido na área dos dispositivos móveis tem atribuído novas dimensões culturais à fotografia. Imagens manipuladas, editadas ou alteradas digitalmente de alguma forma, tornaram-se comuns. Grande parte delas encontram-se alegadamente alteradas para favorecer, enaltecer, satisfazer ou aproximar a realidade à visão idealista do seu criador e marcam habitualmente presença em praticamente todos os meios de comunicação visual, particularmente nos canais editoriais e virtuais.

Dada a importância e impacto que as imagens podem auferir como instrumento impulsionador de ações, influenciador de comportamentos e regulador de tendências, consideramos necessário conhecer um pouco melhor o modo como são produzidas. Os criativos aparentam compadecer com a alegada tendência para alterar imagens e até afeiçoar-se com elas. Importa saber, no contexto desta dissertação, a posição de um dos principais intervenientes que opera no seio destas mudanças: o designer gráfico. Ele, que é um dos principais responsáveis, através da comunicação que ajuda a produzir, com a tecnologia disponível, por saciar visualmente os caprichos de uma sociedade consumidora de imagens.

Duas questões encabeçam esta investigação:

1. Que uso faz o designer gráfico contemporâneo da tecnologia digital para produzir imagens fotográficas?

2. Quais as razões que levam os designers gráficos a transformarem as imagens?

A delimitação do estudo é clara nas questões de partida. Evoca os designers gráficos no tempo presente e concentra-se nas imagens fotográficas digitais produzidas através da tecnologia atualmente existente. Estabelecemos como objetivo central desta investigação oferecer uma interpretação sobre as causas do tratamento aplicado às imagens fotográficas. No sentido de entender o que leva os designers gráficos a modificá-las, averiguamos até que ponto a transformação processada nas imagens é arbitrária, necessária ou incontornável. Por ser um universo de investigação muito vasto, concentramo-nos nos designers que participam no estudo e neles circunscrevemos o fenómeno.

No contexto tecnológico contemporâneo, é para nós crucial entender as motivações e condicionalismos dos designers para melhor compreender as decisões que se espelham na sua comunicação. A prática da imagem fotográfica como processo e resultado da visão do profissional em design gráfico não é um assunto comum em trabalhos académicos. Toda a temática que envolve imagens fotográficas aparenta centrar-se vulgarmente nos fotógrafos. No que concerne a esta investigação, a interpretação das questões de partida por designers gráficos é determinante. Por se tratar de uma categoria profissional que, no nosso entender, melhor conhece o meio visual, mas que muitas vezes é menosprezada, consideramos ser uma ótima oportunidade para coletar contributos preciosos, de um ponto de vista pouco explorado, para a compreensão do assunto.

O tema da transformação digital de imagens acaba por se revelar um assunto renovado na medida em que é abordado por um grupo de designers gráficos contemporâneos, à luz tecnologias e técnicas de produção atuais. O manuseamento de imagens fotográficas é prática corrente em projetos gráficos cabendo frequentemente aos designers a sua idealização, conceção, produção e comunicação através de canais de distribuição e comunicação que privilegiam o impacto visual. Tentamos reunir dados para colmatar as insuficiências de informação. O estudo opera com métodos visuais focando-se em aspetos tecnológicos mas estabelecendo relações que se estendem à produção, imagem e audiência, seguindo o modelo proposto por Gillian Rose no seu livro *Visual Methodologies* de 2012. Adotamos uma metodologia qualitativa, do tipo de estudo de caso. A revisão da literatura serve como elemento impulsionador para contextualizar a temática que se tenta compreender através da realização de entrevistas a designers gráficos, produção de imagens e interpretação de vídeos realizados pelos próprios designers. Ao todo envolvemos 6 designers profissionais.

Seria impensável realizar um trabalho desta dimensão sem apreço pelo tema. A paixão que ambos nutrimos pelo ato de criar manifesta-se nas profissões que decidimos ocupar. Averiguar os laços relacionais entre a imagem fotográfica e o designer gráfico foi para nós um empolgante desafio que, para além do acrescido conhecimento que trouxe do meio artístico revelou-se, ao envolvermos os designers, uma enriquecedora experiência humana. O resultado deste empenho conjunto de ano e meio de trabalho é o que mostra ao longo destas 230 páginas.

A dissertação encontra-se segmentada em 6 capítulos. Os quatro primeiros capítulos remetem-se para a coleta de informação proveniente da revisão da literatura. Constituem a primeira parte da investigação e fornecem informação. A segunda parte é dedicada à descrição e justificação dos processos metodológicos que adotamos no decorrer da investigação e por fim, na terceira parte, revelamos e analisamos os resultados apurados.

O primeiro capítulo começa com uma explanação técnica das tecnologias que envolvem as imagens digitais e o significado que adquirem no contexto cultural atual, nomeadamente através da tecnologia disponível. O segundo capítulo analisa a proximidade que se tem vindo a estabelecer entre a imagem e os meios informáticos e mostra como este fator tem alterado a forma como se trabalha com imagens. O capítulo seguinte, terceiro, contextualiza os vários significados que têm vindo a ser atribuídos às imagens no sentido de melhor compreender aquilo que hoje representa e abre caminho para o quarto capítulo que abordada transformação da imagem como como resultado criativo da interferência do fator humano aproximando-a e relacionando-a com o design. O capítulo quinto explora em detalhe a metodologia qualitativa utilizada neste estudo. Justifica e fundamenta o uso de entrevistas e instrumentos de pesquisa visual: análise de imagens e produção de vídeos. No último capítulo, reunimos todos os dados recolhidos e interpretamos o seu conteúdo. Demonstramos os resultados e discutimos o seu significado. Por fim, mencionamos as principais conclusões da investigação, as limitações encontradas no estudo e evidenciamos algumas pistas e sugestões para dar continuidade a este estudo.

Esta dissertação respeita a Norma APA no que respeita a citações e referenciação bibliográfica.

PARTE 1: OS ALICERCES DA INVESTIGAÇÃO

CAPÍTULO I
A TECNOLOGIA DIGITAL

1.1 O consumo tecnológico

A tecnologia digital está definitivamente estabelecida. O termo digital é tido vulgarmente como o resultado de uma evolução tecnológica qualitativa. Está culturalmente relacionado e associado a melhor qualidade e isso deve-se à tecnologia que nos rodeia ter assistido, de facto, a uma melhoria acrescentada com a chegada de sucessivas inovações digitais.[1]

As "deslumbrantes possibilidades do novo meio digital" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 15)[2] não têm passado indiferentes perante uma sociedade ávida pelo consumo. Para este autor, a aderência do público à tecnologia digital pode ser explicada pelo facto de esta ser "muito mais prática, mais rápida, mais potente, mais barata e mais limpa" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 62) justificando-se assim a velocidade com que dominou o meio áudio visual e introduziu novas práticas na vida quotidiana.

Figura 1: plataforma digital interativa localizada no Largo de Camões, em Lisboa.
Permite captar imagens digitais e enviar de imediato o resultado via correio eletrónico.
António Oliveira, 2015.

A evolução tecnológica e o interesse por ela manifestado têm potenciado a disputa pelo fabrico de equipamentos cada vez mais sofisticados, económicos e compreensivelmente mais acessíveis. Como resultado, a oferta digital têm-se multiplicado, expandido e difundido,

[1] São disso exemplo diversos formatos físicos como o CD, DVD, BRD, as emissões de TV digitais ou os formatos de som digital: Dolby Digital e DTS.
[2] Joan Fontcuberta. Professor universitário espanhol, autor e curador. Aclamado artista e fotógrafo. Mais em: http://cphmag.com/fontcuberta-hasselblad/, acedido em 14 de agosto de 2016.

com novos equipamentos a surgirem em intervalos de tempo cada vez menores. Para isso têm contribuído brilhantes campanhas de publicidade que criam a apetência para manter o mercado em permanente mutação. Paralelamente e potenciado pela procura, tem-se verificado um aumento significativo nos canais de distribuição e nos pontos de venda. Torna-se necessário alimentar este frenesim, que tanto sustenta os fabricantes, na demanda por oferecer as caraterísticas mais desejadas, como os consumidores, pelo entusiasmo na busca da sugerida perfeição. Este ciclo, segundo Curtin[3] (2007), incentiva a modernização e permite, através do aumento da produção, reduzir os custos associados à tecnologia. Seduzido perante tamanha quantidade e diversidade e por acreditar na sua necessidade técnica, o consumidor é impelido a adquirir e a renovar constantemente os seus equipamentos digitais. Lipovetsky[4] entende que "a própria revolução do consumo foi revolucionada. Estabeleceu-se uma nova fase do capitalismo de consumo: ela não é mais do que a sociedade do hiperconsumo" (Lipovetsky, 1944/2007, p. 12).

Pela comodidade, acessibilidade e polivalência, a Internet mudou a sociedade e o modo de comunicar (Baum et al., 2007/2009). A conivência da evolução digital com o universo virtual da Internet estimulou a partilha de informação e conhecimento de uma forma prática e acessível. E tal parece ir de encontro ao interesse manifestado pela generalidade dos indivíduos que preferem uma tecnologia simples e invisível.

Os dispositivos móveis introduziram a necessidade de estar permanentemente contactável. Os protocolos globais de comunicação permitiram relacionar agilmente a maioria dos aparelhos digitais. Os contributos do manuseamento destes aparelhos, por um universo de utilizadores cada vez mais expressivo, têm sido visíveis pelas exigências acatadas pelos fabricantes. O resultado dessa interação vem-se refletindo na implementação de ferramentas que evidenciam o poder comunicacional alcançado pela tecnologia digital. Realçamos, neste contexto, a interação mais ágil entre dispositivos, a otimização no envio, divulgação e partilha de conteúdos na Internet, nomeadamente pelas redes sociais.

O encanto tecnológico pode ser explicado pelo conforto e gosto de estar contactável e conectado o que explica também a principal atração pela Internet.

[3] Denis Curtin. Autor e editor americano com dezenas de livros e manuais publicados sobre imagem, fotografia e equipamentos fotográficos. Mais em: http://www.shortcourses.com/, acedido em 16 de agosto de 2016.
[4] Gilles Lipovetsky é filósofo, investigador e professor Francês na Universidade de Grenoble.

Campana[5] (2015), evidência o uso da tecnologia pela possibilidade de consultar os conteúdos que os outros partilham e por promover a participação em conversas e «chats». Tudo isto torna "mais fácil, rápido e cómodo manter o contacto a partir de qualquer lugar e a meio de qualquer atividade" (Campana, 2015, p. 3). A jornalista acrescenta ainda a importância e relevância dos videojogos que tornam a tecnologia digital divertida. Este fenómeno lúdico, anteriormente analisado por Nicholas Miroeff[6] (2003), terá levado este autor a postular que o trabalho e os tempos livres estão cada vez mais concentrados nos meios de comunicação visual.

1.2 O triunfo da imagem digital

O entusiasmo inicial pela fotografia digital ocorre na última década do século XX através da oferta de uma nova e entusiasmante experiência de fotografar. Para Fontcuberta (2012/2014), uma das premissas anunciadas com mais destaque foi o imediatismo, algo que a Polaroid prometia e tentava cimentar há anos com a sua gama de máquinas analógicas instantâneas[7]. Segundo Curtin, uma das principais razões para a rápida passagem da imagem em película para o digital "deve-se ao facto da fotografia estar inserida num mundo que se tornou digital" (Curtin, 2007, p. IV).

Criada a euforia, alguns obstáculos impediram a imediata e plena afirmação da fotografia digital. Entre eles, o facto dos primeiros aparelhos comercializados serem demasiado dispendiosos em consequência de grandes investimentos numa tecnologia que inicialmente não apresentava realmente muitos atributos qualitativos face ao, então comum, processo analógico (Fontcuberta, 2012/2014). Em meados dos anos 90 do século passado, as máquinas fotográficas digitais eram tecnicamente muito limitadas e qualitativamente pouco aliciantes, fatores que conduziram a maioria ao fracasso comercial. Inovações e aperfeiçoamentos sucessivos viriam a criar um apelo cada vez mais irresistível ao meio e fomentaram a divulgação da prática fotográfica digital que se democratizou de uma forma que a sua homóloga analógica nunca conseguiu. Não se tratou apenas de instantaneidade, mas

[5] Márcia Campana é jornalista e redatora para a revista *PC Guia*; revista portuguesa sobre tecnologias digitais de informação e comunicação.
[6] Nicholas Miroeff é teórico em imagem comunicacional e professor em Estudos de Cultura Visual. Mais em: http://www.nicholasmirzoeff.com/index.html, acedido em 16 de agosto de 2016.
[7] Comercializada em 1948, a primeira câmara instantânea foi idealizada por Edwin H. Land, inventor americano e cofundador da *Polaroid Corporation.* Mais em: www.polaroid.com/history, acedido em 16 de agosto de 2016.

também de outros fatores tais como a acessibilidade, traduzida pelos preços mais reduzidos ou ainda diversas melhorias técnicas nos formatos, peso e facilidade de transmitir e partilhar imagens (Fontcuberta, 2012/2014).

Curtin (2007) relembra que foi devido à expansão ocorrida na comercialização das câmaras digitais que ocorreria a desejável redução dos preços e a consequente abertura do mercado aos utilizadores casuais. Aos consumidores generalistas, entusiastas e ávidos pelas novas tecnologias, que tinham sido os primeiros a aderir à fotografia digital, segue-se a maioria dos profissionais, já na primeira década deste século, com a tecnologia estabilizada num patamar qualitativo comparável ou mesmo superior ao processo pré-digital.

Depois de ter aliciado os amadores pela facilidade e automatismos, a fotografia digital conquista finalmente o mercado profissional pela produtividade, potencialidade e perfecionismo. Confirmada a superioridade, os benefícios dos equipamentos fotográficos digitais tornam-se inegáveis perante a generalidade dos utilizadores. A fotografia deixou finalmente de ser encarada como um luxo. Os custos, o tempo e o esforço deixaram definitivamente de ser constantemente avaliados (Curtin, 2007). A forma digital de captar imagens revolucionou o registo, a conversão e a apresentação das imagens fotográficas (Curtin, 2007). O autor afirma poder assumir-se que a fotografia digital substituiu o processo analógico em menos de uma década devido à crescente qualidade alcançada pelas imagens digitais. Todavia, aponta como a verdadeira razão a facilidade de uso e partilha logo após a captura de imagens.

A fotografia digital evoluiu, difundiu-se e implementou-se em múltiplos aparelhos de consumo. Telefones inteligentes, computadores, «iPads», «tablets», televisores ou aparelhos de reprodução de vídeo, baseiam-se na imagem[8] e todos trouxeram novos recursos à fotografia. Fortaleceram-na, justificaram a razão da sua existência e mudaram radicalmente o seu significado o que leva Fontcuberta (2012/2014) a evidenciar que a soberania da imagem está agora plenamente consolidada.

[8] O termo *imagem* tem o seu conceito mais lato ao designar o visível ao nível da perceção humana. Por exemplo: o reflexo num espelho. Em inglês encontra-se ainda o termo «picture» utilizado para designar representações visuais. Por exemplo: pinturas ou desenhos. Já «photo» ou fotografia é a designação para uma imagem obtida pelo processo fotográfico.

1.3 O fascínio cultural pela imagem digital

Cultura é um conceito complexo. Num contexto generalista, o termo pode ser definido como o resultado da aplicação e prática de vários ideais capazes de influenciar as práticas quotidianas, tidas como referências por um determinado grupo de indivíduos (Rose, 2012)[9]. Para Mirzoeff (2003) o fomento por essa cultura visual, na qual o consumidor se identifica e usa experimentalmente ou profissionalmente como meio informativo, lúdico ou recreativo, demonstra não só a sua indispensabilidade mas também sugere uma relação de prazer por interagir com a tecnologia visual. Segundo Freeman[10] tal acontece por existir "um certo fascínio por aquilo que é novidade" (Freeman, 2012/2015, p. 6).

As imagens digitais são hoje extremamente abundantes e versáteis. Reclamam relevantes funções comunicacionais na vida contemporânea. Para Short[11] (2013) assumem um papel muito diversificado e adquirem importantes conotações sociais e culturais. A autora refere mesmo que as imagens estão entre os bens considerados mais preciosos. No campo do grafismo e segundo Costa[12]:

> "A matéria da visão é aqui um composto de imagens, textos e cores, que de forma relativa procuram o prazer, o interesse, a convicção ou a agressão visual. Mas a fruição estética - o prazer do olho - está sobretudo associada às imagens" (Costa, 2011, p. 23).

Uma das alterações mais significativas trazidas pela tecnologia digital ocorreu na forma de transmitir imagens. Os canais de distribuição virtuais inundaram-se de imagens que, com uma simplicidade impar, tornaram-se amplamente disponíveis. Webb[13] (2010/2015) salienta no entanto que a tecnologia não é a única razão que justifica o volume e a velocidade na distribuição de imagens. O autor evidência a mentalidade coletiva e a ânsia contemporânea por obter tudo rapidamente: "o mundo simplesmente se converteu em um amontoado de fotografias" (Webb, 2010/2015, p. 6). Este professor considera existir uma mentalidade coletiva, que anseia pela velocidade como reação para tudo fotografar. Defende por isso que a

[9] Gillian Rose. Professora de Geografia Cultural. Especialista no uso de metodologias e abordagens visuais. Mais em: http://www.open.ac.uk/people/gr334, acedido em 14 de agosto de 2016.
[10] Michael Freeman. Experiente editor e fotógrafo inglês. Trabalha há mais de 30 anos para a *Smithsonian Magazine*. Autor de dezenas de livros, publicações e artigos sobre práticas fotográficas. Mais em: http://www.michaelfreemanphoto.com/, acedido em 16 de agosto de 2016.
[11] Maria Short é escritora, fotógrafa e professora de fotografia na *Universidade de Brighton*, no Reino Unido. Mais em: http://mariashort.co.uk/, acedido em 16 de agosto de 2016.
[12] Joan Costa. Designer e artista espanhol Mais em: http://www.joancostainstitute.com/joancosta.html
[13] Jeremy Webb é professor, editor, fotógrafo e artista com mais de 25 anos de experiência em imagem. Mais em: http://jeremywebbphotography.com/, acedido em 10 de setembro de 2016.

expansão contínua da cultura digital é responsável por reacender o interesse no mundo da fotografia como uma forma de arte de massas (Webb, 2010/2015).

Sontag[14] salientava que as evoluções que se verificaram nos meios audiovisuais eram apenas extensões lógicas do modelo estabelecido pela fotografia (Sontag 1977/2012). Via a fotografia como "um rito social, uma defesa contra a ansiedade e um instrumento de poder" (Sontag, 1977/2012, p. 16). A autora entendia-a também como um poderoso meio de persuasão, controlo e autoridade sobre a qual "as sociedades industriais transformam os seus cidadãos em viciados" (Sontag, 1977/2012, p. 32). Opinião semelhante tem Fontcuberta (2012/2014) ao referir que a quantidade de imagens produzida e consumida torna os indivíduos viciados no seu manuseio. Thompson[15], por seu lado, evidência que a fotografia "conecta-se com outras disciplinas, outros modos de pensar e incita à análise de múltiplos pontos de vista" (Thompson, 2013, p. 79).

Os meios visuais dominam a vida social através de diferentes tipos de tecnologias como o cinema, a fotografia, a televisão ou as redes sociais e oferecem diferentes experiências do mundo em termos visuais (Rose, 2012). As imagens preservam histórias, registam eventos e documentam notícias. Um dos usos correntes, onde mais se evidenciam, enquanto instrumento persuasor, consiste no estímulo que conferem através do seu impacto visual (Short, 2013). Webb acrescenta que "a fotografia tem o poder de nos influenciar profundamente, afetando nossa vida emocional, nossas atitudes e nosso comportamento" (Webb, 2010/2015, p. 141). Sontag associava a sociedade capitalista a uma cultura baseada em imagens onde a máquina fotográfica se coadunava com a necessidade de subjetivar e objetivar a realidade e onde a produção e consumo de imagens exigiam cada vez mais imagens. Sontag comparava esta ânsia a uma forma de luxúria, inesgotável na sua demanda porque, segundo considerava, as possibilidades da fotografia eram infinitas (Trachtenberg, 2013)[16]. A autora via na lógica do consumo a necessidade desesperada para fotografar tudo. Esta lógica pressupunha a existência de um ciclo no qual estava implícita a necessidade de descartar e renovar infinitamente imagens (Sontag 1977/2012).

[14] Susan Sontag (1933-2004). Escritora, realizadora, professora, autora e ativista política americana. Mais em: http://www.susansontag.com/SusanSontag/, acedido em 16 de agosto de 2016.
[15] Jerry L. Thompson é artista e fotógrafo. Mais em: https://mitpress.mit.edu/books/why-photography-matters, acedido em 15 de agosto de 2016.
[16] Alan Trachtenberg, Autor, editor e professor americano na *Universidade de Yale*. Mais em: http://www.encyclopedia.com/article-1G2-2591000157/trachtenberg-alan-1932.html, acedido em 16 de agosto de 2016.

Atualmente, a grande maioria das imagens produzidas tem pretensões lúdicas e objetivos assentes na diversão, fatores que abriram caminho à banalidade por um consumo desenfreado mas também rapidamente descartável e facilmente esquecido. Para Short (2013), a influência das imagens é tal que tem a capacidade de modificar a realidade. Como consequência, ficam à mercê dos sentidos e podem abranger as mais variadas condições subjetivas de representação.

A tecnologia tornou os equipamentos compreensíveis por crianças e idosos assim como a um vasto leque de indivíduos sem conhecimentos relevantes na área da imagem fotográfica, inexperientes ou apenas curiosos por «gadgets». Como reflexo, observou-se uma alteração significativa a nível dos consumidores: "os que mais fazem fotos já não são os adultos, mas os jovens e os adolescentes" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 31). Dada a acessibilidade, não é por isso de estranhar que, por vezes, os profissionais sejam preteridos pelo «desenrasca» do amadorismo e do experimentalismo no qual muitos ignorantes se aventuram.

A fotografia digital insere-se num contexto económico e social no qual a informação assenta essencialmente em suportes virtuais e "responde a um mundo acelerado, à supremacia da velocidade vertiginosa e às exigências do imediatismo e da globalidade" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 14). A imagem fotográfica deixou de ser uma mera recordação. O mundo virtual e a rapidez da sociedade atual impõe que as fotografias sirvam como "exclamações de vitalidade, como extensões de certas vivências, que se transmitem, compartilham e desaparecem, mental e/ou fisicamente" (Fontcuberta, 2012/2014, pp. 32-33).

Perante a abundância de imagens, a razão de continuarmos a fotografar explica-se, pelos usos predominantes e diversificados que a fotografia conhece atualmente (Fontcuberta, 2012/2014). Um comportamento de comunicação social baseado nesse ritual de transmissão e partilha tem emergido. A maioria dos dispositivos que captam imagens garante também algum tipo de conectividade social.

As redes sociais tornaram-se ferramentas comunicacionais por excelência para divulgação de informação. Constituem, hoje, uma peça fulcral na comunicação pessoal como montra de produtos, bens e serviços ou como meio de divulgação de portfólios virtuais. Estes

usos apelam ao uso da imagem e incentivam ainda mais a sua necessidade. Como tal, não é de estranhar que a fotografia encontre no meio da tecnologia virtual um canal por excelência para se mostrar e evidenciar (Pachal, 2012)[17].

É fácil partilhar imagens. Multiplicaram-se os recursos e as opções de utilização. Exemplos disso são os, bem-sucedidos, serviços oferecidos pelo *Instangram* ou *Picassa* ao proporcionarem ferramentas como bancos «online» de fotografia, armazenamento, visionamento e partilha. Como refere Curtin (2007), a publicação de imagens, conjugada com o desenvolvimento e expansão da Internet, projetou um rumo totalmente novo às imagens digitais. Para Curtin (2012) é algo que está relacionado com a necessidade comunicacional do ser humano e acrescenta que é "esta possibilidade de partilhar constantemente fotografias com qualquer pessoa, em qualquer lugar, que torna a fotografia digital tão atrativa" (Curtin, 2007, p. 7). "Criaram-se «photologs», «blogspots», *Flickr*, *Facebook*, *Twitter*, *Myspace*… uma variedade de «sites» na rede em que as pessoas colocam suas fotografias para que todos possam ver e comentar" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 32).

O crescente desenvolvimento das ligações «wireless» e conexões de rede cada vez mais velozes estimularam ainda mais o ato da partilha (King 2005)[18]. As caraterísticas mais desejadas viram-se agora para a otimização dessas funcionalidades, no aperfeiçoamento de ecrãs tácteis e pelo desenvolvimento de aplicações que facultem funções intuitivas, simulações ou efeitos especiais, ações que tanto parecem agradar aos consumidores.

Terá sido precisamente a ignorância pelos desejos dos consumidores que precipitaria a *Kodak* para um desfecho inglório de bancarrota em 2012. Ao ignorar a relevância que a tecnologia digital viria a assumir na fotografia e na sociedade, a empresa americana, "interpretou erradamente as formas como os novos consumidores queriam interagir com as suas fotografias, as tecnologias envolvidas e as forças de mercado" (Pachal, 2012, para. 2). Focou-se na película, refere o autor, enquanto a maioria da concorrência apostou em aplicações e automatismos do agrado dos consumidores como sejam as funcionalidades de deteção de face, de sorrisos ou a correção olhos vermelhos. Estas ferramentas, por mostrarem

[17] Pete Pachal. Autor canadiano, perito da *Mashable* em electrónica e produtos de consumo. Mais em: http://mashable.com/author/pete-pachal/ acedido em 14 de agosto de 2016.
[18] Julie Adair King. Professora e autora na temática da fotografia digital, câmaras e «software». Mais em: https://www.waterstones.com/author/julie-adair-king/42214, acedido em 11 de agosto de 2016.

preocupação em compreender os desejos dos consumidores, revelaram-se determinantes por manter o seu interesse ao apostar na renovação dos equipamentos à medida que o desenvolvimento tecnológico permitia a incorporação de novas funções.

1.4 A expansão dos dispositivos digitais

Há anos que as câmaras fotográficas deixaram de ser os únicos aparelhos a captar imagens. A entrada no século XXI deu a conhecer toda uma diversidade de aparelhos que, não sendo equipamentos dedicados exclusivamente à fotografia, também captam imagens.

Desde o *J-SH04*, o primeiro telefone móvel com câmara incorporada, fabricado pela *Sharp* e lançado no ano 2000 (Sharp Corporation, 2016), a incorporação de câmaras nos telemóveis tem sido constante e tornou-se numa das caraterísticas mais procuradas no ato da compra destes aparelhos. Um dos usos mais proeminentes da fotografia nos últimos anos está mesmo relacionado com a implementação de funcionalidades para captar registos fotográficos nos telemóveis. King (2005) especulava já que a difusão de imagens por todos os dispositivos electrónicos era uma questão de tempo. "A explosão de fotografias [...] já para não falar das «selfies» veio com o telemóvel" (Ankarcrona, 2015)[19] e com isso a possibilidade de registar acontecimentos em tempo real. Evidenciando uma preferência gradual e generalizada pelas câmaras presentes nos dispositivos móveis, Curtin observa que "de entre os modelos digitais de apontar e disparar, as mais procuradas pelo consumidor são as incorporadas nos telemóveis" (Curtin, 2007, p. 15).

Segundo Pachal (2012) os telemóveis foram os principais responsáveis que catapultaram as fotografias para a dimensão social que atualmente adquirem. Em revés, refere o autor, a sua expansão tem contribuído para o declínio do mercado das câmaras compactas. A propagação da tecnologia fotográfica a dispositivos como telemóveis, «tablets» ou «smartphones», alargou consideravelmente a oferta e diversificou em muito o público-alvo. O registo de imagens, presente num crescente número de aparelhos, teve de se tornar um ato prático, de entendimento fácil, efetuado através de um manuseio amigável que permitisse eficazmente captar, visualizar, produzir e gerir imagens (Baum et al., 200/2009).

[19] Christoffer Ankarcrona é produtor de programas de televisão. Trabalha em vários projetos para a *TVI* incluído *O Observatório do Mundo.*

Figura 2: panóplia de aparelhos digitais.
Em comum têm a caraterística de todos registarem imagens fotográficas.
António Oliveira, 2016.

Gustavo Dias[20] (2015) afirma que a paixão fotográfica está agora o alcance de todos graças aos avanços implementados nos «smartphones». Acrescenta ainda que o ato de fotografar é cada vez mais uma tarefa fácil, realizável e praticável por qualquer pessoa com aptidão para explorar as capacidades do seu equipamento e entendedora dos seus princípios básicos. O patamar tecnológico contemporâneo permite que alguns destes aparelhos captem imagens que, sob alguns parâmetros, rivalizam com as câmaras fotográficas dedicadas (Baum et al., 2007/2009). Ao fazê-lo assumem claramente esta pretensão e canalizam a comunicação para uma vertente essencialmente visual onde a fotografia desempenha um papel primordial.

Durand[21] constata que "o smartphone é a câmara de eleição de muitos" (Durand, 2015, p. 66). Para Zhang[22] (2015) é inegável a relevância do contributo fotográfico disponibilizado pelos dispositivos móveis no esforço por alcançar e igualar as câmaras digitais em especificidades técnicas. Heyman[23] (2016) estima que em 2017 apenas 13% das fotografias sejam tiradas por câmaras fotográficas.

Como intuito de comparar até que ponto a tecnologia dos dispositivos móveis evoluiu, Gustavo Dias realizou, para a revista *PC Guia*, em 2015, um exaustivo teste que colocou à prova uma das mais sofisticadas câmaras fotográficas da *Canon*, a «fullframe» *EOS*

[20] Gustavo Dias é jornalista, editor da revista portuguesa de tecnologias de informação, *PC Guia.*
[21] Ricardo Durand é jornalista de tecnologias. Colabora na redação de artigos para a revista *PC Guia.*
[22] Michael Zhang. Americano, é graduado em Ciências da Computação, programador e empreendedor. Criou e gere o «blog» *Petapixel*, uma referência virtual em imagem fotográfica. Mais em: http://petapixel.com/about/, acedido em 16 de agosto de 2016.
[23] Stephen Heyman. Escritor e autor de artigos para várias publicações incluindo o *New York Times.*

5Ds, com cerca de 50MP e comparou os resultados com alguns «smarthphones» de topo: *iPhone 6 Plus* e *Samsung Galaxy S6*. Estes aparelhos foram testados em registos que incluíram fotografia de paisagem, macro, noturna e longa exposição. As conclusões dos testes apontaram para a superioridade da câmara fotográfica mas não deixaram de mencionar a impressionante evolução verificada nos «smartphones». Saliente-se que os testes fizeram uso de uma das melhores e mais recentes câmaras fotográficas da marca japonesa, com um custo a rondar os 3500€ (apenas corpo) enquanto o «smartphone» mais caro do teste ficou-se pelos 780€. Segundo o autor do artigo, fotografar com um «smartphone» é perfeitamente possível em condições ideais de luminosidade mas os problemas surgem em situações mais complexas com escassez de luz ambiente. Tecnicamente, a grande diferença reside na dimensão e qualidade dos sensores, fator onde as volumosas câmaras digitais tomam vantagem.

Fotografia e vídeo marcam frequentemente presença nos mesmos equipamentos. A implementação de funções de vídeo, em quase todos os equipamentos fotográficos digitais, justifica-se pela necessidade de expandir os usos da fotografia indo de encontro à vontade dos consumidores. O crescente interesse pelos «drones» é disso prova. Na sua essência, o vídeo é um conjunto de imagens em movimento e a tecnologia digital possibilita, sem grande esforço técnico, a inclusão de vídeo nos mesmos equipamentos que captam imagens. "A tecnologia digital trouxe a possibilidade de misturar os vários dispositivos. As câmaras de vídeo podem captar fotografias e as máquinas fotográficas podem gravar" (Baum et al., 2007/2009, p. 194). Esta abordagem de filmar e fotografar, antes apenas possível através de avião ou helicóptero, está atualmente a expandir os limites do vídeo e da fotografia a patamares que apenas agora começaram a ser descortinados.

O mercado das câmaras fotográficas, destinadas exclusivamente aos aficionados da fotografia, também se modificou. Os modelos de câmaras fotográficas evoluíram e sucedem-se a um ritmo frenético que continua bem patente nos dias de hoje (Santos, 2012)[24]. E isso deve-se à tecnologia digital, pois nunca "tinham sido desenvolvidos tantos modelos de câmaras fotográficas e, sobretudo, com tantas novas funcionalidades" (Santos, 2012, p. 110). O patamar semiprofissional e profissional adaptou-se a hábitos e necessidades de um público aspirante. Como consequência, tem vindo a ser cada vez mais difícil diferenciar

[24] Joel Santos. Autor, editor e fotógrafo profissional português galardoado com vários prémios fotográficos nacionais e estrangeiros incluindo o primeiro prémio *Visão/BES* na categoria Natureza, em 2006. Mais em: http://joelsantos.net/about-me/biography/, acedido em 16 de agosto de 2016.

convenientemente entre equipamento fotográfico designado como amador daquele, dito, profissional. Mesmo os modelos mais básicos incorporam potentes funcionalidades que asseguram uma razoável qualidade nos seus resultados. A maioria dos modelos atuais, independentemente da gama, comporta tecnologia avançada, como estabilizadores de imagem, processadores avançados e uma panóplia alargada de funções automáticas "que permitem explorar competentemente uma situação fotográfica sem cair em grandes complexidades técnicas" (Santos, 2012, p. 111).

Vários tipos de câmaras têm emergido no mercado com objetivos e propósitos diferenciados. Destacam-se os modelos compactos, «bridge» e «reflex» (Santos, 2012). Cada tipo apresenta as suas vantagens e desvantagens em função do custo, tamanho, peso, ergonomia, robustez, qualidade de imagem e desempenho global.

As câmaras compactas encontram-se agora em franca recessão. Constituíram outrora a principal alternativa aos volumosos corpos das câmaras «reflex». Contudo, limitadas pelos pequenos sensores de imagem e sistemas óticos que incorporam, comprometem frequentemente o registo e revelam um fraco desempenho em variadíssimos contextos fotográficos nomeadamente quando a luminosidade é escassa (Santos, 2012). Em comparação, as máquinas do sistema «reflex» oferecem normalmente um melhor desempenho global, possuem uma ergonomia superior, são mais robustas e incorporam componentes de elevada qualidade que possibilitam a captura de registos de grande nível técnico. Pela possibilidade de trocar de objetivas e pelos modos manuais que incorporam, são os modelos que mais potenciam a exploração criativa da fotografia (Santos, 2012). Num patamar intermédio, as câmaras «bridge» possuem funções e pretensões que vão para além das capacidades e possibilidades das câmaras compactas mas sem alcançar a excelência dos modelos «reflex». A sua principal vantagem é a objetiva incorporada que geralmente possui um fator de ampliação muito superior e por uma fração do preço comparativamente às objetivas disponíveis para as câmaras «reflex».

As imagens digitais resumem-se a valores eletrónicos. A complexidade do processo que possibilita a sua visualização é, numa primeira instância, omissa. O «hardware» analisa os dados e compõe a imagem simplificando todo o processo ao utilizador (King, 2005).

«Pixel». É o elemento mais pequeno de qualquer imagem digital. Segundo explica

Curtin (2007) quando vários «pixéis» são combinados formam padrões em mosaico que constituem a base de qualquer imagem digital. Ao serem convertidos para valores numéricos, estes minúsculos pontos de cor, permitem codificar a imagem para vários formatos adequando-a a diversos fins e utilizações (Crambridge in color, 2016). A luz, essencial na fotografia digital, desempenha um papel fundamental ao concentrar-se na superfície fotossensível do sensor da câmara. Este componente interpreta a intensidade luminosa e processa a imagem resultante. Estes dados são então codificados digitalmente e armazenados em dispositivos de memória capazes de salvaguardar informação. A quantidade de detalhe capturado está diretamente relacionada com o número de células presentes no sensor. Cada célula representa um «pixel» e do número total de «pixéis» depende da capacidade do sensor. Segundo explicam Rodrigues & Pinto[25] (2013), este número expressa o tamanho máximo de uma imagem e define a sua resolução.[26] Apesar de não ser, tecnicamente, o atributo mais importante, o número de «pixéis», expresso vulgarmente em milhões, é a caraterística mais explorada comercialmente e uma das mais apreciadas entre os consumidores (Rodrigues & Pinto, 2013).

Atualmente um dos principais compromissos da tecnologia digital face à fotografia relaciona-se com o tamanho dos sensores e a quantidade de células neles presentes. Quanto mais pequenas forem estas células maior será a probabilidade de sofrerem interferências derivadas da própria luz que nelas incide (Santos, 2012). Esta é a razão pela qual nem sempre um maior número de pixéis é benéfico para a imagem digital. Não obstante, uma maior quantidade de pixéis, torna possível realizar posteriormente alterações digitais mais complexas e com um maior grau de perfeição. Nesta perspetiva, a quantidade de pixéis torna-se essencial para auferir pormenor às imagens e revela-se uma mais-valia na necessidade de realizar ampliações ou impressões (Rodrigues & Pinto, 2013).

Fontcuberta (2012/2014), refere que desde sempre se colocou em causa a capacidade da câmara fotográfica em registar plenamente o realismo, ou seja a cena diante a câmara. Por muito sofisticado que seja o equipamento, múltiplos condicionalismos técnicos, sempre impuseram distorções e anomalias aos registos que impediram a sua total autenticidade

[25] Ângela Rodrigues e Isabel Pinto. Professoras e formadoras portuguesas em áreas técnicas e gráficas. Mais em: http://www.centroatl.pt/titulos/so/photoshopcs6/autoras.html, acedido em 31 de agosto de 2016.
[26] Por exemplo: um sensor com 16 milhões de células está teoricamente habilitado a captar imagens de 16 Megapixéis (MP).

(Fontecuberta, 2014). Há sempre uma margem de imprevisibilidade na captação de uma fotografia. Mesmo nos equipamentos fotográficos mais recentes, os sensores recebem a informação de modo diferente consoante o tamanho, modelo e versão. A própria forma como o fazem já é uma interpretação à realidade. Freeman corrobora desta opinião ao considerar que "uma reprodução totalmente fiel é algo que não existe" (Freeman, 2012/2015, p. 12). Independentemente da gama, preço e valor, nenhum sistema ou câmara está isento de problemas inerentes à própria ótica nem à tecnologia digital que a suporta.

As imprecisões revelam-se muitas vezes através de pixéis, representados nas imagens de forma anormal, que geram perda de nitidez, fraco contraste, dominantes de cor, aberrações cromáticas, distorções e efeitos de vinhetagem (Santos, 2012). Para corrigir estas deficiências e potenciar ao máximo a exploração criativa dos registos captados, torna-se necessária a integração com os computadores pessoais e o uso de ferramentas de tratamento de imagem presentes em diversas aplicações e programas de «software» gráfico. Neste sentido, máquinas fotográficas, dispositivos móveis e computadores pessoais compatibilizaram-se e encadearam-se por conveniência.

CAPÍTULO II
A CUMPLICIDADE BINÁRIA

2.1 A relação informática

O desenvolvimento dos computadores pessoais na década de 80 do século XX viria, nas décadas seguintes, a canalizar toda a electrónica para a informática. A fotografia digital ocorreu paralelamente com a popularização dos computadores e trouxe, ainda nos anos 90, alguma autonomia a profissionais e amadores. Uns e outros deixaram de estar dependentes de processos laboratoriais complexos, morosos e dispendiosos (King, 2005).

Num ato pioneiro, em 2002, a Microsoft incorporou uma imagem real como fundo do seu sistema operativo *Windows XP*. A fotografia de 1998, captada por Charles O´Rear[27] foi eleita pela Microsoft devido à sensação de harmonia e serenidade que transmitia. *Bliss* é uma das fotografias mais populares do mundo e foi responsável por estabelecer, perante o senso comum, a relação de afinidade definitiva entre a informática e a imagem fotográfica.

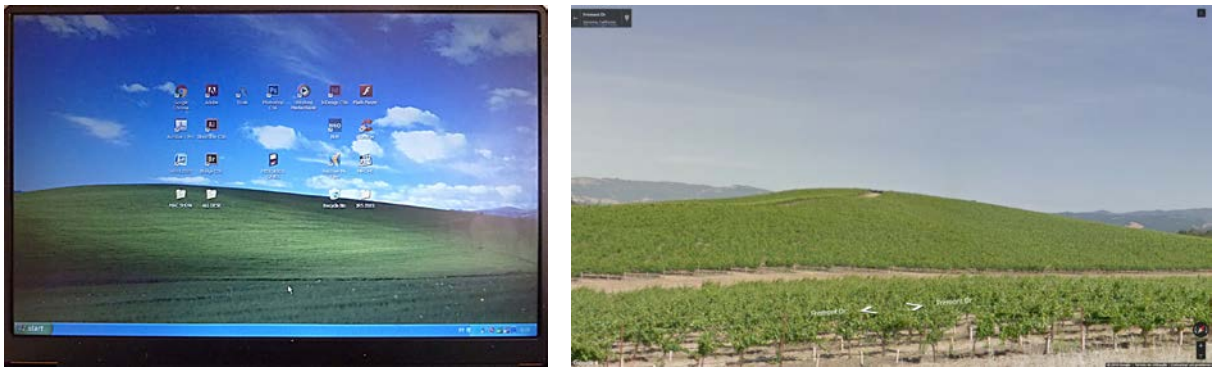

Figura 3: fotografia *Bliss* de Chris O´Rea, *Windows XP* (esquerda).
Atual localização segundo pesquisa no *Google maps* (direita).
Fotografia esquerda: António Oliveira, 2016.

A fotografia digital entrou genuinamente na engrenagem computacional ao viabilizar a interligação entre computadores, câmaras, «scanners» e impressoras. Com isso conheceu todo um novo e entusiasmante potencial que, conjugado com potentes programas e aplicações informáticas, passou a oferecer fantásticos recursos e magníficas oportunidades no âmbito do tratamento de imagem. Como explica King (2005) é ao transportar as imagens para um computador que se tem a liberdade para criar e apenas pelo recurso ao equipamento computorizado se pode tirar o máximo partido das potencialidades da fotografia digital. “Ao

[27] Charles O´Rear. Fotógrafo americano. As suas fotografias têm aparecido em milhares de publicações em todo o mundo inclusive na *National Geographic*. O seu trabalho pode ser visto em *Getty images* através de: http://www.gettyimages.pt/search/2/image?artist=charles%20o%20rear, acedido em 15 de agosto de 2016.

aliar a arte da fotografia às ciências da era informática, as câmaras digitais permitem-lhe exprimir a sua criatividade, enquanto funcionam como ferramentas de comunicação" (King, 2005 p. 2).

2.2 A evolução do «software»

É o «software» que torna possível aceder às imagens e manobrá-las nos computadores. No sentido de facilitar e evidenciar as possibilidades artísticas e as capacidades criativas, o «software» de tratamento de imagem evoluiu consideravelmente nos últimos quinze anos. Nesse sentido, tem vindo a ser munido de um crescente número de ferramentas e capacidades técnicas que permitem, com maior simplicidade, realizar operações cada vez mais complexas. Freeman afirma que o desenvolvimento deste «software» chegou mesmo a ofuscar, em vários aspetos, os avanços ocorridos nas câmaras digitais e destaca o aperfeiçoamento verificado nas técnicas não destrutivas, como as camadas de ajuste ou o manuseamento de objetos inteligentes, que permitem facilmente repor alterações aplicadas às imagens (Freeman, 2012/2015).

Programas como o *Lightroom, DxO Optics, Picasa* ou o *Paint Shop Pro* entre tantos outros, têm surgido e competido por um lugar de destaque como «software» de vertente essencialmente fotográfica (Lawton, 2016)[28].

Tom Ang refere que "um fotógrafo digital passa pelo menos tanto tempo no computador como a captar imagens" (Ang, 2016, p. 356). De entre uma vasta gama de programas dedicados à imagem, o *Adobe Photoshop*, consta como a principal referência em tratamento, edição e manipulação de imagens fotográficas. O programa, criado por Thomas Knoll e John Knoll, foi lançado em 1990 pela *Adobe Systems* e tem revolucionado a forma como a transformação de imagens tem sido possível desde então (Magno, 2010) [29].

O Amplamente difundido, o *Photoshop* permite a realização de variadíssimas tarefas que vão desde a simples visualização, recorte, enquadramento e reconversão até processos de recuperação e tratamento avançado de imagem através de complexas montagens (Rodrigues

[28] Rod Lawton. Fotógrafo profissional, também editor em revistas tecnológicas, autor de vários livros e artigos técnicos em revistas e «websites». Mais informação em: http://rodlawton.co.uk/ acedido em 16 agosto de 2016.
[29] Sérgio Magno. Editor para a revista *Exame Informática* e formador para as tecnologias informáticas.

& Pinto, 2013). Ao fornecer as ferramentas para remover, modificar ou adicionar conteúdo, quase sem esforço,[30] torna o ato de transformar imagens, fácil e divertido. Um convite à exploração. Treinar as habilidades básicas necessárias para distorcer, manipular ou combinar fotografias no *Photoshop* está ao alcance de praticamente qualquer pessoa com um computador. As autoras salientam a possibilidade, através do *Photoshop*, em combinar diversos recursos para reparar uma imagem. Ambas consideram que o mais importante no uso deste tipo de aplicações consiste em "lembrarmo-nos das imensas potencialidades que o programa oferece e sermos criativos para usar e 'misturar' todos os recursos" (Rodrigues & Pinto, 2013, p. 118). Barbato salienta a importância que o programa tem vindo a adquirir ao ser utilizado constantemente por profissionais na área do design, fotografia, vídeo, 3D e até mesmo no campo da pesquisa médica e científica (Barbato, R. 2008/2010).

Para Ward[31] o *Photoshop* é uma ferramenta libertadora, útil para aqueles que têm "mentes criativas, mas que têm dificuldades de se expressar através de meios manuais" (Ward, 2009, p. 201). Sutardja, Ramadan, e Zhao, comentam que "as ferramentas de manipulação de imagens como aquelas proporcionadas pelo *Adobe Photoshop* alcançam grande expressão artística e permitem aos seus utilizadores criarem manipulações que testam os limites da perceção natural. Distinguir imagens autênticas de imagens manipuladas têm-se tornado cada vez mais um processo intricado ao ponto de ser necessário envolver especialistas forenses para a sua correta identificação (Sutardja, Ramadan, & Zhao, 2015, p. 2).

2.3 Os formatos para imagem

Para gerir os ficheiros produzidos pelos diferentes tipos de equipamentos habilitados a fotografar e gerados pelos programas de imagem que os suportam, os fabricantes têm-se esforçado por encontrar e estabelecer normas de codificação comuns. Dos vários formatos de imagem surgidos, destacamos dois: o JPG e «Raw». Comuns como opção mas diferentes na abordagem, importa conhecê-los para entender as suas verdadeiras potencialidades.

[30] O que não implica um grau de aprendizagem moroso. Por essa razão e também pelo preço, o *Photoshop* não é o programa mais indicado para iniciantes ou utilizadores casuais. Existem, para isso, inúmeras alternativas no mercado, economicamente mais acessíveis e fáceis de entender numa lógica generalista.

[31] Al Ward é perito em *Photoshop* e autor de vários livros sobre o programa da *Adobe*. Escreve para publicações como o *Planet Photoshop*, *Photoshop CAFE*, ou *Photoshop User*. Mais informação sobre obras autor em: https://www.apress.com/index.php/author/author/view/id/2735, acedido em 13 de agosto de 2016.

2.3.1 JPG: considerações

JPG. Formato que se popularizou com a expansão da Internet pela necessidade de transferir e partilhar imagens no contexto virtual. Foi universalmente adotado e por isso todos os equipamentos fotográficos digitais atuais estão habilitados para o reproduzir (Santos, 2012). Trata-se de um formato comprimido. A finalidade principal do JPG consiste em reduzir significativamente peso ao tamanho dos ficheiros gerados e com isso rentabilizar eficazmente a gestão de memória. Permite, com isso, um armazenamento mais célere e um visionamento mais rápido especialmente quando se trabalha em rede ou se lida com uma grande quantidade de ficheiros (Rodrigues & Pinto, 2013).

Aquando da codificação de um ficheiro JPG é empregue à imagem uma compressão de dados, com vários níveis de eficácia, que possibilita reduzir até cem vezes o peso original do ficheiro. Contudo, este processo provoca sempre alguma perca de informação que é irrecuperável (Santos, 2012). Em muitos casos, como referem Rodrigues e Pinto (2013), aplicar um valor mínimo de compressão é suficiente para reduzir drasticamente o peso dos ficheiros e manter uma qualidade muito próxima ao original. Praticamente impercetível em utilizações virtuais, a degradação gerada por esta compressão, pode tornar-se demasiado evidente quando a imagem é impressa, ampliada ou alterada digitalmente (Rodrigues & Pinto, 2013).

O resultado final de um ficheiro em JPG é sempre um compromisso entre a taxa de compressão aplicada e a qualidade restante. Tendo em conta o propósito, a imagem resultante pode ou não ser adequada. Embora o formato JPG seja o preferido por entusiastas e amadores, relembra Curtin (2007), é também utilizado por profissionais em múltiplas ocasiões onde não se justifica a necessidade de realizar procedimentos que alterem significativamente as imagens.

Inerente ao seu próprio sistema de codificação, o processamento de imagens JPG pelos equipamentos fotográficos implica que vários ajustes automáticos sejam efetuados, aplicados e gravados de forma permanente no momento da exposição. Estes são realizados à revelia do utilizador e afetam diversos parâmetros como o equilíbrio de brancos, o contraste, a saturação ou a nitidez (Santos, 2012).

2.3.2 «Raw»: considerações

«Raw». Palavra de origem inglesa que significa *cru*. Designa, no contexto fotográfico, os vários formatos de imagem, não processados, existentes (Freeman, 2012/2015). O formato «Raw», alega este autor, alterou a abordagem face à captura de imagens ao oferecer a possibilidade de corrigir posteriormente erros ocorridos no momento do registo. Parâmetros como a exposição, o equilíbrio de brancos, a tonalidade ou correções quanto às distorções provocadas pelas objetivas utilizadas, passaram a ser efetuadas posteriormente com uma qualidade impossível de alcançar com o formato JPG.

O interesse pelo ficheiro «Raw» reside essencialmente no facto deste reter a maioria das informações, de forma não processada,[32] que o sensor da máquina consegue registar no ato da captura (Magno, 2010). Ao permitir que a interpretação da informação seja feita convenientemente pelo utilizador, o formato «Raw» remete o trabalho para uma fase posterior (Santos, 2012) onde a margem de manobra é consideravelmente superior àquela oferecida pelo formato JPG (Carroll, 2014)[33]. É possível, através do formato «Raw», guardar as imagens sem a maioria dos automatismos e alterações potencialmente destrutivas, presentes indiscriminadamente nos ficheiros JPG (Krug & Niggemeier, 2013)[34]. Em «Raw», os dados relativos à imagem captada são gravados com a imagem mas não aplicados de forma permanente. Esta vantagem torna-se mais clara em imagens fotografadas sob condições problemáticas de iluminação e traduz-se geralmente por uma qualidade tonal superior, detalhes mais nítidos e cores mais precisas (Freeman, 2012/2015). A escolha pelo formato «Raw» no ato de fotografar revela-se, por isso, a mais apropriada para quem deseja explorar ao máximo as potencialidades oferecidas pela fotografia digital (Santos, 2012) já que, do ponto de vista técnico e criativo, é o que oferece maior liberdade no que toca ao tratamento de imagem em computador.

Pelas suas caraterísticas, o formato «Raw» impõe a inevitável passagem das imagens fotográficas por algum tipo de «software» que interprete o seu algoritmo de codificação e com

[32] Segundo Curtin (2007), são apenas quatro os parâmetros, no ato do registo, que interferem no formato «Raw»: a abertura, o tempo de obturação, a sensibilidade e o foco.
[33] Henry Carroll é fotógrafo, escritor e professor de fotografia. Fundou a *Frui*, uma das mais influentes empresas britânicas prestadoras de serviços e cursos de fotografia. Mais em: http://www.henrycarroll.co.uk/about/, acedido em 16 de agosto de 2016.
[34] Mathias Krug e Stefen Niggemeier. Ambos de origem germânica. O primeiro editor fotográfico, o segundo fotojornalista.

isso, torna a informática imprescindível para a imagem fotográfica. Tem ainda contribuído para evidenciar o potencial criativo individual e simultaneamente induzido à experimentação de toda uma gama de sofisticados efeitos digitais acentuando, cada vez mais, a dificuldade em discernir fotograficamente que parâmetros foram efetivamente modificados (Fox & Caruana, 2012/2014)[35].

O «software» de tratamento de imagem tem vindo a adquirir cada vez mais competências para processar ficheiros «Raw». Esta capacidade, que já se encontra solidamente implementada em diversos programas avançados como o *Apple Photos, Corel AfterShot Pro, Phase One Pro* e mesmo nos mais acessíveis, *Faststone Image Viewer, IrfanView* ou *PhotoMe*.[36] Todos permitem tratar dados não processados, otimizá-los e prepará-los para o trabalho posterior (Davies, 2016)[37].

O formato «Raw» encontra-se largamente disponível num número crescente de câmaras fotográficas, maioritariamente «reflex» ou «bridge» com pretensões profissionais mas continua ainda afastado da maioria dos dispositivos móveis cujo único propósito não seja o fotográfico (Santos, 2012). Existem, contudo, alguns inconvenientes associados a este formato que importa mencionar. A necessidade de instalar «software» específico para aceder, editar e gravar as imagens em «Raw» assim como as constantes e necessárias atualizações que estes programas requerem, através de «firmware», têm colocado entraves à ampla adoção deste formato. A aprendizagem exigida para operar estes programas e as técnicas necessárias para deles tirar verdadeiramente partido também não se justificam em todas as ocasiões (Santos, 2012). A dimensão dos ficheiros gerados, agravado pela necessidade de manusear grandes volumes de imagens, requer «hardware» de topo e apropriados recursos de rede para lidar com toda a informação, situação que dificulta com frequência o seu manuseamento (Curtin, 2007). Por fim, torna-se necessário converter os ficheiros «Raw» para formatos mais comuns, como o JPG, de forma a facilitar o seu uso, partilha ou impressão (Magno, 2010).

Para usufruir do melhor que o «Raw» e o JPG oferecem, diversos modelos de

[35] Ana Fox. Autora e professora britânica especializada em fotografia e vídeo. Natasha Caruana. Artista fotográfica britânica, cofundadora do estúdio destinado a artistas: *studioSTRIKE*. Mais informação: http://www.natashacaruana.com/bio/, acedido em 16 de agosto de 2016.

[36] Inúmeros programas, gratuitos ou comerciais, incluem a leitura de formatos «Raw» nas suas especificações. No entanto, nem todos se mostram eficazes e/ou práticos na leitura destes formatos.

[37] Amy Davies. Jornalista entusiasta pelas artes visuais, fotografia e vídeo. Mais informação em https://amydavies.com/, acedido em 14 de agosto de 2016.

câmaras fotográficas têm vindo a incorporar funcionalidades que permitem gravar as imagens em ambos os formatos. Mostramos de seguida duas versões de uma mesma imagem. Foram registadas no mesmo local e com as mesmas regulações: uma em formato «Raw», a outra em JPG. Para evidenciar as diferenças efetuámos um «crop» sem alterar ou modificar qualquer parâmetro. Os resultados mostram uma nitidez superior obtida pela captação em «Raw» assim como a preservação da maioria dos detalhes após ajustes em pós-produção. Repare-se, na versão JPG, na perca dos detalhes nos ramos da árvore e na fachada exposta ao sol.

Figura 4: imagem «Raw» e parte da mesma imagem com «crop» a 100% na zona da casa.
António Oliveira, 2015.

Figura 5: imagem JPG e parte da mesma imagem com «crop» a 100% na zona da casa.
António Oliveira, 2015.

Uma breve referência ao formato DNG. Conhecido como o *Negativo Digital*, apresentado pela *Adobe Systems* em 2004, o DNG objetiva desde então padronizar os vários ficheiros «Raw» existentes (King, 2005). Reclama como vantagens uma maior versatilidade,

menor peso dos ficheiros gerados e a capacidade de conter *metadados* (Santos, 2012). Na tentativa de suprimir a atual existência dos múltiplos formatos «Raw», o DNG tem encontrado a resistência dos fabricantes que preferem ser proprietários dos seus próprios e exclusivos formatos. O facto de ser praticamente apoiado pela empresa que o criou, tem constituído o principal entrave à sua difusão (Curtin, 2007).

Não obstante, as vantagens e desvantagens de cada formato, Fox & Caruana, (2012/2014) salientam que são inegáveis as abordagens fotográficas fruto dos conhecimentos oferecidos pela experimentação digital. E isso apenas é possível graças às extraordinárias ferramentas digitais, disponibilizadas em programas especializados de pós-produção,[38] fortemente apoiadas em formatos de imagem não destrutivos.

2.4 O fluxo de trabalho em imagem

A prática digital de capturar imagens veio alterar significativamente o modo de encarar a fotografia. Esta passou desde então a basear-se muito mais numa cultura que valoriza a pós-produção como etapa fundamental no processo que envolve o trabalho com imagens (Freeman, 2012/2015). Qualquer processo criativo no qual se inclua, por alguma forma, tarefas de tratamento de imagem, pode ser esquematizado através de etapas relativamente padronizadas. Habitualmente inicia-se com a captura da imagem e o seu armazenamento em dispositivos de memória. Segue-se a realização de ajustes no próprio aparelho ou a transferência das imagens para o computador. Faz-se então a revisão e organizam-se os ficheiros. Posteriormente, na fase de pós-produção, procede-se ao tratamento de imagem, através de técnicas que incluem tarefas de edição e de manipulação. Por fim, procede-se à distribuição, envio ou partilha das imagens e o seu arquivo em memória física ou através de serviços de armazenamento «online» (Freeman, 2012/2015).

2.4.1 A edição de imagem

A edição, operação efetuada na fase de pós-produção, prepara a imagem para publicação editorial ou virtual. A sua realização pressupõe um benefício, técnico ou estético,

[38] Termo generalista que pode significar editar, manipular, melhorar, tratar arranjar ou corrigir. Constitui uma etapa integrante do fluxo de trabalho com imagens digitais. Fulcral para o sucesso de um projeto visual e determinante no momento de decidir, acolher, comprar ou rejeitar a ideia, valor ou o pensamento transmitido.

acrescido para a imagem. Curtin (2007) menciona o facto da fotografia digital poder ser editada com o objetivo de reduzir ou eliminar os seus defeitos ou torná-la mais pequena para o uso na Internet. King (2005) refere a capacidade, através da edição, de corrigir alguns parâmetros presentes na imagem digital. Realça a possibilidade de nivelar, recortar, reenquadrar, corrigir a exposição, alterar o contraste, modificar a luminosidade, mudar a saturação, alternar o balanço de brancos ou acentuar a nitidez.

Auxiliada por poderosos automatismos, a edição têm vindo a tornar os processos de alteração de imagens digitais cada vez mais céleres. Gradualmente, recursos como recortar, reenquadrar ou aplicar filtros em tempo real têm vindo a surgir em inúmeros dispositivos móveis através de múltiplas aplicações. Para Durand (2015) "atualmente, apps nativas da máquina fotográfica dos dispositivos móveis já permitem editar minimamente as imagens" (Durand, 2015, p. 66). São disso exemplo, refere este autor, utilitários como o *Aviary*, *Instagram*, *Phototastic* ou *Picsart*. Outros, como o *Serif Affinity Pro* ou o *Cyberlink PhotoDirector*, inserem-se no campo mais avançado com suporte para editar ficheiros «Raw». Com maior ou menor grau de complexidade, todos propõe funções de tratamento de imagem. Constatando a crescente implementação de funcionalidades de edição nos aparelhos digitais, Curtin (2007) antevia nas próprias câmaras fotográficas uma extensão dos computadores e proferia que que nesta "infindável lista de caraterísticas haverá um ponto de viragem em que a complexidade das funcionalidades será tal que ultrapassará a utilidade das mesmas tornando-as desnecessárias" (Curtin, 2007, p. 13). É no entanto ao trazer os ficheiros digitais para o computador que o processo de edição é verdadeiramente potenciado revelando-se, por isso, o equipamento indicado para realizar tarefas mais exigentes e complexas.

Figura 6: imagem editada em pós-produção (esquerda) e original (direita).
António Oliveira, 2016.

2.4.2 A manipulação de imagem

O verbo manipular consta no dicionário com significados diversos. Pode designar habilidade e destreza na atividade com as mãos, tornar falso, alterar, adulterar, modificar, enganar ou viciar (Porto Editora, 2016).

No campo das artes computorizadas, o termo manipulação pode entender-se como uma edição mais complexa na qual a imagem é modificada ao ponto de desvirtuar significativamente o seu conteúdo original. Manipular uma fotografia implica a ocorrência de alterações intencionais com o objetivo de produzir algo diferente do original. Inclui, por exemplo, as ações de colar, disfarçar, substituir, reposicionar, adicionar ou retirar elementos. Constituindo uma tarefa opcional na fase de pós-produção do fluxo de trabalho em fotografia digital, é uma etapa essencialmente criativa.

Qualquer imagem é fruto do resultado da expressão de pensamentos, sentimentos e ideias (Short, 2013). A fotografia pode representar a aparência visual de uma coisa mas também pode ser tecnicamente construída ou manipulada para apresentar um ponto de vista ou ideia particular. A autora realça que a função da imagem começa desde logo pela abordagem inerente ao conceito que origina a sua produção. Quanto aos seus objetivos, estes podem ser estabelecidos pela visão pessoal ou pelo uso previsto (Short, 2013).

Designers, fotógrafos e criativos[39] estão presumivelmente cientes do impacto que uma imagem fabricada pode ter no espectador. Por isso, as transformações de que são alvo ocorrem, grande parte das vezes, de forma planeada. Short (2013) frisa que alguns tipos de imagens são deliberadamente construídos "para transmitir determinada ideia ou conceito em relação a uma realidade alterada, descontextualizada ou representada" (Short, 2013, p. 16).

Os pressupostos da necessidade de manipulação são sempre subjetivos. Certo é que "a fotografia altamente construída envolve o espectador de uma maneira que desafia ou distorce suas noções de verdade e realidade" (Short, 2013, p. 16). A tarefa pressupõe um ato

[39] Para descomplicar, o termo *designer* é aqui usado para conotar qualquer indivíduo capacitado academicamente e profissionalmente para exercer a atividade, seja essa a sua função a tempo inteiro ou não. O termo *fotógrafo* é aplicado ao responsável pela captação de uma imagem, seja ou não essa a sua profissão. Por *criativos* entendem-se indivíduos que apliquem, com um determinado objetivo, algum tipo de processo que venha a alterar o formato original de uma imagem.

de reflexão onde se torna necessário analisar, repensar e questionar todas as decisões (Fox & Caruana, 2012/2014). O controlo dos parâmetros que afetam a imagem depende exclusivamente de opções criativas individuais (Curtin, 2007).

Figura 7: imagem manipulada em pós-produção (esquerda) e original (direita).

António Oliveira, 2016.

A manipulação complexa requer geralmente poderosos recursos informáticos. Potenciada por sofisticados programas de imagem como o *Adobe Photoshop* mas possível em inúmeras aplicações[40], a manipulação digital tem vindo a despertar cada vez mais interesse entre designers, fotógrafos e cativado públicos sem pretensões profissionais.

[40] Para informação mais detalhada, aconselha-se uma pesquisa no *Google Store* através do endereço: https://play.google.com/store/search?q=image&c=apps&hl=pt%20;%20https://itunes.apple.com/pt/genre/ios-fotografia-e-video/id6008?mt=8, acedido em 14 de agosto de 2016.

CAPITULO III
O MITO DA IMAGEM FOTOGRÁFICA

3.1 A necessidade de comunicar

Caraterística intrínseca do ser humano, a necessidade de estabelecer relações racionais ou emocionais com o mundo tem servido, desde sempre, como pretexto para comunicar. Demonstrando o interesse em registar memórias por meio de imagens, as primeiras manifestações de comunicação pictórica terão surgido através de gravuras rupestres, em reproduções de cenas de caça e alusões a magia (Magno, 2010).

Exteriorizações e interpretações do mundo têm sido constantemente materializadas cada vez que novos métodos para registo de imagens são descobertos. Seja em pedra, madeira, papel, em suportes de gravação analógica e digital ou armazenamento virtual, o conhecimento que se tem do mundo e da sua história deve-se ao seu registo.

1826.

Niépce[41] conseguiu, após oito horas de exposição, registar uma imagem de forma permanente. Chamou-lhe *View from the window at le Gras* e tratou-se do culminar de uma série de tentativas e experiências, conseguido de forma pioneira, através da exploração da ciência da luz, da química e da ótica (Photography School Spéos, n.d.). O resultado, apesar de muito pouco preciso, desprovido de meios-tons, com grande indefinição e ausência total de pormenores como consequência do extenso período de exposição, viria a tornar-se célebre por ser geralmente considerado o primeiro registo fotográfico do mundo.[42]

Na época, Niépce defeniu assim o seu processo: "A descoberta que anuncio ao público pertence ao pequeno número daquelas que, pelos seus princípios, os seus resultados e a feliz influência que irão exercer nas artes, se contam entre as invenções mais úteis e mais extraordinárias" (Trachtenberg, 2013, p. 31). Em defesa desta descoberta, o inventor francês alegou o alcance do seu feito atribuindo-lhe conotações mágicas (O Mundo da Fotografia Digital, 2015). A técnica agora apresentada permitia, segundo Niépce, que qualquer pessoa, pudesse obter complexos e pormenorizados registos da realidade pois, segundo o inventor, "os meios de execução são simples, não exigem nenhum saber especial para serem utilizados,

[41] Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833). Foi um litógrafo francês que consagrou grande parte da vida à tentativa de captar imagens que pudessem ser utilizadas na Litografia. Descobriu acidentalmente um processo de fixar imagens. Mais em: http://petapixel.com/2013/10/02/first-photo/, acedido em 10 de agosto de 2016.
[42] Não é inteiramente consensual. Existem registos de experiências bem-sucedidas anteriormente. Mais em: http://fotografiatotal.com/as-primeiras-fotografias-da-historia, acedido em 13 de agosto de 2016.

bastando apenas cuidado e um pouco de hábito para conseguir os melhores resultados" (Trachtenberg, 2013, p. 32). Na verdade, evidência Willette[43] (2014), a dificuldade de fotografar, reproduzir e ver, tornou desde logo claro que o processo de Niépce tinha limitações.

Daguerre[44] dá continuidade ao trabalho de Niépce após a sua morte. Aperfeiçoou o método de fotografar e apelidou-o de daguerreótipo[45]. Apesar dos constrangimentos, como os custos associados e a impossibilidade da cópia a partir da placa original, provou que este procedimento era suficientemente viável para ser comercializado. Arago[46] enalteceu a invenção de Daguerre na Câmara dos deputados, a 3 de julho de 1839, ficaram patentes as múltiplas aplicações possíveis para a fotografia em campos como a astrofísica, filosofia e astrologia (Trachtenberg, 2013). A invenção de Daguerre é anunciada ao mundo em 19 de agosto de 1839, na *Academia Francesa de Ciências*, numa conjuntura de transformações na sociedade e na cultura europeia, fruto do recente processo de industrialização.

Talbot, um cientista inglês contemporâneo de Daguerre, nos seus processos de investigação sobre a imagem fotográfica, viria a acrescentar um passo determinante que ficaria para a história da fotografia: o *Calótipo,* como assim se designou, permitia a cópia e portanto uma difusão em massa impossível de realizar com o daguerreótipo, apesar deste último possuir mais qualidade.

A fotografia adquiriu, desde logo, uma notável admiração que a distinguiu imediatamente perante uma vasta audiência de públicos diferenciados (Koch, 2009/2011)[47]. Poe[48] evidenciou, em 1840, a relação da imagem fotográfica com a alegada mecânica do meio e referiu-se nestes termos à fotografia: "O aparelho em si deve der considerado, sem margem

[43] Jeanne S. M. Willette. Historiadora americana e crítica de arte. Criadora do «website» *Art History Unstuffed.* Mais em: http://arthistoryunstuffed.com/jeanne-s-m-willette-author/, acedido em 16 de agosto de 2016.
[44] Louis Jacques Daguerre (1787-1851). Foi um cenógrafo francês, pintor e aprendiz de arquiteto. Mais em: http://www.photohistory-sussex.co.uk/dagprocess.htm, acedido em 14 de agosto de 2016.
[45] Processo que consistia basicamente no registo de uma imagem positiva sobre uma placa de cobre revestida a iodeto de prata. Resolvia o problema da fixação das imagens e reduzia consideravelmente o tempo de exposição.
[46] François Dominique Arago (1786-1853). Entre outras ocupações foi astrónomo, físico e político. Mais em: https://www.britannica.com/biography/Francois-Arago, acedido em 11 de agosto de 2016.
[47] Roberto Koch é fotógrafo e curador italiano, organizador de eventos relacionados com imagem fotográfica, com cerca de 30 anos de experiência. Mais em: http://www.journalismfestival.com/speaker/roberto-koch, acedido em 15 de agosto de 2016.
[48] Edgar Allan Poe (1809-1849). Conceituado escritor, crítico, poeta e autor americano. Mais em: http://www.eapoe.org/index.htm, acedido em 16 de agosto de 2016.

para dúvidas, como o mais importante, e talvez extraordinário, triunfo da ciência moderna" (Trachtenberg, 2013, p. 55). As primeiras discussões em torno da fotografia terão sido centradas na utilização constante e crescente das máquinas na produção de bens. A fotografia, surgiu como um "instrumento decididamente moderno, um sinal e uma profecia dos tempos de mudança" (Trachtenberg, 2013, p.13). Um símbolo incontestável de progresso que foi rapidamente entendido como um novo meio de comunicação.

3.2 O impacto inicial da fotografia

"Muitas invenções científicas da época pareciam de certo modo miraculosas ao público em geral" (Trachtenberg, 2013, p. 55). A fotografia foi disso uma referência. Não é pois de admirar que o processo fotográfico, recém-divulgado, assumisse contornos mágicos perante uma sociedade maravilhada com a facilidade de uso e a acessibilidade do processo.

No empenho pela afirmação, a fotografia enfrentou nos primeiros anos da sua existência um paralelismo que a dividiu entre a técnica, na ânsia pela representação fiel da realidade e a arte, onde se esforçou como movimento artístico no intuito de se equiparar à pintura e elevar o seu estatuto a uma das belas-artes. Vinculando-se aos domínios da ciência e da técnica, a fotografia conseguiu atrair simultaneamente a atenção do meio científico e artístico (Sontag, 1977/2012). Cientistas e artistas viram-na como um desafio. No meio científico, a fixação de imagens sobre suportes fotossensíveis, era o culminar de um extraordinário progresso com inúmeras utilizações no campo da perceção humana. Para o meio artístico, a fotografia possibilitava produzir imagens realistas de forma muito mais fiel, rápida e eficaz, do que qualquer pintor poderia jamais realizar (Fontcuberta, 2012/2014). Foi, por exemplo, através do estudo das imagens de ação rápida que, pela primeira vez, se teve a correta perceção dos movimentos locomotores do cavalo, algo que se ilustrava mal à séculos (Langford, 1981/1983)[49].

A fotografia serviu de estímulo à investigação e constituiu por si só o ponto de partida para novas abordagens visuais alterando definitivamente os modos de reprodução de pessoas e objetos. Revolucionária, na forma e nos resultados, a imagem fotográfica impôs-se

[49] Michael Langford é designer e fotógrafo. Professor canadiano com diversas obras e estudos publicados no campo da fotografia e do design. Mais em: http://www.mikeonlocation.com/, acedido em 16 de agosto de 2016.

rapidamente à pintura, ao desenho e à gravura. Colocou em causa o trabalho e a subsistência de pintores e desenhadores que ilustravam, até então e sem concorrência, a realidade. A constatação dos resultados alcançados pela fotografia faria o pintor francês Delaroche[50] proferir, em 1895, o célebre comentário: "A partir de hoje, a pintura está morta!" (Trachtenberg, 2013, p. 13).

O entusiasmo inicial pela fixação da imagem ficou patente nas palavras de Aboott[51] numa referência à invenção de Daguerre, na qual Abbott salientava a possibilidade das classes sociais, com menor poder económico, poderem adquirir um retrato fotográfico. Para além do retrato, rapidamente se tornou evidente a importância da fotografia no campo documental, de viagem, como testemunho em cenários de guerra, como canal de alerta para temáticas sociais e ambientais ou apenas pela simplicidade no registo da banalidade da vida quotidiana (Trachtenberg, 2013).

Antes do final do século XIX havia já experimentações fotográficas com estereoscopia,[52] fotografia a cores[53] e fotografia em movimento[54] (Guillemot & Talamon, 2000). A entrada no séc. XX dá-se com a imagem fotográfica em plena fase de ascensão e reconhecimento, estabelecendo-se como prova fidedigna e derradeiro registo da realidade.

3.3 A realidade da imagem fotográfica

Aos olhos da sociedade do século XIX, a formação das imagens fotográficas sobre uma superfície fotossensível era algo que acontecia de forma autónoma e sem aparentes intervenções humanas o que parecia provar inequivocamente a transcrição da realidade (Fontcuberta, 2012/2014). Este fator terá sido suficiente para alimentar a crença da fotografia

[50] Paul Delaroche (1797-1856). Influente pintor francês e professor na *Academia Francesa das Belas-Artes*. Mais em: http://www.visual-arts-cork.com/famous-artists/paul-delaroche.htm, acedido em 10 de agosto de 2016.
[51] Berenice Abbott (1898-1991). Escultora, fotógrafa e artista de origem americana. Mais em: http://www.atgetphotography.com/The-Photographers/Berenice-Abbott.html, acedido em 10 de agosto de 2016.
[52] Charles Wheatstone (1802-1875) apresentou, em 1833, um dispositivo que combinava duas imagens para produzir uma perceção de profundidade. Designou-o por espelho refletido estereoscópico. Mais em: http://www.cybersight.org/bins/content_page.asp?cid=1-8989-8994-9004, acedido em 16 de agosto de 2016.
[53] A primeira fotografia colorida, permanente, obtida pelo processo *Autochrome*, data de 1861 pelo físico James Clerk Maxwell (1831-1879). Mais em: http://www.theguardian.com/artanddesign/picture/2013/jul/09/first-colour-photograph, acedido em 16 de agosto de 2016.
[54] O cinematógrafo dos franceses Irmãos Lumière, é o culminar de vários melhoramentos para produzir imagens em movimento. A primeira sessão comercial foi realizada no *Grand Café de Paris*, no ano de 1895. Mais em: http://precinemahistory.net/1895.htm, acedido em 8 de agosto de 2016.

como um credível e confiável registo documental. Fontcuberta (2012/2014) não dúvida que a suposição de veracidade é um princípio presente desde o início da fotografia. Sobre o assunto, Sontag confiava que a origem mecânica do processo fotográfico tinha associado a imagem fotográfica à realidade de forma inequívoca (Trachtenberg, 2013). Hine[55] afirmava, nos primeiros anos do século XX, que a fotografia possuía um realismo próprio por ter uma "atração intrínseca que não se encontra noutras formas de ilustração" (Trachtenberg, 2014, p. 126). Segundo W. Hine, esta era razão que levava o senso comum a acreditar que a fotografia não mentia.

No sentido de entender se a imagem é o que pretendia mostrar, Arnheim[56] classificava as fotografias segundo os parâmetros de autenticidade, verdade e correção. No primeiro, averiguava a existência de processos de edição ou manipulação. Para o segundo, procurava perceber se a imagem correspondia ao que a câmara realmente tinha captado, isto é, se os tons eram fiéis, se as distorções óticas não afetavam a imagem ou se as proporções eram corretas. Por último, tentava entender se a imagem mostrada transmitia corretamente a afirmação dos factos (Trachtenberg, 2014). Para Webb a fotografia nunca poderá representar inteiramente a verdade. No entanto, detém o poder para moldar a história pelo simples facto de estar, culturalmente, associada à verdade. O autor exemplifica-o na forma como certos eventos ou acontecimentos têm vindo a ser percecionados através das imagens que os representam (Web, 2010/2015).

Tagg[57] afirma que o caráter vinculativo da fotografia e a constatação generalizada como meio credível resulta na sua utilização por estabelecimentos científicos, departamentos estatais, polícia e tribunais. Algo que não acontece com outros meios (Trachtenberg, 2014). Para Freeman, a fotografia tem sempre uma base assente numa representação de algo que existe ou existiu, portanto real, pelo menos no sentido em que, independentemente se encenado, composto ou fabricado, esteve em frente à câmara (Freeman 2007/2012). Fontcuberta (2012/2014) salienta que reconhece existir uma vontade consciente em acreditar nas imagens. O autor crê que, na sua maioria, os indivíduos estão conscientes do fator da intervenção humana mas tal não impede a necessidade humana de tendencionalmente

[55] Lewis Wickes Hine (1874-1940). Foi um fotógrafo americano, conhecido pelo uso habilidoso da arte. Mais em: https://www.britannica.com/biography/Lewis-W-Hine, acedido em 15 de agosto de 2016.
[56] Rudolf Arnheim (1904-2007). Filósofo alemão, especialista em arte e história. Mais em: https://dictionaryofarthistorians.org/arnheimr.htm, acedido em 16 de agosto de 2016.
[57] John Tagg. Professor inglês com 40 anos de experiência de ensino em universidades britânicas e americanas. Mais em: https://www.binghamton.edu/art-history/faculty/jtagg.html, acedido em 9 de agosto de 2016.

acreditar num fenómeno que conota como credulidade generalizada. No entender de Sontag "a necessidade de comprovar a realidade e de engrandecer a experiência através das fotografias é uma forma de consumismo estético a todos nos entregamos" (Sontag, 1977/2012, p. 32).

3.4 A subjetividade da imagem fotográfica

Desde a sua invenção que a fotografia tem dividido opiniões entre os que a consideram como uma tecnologia que simplesmente grava as coisas como elas são e os que contestam este princípio. A vasta panóplia de equipamento digital e aparelhos de comunicação desenvolvidos nos últimos vinte anos mudaram significativamente a cultura visual das gerações que se desenvolveram após a última década do século XX. Rose (2012) crê que a natureza das próprias imagens digitais está a mudar a visão contemporânea. A tecnologia por detrás da sua produção tem colocado em causa o sentido de verdade outrora associado à imagem fotográfica.

Robinson[58] não negava que os meios mecânicos reforçaram inicialmente a crença na objetividade da fotografia mas também acreditava na necessidade de subjetivar os resultados. Afirmou que "a teoria da arte contemporânea impunha a adesão às convenções do realismo, embora exigisse ao mesmo tempo algumas manifestações do génio e da emoção do artista num quadro" (Trachtenberg, 2013, p. 105). Sontag, advertia que "as imagens fotográficas dificilmente são assim tão reais" (Trachtenberg, p. 339). A autora argumentava que era a realidade que se assemelhava cada vez mais àquilo que as câmaras fotográficas registavam e que, paradoxalmente, a realidade começava a ser examinada e avaliada segundo a sua fidelidade às fotografias. Acrescentava que foi devido a essa forma rápida e aparentemente inócua de possuir a realidade que revelou a fotografia como um poderoso meio para controlar essa mesma realidade (Sontag, 1977/2012). Para a autora, a fotografia tornava-se num canal de informação por excelência capaz de transformar as próprias noções de realidade. Kracauer[59] constatou que, num ímpeto criador, muitos fotógrafos depressa ambicionaram produzir imagens que não fossem meras representações da realidade (Trachtenberg, 2013).

[58] Henry Peach Robinson (1830-1901). Um dos mais influentes fotógrafos do movimento *Pictorialista* na segunda metade do século XIX. Mais em: https://www.britannica.com/biography/Henry-Peach-Robinson, acedido em 10 de agosto de 2016.

[59] Siegfried Kracauer (1889-1966). Prestigiado crítico alemão de cinema e literatura. Mais em: http://www.ucpress.edu/book.php?isbn=9780520271838, acedido de 19 de julho de 2016.

Para Fontcuberta, Daguerre cedo tivera a consciência de que a sua invenção possuía "caraterísticas de fidelidade e precisão tão prodigiosas que eram capazes causar comoção suficiente para transmutar a curiosidade em acontecimento. O daguerreótipo já anunciava não apenas a ´sociedade da informação´, mas também a ´sociedade do espetáculo´" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 107). A este respeito, Sontag afirmava que "a capacidade da câmara para transformar a realidade em beleza deriva da sua relativa insuficiência como meio para vincular a verdade" (Sontag, 1977/2012, p. 113). Para a autora, esta era a justificação para a necessidade de embelezar a realidade e razão pela qual "em rigor, nunca se pode compreender nada a partir de uma fotografia" (Sontag, 1977/2012, p. 31). Na busca por este padrão idealista residia, segundo Sontag, o verdadeiro incentivo que levava as pessoas a fotografar. Para esta autora, "a fotografia acabou por se tornar, mais do que o mundo, o padrão da beleza." (Sontag, 1977/2012, p. 87). Robinson considerava a fotografia, nas suas primeiras décadas, como o "exemplar mais perfeito de realismo que o mundo pode produzir". (Trachtenberg, 2013, p.110). Contudo, acrescenta o autor, o processo sofreu as consequências da exigência de todo um conjunto de indivíduos que não se contentaram com meros registos. Segundo Robinson "por mais realista que um homem possa ser, ele não aguenta demasiados factos; é fácil fartar-se de tanta realidade, e quer um pouco de mistificação como um escape" (Trachtenberg, 2013, p.110). Emerson afirmava, na última década do século XIX, que as imagens fotográficas eram confiáveis. Atribuía-lhes mérito pelo facto de "podemos confiar nelas como registos históricos" (Trachtenberg, 2013, p. 117). No entanto, também via na fotografia uma forma satisfazer o artista. Para além das poses e cenários pouco naturais, desenvolveu técnicas, através de efeitos e ocultação de defeitos, de embelezar a realidade. Robinson reconhecia o processo fotográfico como algo que se apresentou como verdadeiro mas que rapidamente procurou outras formas de expansão para extravasar a realidade.

Figura 8: ilusão ótica, imagem não manipulada.
É o reflexo de luzes interiores no vidro que faz crer que existem objetos a pairar no céu.
António Oliveira, 2015

Sontag é perentória: "O facto de as fotografias serem frequentemente elogiadas pela sua franqueza e honestidade mostra que, na sua maior parte, não são, obviamente, inocentes" (Sontag, 1977/2012, p. 88). Freeman alerta para o facto da tecnologia digital levar a considerações erradas. O autor aponta o dedo às vozes críticas que repudiam o facilitismo oferecido pelos meios de tratamento digital "como se a única coisa que impedisse os fotógrafos de cometer uma fraude fosse a dificuldade técnica. Na realidade confiar na autenticidade inata do meio era uma atitude ingénua" (Freeman, 2007/2012, p. 184).

O fotógrafo italiano Palmisano[60] não tem dúvidas em afirmar que o pós-processamento tenciona frequentemente enaltecer o original simplesmente porque este nem sempre corresponde às expectativas iniciais (Krug & Niggemeier, 2013).

Embora elogie a aptidão visual, por superar as interpretações padronizadas e automatizadas das câmaras fotográficas, Santos (2012) reconhece a possibilidade de realizar, através do equipamento fotográfico, vários truques, como o congelamento da ação ou arrastamentos de luz, que não são possíveis ao homem percecionar de forma natural. O autor vê na fotografia uma forma de "ir além dos nossos sentidos" (Santos, 2012, p. 14).

A fotografia, invenção que nasce para competir com a pintura na representação do real, tem vindo a aproximar-se cada vez mais da fantasia, do irreal, e do inexistente.

[60] Claudio Palmisano. Fotógrafo e artista digital Cofundador da *10b*, um centro profissional de fotografia sediado em Roma. Mais em: http://www.claudiopalmisano.com/, acedido em 15 de agosto de 2016.

CAPÍTULO IV
A IMAGEM FOTOGRÁFICA E O DESIGN

4.1 A intervenção humana

Emerson[61] afirmou, ainda antes do final do século XIX, que não era o aparelho que escolhia a fotografia, mas o homem que a operava (Trachtenberg, 2013). Também Robinson , contrariamente aos críticos que defendiam a total objetividade da fotografia e como tal, algo que nunca poderia ser considerado arte, considerava que a obra final continha, de algum modo, a influência do seu autor (Trachtenberg, 2013). Já Zayas[62] diferenciava a fotografia documental que considerava ”uma investigação livre e impessoal” (Trachtenberg, 2013, p.144) da fotografia artística, que entendia como uma “representação sistemática e pessoal” (Trachtenberg, 2013, p.144) no sentido em que exprimia “uma ideia preconcebida para provocar uma emoção” (Trachtenberg, 2013, p.144). Kracauer notava que “dentro dos limites deste meio, sem recorrer a qualquer método de controlo que não seja fotográfico […] o fotógrafo pode partir de um registo literal e ir até onde quiser” (Trachtenberg, 2013, p.189). Também Weston[63] considerava que existiam demasiados meios para controlar a fotografia e enumerava, como exemplo, decisões que permitiam mudar a composição, o ângulo da câmara, a incidência da luz, o filtro ou variar os tempos de exposição, como forma de alterar os resultados (Trachtenberg, 2013). Por seu lado, Koch refere-se à fotografia como um meio “capaz de testemunhar um ato como um registo fidedigno” (Koch, 2009/2011, p. 7) mas também lhe atribui “um grande potencial como um meio de expressão pessoal” (Koch, 2009/2011, p. 7).

As decisões sempre fizeram parte do processo fotográfico. Seja pela escolha de equipamentos, regulação de parâmetros ou adoção de determinadas técnicas, cada juízo influencia o resultado final. Parecem estar, pois, implícitas ao longo de todo o processo, validações e interpretações humanas. Segundo o fotógrafo espanhol Ignacio Palacios,[64] as escolhas, decisões e interpretações são inerentes ao próprio ato de criar e não podem ser ignoradas (Palacios, 2015).

[61] Peter Henry Emerson (1856-1936). Foi um fotógrafo inglês que se esforçou por promover a fotografia como uma forma de arte independente. Mais em: https://www.britannica.com/biography/Peter-Henry-Emerson, acedido em 15 de agosto de 2016.
[62] Alan Marius Zayas (1880-1961). Foi artista, ilustrador e escritor mexicano que fez carreira nos EUA. Mais em: http://www.oxfordartonline.com/public/page/GAO_free_article_DeZayas, acedido em 12 de agosto de 2016.
[63] Edward Weston (1886-1958). Foi um dos mais influentes fotógrafos americanos do século XX. Mais em: http://edward-weston.com/edward-weston/, acedido em 5 de agosto de 2016.
[64] Ignacio Palacios. Fotógrafo de origem espanhola. Especializado em imagem e assumido entusiasta das técnicas digitais. Trabalha para a *National Geographic*, *Australian Geographic* e *Lonely Planet Guides*. Mais em: http://www.iptravelphotography.com.au/about.php, acedido em 1 de agosto de 2016.

"A câmara por si só é capaz de produzir fotografias. Já compor uma imagem e personalizá-la requer esforço" (Freeman, 2007/2012, p. 129). Este autor crê que uma fotografia, ao cuidado de um indivíduo experiente e empenhado, pode ser muito mais do que um simples registo automatizado e acredita mesmo que, para se obter uma boa imagem, é necessário estabelecer um equilíbrio na relação entre homem e máquina (Freeman, 2007/2012). Também Sontag salientava a relevância em privilegiar o indivíduo e as suas ações renegando a câmara e toda a tecnicidade a ela associada para segundo plano (Sontag, 1977/2012). Sobre o assunto, Carroll (2014) evidencia que "saber exatamente quando pressionar o botão do obturador é um dos aspetos simples mais importantes da fotografia" (Carrol, 2014, p. 102). O autor crê que a obtenção de uma boa fotografia depende essencialmente da visão do indivíduo. Todos os aspetos técnicos servem apenas como auxílio em decisões primeiramente humanas. O ser humano pensa, sente e emociona-se. Intencionalmente ou inconscientemente interpreta e toma partido, acrescenta Fontcuberta (2012/2014). Para Freeman "os fotógrafos compõem as imagens de acordo com as suas intenções" (Freeman, 2007/2012, p. 6).

Carroll esclarece que o ato de *ver* implica um complexo processo que associa múltiplos recursos do foro sensorial de forma a responder aos instintos. Afirma, por isso, que "o que é fascinante para uma pessoa é banal para outra" (Carroll, 2014, p. 7). Fotografar não se resume ao emprego de um conjunto de técnicas ou regras mas essencialmente a sentimentos, avaliações e abordagens onde se realça a importância da visão, como caraterística sensorial e única, que despoleta emoções diferentes de indivíduo para indivíduo.

Fontcuberta (2012/2014) salienta a importância das decisões nos registos pois considera que nestes atos reside uma grande margem para a abstração. Sobre o assunto, Freeman questiona: "pode uma boa fotografia ser calculada para apelar a uma determinada audiência?" (Freeman, 2011, p. 24) ou "será necessário que uma boa fotografia seja sempre desafiante?" (Freeman, 2011, p. 24). Segundo o autor as repostas são ambíguas e têm de ter em consideração a audiência para o trabalho em questão, a competição e a opinião dos críticos. Para Freeman, apenas uma pequena parte da fotografia, propriamente dita, é construída e fabricada. Palacios assume que a maioria dos profissionais têm a plena consciência de que ao regular a abertura, a velocidade do obturador ou pela escolha das objetivas, estão a alterar a cena diante dos seus olhos e conscientemente a alterar a realidade.

A este propósito Fontcuberta salienta que "a formação da imagem aparece como um encadeamento de decisões" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 64). Isto torna a imagem pictórica e digital idênticas na subjetividade pois apenas a técnica varia. É precisamente, pela sua singularidade e potencialidade criativa que o fotógrafo deve valorizar a sua visão, acrescenta (Webb, 2010/2015). Carrol (2014) entende que a visão e interpretação pessoal são muito mais valiosa, do ponto de vista artístico, do que os conhecimentos técnicos e neste ponto considera que o fotógrafo é mesmo o grande responsável pelos resultados fornecidos pela câmara.

4.2 A adulteração da imagem

Strickland[65] acautela que existe uma ideia deturpada acerca da imagem fotográfica e do que esta representa. Segundo a produtora, a fotografia aparentemente fácil oculta na verdade a sua real dificuldade. Considera Strickland (2012) que para muitos profissionais fazer uso de filtros e aplicar toda uma panóplia de efeitos nas imagens é condição suficiente para as transformar em arte. Fox e Caruana reconhecem que em relação ao tratamento de imagem "é fácil se deixar levar e ´exagerar´ nos efeitos digitais" (Fox & Caruana, 2012/2014, p. 94). Para Boering[66] (2015), a maioria dos fotógrafos parece não conseguir resistir à tentação de utilizar os potentes recursos de pós-processamento para melhorar esteticamente as imagens.

Campbell[67] entende ser grande o potencial para a manipulação fotográfica ao longo do processo fotográfico, desde a sua captura até à sua distribuição (The New York Times, 2015). Fontcuberta (2012/2014) reafirma que "Toda a fotografia é, antes que espelho, especulação, já que é essencialmente uma manipulação mais ou menos inconsciente" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 56). Para Palacios (2015) o ato fotográfico implica captar algo de especial, não necessariamente o que estava presente. Quanto ao estilo e quantidade de alterações, Palacios afirma que tem tudo a ver com o uso e a finalidade ao que se alia a criatividade imputada ao registo.

[65] Ashley Strickland é produtora e editora para a CNN. Mais em: http://edition.cnn.com/profiles/ashley-strickland-profile#about, acedido em 16 de agosto de 2016.
[66] Lars Boering. Experiente fotógrafo holandês, conselheiro de imagem e professor. Mais em: http://www.worldpressphoto.org/news/2014-11-10/lars-boering-new-managing-director-world-press-photo, acedido em 15 de agosto de 2016.
[67] David Campbell é escritor, produtor e professor de Cultura e Estudos Visuais. Desde janeiro de 2016, exerce o cargo de Gerente de Comunicação e Marketing na fundação *World Press Photo*. Mais informação em: https://www.david-campbell.org/, acedido em 15 de agosto de 2016.

Ingledew (2013/2016) atribui às fotografias o facto de inspirarem a mente e despertarem a imaginação humana. Fontcuberta alerta que a fotografia deve agora ser observada "como um domínio da nova ordem proporcionado pelos meios electrónicos cujo efeito de ´desrealização´ não se reduz à representação do real, aplicada à imagem, mas corresponde a todas as nossas maneiras abstratas de construir a realidade" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 103). Short (2013) estabelece vários níveis de verdade em função de parâmetros que abrangem a perspetiva do seu autor, decisões de âmbito técnico e carácter estético ou a forma como uma determinada situação ou ideia se quer representada. Determinante, para além dos aspetos técnicos inerentes à escolha do equipamento ou do formato da imagem, é a intenção do sujeito retratado: pela pose, abordagem gestual ou indumentária. O público pode atribuir um significado ou valor específico à imagem que, por sua vez, é consequência do modo como é representada, vista e mostrada (Short, 2013).

A fotografia, que historicamente registou uma faceta de pretensa em registar acontecimentos de forma fiel e real, tem-se debatido com a crescente constatação de que pode ser facilmente adulterada. Na opinião de Fontcuberta (2012/2014), este fator relega-a para uma mera representação da realidade. Esta problemática "diz respeito às opções do fotógrafo contemporâneo" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 150). A tecnologia digital tem contribuído para acentuar o descrédito popular em relação à fotografia enquanto documento mas tal não é consequência das possibilidades de transformação que a tecnologia digital proporciona. Para Fontcuberta, o facto está essencialmente relacionado "com a simplicidade do seu manejo" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 66). E isso, segundo o autor, tem ajudado a criar toda uma "nova consciência crítica por parte dos espectadores" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 66).

Short (2013) realça que as imagens digitais vieram acentuar o dilema ético no que respeita à verdade inerente na manipulação de imagens. Atualmente, as mais importantes e controversas questões éticas são as morais. Questões éticas são, no entanto, difíceis de balizar. A quantidade aceitável de pós-processamento é matéria de subjetividade e de interpretação não consensual. Palacios (2015), que defende a isenção de técnicas de retoque em trabalhos documentais, justifica que esta dificuldade é acentuada pelo próprio equipamento fotográfico[68].

[68] O fotógrafo exemplifica este problema questionando se uma imagem apenas é verdadeira pelo uso de uma objetiva de 50mm de distância focal, a que mais se aproxima ao campo de visão humano.

Quando se trata de julgar decisões criativas, Albert[69] frisa a importância de saber os limites defendendo a necessidade de interpretar primeiro uma imagem (Krug & Niggemeier, 2013). Webb evidência que o dilema moral sobre o uso de técnicas de edição e manipulação de imagem acentuou-se pelo uso das câmaras digitais (Webb, 2010/2015). Segundo Fontcuberta, a prática de técnicas de manipulação floresceu com a fotografia digital "com a qual já se conta e a que quase ninguém presta atenção" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 131) o que vai de encontro aos desejos de um público consumidor que parece aceitá-la sem colocar reservas. Para Fontcuberta, "nós, os espectadores, somos os responsáveis pela nossa perceção" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 152). A imagem digital passou a significar algo que é construído ou passível de ser construído. E isso, evidencia o autor, representa uma mudança na relação cognitiva entre o indivíduo e a fotografia que passou a residir no facto da máquina fotográfica digital incentivar à prática de técnicas de manipulação. É precisamente pela facilidade de ser manipulada que a imagem fotográfica é, muitas vezes, considerada uma falsidade (Fontcuberta, 2012/2014).

As imagens fotográficas nunca são inocentes. Interpretam, representam e mostram o mundo nas mais diversas maneiras (Rose, 2012). Assume-se vulgarmente que as imagens são fabricadas e retocadas. Interroga-se constantemente a sua veracidade. O que dantes era visto como uma realidade irrefutável agora é visto com desconfiança (Strickland, 2012). Esta noção, no entender de Fontcuberta (2012/2014), deve-se parcialmente ao uso de computadores que passaram a partilhar um espaço comum com as imagens digitais como preciosos auxiliares na criação gráfica. "Estamos, portanto, condenados a aprender a conviver com essa desconfiança fazendo uma pedagogia que transcenda o ingénuo conceito de ´manipulação de imagem´" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 141).

No campo do design gráfico, a imagem não é um mero objeto desprovido de sentido, objetivos ou pretensões.[70] O seu significado sempre foi sujeito a definições culturais próprias. Sekula[71] afirmava que "toda a comunicação é, em maior ou menor medida, tendenciosa; "todas as mensagens são manifestações de interesses" (Trachtenberg, 2013, p. 387).

[69] Micah Albert é um fotógrafo americano. «Freelancer» no campo da fotografia documental. Trabalha para a *Redux Pictures Photo*. Mais em: http://www.micahalbert.com/info/, acedido em 15 de agosto de 2016.
[70] O uso de imagens fotográficas para enaltecer indivíduos, interesses, fomentar carreiras, vender produtos, serviços ou ideias está historicamente documentado com múltiplos exemplos de embustes.
[71] Allan Sekula (1951-2013). Foi um fotógrafo americano, historiador e crítico de arte. Influente artista e cineasta. Mais em: http://bombmagazine.org/article/2754/allan-sekula, acedido em 15 de agosto de 2016.

Para Fontcuberta (2012/2014) a criação da imagem está envolta numa engrenagem economicista que visa o lucro fácil e fomenta a adulteração para apadrinhar "políticas editoriais, simpatias ideológicas, lógicas mercantilistas ou pressões de «lobbies»" (Fontcuberta (2012/2014, p. 141). Short (2013) evidencia que o problema não é distinguir entre imagens com pretensões criativas e documentais. Muitas vezes, géneros diferentes tendem a fundir-se no produto final. A autora reconhece que a fotografia criativa e documental têm objetivos distintos mas crê que existe um engano associado quando se tenta fazer, por exemplo, que as pessoas adquiram atributos que as tornem mais atraentes ou que os lugares pareçam mais bonitos. Esse tipo de manipulação é efetuado com o objetivo de favorecer o conteúdo e de agradar. Visa, sobretudo, interesses comerciais e na realidade, comenta Short (2013), é apenas uma distração e baseia-se muitas vezes em algo que vagamente ou nunca existiu.

Lyttle[72] encontra as justificações para o uso da manipulação em razões estéticas. Crê que, embora exista uma preocupação para não alterar a verdade, o mercado assim o determina ao exigir que as imagens se destaquem e isso apenas se consegue, segundo ela, através da adoção de técnicas que envolvam processos de edição ou manipulação (The New York Times, 2015).

Para Webb a problemática que se coloca no tratamento de fotografias não é novidade uma vez que, na sua opinião, "sempre houve manipulação na câmara escura por meio do retoque ou da dupla exposição, mas esses efeitos são muito mais fáceis de serem reproduzidos digitalmente e mais difíceis de serem detetados" (Webb, 2010/2015, p. 190). Palacios (2015) afirma que a manipulação de imagens remonta ao aparecimento da própria fotografia. Para Short (2013), as imagens fotográficas também foram sempre manipuladas. A autora refere que, "na melhor das hipóteses, representam a visão subjetiva do fotógrafo num determinado momento" (Short, 2013, p. 182).

Freeman não duvida que "sempre houve manipulação de imagens – realizada abertamente para efeitos especiais, como na publicidade, ou clandestinamente para levar o observador ao engano -, mas esta exigia um grande esforço" (Freeman, 2007/2012, p. 184).

[72] Melyssa Lyttle é fotógrafa independente, sediada na Florida. Especializada em projetos documentais e viagens. Editora e «freelancer» com vários trabalhos publicados no *The New York Times*. Mais em: http://www.melissalyttle.com/index, acedido em 15 de agosto de 2016.

Sobre o assunto, Roh[73] evidenciava o papel que a fotomontagem desempenhava na perceção do que era a fotografia referindo-se ao termo como uma "profunda necessidade da imaginação humana" (Trachtenberg, 2013, p. 178).

A adulteração de imagens fotográficas veio a tornar-se um meio de expressão adotado por artistas de movimentos como o *Dadaísmo*, *Cubismo* ou *Pop-arte*. Langford salientava a importância que artistas famosos, como Richard Hamilton[74] ou Andy Warhol,[75] tiveram a partir da década de 60 na generalização do emprego comercial deste tipo de técnicas (Langford, 1981/1983). Para Langford as imagens alteradas são comuns e essencialmente "fantasias, que são aceites como parte integrante da atividade artística e da promoção e apresentação de produtos" (Langford, 1981/1983, p. 12). Por considerá-las óbvias, entendia que não pretendiam enganar ninguém e por isso apelidava-as de "fascinantes e irreais" (Langford, 1981/1983, p. 12).

As antigas técnicas de manipulação, como a sobreposição de negativos ou a fotomontagem, podem estar totalmente obsoletas face às técnicas digitais mas parece inegável que acompanharam a fotografia ao longo de praticamente todo o seu percurso. "Essas formas arcaicas de manipulação abriram caminho às trucagens digitais atuais" (Fontcuberta, 2012/2014, p. 113).

4.3 O impulso criativo

As câmaras digitais trouxeram para a fotografia uma entusiasmante abordagem na exploração das capacidades criativas e visões artísticas individuais (King, 2005). Fontcuberta (2012/2014) é da opinião que ninguém duvida que a tecnologia digital trouxe para a fotografia uma liberdade de criação sem precedentes. Strickland (2012) enaltece a tecnologia digital por oferecer aos artistas um meio de poder materializar em imagens os resultados das suas mentes imaginativas. Para Palacios (2015) a manipulação pode afetar a fotografia de maneiras distintas. Se por um lado, parece promover o desenvolvimento de criatividade, por outro pode

[73] Franz Roh (1890-1965) Historiador alemão e crítico de arte moderna com formação em História de Arte e Filosofia. Mais em: https://dictionaryofarthistorians.org/rohf.htm, acedido em 15 de agosto de 2016.
[74] Richard Hamilton (1922-2011). Artista e pintor inglês. Mais em: http://www.tate.org.uk/art/artists/richard-hamilton-1244, acedido em 15 de agosto de 2016.
[75] Andy Warhol (1928-1987). Influente artista americano no campo da arte, fotografia e pintura. Mais em: https://www.britannica.com/biography/Andy-Warhol, acedido em 15 de agosto de 2016.

destruir a beleza de um registo captado com toda a sua naturalidade. Contudo é perentório no seu julgamento pessoal ao afirmar que criar imagens com «software» de tratamento gráfico é um ato criativo fruto de uma experiência pessoal que é, acima de tudo, gratificante. A dramatização de fotografias é para Honnef[76] uma reação ao crescente fluxo de imagens, presente e acessível especialmente na Internet (Krug & Niggemeier, 2013). O professor refere que a competição entre os produtores de imagens é muito forte. Para se evidenciarem e superarem a concorrência têm de recorrer a ferramentas de tratamento digital de imagem. Coyne[77] observa que o desenvolvimento digital tornou o «software» de tratamento de imagem acessível a todos que nele viram a possibilidade de tudo ver e de expandir a sua visão criativa (Strickland, 2012).

Por vezes, aponta Palacios (2015), o «software» de tratamento de imagem permite ao artista divagar e fazer praticamente tudo o que lhe ocorre e isso, segundo Palacios, reforça os valores de motivação e inspiração. Desde que estejam assegurados os valores de seriedade, o autor que não vê razão para abdicar das ferramentas digitais.

No entender de Lanford (1983) "A fotografia é um meio de expressão e comunicação que pode ser usado com a mesma liberdade de imaginação que qualquer outro meio" (Langford, 1981/1983, p. 6). Para Arden[78] "todas as pessoas criativas precisam de algo com que se possam rebeliar, é o que trás excitação às suas vidas" (Arden, 2003/2008, p. 11). Palacios (2015) acrescenta que é possível estabelecer uma relação entre fotografia e criação, recurso que entende integrante do processo criativo e no qual os limites devem ser julgados pelo critério individual de quem os produz. A questão adensa-se quando as alterações aplicadas não são efetuadas com um intuito exclusivamente criativo mas tentam induzir o observador ao engano favorecendo o conteúdo ou fazendo-o crer em algo que nunca existiu. Esta conjuntura é usualmente utilizada na imagem comercial e nela mais se reflete (Webb, 2010/2015). Para (Krug & Niggemeier, 2013) não se trata de saber se esta informação é pós-processada ou não mas apenas de entender *como* e *porquê*.

[76] Klaus Honnef. Crítico de arte alemão. Editor, curador e professor de fotografia. Mais em: http://www.klaushonnef.de/, acedido em 15 de agosto de 2016.
[77] Patrick Coyne é designer e editor da *Communication Arts.* Mais em: http://aigasf.org/about/people/coyne, acedido em 15 de agosto de 2016.
[78] Paul Arden (1940-2008). Foi diretor criativo da *Saatchi and Saatchi* e um influente autor em publicidade e motivação. Mais em: https://www.theguardian.com/culture/2008/apr/09/advertising, acedido em 15 de agosto de 2016.

Os procedimentos que envolvem frequentemente ações de tratamento, edição ou manipulação de imagem, constituíram sempre um foco de discórdia. Longe de uma posição consensual, todos parecem ter uma opinião formalizada que chega a radicalizar-se. Parte da sociedade apelida de fraudulenta qualquer alteração à imagem. Para a outra fação, parece não haver limites quando se trata de a enaltecer (Freeman, 2012/2015).

Figura 9: uso de imagem fotográfica como base para criações artísticas em design.
António Oliveira, 2016.

Em sua defesa Palacios (2015) argumenta que a manipulação sempre esteve presente na generalidade das artes deste a pintura ao desenho ou à escultura. O espanhol não deixa de elogiar os programas de tratamento de imagem por considerá-los ferramentas modernas através das quais encontra a possibilidade de processar e reforçar qualquer imagem e editá-la para coincidir com a sua visão inicial. Estas tarefas, segundo Palacios (2015), requerem muitas vezes pequenas correções e ajustes que programas como o *Photoshop* resolvem de forma muito eficaz.

As críticas apontadas ao tratamento de imagem parecem acentuar-se quando a tentativa de enganar é consciente e em campos onde não deveria acontecer. Palacios (2015) sublinha que o fotojornalismo é a área onde existe menos tolerância devido a condutas mais rigorosas. Mesmo assim a manipulação parece estar frequentemente presente ou ser tentada. Palmisano relembra o prémio arrecadado pelo seu compatriota e fotógrafo Francesco Zizola[79]

[79] Francesco Zizola. Fotógrafo italiano sediado em Roma. Fundador da agência *Noor*. Mais em: http://www.zizola.com/, acedido em 15 de agosto de 2016.

atribuído em 2008 pela fundação *World Press Photo*[80] na categoria *People* inserido em *News, second prize stories*. Palmisano evidencia as cores de uma fotografia de um campo de refugiados na Colômbia com arco-íris no céu onde, segundo Palmisano, os tons foram tão saturados, através de técnicas de tratamento de imagem, que o resultado tem muito pouco de real. E isto é permitido, conclui o italiano com espanto (Krug & Niggemeier, 2013). Zizola, por seu lado, prefere destacar o papel das ferramentas digitais e afirma que o foco principal do seu trabalho consiste na experimentação (Krug & Niggemeier, 2013).

4.4 A relação com o design

Fotografia e design fundem-se muitas vezes em contextos projetuais que requerem ambas as valências. Não raras vezes, o mesmo indivíduo comporta ambas as competências. Os artistas visuais usam, com frequência, ferramentas e técnicas de design no sentido de enaltecer as fotografias (Webb, 2010/2015). Segundo Costa "a complementaridade entre a imagem e o texto na comunicação baseia-se no facto de os sistemas texto escrito/imagem se dirigirem a um único canal de perceção: a visão (Costa, 2011, p. 39).

Segundo Costa "hoje em dia, o design concebido para os olhos constitui o meio fundamental da comunicação social. Os seus objetivos mais nobres são trabalhar para melhorar o aspeto visual daquilo que nos rodeia, tornar o mundo inteligível, aumentar a qualidade de vida" (Costa, 2011, p. 12). Realçando a forma como os setores da publicidade, da impressa, do meio editorial, do mundo da moda e até do fotojornalismo dependem de imagens, "é possível dizer que os fundamentos do design tornam também nossa fotografia um pouco melhor" (Webb, 2010/2015, p. 6). Na opinião deste autor, uma boa fotografia gera atração que provém da aplicação particular dos fundamentos do design. É através da combinação de diferentes elementos do design, onde se incluem processos de tratamento de imagem, que as imagens podem ascender a um patamar superior de convicção (Webb, 2010/2015). O autor tem analisado as artes visuais, em especial a pintura e a fotografia, na tentativa de encontrar e estabelecer um conjunto de princípios designados por *elementos de design*. Estes fundamentos são essenciais para estabelecer, através de múltiplos fatores sensoriais, de ordem visual, a relação entre observador e imagem. Determinam, por exemplo,

[80] *World Press Photo*. Organização independente, sem fins lucrativos, criada na Holanda, 1955. É responsável pela organização do mais prestigiado concurso internacional de fotografia jornalística. Na edição de 2016 contou com a participação de 5775 fotojornalistas de 128 países. Foram sujeitas a avaliação 82 951 fotografias.

como a composição é percecionada, interpretada e julgada pelo público (Webb, 2010/2015). "Quando se fotografa, confia-se numa capacidade natural ou no conhecimento profundo dos princípios do design" (Freeman, 2012, p. 6).

São inúmeras as opções criativas, sugestivas de considerações estéticas induzidas pelo design. Enumera-se o enquadramento ou corte, a inclusão ou exclusão de elementos, relações espaciais como a profundidade e escala, o ângulo de visão, composição, disposição dos objetos ou elementos, formas de iluminação, o uso da cor, aproveitamento das linhas e sentido de direção, sugestão de texturas, uso de contrastes, padrões, formas, fluxos de orientação e condução do olhar, noções de harmonia, equilíbrio ou desequilíbrio (Webb, 2010/2015). Costa refere mesmo que "o texto, que quase sempre convive com as imagens, costuma ser, com exceção do design editorial, o último interesse do designer gráfico" (Costa, J. 2011, p. 23).

Freeman é categórico ao afirmar que o design é o elemento mais importante para a criação de uma boa fotografia. O autor enaltece que a capacidade de interpretar a potencialidade de uma imagem, organizando os vários elementos gráficos de forma atraente, é um dos objetivos mais importantes na fotografia (Freeman 2007/2012). Considera ainda que o ensino do design "recebeu menos atenção do que merecia" (Freeman, 2007/2012, p. 6) e enfatiza a fotografia digital à qual afirma, tem cabido "o potencial de revitalizar o design" (Freeman, 2007/2012) 2012, p. 6).

A fotografia comporta uma série de elementos gráficos bidimensionais que correspondem às formas presentes nas imagens. Na perspetiva do designer, o tratamento desses elementos é não só aceitável como desejável (Freeman 2012). O autor explica que "o que escolhemos identificar como ponto, linha ou forma numa fotografia depende normalmente do modo como nós próprios optámos por considerar a imagem, o que pode ser influenciado pelo conteúdo e pelo nosso entendimento e interesse sobre o mesmo" Freeman, 2007/2012, p. 65). "Os fundamentos do design estão presentes em todas as fazes do processo de criação de uma imagem" (Webb, 2010/2015, p. 29). O autor sustenta que a importância da "construção criativa e cuidadosa de uma imagem" (Webb, 2010/2015, p. 141) é fundamental para passar uma mensagem.

Uma fotografia comporta valores estéticos que são ajuizados perante um "conjunto de aspetos aos quais o olho humano reage (como cores, a direção das linhas, a luminosidade e dimensão dos motivos entre outros" (Santos 2012, p. 64). O conteúdo fotográfico apoia-se com frequência em fundamentos do design que são expressos pela composição, enquadramento ou disposição de elementos. No entender de Costa "a cor é o grande suporte da imaginação criativa" (Costa, 2011, p. 67). Para Webb a intenção e a composição fotográfica são os dois fatores mais importantes para criar uma boa fotografia (Webb, 2010/2015). "Podemos incorporar elementos do design a uma imagem como uma espécie de esquema invisível, algo capaz de criar uma estrutura que servirá de apoio para a composição" (Webb, 2010/2015, p. 29).

É através de uma composição eficaz e consciente que o espectador entra em contacto com o tema fotografado. A perspetiva que se apresenta ao observador, depende de um conjunto de interpretações que objetivam frequentemente criar e proporcionar às imagens fortes argumentos como instrumentos de grande impacto visual (Webb, 2010/2015). "A composição é iminentemente subjetiva […] vive do olhar, do gosto e, por vezes, do instinto particular" (Santos, 2012, p. 64). Carroll (2014) realça a importância do enquadramento por ser o responsável por enfatizar várias partes da composição num dado registo fotográfico O autor diz tratar-se de "uma noção vaga e subjetiva" (Carroll, 2014, p. 9) mais sentida do que calculada.

Webb considera que os fundamentos do design, quando aplicados à fotografia, resultam em composições mais compreensíveis para o espectador. Santos (2012) encontra no conhecimento as mais-valias necessárias na altura de construir uma composição. O autor alega que "ter o melhor equipamento do mercado não é garantia de bons resultados fotográficos" (Santos, 2012 p. 110).

Na imagem fotográfica, a presença do design ou de considerações sobre ele, não se resume apenas à fase da sua produção. Para Webb, o design está também implícito na forma como as imagens são mostradas (Webb, 2010/2015). Neste sentido, pode-se realçar a colocação de imagens em determinados locais, a proximidade ou afastamento em relação a outras imagens ou objetos, a escolha do suporte impresso, a moldura ou aparelho responsável pela visualização.

Salgado[81] salienta, no documentário realizado por Wim Wenders, *O Sal da Terra*: "Se você juntar vários fotógrafos num mesmo lugar, cada um fará fotos diferentes porque, necessariamente, eles vêm de lugares diferentes. Cada um desenvolve a forma de ver. Cada um em função da sua História" (Abreu et al. (Prod.) & Wenders (Dir.), 2014). Numa crítica à imagem concebida por intuição, sem raciocínio, Freeman (2007/2012) introduz a questão da intencionalidade que considera mesmo a principal responsável pela semelhança verificada em muitos trabalhos de indivíduos diferentes.

Num incentivo pela busca de inspirações e soluções criativas, Kelby relembra que "se fizermos exatamente o que todos os outros fazem, as imagens que registamos vão parecer todas iguais" (Kelby, 2013, p. 89). Para Webb, a grande quantidade de fotografias que circulam, virtualmente ou em suportes impressos, carece, na sua maioria, de fundamentos e justificações assentes em sólidas interpretações substanciais e artísticas (Webb, 2010/2015). Isso não abona, para este autor inglês, a favor dos seus autores. Webb não hesita em considerar que o indivíduo "que faz do seu senso de design e trabalha com estilo e visão, produz imagens que são mundos à parte daqueles criados quando se tem meramente a velocidade e a conveniência em mente" (Web, 2010/2014, p. 6). Para isso, acrescenta o autor, é necessário gosto, visão e dedicação.

"Todos fotógrafos devem se lembrar de que, embora os fundamentos do design possam ser aplicados eficazmente em muitos casos, eles não são uma solução mágica capaz de transformar algo corriqueiro em uma coisa extraordinária" (Webb, 2010/2015, p. 161). Estes fatores influenciam a leitura da imagem e a perceção sobre o seu verdadeiro significado pelo que importa aplicá-los de forma adequada e contextualizada. Webb crê que é vantajosa a forma como o design liberta os impulsos criativos mas também salienta que a cumplicidade entre fotografia e design não está isenta de esforço. O autor destaca o apoio do design à fotografia pelas "inúmeras possibilidades" (Webb, 2010/2015, p. 175) mas reconhece existir "uma variedade de escolhas que deverão ser feitas ao longo do caminho" (Webb, 2010/2015, p. 175). Para o autor, isso leva a supor que em fotografia, não existem fórmulas que garantam resultados ótimos.

[81] Sebastião Salgado é um dos mais reconhecidos fotógrafos brasileiros. Com um estilo próprio, a temática das suas imagens recai muitas vezes em preocupações ambientais. Mais em: https://www.artsy.net/artist/sebastiao-salgado, acedido em 15 de agosto de 2016.

Torna-se necessário ver o designer na perspetiva de alguém inserido numa economia de consumo. Enquanto profissional, os seus objetivos podem variar em função das circunstâncias culturais e sociais nas quais se insere. O que produz é resultado das suas considerações, convicções, conceitos estéticos, emocionais e intelectuais, caraterísticos do seu meio (Crouch & Pearce, 2012). O designer produz design. Esta afirmação, para além do óbvio, sugere segundo os autores que o designer é capaz de tomar as suas próprias decisões e o resultado do que produz é compreendido pelos outros como parte integrante do mundo onde está inserido. Ou seja, o designer está munido de um conjunto de atributos intelectuais e emocionais que podem ser usados para facilitar o modo como o mundo é entendido pela sociedade. Tal, molda o design e torna o designer apto a responder em diferentes condições em circunstâncias distintas. A sociedade, ela própria, poderá esperar diferentes visões éticas, morais ou outras, daquilo que o designer deverá criar tornando o designer sempre dependente das expectativas dos outros (Crouch & Pearce, 2012).

O design gráfico e a fotografia como auxiliar na criação e desenvolvimento de uma identidade é o nome do relatório de estágio que Rafaela Lucas elaborou, em 2015, para a *Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto*. O estudo, segundo a aluna, pretendeu demonstrar a importância das áreas do design e fotografia para o processo criativo. Nas elações conclusivas do estudo entende-se a distinção entre a fotografia e o design para um propósito criativo, comum. Foi observado que o desenvolvimento da tecnologia tornou importante para o designer possuir conhecimentos noutras áreas, nomeadamente fotografia e vídeo, como modo de estimular a criatividade.

Joana Silva Marques, aluna da *Universidade de Aveiro*, apresentou em 2014 a sua dissertação de mestrado intitulada *A fotografia e o design Gráfico*. No estudo, a aluna referencia as ferramentas digitais que usou em projetos fotográficos na agência onde estagiou tentando estabelecer relações entre fotografia e design. Focou o estudo no estágio que realizou e concluiu essencialmente que a fotografia e o design acabam por se completar existindo uma necessidade em compreender as duas áreas individualmente.

Aluno da *Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa*, Filipe Fernandes, apresentou em 2013, *Fotografia no design de comunicação*. Esta investigação, para dissertação de Mestrado, centrou-se no estudo da utilização da fotografia no design de

comunicação mais precisamente no seio de campanhas publicitárias. Como objetivo, o autor tentou integrar a fotografia no design de comunicação e demonstrar com isso as vantagens e desvantagens dessa associação. A componente projetual do trabalho assentou na criação de um trabalho fotográfico com carácter de sensibilização social. O aluno concluiu que a fotografia é uma mera construção do real, um meio expressivo revelador de uma mudança comportamental que interfere na forma como as pessoas agem através do que vêm.

Porventura, a investigação que encontrámos e que mais se assemelhou à dissertação que aqui apresentamos seja da autoria de Ricardo Marcelino. Na sua dissertação de mestrado, elaborada em 2012, para a *Universidade Federal de Pernambuco* intitulada: *Design e fotografia: uma análise sobre as relações que se estabelecem entre a imagem fotográfica digital e as metodologias de design*, o aluno procura analisar o impacto causado pela tecnologia digital sobre a prática do design do ponto de vista metodológico, através das relações que se estabelecem entre a imagem fotográfica digital e as metodologias de design. O estudo conclui que existem padrões comportamentais que sugerem a realização de tarefas idênticas. Como diferença substancial salientamos que a investigação a nosso cargo não se foca na história do design ou da fotografia mas centra-se no próprio meio: a imagem. É a partir dela que construímos toda a investigação.

PARTE 2: PLANO DE INVESTIGAÇÃO

CAPÍTULO V
METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

5.1 Mote para a investigação

A ideia de usarmos as imagens digitais como material de investigação para a dissertação de mestrado que aqui se apresenta ocorreu primeiramente em meados de dezembro de 2014 e desde aí tomou consistência. A visita à exposição de fotografia intitulada *Modernidades*, já em 2015, lançou definitivamente caminho para a exploração da temática que relacionou as imagens fotográficas ao designer através da seguinte interrogação:

- Num período em que é tão fácil e cómodo ver imagens através de múltiplos meios e dispositivos, como se justifica a realização destas exposições?

A partir daí emergiram outras especulações:

- Que tipo de imagens se mostra para cativar o visitante a deslocar-se propositadamente a estes espaços?

- Que caraterísticas apresentam as imagens expostas? Serão tecnicamente alteradas na tentativa de as enaltecer? Ou será que, na procura da alegada pureza de outrora, se negam a todo e qualquer artifício?

- Qual a interferência da tecnologia digital atual na produção destas imagens?

O crescente interesse pelo tema, entretanto comentado com alguns colegas de profissão, levou gradualmente a crer que este podia constituir um assunto merecedor de investigação se tratado convenientemente.

Com o objetivo de afinar o tema como enquadramento possível para dissertação de Mestrado, visitámos vinte e quatro exposições, que tiveram lugar no ano de 2015, em vários pontos da capital portuguesa. A temática baseou-se sempre na imagem e abrangeu, entre outros géneros, fotografia artística, documental e fotojornalismo. Observações preliminares, nos locais, indiciaram desde logo o uso de imagens tratadas digitalmente.[82] A questão revelou-se no entanto sensível: ora assumida na sua plenitude, ora dissimulada na aparente tentativa de a negar. Para elucidar melhor o resultado destas observações e a título meramente indicativo, apresentamos a tabela 1.

[82] Na ausência de informações nos locais de exposição, esta interpretação é nossa. Considerámos como *tratamento de imagem* não só a manipulação, onde existe de facto uma adulteração nos dados da imagem, mas também quaisquer ações de edição ou alterações introduzidas durante o processo de produção e impressão.

Exposições

Nº.	Título	Género	Grau de tratamento		
			Impercetível	Moderado	Evidente
1	Modernidades	Documental	■		
2	Astúrias	Fotojornalismo			■
3	Allumar	Fotojornalismo			■
4	Trow the Pale Down	Fotografia de Rua	■		
5	Gente de cá e de lá*	Viagens		■	
6	O elogio da luz e da sombra	Documental	■		
7	Ar de arestas	Concetual	■		
8	Macau	Fotografia de Rua		■	
9	World Press Photo ´15	Fotojornalismo			■
10	Génesis	Viagens			■
11	A Terceira Imagem	Documental	■		
12	Cidade em Movimento	Fotografia de Rua	■		
13	Vozes interiores	Artística			■
14	Encenação & Revelação	Artística			■
15	Expo Fábrica da Pólvora	Fotografia de Rua	■		
16	Flores e Insetos	Flores/vida animal			■
17	Nós outros	Fotojornalismo		■	
18	#26	Indefinido			■
19	Carpe Diem	Indefinido	■		
20	International Garden Photo	Flores			■
21	Kodachrome	Fotografia de Rua	■		
22	ONU	Documental			■
23	A face das letras*	Concetual			■
24	The lives of water*	Fotojornalismo			■
Totais			**9**	**3**	**12**
Totais percentuais			**37,5%**	**12,5%**	**50%**
				62,5%	

Tabela 1: relação das exposições fotográficas com o grau de tratamento das imagens.
Nas exposições assinaladas com asterisco não foi permitido captar imagens.

Em 62,5 % das exposições visitadas constatámos a existência de traços reveladores de algum tipo de tratamento digital. Desse valor, considerámos que 50% das imagens mostraram sinais incontestáveis de tratamento. Por outro lado, 37,5% das exposições não mostraram evidência de tratamento nas imagens em exibição.

As observâncias iniciais[83] mostraram ainda que a classificação por género foi complexa e por vezes subjetiva mesmo após posterior consulta atenta do material informativo disponibilizado nos respetivos espaços. As variações quanto à intenção das imagens expostas dificultaram esta diferenciação. Em duas situações, que representam 8% das exposições visitadas, este parâmetro foi mesmo indiscernível. Fotografia, a arte e design também pareceram fundir-se numa relação difícil de separar o que conduziu ainda a uma outra interrogação: como referenciar os seus autores? Serão artistas? Fotógrafos? Designers?

Figura 10: material coletado, alusivo às exposições visitadas.
António Oliveira, 2016.

5.2 Problema

Botelho e Cruz afirmam que "não existe pesquisa se não for determinado um problema" (Botelho, 2013, p. 6). Stake[84] (1995/2012) é perentório ao afirmar que a deteção de

[83] As visita às exposições foram registadas através de captação de imagens com autorização prévia, solicitada e concedida, nos locais de exposição. A totalidade desses registos pode ser visto na pasta: *expos_obervacao_2015*, referenciada como *APÊNDICE I*, constante no DVD, anexado à dissertação.
[84] Robert E. Stake. É professor e diretor do Centro de Investigação Educativa, na *Universidade de Illinois*. Especializou-se em métodos qualitativos, particularmente pelo uso de estudos de caso. Mais em: https://education.illinois.edu/circe/Robert_Stake.html, acedido em 16 de agosto de 2016.

um problema pressupõe que a sua resolução seja útil. Creswell[85] (2014) revela que o problema de pesquisa é uma questão que leva à necessidade de um estudo; pode surgir da literatura, ter origem numa experiência ou pode advir de um assunto refletido na vida pessoal ou laboral do investigador. O autor aconselha primeiro a identificar uma questão ou problema averiguando a necessidade de pesquisa e o objetivo a que o estudo se propõe. A forma como os dados são recolhidos e como se espera alcançar a finalidade do estudo deve ser ponderada numa fase posterior. Identificar um problema de pesquisa significa também encontrar respostas que beneficiarão, para além da classe abordada e do próprio investigador, outros públicos (Creswell, 2014).

Os designers gráficos estão entre os utilizadores cuja base de trabalho assenta vulgarmente na imagem e por isso contam-se entre os que mais frequentemente recorrem à tecnologia para alcançarem os seus propósitos profissionais, comerciais e pessoais. Fazem-no de uma forma constante e rotineira utilizando complexos processos que incluem comummente técnicas digitais de manipulação de imagens fotográficas.

Espera-se que os designers gráficos contemporâneos, como utilizadores experientes, movidos pela necessidade e engenho, sejam indivíduos bastante familiarizados com os programas de tratamento de imagem. Regularmente contam-se entre os que estão mais habilitados no emprego das técnicas que estes exigem. De uma forma natural, muitos designers revelam uma aptidão para a prática fotográfica que os leva a explorar o campo com especial interesse. Do mesmo modo, não é raro encontrarem-se fotógrafos com competências em design. Fotógrafos e designers têm aprendido a conviver tirando partidos das valências específicas de ambas as áreas. As funções de uns e outros fundem-se com alguma frequência tornando difícil, por vezes, separar valências profissionais. Para Webb (2010/2015), esta cumplicidade não é de estranhar uma vez que a fotografia serve como um canal de comunicação por excelência para o design enquanto os fundamentos do design podem ser aplicados de forma proveitosa na fotografia.

Na investigação exposta, crê-mos que ao envolver os designers acrescentamos uma mais-valia à investigação pelo ponto de vista abrangente e único, que estes profissionais

[85] John W. Creswell é professor de Psicologia Educacional na *Universidade de Nebraska*, Lincoln. Ministra cursos sobre investigação, metodologia, lógica e projetos de pesquisa. É também autor de vários livros e artigos científicos. Mais em: http://johnwcreswell.com/, acedido em 15 de Agosto de 2016.

detêm. Salientamos que a produção de imagens fotográficas é prática corrente em projetos gráficos cabendo frequentemente aos designers a sua conceção, produção e decisão quanto aos canais de distribuição e comunicação que mais privilegiem o impacto visual.

5.3 O foco da investigação

5.3.1 Questões de partida e objetivos

Decidimos abordar, através desta investigação académica, as possibilidades que a tecnologia atual oferece no campo da produção de imagens digitais. Estabelecido o assunto na sua generalidade, o ponto de foco ficou definido pelas seguintes questões de partida:

1. Que uso faz o designer gráfico contemporâneo da tecnologia digital para alterar imagens fotográficas?

2. Quais as razões que levam os designers gráficos a transformarem as imagens?

Tendo sempre presente o título da investigação, Creswell (2009) considera que um estudo de investigação pode facilmente tomar numerosos caminhos à medida que se aprofunda a exploração do tema. O autor relembra por isso a importância de manter a pesquisa constantemente focada nas perguntas de partida. Pelo facto de representam as frases mais importantes de todo o estudo, estas questões precisam de ser convenientemente claras e específicas (Creswell, 2009). Considerando a opinião do autor, delimitámos o rumo da presente investigação evidenciando as suas fronteiras nas próprias questões de partida, através das seguintes referências:

- Tempo presente;
- Designers gráficos contemporâneos;
- Tecnologia digital;
- Imagens fotográficas.

Pela esperada clarificação das perguntas de partida, estabelecemos como objetivo central para a investigação:

- Oferecer uma interpretação sobre as causas do tratamento a que as imagens fotográficas são sujeitas no contexto da sua produção digital por designers gráficos.

5.3.2 A viabilidade do estudo

Bardin[86] (1977/2014) aconselha, antes de mais, a identificar um tópico a abordar e avaliar a sua utilidade como estudo para depois procurar aprofundá-lo. A revisão da literatura, aqui apresentada nos capítulos I, II, III e IV, assumiu essencialmente o objetivo de reunir informação sobre a forma como outros têm abordado a questão da produção e transformação digital de imagens. A coleta de informação revelou-se imprescindível e permitiu contextualizar convenientemente a temática num quadro histórico, social e cultural, que clarificou alguns entendimentos associados à imagem enquanto produto da tecnologia digital. Foi determinante para avaliar a viabilidade dos tópicos e averiguar a existência de matéria a aprofundar. Revelou, por exemplo, a escassez de trabalhos de investigação nos quais tenha sido explorada a imagem fotográfica enquanto produto resultante dos profissionais em designer gráfico e desvendou ainda algumas temáticas paralelas, não diretamente relacionadas com o cerne da questão mas importantes no seu entendimento, como a constatação do uso de técnicas de manipulação de imagens muito antes da era digital.

Figura 11: fontes literárias analisadas nesta investigação (à esquerda) e procedimento intermédio de seleção de informação (à direita).
António Oliveira, 2016.

A revisão da literatura ajudou-nos ainda a identificar lacunas existentes em abordagens anteriores. O debate acerca da alteração de imagens parece existir desde os primórdios da imagem fotográfica ou seja, desde a década de 1830 até à atualidade e aparenta assim continuar por um assunto que parece inesgotável. Porquê a escolha em abordar este tópico, tão frequente em livros e palestras, tão vulgar em fóruns virtuais e revisitado inúmeras

[86] Laurence Bardin é professora de Psicologia na *Universidade de Paris V*. Conta, no seu trabalho de campo, com a aplicação de várias técnicas de análise de conteúdo em metodologias de investigação. Mais em: http://www.almedina.net/catalog/product_info.php?products_id=4337, acedido em 30 de julho de 2016.

vezes em artigos, dissertações e teses académicas? Trachtenberg (2013) sugere que o tema, apesar de vulgar, nem sempre tem sido abordado da forma mais correta. O autor crê que muitos historiadores e investigadores têm trazido apenas conhecimento para debate. "Houve muito poucos esforços dignos de nota para abordar o meio em si, examinar o seu caráter evolutivo" (Trachtenberg, 2013, p. 11).

As referências aqui expressas quanto a indivíduos e aparelhos acontecem apenas pela necessidade temporal e espacial de contextualizar convenientemente as várias temáticas abordadas. Não foi, de forma alguma, pretensão desta dissertação de mestrado servir como um manual de instruções sobre a prática ou a técnica fotográfica, de servir como catálogo de equipamentos, nem tão pouco de ser um compêndio histórico enumerando autores pelos seus registos icónicos e produções mais famosas.

Segundo Creswell (2014) é importante não divulgar apenas resultados positivos. Além de desonesto, considera o autor, omitir resultados contrários ao princípio do estudo pode dificultar a compreensão do tema. Por isso e tanto quanto possível, apresentámos opiniões divergentes entre vários autores sobre os mesmos temas. Este procedimento fomenta o pensamento crítico, alarga o espectro da problemática, potencia pesquisas posteriores e abre a possibilidade a estudos futuros. Segundo Bauer e Gaskell[87] (2000/2002), uma correta análise de dados deve procurar opiniões e atitudes contraditórias ao estudo, sem nunca esquecer as finalidades e os objetivos da pesquisa.

5.4 Métodos quantitativos e qualitativos

Creswell (2014) define métodos de pesquisa como procedimentos de investigação conducentes à coleta, análise e interpretação de dados. É através de um processo metodológico, ou seja; de uma combinação de métodos estrategicamente relacionados, que o processo de investigação é conduzido da forma mais adequada possível no propósito de responder aos objetivos delineados.

[87] Martin W. Bauer é professor de Psicologia Social na *London School of Economics and Political Science*. Mais em: http://www.lse.ac.uk/researchAndExpertise/Experts/profile.aspx?KeyValue=m.bauer%40lse.ac.uk, acedido em 10 de Agosto de 2016. George Gaskell é professor britânico de Psicologia Social na mesma instituição. Mais em: http://www.lse.ac.uk/DPBS/About-Us/faculty/george_gaskell/Home.aspx, acedido em 16 de Agosto de 2016.

Na tentativa de determinar um processo metodológico capaz de expor corretamente a temática trazida para dissertação deparámo-nos com as seguintes interrogações:

1. Qual ou quais os métodos mais adequados e que melhor poderão contribuir para responder às questões de partida?

2. Como validar a informação proveniente desses métodos?

3. De que maneira esses dados poderão ser convenientemente analisados?

Para responder a estas questões, tornou-se necessário conhecer um pouco melhor os diferentes métodos existentes. Bardin (1977/2014) faz notar que existem métodos de referência e um quadro funcional já estabelecido. Ao tentar responder a um problema, a escolha recai na perspetiva, intensão e juízo que cada investigador faz do processo de análise sendo ele também decisor e responsável pela metodologia adotada. A distinção entre métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa faz-se vulgarmente pelo uso de valores numéricos. Quantificáveis nos primeiros e baseados em pontos de vista nos segundos (Creswell, 2014). Para Bauer e Gaskell (2000/2002) a exploração e procura pela diversidade de opiniões é muito mais importante, na abordagem qualitativa, do que a sua mera contagem. "A finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o assunto em questão" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 68). A combinação de métodos resulta em metodologias mistas que combinam dados qualitativos e quantitativos procurando integrar ambos no mesmo procedimento de pesquisa. A metodologia adotada acaba, segundo Creswell (2014), por ser uma decisão influenciada ou determinada pelo próprio problema de pesquisa, através da questão em estudo, fruto das experiências pessoais do investigador ou pelo público para o qual a investigação se destina.

5.5 Estudo de caso

O estudo de caso é um método utilizado para obter resultados. Para entender a questão central em estudo, uma pesquisa baseada em pressupostos qualitativos apoia-se frequentemente em estudos de caso, refere Banks[88] (2008/2009). Os estudos de caso são utilizados em projetos de investigação nos quais o investigador tem necessidade de analisar

[88] Marcus Banks. Professor na *Universidade de Oxford*. Especializado Antropologia Visual e Etnografia. Mais em: https://www.isca.ox.ac.uk/about-us/staff/academic/prof-marcus-banks/, acedido em 30 de julho de 2016.

um fenómeno em profundidade usando vários tipos de procedimentos para recolher dados (Creswell, 2014).

Suportado por autores como Yin[89] (1994/2003), o estudo de caso constituiu um processo metodológico indicado para a presente investigação devido à sua adequação na compreensão de fenómenos complexos. Stake (1995/2012) considera que um estudo de caso bem elaborado permite contemplar situações particulares e contribuir para "compreender a sua atividade no âmbito de circunstâncias importantes" (Stake, 1995/2012 p. 11). O mesmo autor acrescenta que "estudamos um caso quando ele próprio se reveste de um interesse muito especial, e então procuramos o pormenor da interação com os seus contextos" (Stake, 1995/2012 p. 11). Yin (1994/2003) refere seis fontes documentais na elaboração de um estudo de caso: documentos, registos em arquivos, entrevistas, observação direta, observação participante e artefactos físicos. Todavia, o autor adverte que "uma lista completa de fontes possíveis pode ser bastante extensa - incluindo filmes, fotografias" (Yin, 1994/2003, p. 105). Sem valorizar um instrumento em detrimento de outro, o autor refere que estas fontes complementam-se mutuamente.

Um estudo de caso é, pois, um método de pesquisa que agrupa várias técnicas com vista a alcançar as metas propostas. Creswell (2009) realça que os estudos de caso são uma estratégia de investigação na qual o investigador explora em profundidade um problema com base na opinião de outros indivíduos. Assim o fizemos na presente investigação ao fazer incidir o estudo de caso num conjunto de designers gráficos convidados. Tendo em conta os objetivos e valores pelos quais estes profissionais se regem, tentámos entender as opções gráficas que tomam e as posturas que assumem quanto às questões inerentes ao tratamento de imagem. Para alcançar estes propósitos, ou seja para responder às perguntas de partida e cumprir os objetivos desta investigação, utilizámos os seguintes instrumentos e técnicas: 1. Análise fotográfica; 2. Realização de vídeos; 3. Entrevistas qualitativas. Esta adaptação de estudo de caso objetivou abordar o fenómeno do uso de imagens pelos designers gráficos restringindo a pesquisa ao universo de estudo delimitado pelos 6 designers que participaram neste estudo.

[89] Robert K. Yin. Presidente da *Cosmos*, empresa estabelecida na área da investigação social. Autor de múltiplos livros sobre projetos de investigação. Mais informação em: https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/author/robert-k-yin, acedido em 30 de julho de 2016.

5.6 A abordagem qualitativa

A metodologia qualitativa revelou-se a escolha ideal para entendemos os relacionamentos entre indivíduos e os objetos do seu mundo num processo no qual é pertinente a observação de "opiniões, atitudes, sentimentos, explicações, estereótipos, crenças, identidades, ideologias, discurso, cosmovisões, hábitos e práticas" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 57).

"Uma das principais razões para a realização de um estudo qualitativo é que o estudo é exploratório" (Creswell, 2014 p. 61). O autor defende o uso da abordagem qualitativa por acreditar que uma investigação nela baseada pode compreender e explorar o fenómeno de uma forma melhor. Creswell (2014) indica o método qualitativo como o meio ideal para explorar e compreender os indivíduos defendendo ser a opção mais lógica quando o conceito ou o fenómeno precisa de ser entendido. O autor realça ainda que que os métodos qualitativos requerem uma atenção especial na etapa de análise de dados, na qual a informação recolhida deve ser convenientemente interpretada e validada indicando os potenciais resultados do estudo. Em contraste com outras metodologias, a abordagem qualitativa pode incluir comentários do investigador quanto ao seu papel e tipo específico de estratégia qualitativa utilizada (Creswell, 2014).

Stake (1995/2012) adverte que os estudos qualitativos pecam geralmente pela subjetividade. Para o autor é importante que se reconheça os defeitos deste tipo de abordagem. Entre eles, o facto do método em causa poder gerar muitas dúvidas, ser considerado tendencioso e consumir demasiado tempo ao investigador antes deste estar apto a entender os acontecimentos. Em defesa desta metodologia, refere o autor, os investigadores qualitativos argumentam que a subjetividade é parte essencial na compreensão de qualquer problema (Stake, 1995/2012). Bodgan e Biklen[90] (1991/1994) salientam que os investigadores que optam por metodologias qualitativas geralmente não consideram os resultados propriamente ditos como o único ponto relevante para o estudo. Nos métodos qualitativos, afirmam os autores, o processo pelo qual se chega aos resultados tem tanto de interesse como

[90] Robert Bodgan. Autor e ex-professor da *Universidade de Syracuse*, agora reformado. Ensinou métodos de pesquisa qualitativa e cursos relacionados com Sociologia. Sari Biklen. Professora, mentora e conselheira em cultura popular e métodos de pesquisa qualitativa. Faleceu em 2014. Mais em: http://news.syr.edu/university-community-mourns-passing-of-professor-emerita-sari-knopp-biklen-76957/, acedido em 16 de agosto de 2016.

de relevância porque não existe uma preocupação em confirmar hipóteses. Entenda-se hipótese, segundo a descrição de Bardin (1977/2014), como uma afirmação provisória que pode ser submetida a uma avaliação através de determinados processos de análise. Embora proveniente de uma fonte direta de dados, Banks (2008/2009) alerta que a pesquisa qualitativa não parte necessariamente de conceitos claramente definidos ou previamente estabelecidos. Neste sentido, a formulação de hipóteses para posterior validação, é opcional.

5.7 Guião e entrevista

5.7.1 Preparação e objetivos do guião

Bauer e Gaskell evidenciam que "a pesquisa qualitativa evita números, lida com interpretações das realidades sociais" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 21). Os autores realçam que a sua expressão mais significativa é, provavelmente, a entrevista. Ambos referem mesmo que grande parte das pesquisas no âmbito social alicerçam-se em processos que fazem uso de entrevistas para gerar conhecimento. Baseiam-nas na interatividade entre entrevistador e entrevistado que, através do uso de palavras, privilegia "uma troca de ideias e de significados, em que varias realidades e perceções são exploradas e desenvolvidas" (Bauer & Gaskell, 2000/2002 p. 73).

Elaborámos previamente uma estrutura orientadora para gerir convenientemente a informação proveniente das entrevistas. Este procedimento é aconselhado por Bauer e Gaskell (2000/2002) que recomendam, antes da realização das entrevistas, a preparação de um tópico condutor designado por guião, que abranja os principais assuntos que se queiram ver tratados (Bauer & Gaskell, 2000/2002). Para estes autores, a utilidade do guião consiste em "orientar o entrevistador para os campos específicos a respeito dos quais se buscam narrativas e respostas" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 118). O guião pode resultar da experiência do investigador relativamente ao assunto tratado, por conhecimentos preliminares na área de estudo ou advir de outros estudos efetuados sobre o mesmo tema. Bauer e Gaskell (2000/2002) consideram também importante conhecer previamente a área na qual o estudo se situa para evitar correr o risco de negligenciar subtemas de interesse. O guião deve, por isso, "permanecer suficientemente aberto para acomodar qualquer aspeto novo que possa emergir ou ser trazido pelo entrevistado" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 118).

A entrevista pode nem sempre seguir a ordem ou sequência prevista no guião conforme mencionado por Bauer e Gaskell (2000/2002). Após algumas entrevistas, afirmam, o guião poderá mudar por necessidade sem que isso constitua um problema ou signifique má preparação (Bauer & Gaskell, 2000/2002). Estes autores consideram que uma boa entrevista deve combinar eficazmente acontecimentos concretos, que deixem pressupor a experiência do entrevistado e temas abrangentes, que permitam posteriormente ao entrevistador decidir quais as experiências mais relevantes para dar destaque (Bauer & Gaskell, 2000/2002). A importância em usar questões de resposta abrangente, através de entrevistas qualitativas, reside no seu propósito como pretexto para narrações ricas em conteúdo e não em meros em tópicos. Sobre as perguntas a colocar em entrevista, Cohen, Manion e Morrison[91] salientam que "isto precisa de ser feito de forma a que as questões reflitam adequadamente o que o investigador pretende alcançar" (Cohen, Manion & Morrison, 2007, p. 356).

Reunindo os princípios e opiniões coletados e aqui expressos para a correta elaboração de um guião, todas as questões por nós formuladas foram previamente ordenadas mediante uma lógica sequencial, apoiada numa estrutura flexível, de maneira a fornecer liberdade suficiente ao entrevistador para reajustar e conduzir continuamente a entrevista mantendo o tema delimitado e focado. As entrevistas qualitativas envolvem geralmente poucas questões, sem obedecerem a uma estrutura necessariamente rígida ou fixa (Creswell, 2014). Acautelando o perigo de afastamento ao tema, previmos algumas alternativas, opções e variantes na construção das perguntas presentes no guião que, sem alterar a ordem das questões, destinam-se a aprofundá-las. Este procedimento é referenciado e aconselhado por Bauer e Gaskell (2000/2002).

A realização do guião teve por base os seguintes objetivos prévios:

1. Servir como estrutura para a elaboração da entrevista;

2. Criar um fluxo narrativo, adequado e lógico, através de uma sequência ordenada de questões;

3. Fornecer, através das questões, uma visão global sobre a orientação temática traçada.

[91] Loius Cohen é professor na *Loughborough University* em Inglaterra. Lawrence Manion leciona música na *Didsbury School of Education, Manchester Metropolitan University*. Keith Morrisson é professor na *Inter-University Institute of Macau*.

Constatada a relevância das entrevistas para a compreensão do ponto de vista dos designers, os critérios usados para a sua elaboração tiveram por base as indicações de Bauer e Gaskell (2000/2002) que, para o correto planeamento de uma entrevista semiestruturada, sugerem:

1. Elaborar um guião;
2. Criar uma estrutura lógica e clara para o entrevistado;
3. Preparar adequadamente as perguntas para respostas subjetivas;
4. Tentar abranger áreas e momentos relevantes na vida do entrevistado;
5. Aprofundar a temática central que está a ser investigada;
6. Evitar perguntas que possam levar a raciocínios demasiado generalistas, sem referências pessoais ou temporais;
7. Privilegiar a conversa informal;
8. Usar apontamentos, fazer uma boa gravação e detalhar a transcrição;
9. Escolher um método apropriado para codificação e interpretação das narrativas e respostas.

Guiados por estas diretrizes, as questões do guião foram estruturadas numa lógica de aproximação crescente ao cerne da investigação: o tratamento da imagem por designers gráficos. Para evitar gerar respostas demasiado evasivas, as questões foram cuidadosamente elaboradas com vista a maximizar a experiência individual de cada entrevistado.

Completo o guião[92], composto por 26 questões, procedemos à marcação das entrevistas, seis no total, que foram agendadas por telefone, endereço eletrónico e pessoalmente.

5.7.2 A entrevista qualitativa

Abrangendo, entre outros, campos e disciplinas sociais, científicas, pesquisa social, marketing e publicidade, a versatilidade auferida à entrevista qualitativa é a principal razão do seu uso (Bauer & Gaskell, 2000/2002). Stake (1995/2012) considera que a entrevista é o principal meio para obter múltiplas perspetivas sobre um caso. Já Bauer e Gaskell (2000/2002), não têm dúvidas em afirmar que a entrevista evidencia-se de outros métodos pela riqueza ímpar de dados que possibilita recolher. Bodgan e Biklen (1991/1994)

[92] Ver *APÊNDICE IV: guião_entrevista_2016.*

distinguem ainda o valor que as entrevistas podem representar como estratégia na recolha de informação ao servirem como complemento a outras técnicas como a observação ou a análise de documentos.

Para Creswell (2009), na metodologia qualitativa o investigador deve procurar significados para os fenómenos contextualizando e interpretando os dados fornecidos pelos participantes através das suas narrativas e pelos seus comportamentos. O autor clarifica que o investigador pode incluir a sua opinião e fazer a sua própria interpretação, o que faz o valor do estudo depender da capacidade do investigador na exploração do tema. O cerne de uma investigação assim conduzida baseia-se maioritariamente na interpretação do que o investigador vê, ouve e observa. Estas interpretações estão relacionadas com a sua própria história, vivência e entendimento dos factos (Creswell, 2009). Bauer e Gaskell (2000/2003) também partilham desta opinião ao afirmarem que o valor dos dados recolhidos pelas entrevistas qualitativas depende, essencialmente, das interpretações feitas pelo investigador. Na opinião de Banks (2008/2009) a aproximação ao fenómeno, alvo do estudo, pode ser eficazmente alcançada através da análise da informação prestada pelos participantes, do seu relacionamento com o mundo e das suas experiências individuais.

Mais do que se apoiar unicamente em teorias literárias sobre o assunto, o investigador deve tirar o partido da visão única que os participantes têm sobre o problema ou questão em discussão (Creswell, 2014). Bauer e Gaskell (2000/2002) também realçam a importância das impressões do entrevistador sobre a situação e o contexto da entrevista que, numa análise atenta, pode revelar surpresas, mesmo depois da gravação áudio ter terminado. Acima de tudo valoriza-se a opinião dos participantes e o estudo é conduzido essencialmente pela intuição do investigador, rematam Bogdan e Biklen (1991/1994). Para Bauer e Gaskell (2000/2002) o grande valor da entrevista reside não só nos elementos narrativos do entrevistado mas também pela expectativa de introdução de possíveis detalhes e interpretações que podem surgir inadvertidamente e “surpreender o próprio entrevistado” (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 75). Cabe ao entrevistador obter importantes esclarecimentos e acréscimos não previstos mas lançados pelo conhecimento e experiência dos entrevistados.

Os dados, provenientes das entrevistas qualitativas, ajudam o investigador a compreender melhor o problema e as questões de partida. Neste tipo de entrevistas, as questões têm o propósito de induzir o entrevistado a falar conferindo-lhe o tempo que for

necessário para refletir nas respostas. A este respeito, Bauer e Gaskell (2000/2002) recomendam criar relações de confiabilidade de forma a "encorajar o entrevistado a falar longamente, a se expandir em aspetos de sua vida e ser sincero" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 74). Objetivando estas dicas, tivemos permanentemente uma postura tranquila e serena tentando, descontraidamente, proporcionar à vontade suficiente para encorajar os participantes a falar. Esta prática viabilizou-se com perguntas iniciais, de resposta simples, como forma de ambientar e confortar o entrevistado. Na procura de respostas mais detalhadas, as questões tornaram-se gradualmente mais complexas e originaram uma miríade de interessantes dados informativos.

Para Bardin, o objetivo final do entrevistador é "poder inferir algo, através dessas palavras, a propósito de uma realidade" (Bardin 1977/2014, p. 90). O propósito da entrevista é visto por Marconi e Lakatos[93] (1985/2003) como uma conversação profissional entre duas pessoas na qual uma delas obtém informação sobre um determinado assunto. Bauer e Gaskell (2000/2002) entendem que a entrevista qualitativa "fornece os dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 65). Estes autores salientam ainda que os principais objetivos da entrevista residem na compreensão da relação das pessoas entrevistadas com o assunto abordado, em diversos contextos sociais, através de "crenças, atitudes, valores e motivações" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 65).

A quantidade de material recolhido e passível de análise pode ser grandiosa. Bauer e Gaskell (2000/2002) apelam por isso à contenção na realização de entrevistas avisando que o tempo necessário para fazer uma transcrição pode requerer um enorme esforço e disponibilidade em matéria de tempo e volume de informação a analisar. Os autores evidenciam que, na busca do entendimento da problemática sustentada pela própria investigação, "mais entrevistas não melhoram necessariamente a qualidade, ou levam a uma compreensão mais detalhada" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, pp. 70-71). Isto acontece, porque existe um ponto a partir do qual a informação tende a ser repetida, os termos saturados e consolida-se a noção de que já pouco ou nada de relevante pode ser acrescentado à

[93] Marina de Andrade Marconi. Graduada em História, Pedagogia, Estudos Sociais e Educação Artística. Doutora em Ciências pela *Faculdade de História, Direito e Serviço Social de França*. Eva Maria Lakatos é Mestre e Doutora em Ciências e Filosofia. Colaboram frequentemente em publicações de autoria de ambas. Mais em: https://www.wook.pt/autor/marina-de-andrade-marconi/28395, acedido em 22 de Agosto de 2016.

investigação. Segundo os mesmos autores "há um número limitado de interpelações, ou versões, da realidade" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 71). Há medida que as surpresas das primeiras conversas vão progressivamente desaparecendo, com a realização de mais entrevistas, emerge uma confiança crescente na compreensão do tema abordado.

Quanto maior for o número de entrevistas, maior será a dificuldade em registar mentalmente reações emocionais dos entrevistados, impossíveis de gravar ou não anotadas, que devem estar presentes na memória do entrevistador no momento da transcrição.

Bauer e Gaskell (2000/2002) alegam que a quantidade de nada vale se o entrevistador não conseguir discernir e identificar os seus portadores. Privilegiam, por isso, que o espectro de opiniões coletadas seja feito através de um pequeno número de entrevistas. Bardin (1977/2014) considera que o grande problema colocado pelas entrevistas está na integração adequada dos dados particulares. A autora revela alguma preocupação por abordagens que utilizam a entrevista como meio principal para recolha de dados particulares por considerar que a "subjetividade está muito presente" (Bardin, 1977/2014, p. 89).

As entrevistas qualitativas, no entendimento de alguns autores como Bauer e Gaskell (2000/2002), sendo apoiadas por argumentos dos entrevistados, acabam por estar limitadas aos seus conhecimentos e/ou à informação que cada um pretende disponibilizar. Para além disso, Bauer e Gaskell (2000/2002) alegam também que a análise dos dados extraídos das entrevistas pode conduzir facilmente a dispersões e confusões desnecessárias. Bardin alerta ainda para a "aparência por vezes tortuosa, contraditória" encontrada na complexidade do discurso dos participantes (Bardin, 1977/2014, p. 90).

5.8 A abordagem visual

5.8.1 O uso de imagens na investigação

Bauer e Gaskell (2000/2002) referem, a propósito da utilização de imagens em trabalhos de investigação, que a análise de conteúdo, doravante designada por AC, "trabalha tradicionalmente com materiais textuais escritos, mas procedimento semelhante pode ser

aplicado a imagens" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 195). Margolis e Pauwels[94] (2011) evidenciam que a abordagem visual pode ser potencialmente proveitosa se utilizada na área contextual das mudanças induzidas pela tecnologia, como análise ao impacto sobre a organização social.

Uma das vantagens que a fotografia trouxe à pesquisa social verifica-se a nível da recolha de dados. Funcionando como instrumento facilitador, torna a entrevista mais agradável e estimula reações que, de outra forma, podem não ocorrer (Margolis & Pauwels 2011). Os dados qualitativos podem ser provenientes de materiais visuais originados, por exemplo, a partir de fotografias. A inclusão destes dados em observações típicas como a entrevista é, para Creswell (2014), uma possibilidade totalmente válida e segundo o autor, acrescenta originalidade à investigação assim como facilita a interação com os participantes. Rose (2012) partilha da ideia de que as imagens fotográficas são testemunhos válidos sobre factos registados por fornecem detalhes, evidências e proporcionarem um meio precioso de registo capaz de coletar informação útil em trabalhos de pesquisa.

Atualmente divulgadas pelos mais importantes meios de comunicação impressa e virtual, como sejam as publicações editoriais ou a Internet, as imagens constituem um importante veículo que espelha múltiplos aspetos da vida social contemporânea. A relevância que têm vindo a adquirir torna cada vez mais importante ou mesmo necessário compreendê-las e interpretá-las convenientemente. O seu valor reside no facto de comportarem uma grande quantidade de informação numa única representação. Uma fotografia contém informação que os dados meramente escritos, coletados pela revisão da literatura podem não contemplar e que os depoimentos resultantes das entrevistas podem não conter. Analisar uma imagem pode originar ou conduzir a diferentes comentários e registos documentais. Para Rose (2012), as imagens fotográficas revelam-se extraordinários objetos de análise por evocarem formas, volumes e texturas; captam a riqueza de situações ou momentos e podem ainda sugerir sensações como o tato ou olfato. Para Rose (2012), uma imagem é um produto complexo. Considerando a sua prática social, os efeitos, produção e tipo de público a que se

[94] Eric Margolis é sociólogo e professor americano. Autor de várias obras sobre Sociologia e Comunicação Visual incluindo *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*, publicado em 2011. Mais em: https://humancommunication.clas.asu.edu/content/eric-margolis, acedido em 12 de agosto de 2016. Luc Paulers é sociólogo, investigador e autor belga. Professor de estudos visuais na *Universidade de Antuérpia*. É também diretor do Centro do Departamento Cultural de Pesquisa Visual e Digital.

destina, torna-se necessário uma reflexão critica acerca do que se vê e mostra, que interprete a forma como se fez e porquê.

Alguns fatores devem, contudo, ser acautelados quando se lida com fotografias e se pretende delas fazer instrumentos de pesquisa. Rose (2012) adverte que as fotografias devem estar claramente conectadas com a pesquisa e com as notas de campo para evitar a falta de contexto e dispersão temática. A autora alerta ainda para a necessidade de contextualizar convenientemente o uso de imagens através de palavras. Margolis e Pauwels (2011) referem também a possibilidade dos meios visuais de pesquisa conduzirem a informação paralela, alheia ao propósito da investigação e com isso conduzir a desvios no foco do estudo.

Os métodos de pesquisa visuais, que fazem uso de vários tipos de imagem como forma de responder às perguntas de partida, podem incluir imagens produzidas propositadamente pelo investigador como parte integrante de um projeto de investigação. A possibilidade de produzir e incluir imagens fotográficas, em métodos de pesquisa visual, é referida por Rose como um precioso meio de auxílio em trabalhos científicos. Métodos assim baseados, que primam por produções próprias, constituem uma alternativa aos processos que utilizam e trabalham com imagens existentes, icónicas ou celebrizadas, que aproveitam filmes de *Hollywood*, vídeos do *Youtube* ou imagens das redes sociais, como base para estudo (Rose, 2012). Elucida ainda a autora, que estas imagens não devem ser vistas como meras representações, redundantes, que ilustram aquilo que já se encontra disponível mas como elementos usados ativamente no próprio processo de investigação, como complemento e em conjunto com outros instrumentos como a entrevista e as observações.

5.8.2 Métodos de produção de imagens em investigação

Rose (2012) destaca três métodos baseados na produção de imagens:

1. *Photo-documentation;*
2. *Photo-elicitation;*
3. *Photo-essays.*

Todos têm a caraterística de usarem fotografias como instrumento de apoio à metodologia visual que suportam e todos devem ser fundamentados com alguma discussão ou

as imagens, às quais recorrem, correm o risco de serem meramente ilustrativas. Segue-se uma breve descrição de cada método.

1. *Photo-documentation.*

Este método, no qual o investigador planeia uma série cuidada de imagens para analisar um fenómeno, assume que as fotos diante a câmara são reais e que a sua captação constitui um rigoroso e preciso registo da realidade (Rose, 2012).

2. *Photo-elicitation.*

Os participantes são convidados a produzir as imagens a serem analisadas. O processo consiste basicamente em pedir uma fotografia a todos os participantes para ser posteriormente discutida em entrevista. Este método é, segundo Rose (2012), o que confere mais poder aos participantes pois estes produzem efetivamente evidências e são convidados a refletir e explicar a informação que eles próprios trazem para debate fomentando-se, desta forma, uma colaboração mais próxima entre investigador e participante. Como revês, salienta a autora, todo o processo requer pelo menos duas entrevistas e uma quantidade adicional de tempo, quer dos participantes quer do investigador. O método pressupõe ainda que todos os participantes estejam absolutamente clarificados acerca das normas do projeto e possuam conhecimentos técnicos e equipamento apropriado, fornecido ou não, para produzirem as suas próprias imagens (Rose, 2012).

3. *Photo-essays.*

O terceiro procedimento salientado por Rose (2012), implica uma combinação entre escrita e fotografia. O conteúdo textual pode, por este método, ser muito extenso ao ponto de se produzirem livros sobre o assunto. A interpretação de um problema parte da análise de uma série sequencial de imagens que se fazem acompanhar por texto. Ambos, texto e imagem são neste processo considerados importantes em igual medida (Rose, 2012).

Inspirados por estes métodos, considerando as vantagens e desvantagens inerentes e específicas de cada um, decidimos misturar um pouco os procedimentos na tentativa de tirar partido do melhor do que cada um tem para oferecer. Para esta investigação explorámos dados provenientes de:

- 4 Imagens fotográficas, produzidas propositadamente para serem analisadas pelos participantes, convidados a integrar este estudo;

- 6 Vídeos, realizados pelos próprios participantes;

- 6 Entrevistas, efetuadas aos mesmos intervenientes.

Esta situação é contemplada e prevista por Rose (2012) que refere a possibilidade de misturar métodos diferentes para explorar uma maior amplitude de dados, prática que diz ter benefícios acrescidos para qualquer estudo de investigação. Rose (2012) sugere que a análise e interpretação de uma fotografia deve ser feita tendo em consideração três *Lugares* nos quais os seus significados são produzidos e têm efeito: *produção*, *imagem* e *audiência*. O gráfico número 1, que apresentamos de seguida, esquematiza esta abordagem.

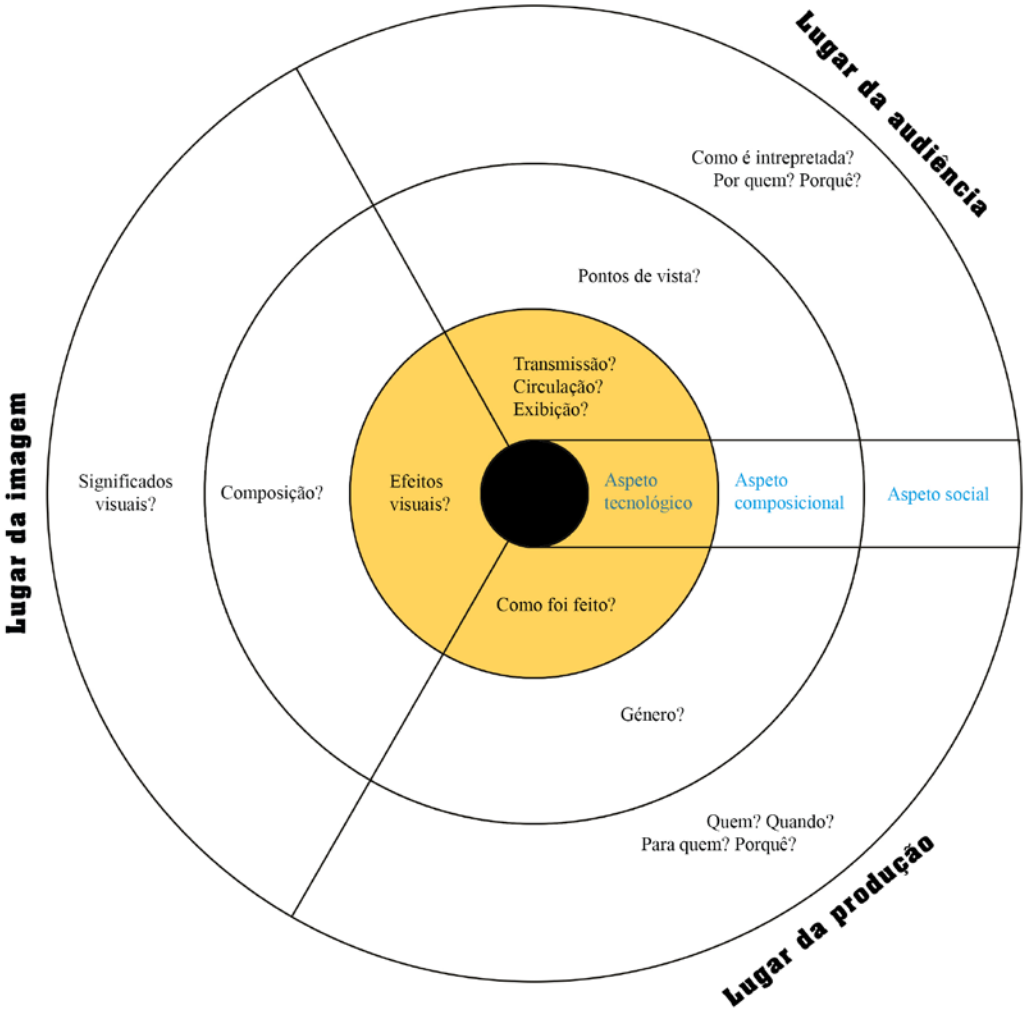

Gráfico 1: diagrama de Gillian Rose para uso em processos metodológicos visuais.
A área colorida representa o campo sobre a qual a nossa dissertação se focou.
Adaptação do gráfico original, presente no livro *Visual Methodologies*, com descrição completa nas referências bibliográficas.

Com base no esquema apresentado, sumarizamos de seguida cada uma das áreas dos campos pelas interrogações que melhor as caraterizam.

1. *Lugar da produção*.

Analisa o campo no qual uma imagem é produzida. Tenta responder a questões como:

- Quando foi feita?
- Onde foi feita?
- Quem a fez?
- Que tecnologias existiam à data do seu registo?
- Que género se adequa à sua produção?

2. *Lugar da imagem*.

Concentra a análise para os próprios atributos da imagem. Tenta responder a questões como:

- Qual a forma do material?
- É uma série?
- O que mostra?
- Para onde recai a vista do observador?
- O que sugerem as suas cores?

3. *Lugar da audiência*.

Reflete o modo como a imagem é mostrada, vista e interpretada. Tenta responder a questões como:

- Como circula?
- Como é mostrada?
- Como é interpretada por diferentes audiências?
- Qual a relação que estabelece com os observadores?
- Há mais do que uma interpretação possível?

Para cada *Lugar* Rose atribui três *Modalidades* ou *Aspetos* que considera contribuírem para o entendimento das imagens e que abrangem os vários *Lugares* sobre diferentes condições. Cada *Aspeto* comporta um conjunto de questões que o carateriza:

a) *Aspeto tecnológico*: que aparato tecnológico e técnicas estiveram envolvidas na feitura da imagem? - Interfere na forma como a imagem é feita, distribuída e apresentada.

b) *Aspeto composicional*: como a imagem usa os seus atributos próprios para ser vista? - Incide sobre as qualidades do material e estratégias formais como a cor ou a disposição dos elementos.

c) *Aspeto social*: quais as razões económicas, políticas ou sociais que envolvem a feitura da imagem? - Determina a forma como é vista e usada.

1a - *Lugar da produção*. *Aspeto tecnológico*: como foi feita a imagem?

Para responder a esta pergunta, Rose (2012) salienta que importa perceber, por exemplo, que tipo de câmara foi usado, que tecnologia estava disponível à data do registo ou ainda que processo técnico foi utilizado. A resposta a este tipo de questões permite demonstrar, entre outras variáveis, se estamos na presença de uma imagem realizada com um telemóvel ou através de uma câmara fotográfica digital. Constatações como esta podem contribuir para alegar uma suposta veracidade ao registo ou avaliar o tipo de efeitos possível à data da sua produção. Como exemplo: o planeamento de uma fotografia para uma exposição de vários segundos é diferente de um registo captado espontaneamente.

Analisar o *Lugar da produção* no *Aspeto tecnológico* requer uma interpretação detalhada da indústria por detrás da imagem (Rose, 2012). É no *Lugar da produção* que a credibilidade das imagens pode ser avaliada através da interpretação tecnológica. A tecnologia determina a forma da imagem, o seu significado e o seu efeito. Compreender as tecnologias aplicadas às imagens, apurando o *Aspeto tecnológico* usado, pode evidenciar possíveis efeitos ou truques utilizados no processo da sua criação (Rose, 2012).

É através do *Aspeto tecnológico* que todas as representações visuais são produzidas na presunção de que as tecnologias aplicadas no uso e fabrico de imagens determinam a sua forma (Rose, 2012). Na prática, esclarece a autora, este entendimento pode ser visto como o aparato desenhado para observar a imagem ou uma forma para enaltecer a visão. Assim o fazem, por exemplo, a imagem da televisão, do cinema ou da Internet. A tecnologia visual que engloba equipamentos, ferramentas e estruturas de visualização reflete-se na forma como uma imagem é produzida e no impacto que possui quando é mostrada e distribuída (Rose, 2012).

1b - *Lugar da produção*. *Aspeto composicional*: qual é o género da imagem?

As condições da produção de uma imagem ditam a sua composicionalidade. É no segundo *Aspeto* do *Lugar da produção* que as imagens são classificadas visualmente em certos grupos, com caraterísticas específicas, designados por géneros (Rose, 2012). Atribuir géneros às imagens permite associar e relacionar certas referências do seu conteúdo visual. Por exemplo: uma imagem de desacatos na via pública pode, numa primeira instância, pertencer ao género classificado como fotojornalismo. Esta presunção leva a acreditar numa realidade que pode não passar de uma encenação propositada para um qualquer propósito artístico.

1c - *Lugar da produção*. *Aspeto social*: para quem e porquê se fez a imagem?

Inclui condutas que rodeiam a feitura da imagem, através das quais ela é vista, usada e exibida. Relaciona-a com práticas económicas, sociais e políticas.

Rose (2012) alerta que a intenção do autor parece ser ignorada na maioria dos trabalhos recentes em abordagens visuais. Esta tendência, observa a autora, desvaloriza um dos aspetos mais importantes na compreensão de imagens: o que o autor pretendeu efetivamente mostrar.

Os estudos que evidenciam o *Lugar da produção* como espaço privilegiado no qual o significado da imagem tem lugar, assumem que a tecnologia usada para fazer e mostrar as imagens implica controlar a reação da audiência. Estas considerações revelam-se na forma como uma imagem é vista conjuntamente com outras em diferentes contextos. Rose (2012) exemplifica a questão com as diferenças desencadeadas pela experiência entre ver um filme em 3 dimensões no cinema e em casa num televisor.

2a - *Lugar da imagem*. *Aspeto tecnológico*: que efeitos visuais estão relacionados com a tecnologia?

O segundo lugar onde opera o significado de uma imagem é na própria imagem. Este *Aspeto* evoca que a imagem tem os seus próprios efeitos mas refere a necessidade de entender as caraterísticas da tecnologia envolvida através da qual é possível presumir, ou não, a realização desses mesmos efeitos (Rose, 2012). Para a autora, todas as imagens têm um determinado número de componentes causados pela tecnologia ou pela aplicação de

determinada técnica. Por exemplo, uma imagem a preto e branco pode resultar de uma limitação técnica, de uma escolha pessoal no ato do registo ou de um efeito adicionado em pós-produção.

2b - *Lugar da imagem*. *Aspeto composicional*: que composição?

Neste campo, Rose (2012) dedica especial atenção à especificidade da imagem, ao conteúdo e aos elementos nela contidos e que a caraterizam. Foca-se na composição e interpretação da imagem em si: analisa a cor, perspetiva, leitura e organização dos elementos, ângulos e pontos de vista, planos e demais caraterísticas visuais implementadas na imagem.

Um estudo meramente composicional tem, contudo, os seus limites. Como refere a própria Rose (2012), as imagens não existem num vácuo: olhar simplesmente para elas, pelo que parecem ser, negligencia o modo como foram produzidas e desvaloriza as várias interpretações possíveis por indivíduos de sociedades diferentes.

2c - *Lugar da imagem*. *Aspeto social*: que significados visuais?

No entender de Rose (2012), esta área presume que perceber as imagens, interpretando o que significam, pode advir de sensações ou de sentimentos acerca das mesmas. Os efeitos presentes na organização espacial dos elementos de uma imagem são responsáveis pelas relações específicas que esta estabelece com o espectador (Rose, 2012).

3a - *Lugar da audiência*. *Aspeto tecnológico*: como se transmite, circula e se vê?

Este *Aspeto* foca-se no modo como a imagem chega ao observador. Para Rose (2012) a relevância deste campo deve-se à importância que atribui às audiências, pela forma própria como as mesmas observam e julgam a imagem, através dos seus próprios métodos e à luz do seus próprios conhecimentos fruto, por sua vez, do meio onde se integram. Depreende que a imagem adquire outros significados consoante o meio pelo qual é percecionada.

Rose (2012) realça a importância do *Lugar da audiência* pelo sentido que confere à imagem. A autora justifica-o pela relevância no entendimento que o público faz sobre a imagem, ao reconhecer ou rejeitar o seu significado, quando esta é observada em circunstâncias específicas o que pode determinar, por exemplo, o valor de uma imagem.

3b - *Lugar da audiência*. *Aspeto composicional*: quais os pontos de vista oferecidos?

Este campo centra-se na análise dos elementos da imagem e no seu arranjo sugerindo que os mesmos são responsáveis pela forma como a imagem é vista pela audiência e não o contrário como sugerido no *Lugar da produção* (Rose, 2012).

3c - *Lugar da audiência*. *Aspeto social*: como é interpretada?

O campo social, significa para Rose (2012) a área mais importante para entender a audiência das imagens. A autora relaciona o comportamento das audiências mediante a sua exibição num determinado meio e contexto. Por exemplo, os efeitos que se geram quando as imagens são vistas em casa, numa galeria ou quando são compradas ou oferecidas, são declaradamente diferentes nas conotações que assumem.

Diferentes audiências podem julgar a mesma imagem de diversos modos. Para Rose (2012), audiências distintas podem ainda desenvolver novos significados e renovar valores que podem superar ou surpreender as considerações inicias. Assim surgem as imagens de referência, ícones e cultos.

Na presente investigação referimos a inspiração metodológica proveniente do diagrama estabelecido por Rose (2012), aqui explanado e explorado nos seus diversos campos. Focámos a presente investigação na área que abrange o *Aspeto tecnológico* para os *Lugares de produção, imagem* e *audiência*. Esta perspetiva orientou a revisão da literatura e espelhou-se na abordagem metodológica, visual, adotada ao longo da dissertação. Ajudou ainda a determinar os principais procedimentos adotados e esteve presente nas considerações que envolveram os vários instrumentos de recolha de informação por nós utilizados: fotografias, vídeos e entrevistas.

É a própria Rose (2012) que avisa nem sempre serem claras as fronteiras entre os diversos *Lugares* e *Aspetos*. Corroboramos e reconhecemos o facto. No decorrer da investigação deparámo-nos por diversas situações nas quais alocar dados num determinado *Lugar* ou *Aspeto* requereu atenção redobrada. Várias vezes, a informação recolhida revelou-se demasiado embrenhada e na sua complexidade relacional, abarcou mais do que um módulo. Por forma a cumprir a delimitação e foco previamente estabelecidos para esta investigação, a maioria da informação não diretamente conducente ao cerne da investigação acabou por ser

descartada.[95] Assim aconteceu, por exemplo nas matérias relacionadas com a influência da imagem na sociedade e nos indivíduos. Tentámos manter o foco no estudo e evitar dispersões. Para isso Botelho e Cruz entendem que "é necessário estabelecer algumas delimitações quanto ao período de tempo a ser levantado, da área geográfica, de idiomas e outras delimitações necessárias para aceder às publicações específicas que remetam ao assunto a ser estudado" (Botelho, 2013, p. 50).

5.8.3 A preparação das imagens para investigação

No primeiro instrumento de investigação que utilizámos, apresentámos 4 imagens a cada um dos 6 designers considerados para participar no estudo. Como informação adicional apenas foi referida a temática das imagens: viagens. Na busca por depoimentos sinceros, nada mais foi adiantado sobre o seu propósito. Aos participantes foi ocultado o trabalho prévio de processamento a que a imagens foram, em maior ou menor medida, sujeitas assim como toda a informação técnica sobre as mesmas. Caraterizamos, de seguida, as 4 imagens por nós produzidas para este efeito.

Imagem 01: fotografia natural.
Câmara: *Canon 5D Mark II*, sistema «reflex»
Formato: JPG
Resolução: 3543x2362 a 300ppi
Descrição:

Este registo não sofreu nenhuma de alteração em pós-produção. A imagem foi impressa como registada pela câmara, sem qualquer adição de conteúdo, enaltecimento ou correção. Todos os parâmetros técnicos e também estéticos, nela presentes, resultaram em escolhas do autor e variações efetuadas nos comandos da câmara no ato da captação.

Imagem 02: fotografia tecnicamente corrigida.
Câmara: *Canon 5D Mark II*, sistema «reflex»
Formato: «Raw»
Resolução: 2362x3543 a 300ppi
Descrição:

[95] A revisão da literatura contou com um «draft» inicial composto por 287 páginas.

Este registo foi alvo de uma série de correções técnicas. A perspetiva foi corrigida e a amplitude cromática original foi retificada por forma a auferir informação tonal nas zonas mais soalheiras. Vinhetagens, distorções e aberrações cromáticas foram revistas. Por fim, a nitidez foi realçada. O facto de ter sido captada em formato «Raw» evitou que a suma das alterações a que foi sujeita degrada-se por demais a imagem.

Imagem 03: fotografia esteticamente apurada.
Câmara: *Panasonic DMC-TZ7*, sistema *compacto*
Formato: JPG
Resolução: 1993x3542 a 300ppi
Descrição:

Esta imagem é claramente faltosa em aspetos técnicos: há uma falta clara de nitidez, a ausência de foco é notória e existem zonas da imagem nas quais a informação tonal é praticamente nula, nomeadamente na zona do sino. Contudo e no sentido de a enaltecer do ponto de vista meramente estético, os contrastes foram acentuados, a saturação elevada e um recorte simétrico foi efetuado face ao enquadramento original.

Imagem 04: fotografia artística.
Câmara: Panasonic *DMC-FZ38*, sistema «bridge»
Formato: JPG
Resolução: 4000x2248 a 300ppi
Descrição:

Este registo, originalmente captado nos *Picos da Europa*, foi propositadamente modificado através de um conjunto de técnicas de pós-produção que alteraram radicalmente as cores e texturas. Os efeitos foram gerados apela combinação de múltiplos filtros, produzidos especialmente para imagens fotográficas, através do «plug-in» *Nik Color Efex Pro 4* agregado ao *Photoshop*. O resultado é substancialmente diferente do original pois o local do registo é praticamente irreconhecível.

Acrescentamos que o modo como as 4 imagens foram apresentadas aos participantes foi, por nós, um aspeto bastante acautelado. Todas as imagens foram visualizadas através de um ecrã «tablet» *Asus*, modelo *Zenpad 10M300C*, com total clareza gráfica e discernimento

visual. Para uma visualização dos ficheiros que originaram as imagens ver pasta: *fotografias_analise_2016*, constante no DVD, como *APÊNDICE II*, anexado à dissertação.

Figura 12: imagens para análise, apresentadas virtualmente aos participantes.
António Oliveira, 2016.

Mediante o visionamento das 4 imagens foi solicitado, a cada participante, que escolhesse aquela com a qual mais se identificasse e que eventualmente escolheria para um projeto seu. As seguintes questões foram então colocadas:

1. Porque escolheu esta imagem?
2. O que lhe transmite esta imagem?
3. Como perceciona a imagem em termos técnicos?
4. Como perceciona a imagem em termos estéticos?

5.8.4 O uso de vídeos na investigação

A produção de vídeos não se esgota como veículo de publicação e popularização de informação; pode também significar uma forma de apresentar conhecimentos adquiridos e constituir um instrumento próprio de pesquisa. O conhecimento que daí advém pode revelar novos dados sobre diferentes perspetivas. Como processo de investigação, Margolis e Pauwels (2011) consideram que as filmagens tanto podem servir de tecnologia de gravação como também podem constituir um meio primário de investigação, uma prática e uma forma de explorar ativamente fenómenos sociais fornecendo, através da veiculação dos

acontecimentos reais tal como aconteceram, um novo nível para os compreender. Pela sua fidelidade, capacidade de materializar percepções e de gerar representações, a gravação de vídeos pode ser ainda usada para capturar informação extra ou colateral, impossível de obter por outros métodos. Possibilita, com isso, inspecionar detalhadamente certos aspetos do comportamento humano levando a uma melhor compreensão dos processos tecnológicos, rituais ou práticas envolvidas (Margolis & Pauwels, 2011).

As filmagens constituíram as nossas *notas de campo*. Pelo registo sequencial dos procedimentos e processos de manuseamento e tratamento auferido às imagens pelos designers gráficos, objetivaram recolher pistas conducentes a interpretações metodológicas úteis nos propósitos desta investigação. Aos seis designers gráficos, escolhidos e contactados para participar no estudo de livre e espontânea vontade, foi entregue:

- Uma máquina fotográfica *Panasonic Lumix TZ7*;
- Um tripé compacto sem referência visível;
- Um cartão de memória SD com 8GB;
- Carregador de bateria mais cabo de alimentação;
- Uma bateria *Panasonic DMW-BCG10E*;
- Uma bolsa de transporte.

Figura 13: equipamento de filmagem entregue a cada participante.
António Oliveira, 2016.

Acessórios e equipamento de gravação foram entregues em mão aos participantes. Como opção, os participantes podiam usar o seu próprio material para gravar os vídeos. Foi-lhes pedido que registassem em vídeo um projeto a seu cargo que envolvesse imagens

digitais. Solicitámos, para isso, que a câmara fosse posicionada de forma a enquadrar e focar o ambiente de trabalho, ecrã de computador ou outro dispositivo que habitualmente utilizam.

A produção dos vídeos ocorreu durante o mês de agosto de 2016, em ambientes próprios, escolhidos individualmente por cada participante em data e hora determinadas pelos mesmos. Referimos, como sugestão, que poderiam gravar parte da feitura de um projeto que estivessem atualmente a produzir. Esta decisão foi, todavia, deixada ao critério de cada um mediante as seguintes condições:

1. Manter inalteradas as parametrizações de vídeo previamente configuradas na câmara fornecida: MPEG4 (H264) na resolução: 1280X720;

2. No caso de o participante usar o seu próprio equipamento, a resolução não deve sofrer alterações significativas;

3. O projeto filmado pode fazer uso de uma ou mais imagens;

4. O período de gravação não deve exceder os 15 minutos;

5. Todo o material deve ser devolvido em data a combinar.

5.9 Posturas e procedimentos na recolha dos dados

Tratando-se de um trabalho académico, os designers foram devidamente esclarecidos para a exposição a que ficariam sujeitos. Nessa perspetiva, todos foram devidamente clarificados sobre o direito ao anonimato e a recusar qualquer procedimento que, por alguma razão, entendessem estar a violar princípios com os quais não concordassem.

O contributo dos designers foi prestado de livre e espontânea vontade e todos assumiram a completa responsabilidade pelas suas palavras e atos. Os seguintes pontos ficaram desde logo assentes:

1. Pedir permissão para a gravação áudio na análise de imagens e entrevista;

2. Garantir o anonimato. Nenhum elemento informativo poderá ser posteriormente transcrito contra a vontade do participante;

3. Os vídeos realizados pelos próprios designers são da sua inteira responsabilidade considerando-se, salvo indicações em contrário, que todos os elementos presentes ou visualizados podem ser publicamente divulgados.

De forma a manter a integridade, idoneidade e neutralidade do estudo, os designers convidados foram envolvidos nos vários processos de coleta de dados por três instrumentos de pesquisa, realizados em agosto de 2016, imperativamente pela seguinte ordem:

1. Análise de fotografias; 2. Realização de vídeos; 3. Participação em entrevistas.

Partindo da análise de imagens propositadamente produzidas para este efeito, passando pela realização de vídeos, cuja execução dependeu inteiramente dos participantes, à complexa informação gerada pelas entrevistas crê-mos, por esta sequência, ter feito os possíveis para evitar influenciar de forma consciente ou inconsciente os participantes. No que a esta dissertação diz respeito, esclarecemos que não manifestámos, durante ou depois de qualquer instrumento de pesquisa, comportamentos que sugerissem a nossa opinião, visão ou ponto de vista sobre qualquer um dos tópicos abordados. Com o intuito de obter respostas sinceras, tão pouco foi exercido qualquer tipo de pressão, sugestão ou indicação passível de condicionar os resultados.

Todos os participantes contaram com uma palavra de apreço e agradecimento.

Para as entrevistas, uma duração máxima, prevista de sessenta minutos, foi estipulada. Esta duração encontra-se dentro dos limites preconizados por Bauer e Gaskell (2000/2002) que estabelecem uma extensão variável entre 60 a 90 minutos, já contando com variáveis como o tipo e número de perguntas preparadas, a rapidez e habilidade oratória do entrevistador assim como o tempo de resposta do entrevistado. As entrevistas ocorreram em vários locais de Lisboa, em ambientes isentos ruído, num tom informal e de forma descontraída, como se tratassem de conversas de café. Foram previamente combinadas, em datas e horas oportunas. Tendo em conta a disponibilidade dos designers, a ordem da realização das entrevistas foi arbitrária.

Bauer e Gaskell (2000/2002) afirmam que é essencial assegurar uma boa reprodução áudio por se refletir posteriormente numa transcrição de boa qualidade. Bardin (1977/2014) realça igualmente a importância das entrevistas serem gravadas num bom suporte de gravação tendo em consideração a posterior transcrição. A autora considera mesmo que “seja qual for o caso, devem ser registadas e integralmente transcritas” (Bardin, 1977/2014, p. 89).

Stake (1995/2012), por seu lado, desvaloriza o uso do gravador como suporte de gravação nas entrevistas. O autor considera que o consumo de tempo, necessário para realizar as transcrições, dificilmente justifica o seu uso. Para Stake é mais importante escutar, tirar notas e pedir esclarecimentos, do que gravar a totalidade do discurso. Mais do que palavras exatas é a ideia que importa e nesse sentido, salienta Stake (1995/2012), um bloco para anotações revela-se muito mais útil. A informação deve ser apurada de forma tão detalhada quanto possível e para isso, uma cuidada transcrição é imprescindível, referem Bauer e Gaskell (2000/2002). Os autores aconselham também a anotar as ideias resultantes do processo de leitura das transcrições. Ambos referem a capacidade das transcrições preservarem as caraterísticas essenciais da fala. Como tal, devem constituir "um registo tão detalhado quanto possível do discurso a ser analisado" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 251). Referem ainda os autores que se deve evitar corrigir partes do discurso por potenciar a perca de dados. Incluem-se repetições, sobreposições ou cortes na fluência.

Optámos por assegurar transcrições completas gravando todas as entrevistas em formato digital WAV usando um gravador áudio *Philips*, modelo *Go Gear* com 8GB de memória interna. Constatada a importância de anotar expressões e reações no decorrer das entrevistas, incluindo pausas ou sobreposições de falas consideradas relevantes como comportamentos impossíveis de captar por instrumentos de áudio, munimo-nos, como complemento ao gravador áudio, de um bloco de apontamentos que levámos para todas as entrevistas. As observações gestuais e comportamentais foram registadas para posterior inclusão nas transcrições. Este procedimento é aconselhado por Creswell (2009).

5.10 Análise de conteúdo: opções tomadas

5.10.1 O significado de analisar

Bauer e Gaskell (2000/2002) explicam que a AC, como processo, foi desenvolvida na área da pesquisa social com o intuito de analisar conteúdos textuais atribuindo-lhe fundamentação e um sentido de compreensão.

Bardin (1977/2014) estabelece três fases no processo de AC:

1. Escolha dos documentos submetidos para análise - pré-análise;

2. Formulação de objetivos - exploração da matéria, reunida e considerada;

3. Elaboração de indicadores - tratamento das deduções, interpretações e resultados.

Para Bardin (1977/2014), uma AC tem como objetivo primordial enriquecer o conhecimento sobre um determinado assunto. Fá-lo através de uma leitura fidedigna que visa principalmente desvanecer ou ultrapassar a incerteza existente sobre o tema investigado. A autora salienta que a AC não é um instrumento singular de pesquisa. Tratam-se de técnicas, de aplicação prática, que se adaptam às exigências e condicionalismos da própria investigação tendo sempre em vista encontrar respostas para as questões lançadas (Bardin 1977/2014).

Quivy e Campenhoudt[96] (1995/2005) consideram que o objetivo da análise da informação situa-se no domínio da interpretação dos dados recolhidos. Na opinião destes autores é frequente nas análises de conteúdo, feitas através de métodos qualitativos, surgirem dados relevantes ou relações entre dados não expectáveis e que, pela sua importância, mereçam ser investigados. Como tal, torna-se necessário acomodá-los convenientemente na investigação, nomeadamente nas conclusões ou como pistas para potenciais estudos futuros (Quivy & Campenhoudt, 1995/2005).

"A análise pretende dar significado às primeiras impressões" (Stake, 1995/2012, p. 87). Fá-lo, segundo este autor, separando a informação em segmentos com o intuito de entender o seu significado isolado e perceber como os dados se relacionam entre si.

Bauer e Gaskell (2000/2002) estabelecem como objetivo principal da AC a apresentação de dados coletivos, obtidos através do processo comunicativo, passíveis de serem categorizados. Os autores evidenciam como principais vantagens da AC qualitativa o facto de esta ser sistemática e pública, permitir a recolha direta de dados e poder comportar eventos históricos ou acontecimentos passados. Ao considerar a construção de interpretações a partir de dados históricos, a AC revela-se uma forma acessível e barata para encontrar, teorizar e estabelecer tendências sociais (Bauer & Gaskell, 2000/2002). Bardin (1977/2014) deixa um alerta pelo facto da análise qualitativa não tratar exaustivamente o conteúdo. A possibilidade de não considerar elementos importantes é considerável e por isso o investigador deve estar atento para que dados relevantes não passem despercebidos.

[96] Raymond Quivy e Luc Van Campenhoudt. Professores e sociólogos de origem belga. Autores de várias obras no campo da investigação social e metodologia. Mais informação sobre publicações de sua autoria em: http://www.dunod.com/auteur/luc-van-campenhoudt, acedido em 13 de agosto de 2016.

5.10.2 Codificar e categorizar

Codificar significa salientar, classificar, agregar e categorizar. Para Creswell (2014) alguns códigos podem surgir inesperadamente. O autor recorda que a abordagem tradicional e mais comum nas ciências sociais consiste em permitir que os códigos surjam naturalmente durante a análise de dados mas evidencia que os códigos que são incomuns, revelam-se mais interessantes. O processo de codificação entendido por Creswell (2014) gera uma descrição de pessoas, categorias e temas para análise. Para o autor, esta descrição requer uma informação detalhada sobre os indivíduos, lugares, ou eventos num determinado ambiente.

Bardin (1977/2014) define a categorização como um meio de chegar a um entendimento através da classificação de elementos contidos na mensagem e segundo certos critérios lógicos. A autora considera o processo uma forma de isolar, repartir e organizar elementos, a partir de informação obtida, para posterior classificação. Salienta ainda que a técnica é posta em prática categorizando, isto é, repartindo a informação em blocos temáticos.

Bauer e Gaskell (2000/2002) apontam a necessidade em processar a totalidade da informação, que pode ver muito vasta em metodologias qualitativas, sem deturpar o conteúdo e consequentemente traduzir a intensão do material fornecido para unidades menores. Uma boa caraterização acelera a eficácia e rapidez do processo de análise. A análise categorial, facilita a segmentação do texto em unidades, entenda-se agrupamentos ou categorias, objetivando uma interpretação mais clara, direta e aprofundada dos resultados obtidos através de determinados instrumentos como sejam a realização de entrevistas.

Cabe ao investigador rever posteriormente toda a informação e organizá-la em categorias ou temas. Para uma correta categorização, Creswell (2014) sugere a toma de certos passos na conduta da informação. O autor recomenda identificar primeiramente a necessidade de preparar, organizar e classificar todos os dados para análise. Isso envolve, por exemplo, transcrever os dados provenientes das entrevistas ou catalogar todo o material visual. Seguidamente relembra que é importante rever todos os dados para traçar sumariamente o tom, ideologia, profundidade e credibilidade da informação. Esta organização permite, segundo o autor, segmentar a informação codificando-a e elegendo palavras que representem categorias. Bardin (1977/2014) define assim os critérios de categorização:

- Semântico: reúne temáticas que significam ou englobam um determinado assunto;

- Sintático: classificação pelo uso de verbos ou adjetivos;

- Léxico: classificação apoiada no sentido léxico das palavras, segundo o seu sentido ou sinónimo;

- Expressivos: provenientes de gestos, expressões ou tiques.

A busca por categorias não deve ser um procedimento inteiramente calculado (Bauer e Gaskell (2000/2002). Todavia, salientam que o investigador deve focar-se na construção de uma interpretação através de um processo de seleção e de criação de unidades de categorização a partir dos dados brutos, sejam eles provenientes de entrevistas, revisão da literatura ou outros.

> "A análise de conteúdo é um exercício de redução de dados onde o texto é codificado em determinadas categorias. A transformação do texto original em categorias quantificadas é feita através de um referencial de codificação que abrange todo aspeto importante do material de pesquisa" (Bauer & Gaskell, 2000/2002, p. 237).

Para Bardin (1997/2014) um sistema de categorias torna-se válido apenas se puder ser aplicado com precisão na informação. As categorias devem, no entender de Rose (2012) ser cuidadosamente definidas para que, idealmente, diferentes investigadores em diferentes tempos, codifiquem a informação de maneira semelhante. O uso de uma grelha categorial de análise pode, contudo, resultar facilmente numa abstração e reduzir significativamente a informação recolhida, incluindo temas latentes ou emergentes. Indicia também um princípio de subjetividade inerente ao processo de categorização (Bardin, 1977/2014). Isto porque, segundo a mesma autora, o processo depende essencialmente da escolha dos critérios de classificação, do que se prova e do que se espera encontrar.

Para esta dissertação estabelecemos como categorias principais:

1. *Fotografia Digital*;

2. *Designer gráfico*;

3. *Transformação de imagens.*

As categorias principais foram encontradas após a revisão da literatura. As subcategorias[97] encontradas com o auxílio dos instrumentos de pesquisa. Para isso os dados foram coletados, registados, examinados e comparados através das seguintes etapas:

1. Transcrição de todos os depoimentos gravados em áudio;

[97] Referência completa às subcategorias no capítulo VI, dedicado à análise e discussão de resultados.

2. Sistematização da informação transcrita;
3. Interpretação dos dados transcritos;
4. Interpretação dos vídeos realizados pelos participantes;
5. Estabelecimento de relações entre a informação coletada;

Creswell (2009) salienta que os investigadores que optam por métodos qualitativos valorizam acima de tudo a informação obtida através do contacto e do diálogo com indivíduos diretamente envolvidos na temática em estudo. Estes dados, que são maioritariamente recolhidos pelo próprio investigador, provêm normalmente de um cruzamento entre fontes documentais que podem ser obtidos pela observação, realização de entrevistas ou análise de objetos, entre outros (Creswell, 2009). Para evitar estados de subjetividade, Cohen et al. atentam para a necessidade de triangular dados como forma de assegurar um nível aceitável de credibilidade na informação apresentada. Para tal, segundo os mesmos, é necessário que "conclusões confiáveis provenham de fontes seguras" (Cohen et al., 2007, p. 412).

No seguimento das observações feitas por Creswell (2014) e no sentido de auferir validade ao estudo que apresentamos fizemos questão em:

1. Descrever detalhadamente o tema principal da investigação, perguntas de partida e foco temático;

2. Cruzar a informação através de múltiplas fontes. Às observações e revisão da literatura sucedeu-se uma abordagem qualitativa, clássica, conduzida mediante entrevistas semiestruturadas, conjugadas com uma abordagem apoiada em métodos visuais, suportada através da análise do material fotográfico propositadamente produzido. A isto juntou-se a interpretação dos vídeos, realizados pelos próprios participantes no estudo.

3. Relatar pormenorizadamente as estratégias de coleta e análise de dados a fim de fornecer uma imagem clara e precisa de todos os procedimentos e instrumentos utilizados neste estudo.

5.10.3 Caraterização da amostra

O procedimento metodológico baseado em pressupostos qualitativos, utilizado no âmbito da feitura desta dissertação, forneceu um ótimo recurso para obter informação detalhada, necessária e também desejável. Para tal, o contributo da amostra foi essencial.

A amostra, caraterizada segundo Quivy e Campenhoudt (1995/2005), é composta por elementos pertencentes a uma determinada população e constitui uma seleção para um referencial de estudo. Esta seleção deve ser feita de acordo com critérios externos adequados aos interesses da investigação. Bodgan e Biklen (1991/1994) advertem que não existe necessidade de reunir um grande conjunto de indivíduos para obter respostas pois, devido ao detalhe pretendido, implícito nas metodologias qualitativas, "a maioria dos estudos são conduzidos com pequenas amostras" (Bodgan & Biklen, 1991/1994, p.17). Os participantes devem ser selecionados de entre os que melhor se julguem ajudar o investigador na compreensão do problema ou questão de pesquisa. Tal não significa taxativamente a necessidade de um grande número de participantes, acrescenta também Creswell (2014).

A amostra reunida para esta investigação envolveu 6 designers gráficos e requereu a sua participação em 3 momentos de investigação distintos:

1. Análise de fotografias fornecidas: objetos visuais produzidos para o efeito;
2. Interpretação de vídeos realizados pelos próprios: notas de campo;
3. Participação em entrevistas de carácter qualitativo.

A escolha dos designers para este estudo foi criteriosa: 6 profissionais, com formação ou funções em design gráfico, foram individualmente convidados a participar mediante a sua disponibilidade. Entre vários parâmetros, por nós considerados, avaliámos critérios como o percurso, tipo e tempo de experiência profissional. Todos possuem conhecimentos no campo do design e todos são nossos amigos ou conhecidos.

Caraterização da amostra

Nº.	ID	Anos de atividade na área	Área funcional atual	Vínculo profissional atual	Idade
01	MO	46	Imagem/design gráfico	Freelancer em part-time	68
02	GA	15	Design gráfico/fotografia	Trab. em funções públicas	39
03	MF	25	Design gráfico/projetista	Colaborador	50
04	MP	2	Multimédia/design gráfico	Colaboradora em full-time	26
05	JA	27	Fotografia/design gráfico	Colaborador/freelancer	54
06	PP	6	Vídeo/design gráfico/3D	Tempo indeterminado	35

Tabela 2: caraterização da amostra; participantes convidados para o estudo.

PARTE 3: AÇÃO E REFLEXÃO

CAPÍTULO VI
ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

6.1 Análise das fotografias

Relembramos as caraterísticas das imagens mostradas aos designers para análise:
Fotografia 1: imagem sem processos de manipulação ou edição aplicados.
Fotografia 2: imagem tecnicamente corrigida.
Fotografia 3: imagem enaltecida em parâmetros estéticos.
Fotografia 4: imagem artística. Bastante alterada.

Apresentamos uma breve análise face à escolha que cada participante tomou.

Participante ´MO´.[98]

Escolheu a fotografia número 3. Realçou os aspetos estéticos da imagem, nomeadamente as tonalidades presentes maioritariamente entre amarelos e azuis o que pareceu agradar-lhe bastante. Enalteceu ainda as associações que a imagem lhe produziu mentalmente pelo efeito da luz. Ignorou os aspetos técnicos e alegou a imagem simplesmente porque foi a que mais lhe agradou visualmente.

Participante `GA´.[99]

Afirmou que a escolha pela fotografia número 4 foi uma escolha pessoal. Teve a ver com o assunto em si e com a ausência de civilização. Agradou-lhe a "imensidão" que lhe transmitiu. Tentou ainda descrever os processos técnicos envolvidos na sua feitura. Mesmo sendo esta imagem a mais alterada digitalmente do grupo, este participante apelidou-a ainda de "pouco impactante" e "baça" sugerindo que os efeitos, nomeadamente o contraste, poderia ser ainda mais acentuado. Reconheceu que a decisão foi meramente estética.

Participante `MF´.[100]

[98] Ver *APÊNDICE* XI, *transcricao_fotografia_01.*
[99] Ver *APÊNDICE XII, transcricao_fotografia_02.*
[100] Ver *APÊNDICE XIII, transcricao_fotografia_03.*

Apesar de reconhecer algumas falhas no campo técnico, isso não perturbou a sua escolha e elegeu a imagem número 3 devido a fatores de ordem estética. Realçou a composição e afirmou que esta imagem tinha, para ele, algo que o atraia. "É uma imagem que me chama. Está-me a chamar!" afirmou. Enalteceu as cores e as formas presentes que, em conjunto e como um todo, contribuíram para a perceção de estar perante uma imagem "enigmática".

Participante `MP´.[101]

Realçou a imagem número 2. Referiu que é uma imagem "acertada para o que pretende mostrar". Salientou como o movimento e a forma são importantes e contribuem para o objetivo final da imagem. Evidenciou alguns aspetos técnicos como o facto da luz forte poder afetar imagem mas considerou o problema tecnicamente resolvido. Afirmou que a imagem poderia ser melhorada em determinados parâmetros estéticos classificando-a por isso de "imperfeita". Não deixou, contudo, de merecer a sua preferência devido ao seu aspeto mais "natural".

Participante `JA´. [102]

Elegeu a fotografia número 3. Afirmou que as cores foram determinantes na escolha. Referiu ser este o elemento de diferenciação da imagem que, sem deixar de ser uma fotografia, isto é, percebendo-se a sua origem, influenciou a sua decisão. Observou falhas mas disse que pouco interferiram na sua escolha. Afirmou, a propósito, que "a imagem até nem é boa mas é bonita". Referiu ainda que nem tudo o que é faltoso na imagem consegue ser resolvido por «software» em computador. Disse também que "uma criação quer-se fortuita" e sugeriu, no que parece ser uma crítica aos ensinamentos instituídos e algo padronizados, que por vezes as regras a adotar devem ser mais sentidas do que incutidas.

Participante `PP´.[103]

[101] Ver *APÊNDICE XIV, transcricao_fotografia_04.*
[102] Ver *APÊNDICE XV, transcricao_fotografia_05.*
[103] Ver *APÊNDICE XVI, transcricao_fotografia_06.*

Escolheu a imagem número 4 pela "abstração" que lhe sugeriu contemplar uma "obra de arte". Mencionou a criatividade na fotografia e a importância do fator criativo na hora de obter resultados emocionais. Afirmou que "os aspetos técnicos são indiferentes aqui". Renegou a técnica para segundo plano e considerou que o aspeto visual e a beleza importam numa medida maior. Este designer sugeriu ainda que esta imagem pode assumir vários graus de intensidade e imersão consoante o tamanho e o lugar onde venha a ser reproduzida e apresentada.

Sumarizamos estes dados no gráfico número 2 que apresentamos de seguida.

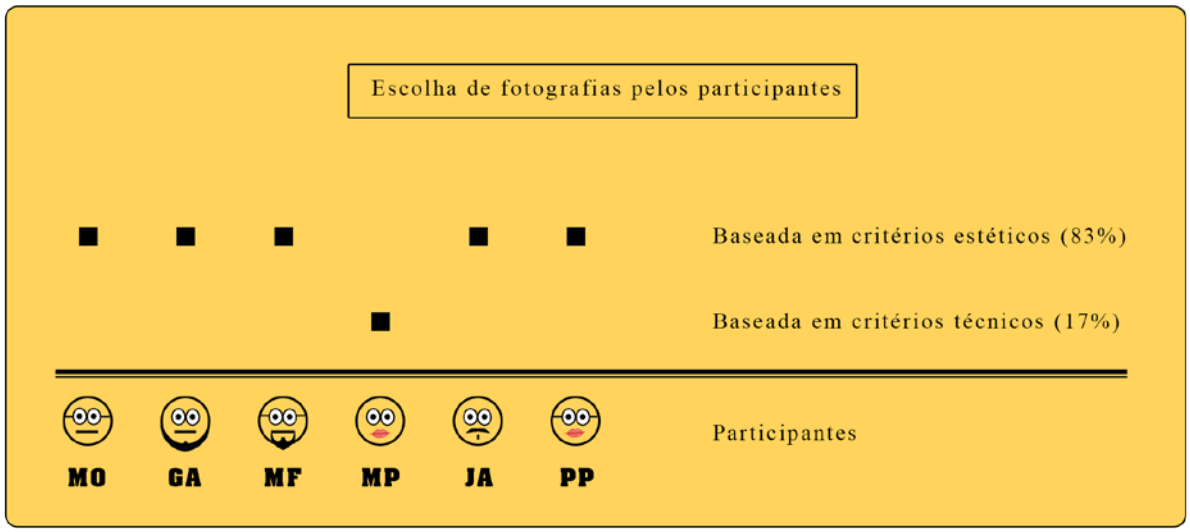

Gráfico 2: critério de seleção fotográfica pelos participantes.

O gráfico 2 elucida visualmente os resultados obtidos. Constatámos que 5 dos 6 designers gráficos, optaram por fotografias cujos aspetos estéticos se encontravam, de alguma forma, realçados e todos relacionaram o tema em si com os seus próprios gostos. Na altura de escolher, as considerações envolveram emoções realçadas pelo conteúdo das imagens. Apenas o participante ´MP´ preferiu uma imagem mais cuidada tecnicamente. Ainda assim, nenhum dos designers elegeu a imagem número 1, aquela que não sofreu nenhum tipo de ajuste, correção ou efeito em pós-produção, sendo a única imagem que se apresentou tal como saída da câmara fotográfica.

6.2 Análise dos vídeos

Apresentamos de seguida a nossa análise face à produção de vídeos a cargo dos participantes. Recordamos que, num limite máximo estabelecido em 15 minutos, os designers tinham de gravar, através do equipamento fornecido ou dos próprios, um projeto que fizesse uso de imagens digitais. Elaborámos a seguinte classificação para avaliar o tratamento auferido às imagens:

Subtil: quando o nível de tratamento aplicado à imagem incidiu apenas em tarefas de correção de objetivas, distorções ou anulação de aberrações cromáticas.

Mediano: quando houve lugar à aplicação de técnicas de edição que modificaram visualmente a imagem mas não alteraram o seu conteúdo.

Significativo: quando a imagem foi modificada procedendo-se a transformações ao nível dos seus pixéis,

Participante `MO, vídeo 01. Duração: 10m45s.[104]

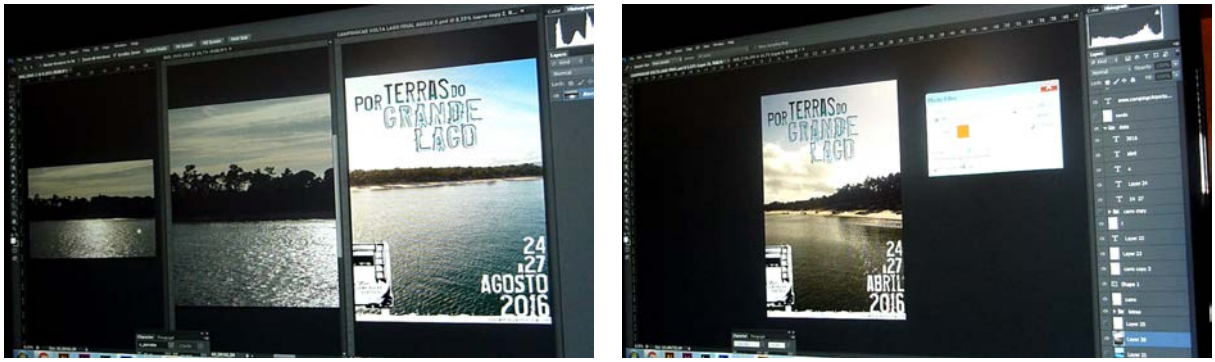

Figura 14: produção do vídeo 01 pelo participante `MO´.

Foi visível que houve um trabalho prévio que envolveu a toma de vários registos fotográficos, 24 contabilizados no vídeo fornecido, no sentido de encontrar as imagens certas para o projeto. Dado o número e diversidade de imagens presentes para disposição, foi óbvio que, aquando do registo fotográfico, o designer não tinha uma ideia clara do que pretendia

[104] Ver pasta *APÊNDICE III - videos_interpretacao_2016*, ficheiro: *video_01*, constante no DVD anexado a esta dissertação.

para o projeto e nisso a tecnologia digital contribui com um preciosa ajuda: a possibilidade de facilmente e sem custos adicionais captar quantos registos se entender. O único senão é o tempo envolvido mas possibilidades de escolha numa fase posterior ao registo são uma inegável vantagem.

Começámos por observar uma seleção baseada aparentemente em critérios do designer. As imagens tiveram como finalidade, pelo que pudemos observar, servir de fundo para completar uma peça de comunicação, provavelmente um cartaz, póster ou anúncio e coexistir juntamente com tipografia já elaborada. As imagens foram generosamente ampliadas para se enquadrarem no formato da peça. Não pareceu haver especial atenção em relação a este aspeto na toma das fotografias mas observámos que a qualidade de imagem resultante foi verificada através da *zoom tool* no *Photoshop*. O designer testou vários filtros de cor assim como as alterações automáticas de cor produzidas pelos *blending modes* dos *layers*. Não terá ficado satisfeito com os resultados obtidos por estas ferramentas mas mostrou-se determinado em alterar as tonalidades originais da imagem. Realizou testes com máscaras na tentativa de conferir tonalidades distintas entre céu e água sugerindo o desejo por alterar estas duas zonas independentemente. Pela verificação que se seguiu, pareceu ter havido preocupações com o estado da imagem após a alteração do original já que esta foi verificada por diversas vezes.

Houve ainda lugar a uma segunda versão pela escolha de outra imagem que fazia parte do lote inicial de 24. Esta foi aberta em formato "Raw" e os seus parâmetros foram tratados com o apoio do *Camera Raw.* A luminosidade e as *altas luzes* foram corrigidas, especialmente nas zonas onde se observava os brilhos intensos causados pelo sol na superfície da água e onde a informação cromática simplesmente não existia. Estas correções, efetuadas com esta amplitude, não teriam sido possíveis em formato JPG. A imagem foi colocada para servir de pano de fundo numa peça gráfica parcialmente concebida e tal como a sua precedente, o enquadramento foi substancialmente modificado pelo corte do formato da peça. Foram testados vários posicionamentos e realizados múltiplos testes com a sobreposição de *layers* o que sugere que houve preocupações qualitativas nas tonalidades auferidas ao conjunto.

Face ao que observámos, considerámos que a imagem sofreu uma transformação a um nível que moderado.

Participante ´GA´, vídeo 02. Duração: 6m46s.[105]

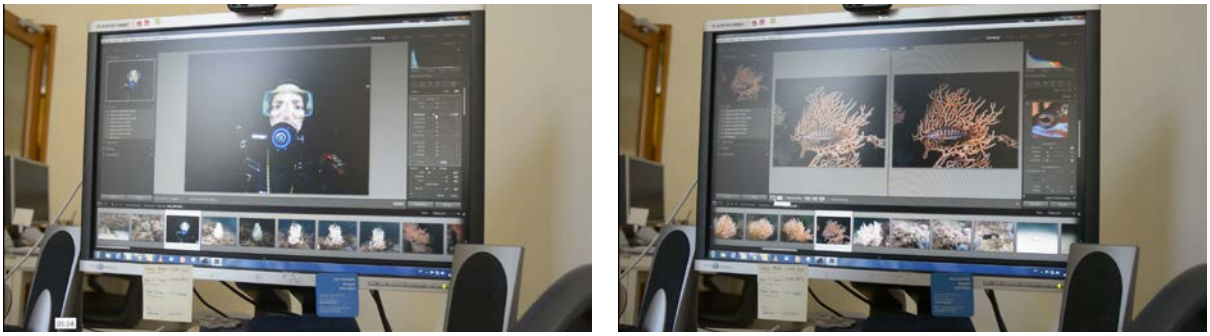

Figura 15: produção do vídeo 02 pelo participante `GA´.

Começámos por observar uma galeria temática de imagens relacionada com a vida subaquática acedida através do *Lightroom*. Após seleção de uma imagem no qual se distinguiu um mergulhador, o designer iniciou um processo de alteração onde removeu praticamente todo o fundo à imagem. Provavelmente considerou que este provocava ruído ou distração ao seu elemento principal: o mergulhador. De seguida a imagem foi reenquadrada eliminando-se parte do *background* o que evidenciou ainda mais o sujeito. Os valores tonais e de exposição também foram alterados e no fim o participante mostrou-nos a comparação entre o antes e o depois. É notória a recuperação de informação e detalhe na face do mergulhador, detalhes que não eram percetíveis no original antes da edição. Independentemente das opões tomadas, fica para nós patente que a imagem beneficiou tecnicamente do processo a que foi sujeita o que nos leva a acreditar que terá sido, senão em todo, parcialmente necessário.

Na mesma temática mas num segundo exemplo oferecido por este participante, o alvo do tratamento recaiu numa imagem onde se podia ver um peixe sobre um coral. Efetuou um *crop* que alterou o enquadramento e deu maior relevância ao peixe e ao coral. O designer aplicou de seguida várias correções nos valores de exposição, apenas possíveis pelo formato original da imagem: «Raw». Mais uma vez, o fundo foi alvo de uma limpeza acentuada onde foram eliminados praticamente todos os elementos que se encontravam na água à exceção dos corais. O Participante observou seguidamente os níveis de nitidez da imagem e acentuou este parâmetro de forma a enaltecer os contornos das formas. Podemos, também aqui, ver o antes e o depois para constatarmos as diferenças.

[105] Ver pasta *APÊNDICE III - videos_interpretacao_2016,* ficheiro: *video_02*, constante no DVD anexado a esta dissertação.

Considerámos, em ambos os casos, que o nível de tratamento aplicado foi significativo.

Participante ´MF´, vídeo 03. Duração: 10m06s.[106]

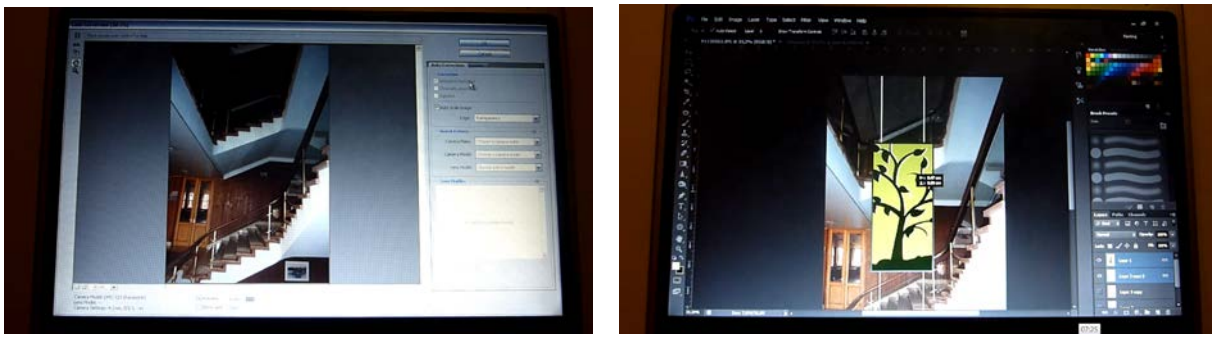

Figura 16: produção do vídeo 03 pelo participante `MF´.

Neste vídeo pudemos observar que o objetivo passou por produzir algum tipo de maqueta onde se pretendeu mostrar o efeito que uma tela poderia ter no interior de um edifício. Neste sentido constatámos que a imagem do edifício já se encontrava inserida no computador juntamente com a peça gráfica que representava a tela.

A imagem em si aparentou possuir distorções acentuadas e tal foi notado e corrigido com as ferramentas da opção *transformation* presentes no *Photoshop*. Observámos que foram levadas a cabo tentativas de corrigir estas imperfeições com as opções de correção para tipos de câmaras e lentes, presentes no *Photoshop*. Parece que não foram do agrado do participante ou, no seu entender, não conseguiram resolver o problema. As correções acabaram por se fazer de uma forma mais indisciplinada, manualmente através das opções de *transformation* que parece terem tido, assim, a aprovação deste designer. Foram usadas guias como auxílio visual para este procedimento. Referimos que, em casos como este, importa alinhar as linhas verticais sem deformar ou distorcer a imagem para que esta não apresente pontos de vista ou ângulos irreais que o olho humano não reconheça como credíveis. De seguida, o designer procedeu à inserção do ficheiro da tela na imagem do edifício. Também esta imagem, sobreposta, sofreu transformações e redimensionamentos de forma a enquadrar-se e ajustar-se à imagem de fundo. Foram adicionados dois suportes à tela que aparentaram representar cabos de apoio. Ocorreram vários experimentos com as tonalidades globais numa tentativa

[106] Ver pasta *APÊNDICE III - videos_interpretacao_2016*, ficheiro: *vídeo_03*, constante no DVD anexado a esta dissertação.

aparente de integrar a tela na imagem e disfarçar a composição que se fabricou. Uma outra interpretação possível pode sugerir que se pretendeu realçar a tela face à imagem de fundo e desta forma, conferir-lhe mais destaque.

Considerando o resultado final como uma composição de imagens e face ao que pudemos observar, classificámos que a imagem usada neste projeto teve uma alteração significativa.

Participante ´MP´, vídeo 04. Duração: 9m28s.[107]

Figura 17: produção do vídeo 04 pelo participante `MP´.

Começámos por observar a existência de uma peça gráfica aparentemente destinada a ser impressa. Pelo menos assim deduzimos pela sua execução no *Indesign*. Esta peça encontrava-se num estado já evoluído de execução pois foi discernível a presença de campos de texto e imagens já presentes e colocadas numa estrutura editorial que pareceu já ter sido delineada. O designer já detinha uma galeria de imagens à qual recorreu. Selecionou e abriu então uma imagem no *Photoshop* na qual constava um prato com algum tipo de iguaria que não conseguimos identificar. Começou então por dar mais nitidez à imagem de uma forma muito astuta: utilizou uma combinação de técnicas que aliam o filtro *High Pass* com os *blending modes* que normalmente proporciona uma nitidez acrescida nas zonas dos contornos enquanto preserva as restantes áreas da imagem. Este aspeto parece ter sido confirmado pelo participante após a execução da operação pela ampliação visual que realizou à imagem no sentido de conferir, possivelmente, a sua integridade. As cores foram saturadas provavelmente para tornar a iguaria mais apelativa ou conferir-lhe um aspeto delicioso. Algumas zonas de vermelhos mais intensos, naquilo que aparentou serem morangos, foram selecionadas e alvo

[107] Ver pasta *APÊNDICE III - videos_interpretacao_2016*, ficheiro: *vídeo_04*, constante no DVD anexado a esta dissertação.

de uma saturação ainda mais acentuada. A imagem foi então transportada para a peça estruturada com o *Indesign* onde foi inserida e enquadrada num espaço já reservado e que se revelou substancialmente diferente, em termos proporcionais, face às dimensões originais da imagem. Foi então enquadrada a gosto. O participante mostrou-nos a imagem original e após o tratamento. Parece claro que a nitidez e a saturação conferidas à imagem atuaram em seu benefício.

Pelo que pudemos observar, classificámos que a imagem usada neste projeto teve uma alteração moderada.

Participante ´JA´, vídeo 05. Duração: 6m10s.[108]

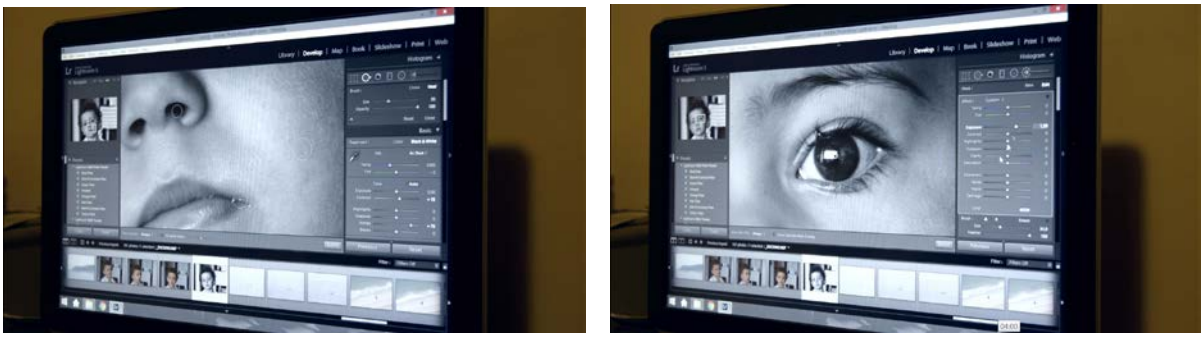

Figura 18: produção do vídeo 05 pelo participante `JA´.

O vídeo iniciou-se com a escolha de imagens numa base já existente nos arquivos do designer. O participante selecionou uma imagem de uma criança, que abriu com o programa *Lightroom* e à qual, prontamente, retirou qualquer informação de cor. Com a imagem em tons de cinza, usou de seguida linhas diretrizes para fazer uso da regra dos terços e escolheu o olho esquerdo da criança como ponto de referência para a sua aplicação. Procedeu de seguida à limpeza de algumas imperfeições na pele da face da criança.

Noutro procedimento, selecionou o fundo e desfocando-o, modificou artificialmente a profundidade de campo. Os olhos e o reflexo neles observado foram alvo de atenção e correção. Níveis de nitidez foram adicionados ainda à imagem. Um novo enquadramento, que descartou praticamente todo o fundo, foi então aplicado à imagem. No fim, o designer mostrou-nos o resultado a que chegou.

[108] Ver pasta *APÊNDICE III - videos_interpretacao_2016*, ficheiro: *vídeo_05*, constante no DVD anexado a esta dissertação.

Considerámos, neste caso, que o nível de tratamento aplicado foi significativo.

Participante ´PP´, vídeo 06. Duração: 10m1s.[109]

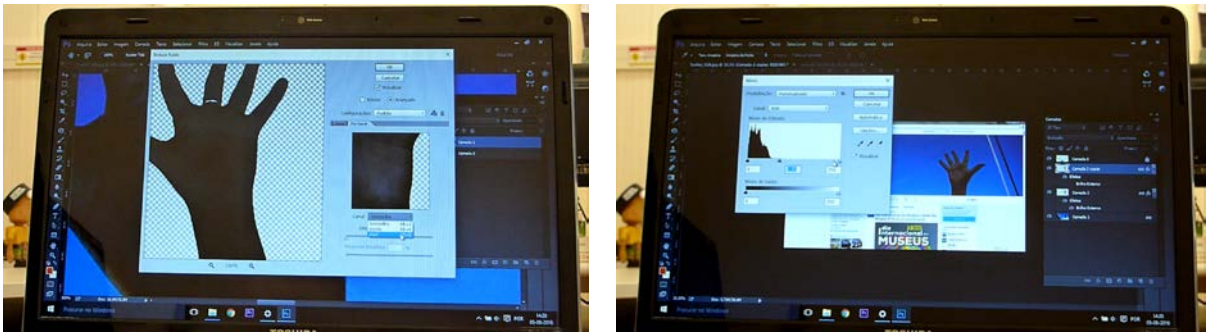

Figura 19: produção do vídeo 06 pelo participante `PP´.

Este designer iniciou o vídeo com uma imagem previamente aberta em *Photoshop*. A imagem revelou alguns marinheiros numa embarcação e a silhueta de um braço com uma mão comportando o que aparenta ser uma aliança.

A cena sugere uma despedida de alguém que embarca para uma viagem por tempo considerável. Partindo do princípio que a imagem não sofreu alterações prévias, o designer começou por tentar aplicar alguns ajustes através de ferramentas automáticas que geram algoritmos que alteram os valores cromáticos das imagens. Na prática, estas ferramentas revelam-se utilizáveis em algumas ocasiões mas totalmente inúteis noutras situações. De seguida o designer debruçou-se no braço e na mão. Estes elementos foram selecionados, duplicados para uma nova camada e alvo de ajustes tonais que permitiram a visualização de algum detalhe antes oculto. O participante analisou o resultado e resolveu minimizar o nível de ruído possivelmente causado por esta alteração. Para isso utilizou as ferramentas de redução de ruído presentes no *Photoshop*. A forma como o fez foi bastante habilidosa e também perspicaz uma vez que, pelo que pudemos constatar, utilizou o modo avançado e trabalhou apenas no *canal dos azuis* onde se concentra geralmente a maior parte do ruído das imagens digitais RGB evitando deste modo degradar a imagem na sua totalidade ou corrigir zonas que não careciam de ajustes. No sentido aparente de integrar melhor o braço com a imagem de fundo o designer aplicou alguns afeitos que aproximaram os contornos ao fundo azul do céu.

[109] Ver pasta *APÊNDICE III - videos_interpretacao_2016,* ficheiro: *vídeo_06*, constante no DVD anexado a esta dissertação.

A imagem criada foi simulada na estrutura gráfica do *Facebook* de um organismo do Estado. Dadas as dimensões do campo, disponíveis para inserir a imagem, esta sofre um recorte e rotação considerável no seu enquadramento, o que não desvirtua no entanto o seu conceito inicial. Após verificar o resultado desta implementação, o designer decidiu eliminar um cabo do navio através das ferramentas *Patch Tool* e *Clone Tool*, ambas presentes no *Photoshop*. A primeira escolha permite copiar as texturas facilitando a noção de realismo enquanto a segunda foi usada perto dos dedos o que se justifica pelo controlo necessário em relação aos pixéis que se situam em zonas cromaticamente mais complexas. Após analisar a imagem o designer decidiu tornar o braço e mão substancialmente mais claros alterando os valores de brilho e contraste.

Face ao que pudemos observar e com base nos nossos parâmetros, classificámos que a imagem usada neste projeto teve uma alteração significativa.

Sumarizamos assim os resultados obtidos:

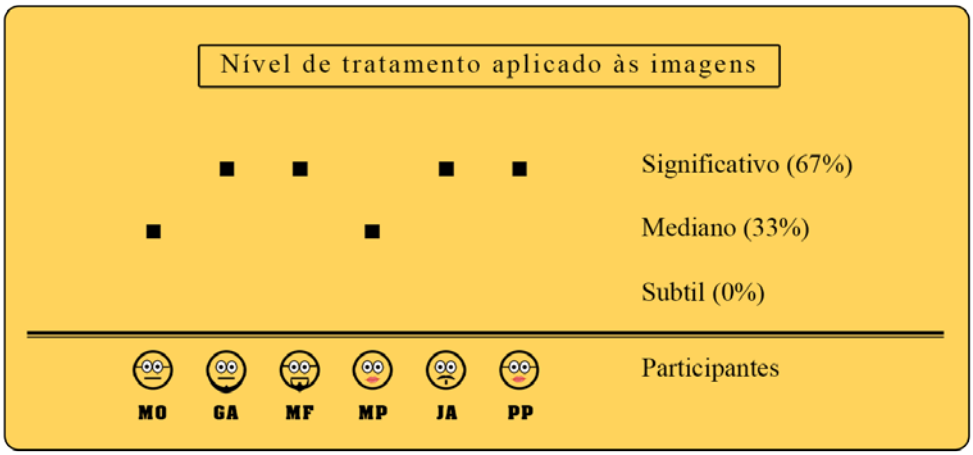

Gráfico 3: aplicação de técnicas de tratamento de imagem pelos participantes.

Após análise dos 6 vídeos produzidos pelos designers e com base na nossa classificação, constatámos que a maioria aplicou técnicas às imagens que alteraram significativamente o seu conteúdo.

Representámos visualmente estas observações no gráfico número 3. Salientamos a ausência do parâmetro "subtil" que não obteve expressão.

6.3 Análise das entrevistas

De seguida evidenciamos as principais elações retiradas após análise dos depoimentos dos participantes nas entrevistas realizadas.

Participante 1, `MO´.[110]

Participante caraterizado pela extensa experiência. A sua vivência está patente no conteúdo do seu discurso onde, por vezes, evidencia algum saudosismo por outros tempos. Não é por isso que não deixa de reconhecer as mais-valias proporcionadas pelas tecnologias digitais que hoje tem à sua disposição e que de bom grado aprendeu e utiliza. Apesar da idade, 68 anos, continua envolvido em alguns projetos como «freelancer» em «part-time». Enaltece as "possibilidades" trazidas pela fotografia digital que possibilitaram "ver de imediato os resultados". Bem diferente de outros tempos, referiu.

`MO´ evidenciou a utilização dos computadores pela "grande ajuda" que prestam ao designer gráfico e relembrou os custos outrora envolvidos na produção de imagens. A imagem é agora "fácil" para este designer. Reforçou que "só quem se viu e lidou com o processo anterior é que pode sentir os benefícios que dai advieram". Na opinião deste participante, uma imagem para ser boa tem que provocar impacto e agradar aos sentidos, independentemente da temática. Considerou ainda que se produzem agora imagens melhores apenas pelas "possibilidades" dos programas informáticos e computadores. Referiu o *Photoshop*. São as "possibilidades de ordem técnica" que fazem a diferença.

`MO´ referiu que a câmara fotográfica que utiliza tem a sua preferência no momento de capturar imagens. Nega o uso de telemóveis reservando-os apenas para usos de ocasião, nunca profissionais. Como fatores evolutivos, referiu a necessidade de rapidez no desempenho das máquinas e a necessidade de se manterem a preços acessíveis. As decisões dos designers são, para este participante, tidas para "agradar" e despoletadas pelos "objetivos comerciais do trabalho" pois o mercado "exige" e condiciona os resultados produzidos. Este designer considerou haver limitações que se prendem pelo que designou de "agentes do mercado", pelo seu próprio gosto e por aquilo que se objetiva. Para `MO´, existe uma

[110] Ver *APÊNDICE V - transcricao_entrevista_01.*

separação entre as valências do designer e do fotógrafo e por isso, o primeiro acaba por ser ignorado em matéria de imagem fotográfica. Referiu o estatuto que alguns nomes podem deter no mercado e com isso influenciá-lo. É precisamente esta diferenciação que constitui o maior desafio para os designers pois, segundo `MO´, estes sentem constantemente que "o seu conhecimento é ignorado".

A imaginação é um fator importante para `MO´ quando se trata de lidar com imagens. A maioria das imagens necessita e beneficia com o tratamento. Considerou que chega a ser um "exagero", uma "distorção completa" e isso é "perturbador e frustrante". Este designer sente-se integrado numa "farsa" na qual participa e também o engana. Existe uma exigência constante para que os resultados se superem constantemente. Estar "suficientemente bem" pode não chegar e aí entra a componente digital para alterar o estado das coisas. `MO´ acha importante que não se percebam estas alterações digitais. A título de exemplo mencionou o uso e importância que a cor pode transmitir a uma peça gráfica. Quando confrontado com o facto de a fotografia ser acessível a todos, confessou-se algo descontente. Referiu todo o equipamento que adquiriu e que agora até se fotografa com o telemóvel e por qualquer indivíduo "que não percebe nada disto". No retoque de imagens não há limite, considerou. "Tudo é permitido" salientou e concluiu.

Participante 2, `GA´.[111]

No entender de `GA´ uma das principais caraterísticas da imagem digital reside no facto desta ser liberal. A acessibilidade permitiu dar as imagens a conhecer num universo virtual e praticamente ilimitado. Hoje, referiu o designer, é possível "produzir aquilo que a sua visão ditou" sem ter que recorrer a fotógrafos. Para `GA´, a imagem fotográfica é "fundamental". Trabalhá-la faz parte das tarefas da sua profissão porque, segundo este designer, o mundo real "não se adequa àquilo que a gente pretende". As boas imagens têm para `GA´ "que transmitir uma sensação" associada a valores sensoriais, visuais. Existem muito mais imagens em circulação mas isso não faz delas melhores imagens, comentou. A grande vantagem é mesmo o facto do próprio designer poder trabalhar o que produz sem ter que recorrer a terceiros. Este participante reconheceu, após alguma insistência, que a captação de imagens através de telemóveis pode ser válida e ter utilidade real em termos profissionais.

[111] Ver *APÊNDICE VI - transcricao_entrevista_02.*

Para `GA´, mais do que a evolução da tecnologia, é "o utilizador é que deve evoluir". A tecnologia está atualmente ao nível do necessário para o designer gráfico. O cliente é, para este participante, o principal responsável pelas decisões tomadas pelo designer. Quanto às imagens em circulação, pelas transformações a que são sujeitas, afirmou que "já não temos um olhar para ver uma imagem natural". É óbvio, para `GA´, que se está a perder a conexão com a realidade e isso acontece porque é necessário "corrigir os erros" que a natureza não resolveu.

Falar com os clientes requer explicar uma visão que nem sempre é compreendida, salientou `GA´. Numa crítica ao exagero, referiu que o essencial, numa imagem, é cumprir o objetivo para o qual foi criada e para isso não tem necessariamente que passar por um processo "rebuscado". Este designer classificou a maioria das imagens como sendo uma "abstração da realidade". Adiantou que ao "capturar algo específico, posso querer melhorar aquilo que capturei porque a ideia que eu tenho é essa", referiu `GA´ sem considerar que isso lhe trás descrédito. Disse ainda que é "pior quando as pessoas pensam que estão a ser enganadas" e aí referiu estar a razão por que nem sempre os designers são bem vistos.

`GA´ é adepto de imagens em "Raw" pelas possibilidades extra que estes ficheiros oferecem. Um "detalhe" ou um "ponto específico" são fundamentais numa imagem. A "ideia" por detrás de uma imagem é um fator relevante que marca a diferença num meio com demasiados designers. No seu trabalho, que inclui registos subaquáticos, `GA´ confessou que o tratamento e edição de imagens constituem fases muito importantes para restabelecer a "acentuação certa". Quanto ao facto da maioria das técnicas estarem acessíveis, `GA´ disse ser da opinião que "se a fotografia hoje em dia é democrática, é democrática para tudo" revelando que este não é um assunto que o preocupa. "Sempre se fez, hoje em dia faz-se é mais" afirmou. Um designer tem por isso de se "reinventar" e considerou que "para o design a nossa mentalidade é o limite".

Participante 3, `MF´.[112]

O terceiro designer viu inegavelmente na imagem digital benefícios associados aos custos, produtividade e integração com os computadores. Considerou que em termos

[112] Ver *APÊNDICE VII - transcricao_entrevista_03.*

comunicacionais "ultrapassa tudo o resto". Uma boa imagem tem para este participante que agradar aos olhos e disse guiar-se pelos seus "instintos". Acrescentou que se produzem imagens melhores com a tecnologia atual, muito por causa dos computadores. Adepto do *Photoshop,* não tem problemas em usar dispositivos móveis na captura de imagens e processá-las posteriormente neste programa.

`MF´ considerou que a evolução tecnológica é constante e nem sempre para zonas expectáveis. Isso é bom porque, no entender deste designer, "gostamos de ser surpreendidos". Considerou haver condicionalismos no design gráfico e salientou a competitividade e a agressividade do mercado. Disse que as imagens são tão alteradas que "quase temos dificuldade em separar a imagem real da imagem trabalhada".

`MF´ referiu também a pouca autonomia do designer e a dificuldade em perceber o trabalho deste profissional. Afirmou que "há sempre quem exerça pressões" que condicionam o trabalho num estado intermédio e acabam por alterar o resultado final do trabalho. Em termos de imagens o "mérito é todo atribuído aos fotógrafos" o que, para `MF´, significa que os designers são vulgarmente "desvalorizados". Este participante referiu que a "imensidão de imagens e os programas" também podem constituir um problema. Esta afirmação sugere algumas reticências no modo como encara a acessibilidade da imagem digital.

Quando uma imagem que captura não corresponde à sua visão, `MF´ não hesita em trabalhá-la para alcançar o que pretendia e recorre "às técnicas". Confessou que altera as imagens sem pudor pela "necessidade de querer experimentar novos patamares e ver a relação". Disse tratar-se de uma "ânsia" de "querer mais e mais". Uma insatisfação porque, segundo insinuou, a realidade não tem beleza suficiente. No trabalho com imagens afirmou que, como designer, pode exagerar no processo. Sem hesitações, refere que em termos de trabalhos que envolvam imagens faz-se "o que é preciso"

Quanto ao acesso generalizado aos meios, este participante disse sentir-se "mal" porque a "cultura visual não foi prezada" e a proliferação de maus trabalhos acaba por prejudicar e dar "mau nome a quem é profissional". Afirmou que o designer não se pode comparar aos restantes pois "a maioria está muito longe da sabedoria que um bom designer tem" e termina opinando que o limite para o retoque de imagens reside na "exaustão".

Participante 4, `MP´.[113]

`MP´ salientou o caráter "fácil" e "barato" da fotografia como meio para rapidamente "chegar às pessoas". Enalteceu as capacidades do designer no campo da imagem e considerou por isso que o designer é o profissional indicado para a "explorar". Para este participante, a fotografia é "importante em qualquer área" mas evidencia o seu peso no design pelo facto desta "alimentar" o "poder comunicativo do designer". Classificou uma imagem de boa quando esta consegue "captar a atenção". Não chega uma imagem ser bonita "para chegar às pessoas", entende `MP´. É também preciso que seja "o mais simples e direta possível" e existem elementos que a podem diferenciar. "Um rasgo de luz" por exemplo ou outro elemento que eleve os sentimentos pessoais pelo registo. `MP´ utiliza o *Photoshop* para tratar as imagens. Disse evitar transformá-las para não lhes conferir um ar "demasiado artificial". Faz uso do telemóvel para fotografar.

Em termos de condicionantes, `MP´ gostaria que os formatos de imagem fossem mais compatíveis e salienta que os automatismos "são sempre bem-vindos" pelo tempo e esforço que poupam. Quanto às decisões tomadas pelos designers, baseou-se essencialmente nos gostos pessoais mas reconheceu a existência de entraves. Afirmou que aplicar avultadas quantidades de efeitos para tornar uma imagem bela, não basta para muitos. O ser humano foi "programado mentalmente para tentar melhorar aquilo que faz" e por isso, para `MP´, o tratamento de imagens é um dado adquirido apesar de manifestar que preza uma imagem "o mais natural possível". Revelou que a artificialidade pode ter o efeito inverso de causar repúdio por uma imagem. Para este designer, as pessoas não são "adeptas do erro" e exigem "projetos perfeitos". Por isso o tratamento de imagens não é mais do que "responder àquilo que o mercado pede". Considerou que "é um erro que os designers não sejam considerados pelas suas habilidades" e destacou o designer profissional de muitos outros indivíduos que também captam imagens fotográficas.

`MP´ referiu que "as pessoas percebem cada vez menos a necessidade do profissional" e culpabilizou a acessibilidade por permitir que todos mexam em ferramentas e em domínios que apenas o designer, pela sua "sensibilidade", entende. Considerou que deve evitar-se alterar uma imagem em demasiado e disse estarmos envoltos numa cultura que

[113] Ver *APÊNDICE VIII - transcricao_entrevista_04.*

privilegia o exagero, isto apesar de reconhecer a necessidade de testar e experimentar ferramentas. Afirmou ainda "que as pessoas procuram a perfeição" o que torna o seu visionamento uma procura pelo "defeito" que o designer tem a habilidade para "anular".

Em trabalho com imagens, `MP´, tenta intervir o "menos possível". É tão importante para este designer gostar do que produz como os outros gostarem. "Arranjar soluções criativas" para o conseguir é um dos pilares do seu trabalho. Sugeriu, através do exemplo que deu, que nem sempre está de acordo com o tratamento a que as imagens são sujeitas mas por vezes existem imposições que não são contornáveis.

`MP´ não tem dúvidas que "hoje em dia o designer deve ser cada vez mais multifacetado". Para este participante é possível "fazer as duas coisas bem". Considerou que o "designer consegue dar uma perspetiva muito mais rica" da fotografia uma vez que "sabe o que quer e o que pretende e como vai trabalhá-la a seguir". Apesar dos facilitismos técnicos, opina que nem todos sabem tirar fotografias. O limite para a transformação de imagens encontra-se, para `MP´, "na mente do designer" de onde sai o "génio da criatividade" e termina dizendo que "os programas só fazem aquilo para que são canalizados ou instruídos".

Participante 5, `JA´.[114]

Este designer começou por valorizar as capacidades de exploração permitidas pela imagem digital. A idade e a experiência recordam-lhe outros tempos em que as possibilidades atuais eram, segundo palavras do participante, "uma fantasia". Enalteceu os baixos custos, o potencial associado à rapidez dos processos, apenas possíveis através do uso de computadores e sublinhou o facto de o designer ter autonomia para produzir as suas próprias imagens.

As imagens representam para `JA´ "um dos principais veículos de transmissão de pensamentos e ideias". Conforme referiu, a fotografia apenas tem significado quando complementada e para o designer, "é apenas com tipografia e artifícios que o seu poder comunicativo se revela" na totalidade. Acrescentou que "a fotografia tem alterado o mundo e o design utiliza-a de forma muito perspicaz". Para este designer, uma boa fotografia "deve reunir um conjunto de valores do foro tecnológico que não podem ser alvo de críticas" e deu

[114] Ver *APÊNDICE IX - transcricao_entrevista_05.*

como exemplo o "foco". `JA´ acha que se produzem melhores imagens fotográficas com a tecnologia agora disponível mas não sem colocar algumas reticências à forma como elas têm lidado com a arte. Referiu na *questão 2.5* da entrevista que "a fotografia usurpou a arte de outros tempos" recordando com visível saudosismo os painéis que em décadas passadas apresentavam os filmes nas fachadas dos cinemas. A nível de captura de imagens `JA´ mencionou utilizar câmaras e telemóveis. Salientou, no segundo caso, o facto de o telemóvel ser "cómodo". A qualidade de imagem destes dispositivos é para este designer suficiente embora evidenciasse que trabalha posteriormente as imagens no *Photoshop*.

Relembrando outros tempos, `JA´ considerou que em termos de evolução técnica "tudo o que contribuir para melhorar o desempenho é bem-vindo". Enalteceu que o grande processo evolutivo encontra-se nos "programas dedicados à fotografia e do foro criativo" e que isso é notório pelo diminuto espaço de tempo em que novas versões aparecem no mercado. "Podemos fazer praticamente tudo a partir de uma imagem", afirmou `JA´ que entende que as máquinas prestam um auxílio valioso para a técnica mas que "o grande desafio está na nossa interpretação das coisas e é o nosso modo de ver que vai fazer a diferença". Comentou ainda a existência de influências que classificou como "lixo cultural" e mencionou que isso está a influenciar negativamente as camadas mais jovens.

`JA´ classificou as imagens de "mentira" e disse fazer as coisas com base no sucesso antecipado que espera obter. Perentório, não hesitou em afirmar que "o objetivo é sempre fazer dinheiro antevendo os gostos e a aderência das multidões". Para isso as "coisas" têm de "estar de acordo com o que as pessoas esperam ver" porque "são feitas para serem vendidas e exploradas, comercializadas". Reconheceu que "não há abertura" no seio do design para os designers iniciantes. Referiu, neste contexto, a existência de "hierarquias" e mencionou o efeito da influência de pessoas apenas pelo "nome" que adquiriram enquanto designers. Referiu mesmo que "muitas vezes o processo é mesmo esgotante". Os conhecimentos do designer são, para `JA´, muitas vezes esquecidos. Em termos de imagem a "atenção é toda para os fotógrafos" e isso acontece porque, sugeriu, "há uma separação das coisas". Decidido, afirmou não concordar com esta divisão e referiu que "o designer de hoje deve ser multidisciplinar e muitas vezes é isso mesmo que acontece". `JA´ entende que "muitos nem sequer percebem a necessidade dos préstimos de um designer" e isso deve-se à banalidade e acesso às imagens e aos meios que as produzem.

Para `JA´ tratar digitalmente uma imagem significa atingir o "ponto de vista" idealizado e quando isso não acontece não hesita em fazer uso das técnicas de manipulação. Reconheceu que os resultados excedem muitas vezes as necessidades mas afirmou que tal é uma caraterística inerente aos designers que são ainda por vezes pressionados pelos clientes. Isto acontece porque o "ser humano é um eterno insatisfeito". Além disso, `JA´ afirmou que os préstimos do designer são "muitas vezes vistos pela sua capacidade de alterar as coisas". Confesso utilizador do *Photoshop*, admite ir "dando asas à liberdade".

`JA´ salientou que "não é preciso dominar os programas". O mais importante é saber "vender" a ideia pois o "detalhe" assim como uma "boa história" contribuem significativamente para a validação de um projeto. Em termos de tratamento de imagem "não se deve castrar a criatividade" desde que sejam observadas algumas regras de bom senso. Design ainda é uma palavra geradora de confusão e a este respeito mencionou que "anda por aí muita gente enganada ou confundida entre o que são amadores e designers, o que significa design". `JA´ evidenciou também a importância da "educação e cultura visual" na formação do designer e não deixou de referir que este deve ser multifacetado. Finalizou com o comentário sobre o limite do retoque de imagem onde afirmou que este está a cargo da mente e dela depende.

Participante 6, `PP´.[115]

O último designer entrevistado considerou que a "tecnologia digital é a salvadora da imagem" e atribuiu a fama que a fotografia hoje goza dos meios digitais como a Internet ou os telemóveis e nisso vê "muito mais liberdade para se criar e exponencial criativo". Não deixou ainda de mencionar a ajuda prestada pelos computadores. Considerou que a importância das imagens se estende socialmente pela interação que tem com elas no dia-a-dia. "Usamo-las para expressar tudo e mais alguma coisa" referiu.

Segundo `PP´, "tudo passa pelas máquinas" e a um "ritmo frenético" pelo que, sugeriu este designer, se dá primazia à quantidade em detrimento da qualidade. `PP´ vê na fotografia o "elo em que tudo se move" e referiu mesmo que "sem ela não haveria design". Quanto ao significado de uma boa imagem esta reside no gosto pessoal e este pode advir de

[115] Ver *APÊNDICE* X - *transcricao_entrevista_06.*

uma cor, de algum elemento ou de uma determinada forma de iluminação. `PP´ desvalorizou os efeitos aplicados às imagens mas reconheceu a sua necessidade e utilidade. Os computadores ajudam mas é preciso saber o que se quer fazer em primeira mão. Este designer afirmou que usa o telemóvel para captar imagens e justifica-o dizendo que "tudo o que se fotografa pode vir a ser aproveitado". Para este participante, a rapidez é um aspeto que deverá ser melhorado assim como a forma de visualizar os resultados no ecrã. Enalteceu a imaginação que salientou como caraterística patente nos designers e evidenciou como condicionalismos as exigências impostas por quem solicita o trabalho e que identificou como "empresas, lojas, serviços, pessoas".

`PP´ sugeriu que o design gráfico está sujeito a algumas "regras" e que os produtos finais acabam por espelhar, de alguma forma, o resultado da aplicação destas diretrizes que podem não ser da concordância dos seus criadores. Deu a entender que muitas vezes os designers fazem o que o cliente deseja porque são instruídos para tal e referiu mesmo um certo poder auferido ao cliente para não o "perder". Em relação às imagens afirmou que "são o produto daquilo que alguns sectores querem que seja, sejam "patrões ou organismos ou outros" e sobre isto preferiu não se alongar mais.

Quanto foi questionado sobre o porquê de não se recorrer muitas vezes ao designer em matéria de fotografia digital, *questão 3.4,* `PP´ deu a entender que a culpa é dos próprios designers e afirmou que "há alguns designers que não entendem a fotografia". Reconheceu haver "especialistas que só fazem isto ou aquilo". Sugeriu, porém, que são uma minoria pois para `PP´ "a maior parte de nós tem de saber vídeo, design, fotografia e até programação ". Este participante enalteceu ainda a importância do conhecimento adquirido como forma de sobressair num mundo que se tornou fácil pela tecnologia. Disse, em resposta à *questão 3.5,* que a diferenciação entre o que faz como profissional e que os outros fazem reside na formação. Este argumento ficou espelhado pela seguinte frase: "estudámos e formámo-nos para isso e isso tem de distinguir-nos". Para `PP´ a tecnologia existente permite redimir muitos erros e falhas o que torna fácil fazer "de uma coisa má, uma coisa boa".

Este designer entende que as imagens atuais são fruto daquilo que é possível fazer "com as máquinas que temos" mas advertiu que "a fotografia já não chega para nos consular". Sugeriu que os olhos estão agora postos no 3D e na realidade virtual e mencionou a

necessidade tecnológica em "criar ambientes de imersão que sintamos que fazemos parte mesmo que isso não seja verdade". Remeteu para a vontade humana o desejo de "alterar o estado das coisas" e criar "realidades paralelas". Sobre isto referiu personagens de jogos, séries de televisão e heróis ficcionados criados pela necessidade do espírito humano em fabricar "outros mundos". Para `PP´ esta é "uma condição humana que os designers sentem especialmente".

Profissionalmente, `PP´ disse usar bastante o *Photoshop*, o *After effects* e o *Premiere*. Afirmou que evita transformar demasiado as imagens mas que também é "muito fácil cair em exageros" e acrescentou que valoriza o trabalho original mas também não se abstém de "melhorar se achar que deve ser melhorado". Sugeriu que por vezes as alterações são precisas porque, em termos de conteúdos, "o que chega é muito mau". Relativamente à acessibilidade em produzir imagens, pergunta 4.7, este designer disse entendê-la como "liberdade de expressão que devemos acatar", um ato "natural" proporcionado pelo facto de a tecnologia estar disponível. Enalteceu por outro lado que é o profissionalismo do designer que marca a diferença e salientou que, enquanto designer "não devemos fazer só uma coisa senão estagnamos" sugerindo a necessidade conhecimentos em várias áreas do design.

A entrevista termina com a afirmação de que a aprendizagem é constante e "só pela prática e por experimentar e testar no dia-a-dia é que avançamos e inovamos".

6.4 Discussão de resultados

As categorias, palavras-chave da investigação, foram encontradas e ficaram definidas no decorrer da revisão da literatura. Por este processo identificámos 3 categorias principais que, por sua vez, originaram 16 subcategorias totalmente reveladas com o auxílio dos instrumentos nos quais os participantes intervieram: análise de fotografias, produção de vídeos e entrevistas. Todos tiveram como objetivo averiguar até que ponto as subcategorias eram evidenciadas pelos designers.

Os resultados constam na tabela 3 que apresentamos de seguida.

Categorias e subcategorias

Categorias	Subcategorias	Freq.	%	Instrumentos avaliadores
Fotografia Digital	Acessibilidade	8	44%	2.1 + 2.2 + 2.5 (entrevista)
	Liberdade	6	34%	2.1 + 2.2 + 2.5 (entrevista)
	Produtividade	8	44%	2.1 + 2.2 + 2.5 (entrevista)
	Potencialidade	7	39%	2.1 + 2.2 + 2.5 (entrevista)
	Integração com computadores	9	50%	2.1 + 2.2 + 2.5 (entrevista)
	Versatilidade Móvel*	5	83%	2.6 (entrevista)
Designer gráfico	Poder da imagem	6	100%	2.3 (entrevista)
	Estímulos estéticos	10	84%	2.4 (entrevista) + foto análise
	Limitações técnicas	3	50%	2.7 (entrevista)
	Polivalência do designer	5	83%	4.7 (entrevista)
	Consciência pela falsidade	12	67%	3.2 + 4.2 + 4.3 (entrevista)
	Condicionalismos	20	84%	3.1 + 3.3 + 3.4 + 3.5 (entrevista)
	Imaginação	8	67%	4.1 + 4.8 (entrevista)
Postura na transformação da imagem	Renitente	1	4%	4.4 + 4.5 + 4.6 (entrevista) + vídeo
	Apoiante com reservas	8	33%	4.4 + 4.5 + 4.6 (entrevista) + vídeo
	Sem reservas	11	46%	4.4 + 4.5 + 4.6 (entrevista) + vídeo

Tabela 3: categorias e subcategorias.
*Apenas considerada quando a captação de imagens pelos dispositivos móveis serve propósitos profissionais.

A tabela 3 apresenta todas as categorias e subcategorias por nós identificadas e relaciona-as com os campos de frequência (Freq.) e percentagem (%). Damos como exemplo a subcategoria: *Imaginação*. Realizámos 2 questões (4.1 e 4.8) por cada entrevista perfazendo 12 questões no total das 6 entrevistas realizadas. Analisados os resultados, obtivemos 8 respostas cujo teor abordou o tema *Imaginação*. Atingimos com isso 8 frequências que representaram 67% num máximo possível que seria de 12 frequências para 100%. Este processo foi usado, conjugando os vários instrumentos de pesquisa, para cada subcategoria constante na tabela. Na coluna *Instrumentos avaliadores* encontram-se descritos os instrumentos produzidos para averiguar a existência das respetivas subcategorias. Não sendo este um estudo quantitativo, razão pela qual os gráficos privilegiam o caráter qualitativo da investigação representando-se

em dimensões e não em números, as percentagens expressas na tabela servem-nos apenas o propósito de fornecer valores de referência. Na prática permitiram uma análise comparativa mais célere.

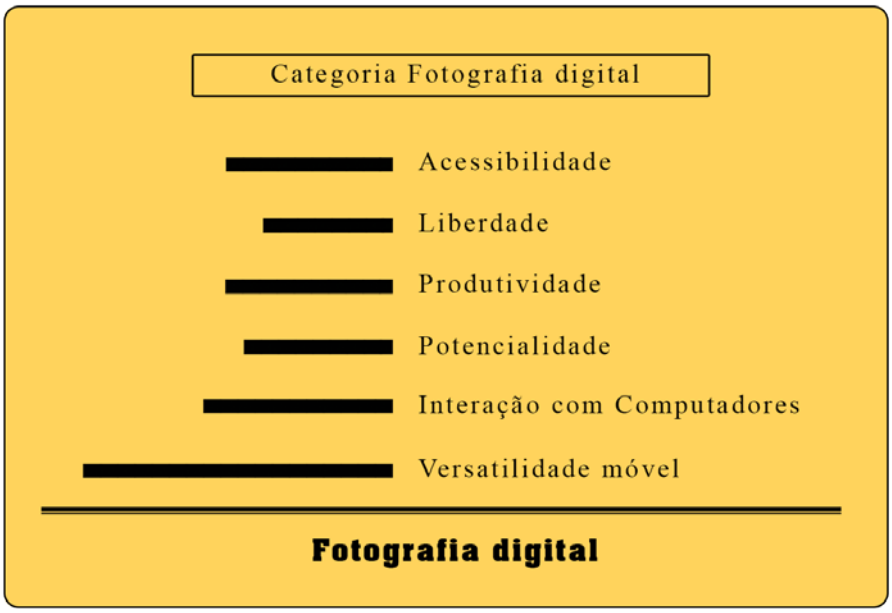

Gráfico 4: categoria Fotografia Digital.

Pelos resultados espelhados na tabela 3 e com o auxílio do gráfico 4, podemos observar comparativamente a ordem de grandeza das subcategorias de uma forma visualmente mais objetiva. Realçamos que, para a categoria *Fotografia digital*, a subcategoria *Versatilidade móvel* sobressaiu por ter sido evidenciada 5 vezes pelos participantes. Isto torna para nós claro a relevância que estes dispositivos estão a ter na forma como atualmente se observam, produzem e julgam imagens. E se dúvidas tivéssemos sobre a sua utilização em contextos mais profissionais, nomeadamente em termos de designer gráfico, estas ficaram esclarecidas pela taxa de 83% de menções expressas ao seu recurso. A subcategoria *Integração com os computadores* obteve 50% ficando em segundo lugar. Esta posição pode ser explicada pelo facto do uso dos meios informáticos na produção de imagens já não serem novidade para ninguém. Não esqueçamos porém que estes processos evoluem constantemente e isso está patente nas inúmeras versões e «updates» ao «software», facto salientado claramente na *questão 2.7.* pelo participante `JA´. Este designer classificou o aspeto como uma limitação técnica. Perante a imensa oferta, abundante e diversificada, uma primeira dificuldade recai mesmo na escolha do «software» mais adequado. As restantes subcategorias, *Acessibilidade*, *Liberdade*, *Produtividad*e e *Potencialidade*, pertencentes à categoria

Fotografia Digital, mantiveram-se mais ou menos equiparadas num espaço que variou entre os 34% e os 44%. Note-se, contudo, que todas elas se podem relacionar com a subcategoria *Integração aos Computadores*. No nosso julgamento e para as diferenciar apenas considerámos, para o último caso, as menções que fizessem referência objetiva e clara à informática.

Gráfico 5: categoria Design Gráfico.

O gráfico 5 mostra comparativamente a ordem de grandeza das diversas subcategorias associadas à categoria *Designer Gráfico*. Para esta categoria e no que diz respeito às subcategorias a ela atribuídas, destacamos com 100% o *Poder da imagem*. Todos os designers foram unânimes neste aspeto: há um inegável poder conferido à imagem que acrescenta uma mais-valia que o designer profissional pode aproveitar muito bem para acrescentar valor aos seus projetos. A imagem revelou-se, neste contexto e para a totalidade dos participantes, um poderoso meio comunicacional principalmente quando associada a outros elementos como texto e quando adequada e exibida nos canais adequados. Praticamente idênticas em termos percentuais, ficaram as subcategorias de *Estímulos estéticos*, *Condicionalismos* e *Polivalência profissional do designer*. No conjunto dos designers que participaram neste estudo e através dos vários instrumentos utilizados nesta investigação, 84% basearam as suas escolhas em elementos meramente estéticos. Isto não significou ignorância pelos aspetos mais técnicos mas simplesmente não lhes foi atribuído o

mesmo nível de relevância aquando da necessidade de fazer escolhas ou de captar a atenção para algo. A subcategoria *Condicionalismos* também obteve uma forte presença nas declarações prestadas nesta investigação: foi mencionada por 20 ocasiões resultando nuns expressivos 84% dos designers que referiram múltiplas dificuldades no desempenho das suas funções. Estes vão desde entraves na comunicação com os clientes, exigências do mercado e fatores associados à desvalorização profissional ou ao descrédito. O participante `PP´ referiu também que os impedimentos podem surgir pelo próprio designer ao distanciar-se da fotografia. Foi ainda referida a acessibilidade atual à fotografia digital, aliada à ignorância pelas valências do designer gráfico, como motivo para dispensar os serviços que o designer gráfico presta em termos de imagem.

Pela subcategoria *Polivalência profissional do designer* ficou patente, por esta amostra, que estes participantes consideram maioritariamente que o designer gráfico atual é um indivíduo multifacetado com conhecimentos múltiplos e variados em áreas como a fotografia e que se encontra tão ou mais aptos para a produzir como qualquer fotógrafo profissional. Esta foi a opinião dos designers inquiridos, expressa pela percentagem de 83%. Consciência pela falsidade levou 67% dos designers gráficos a reconhecer que, de alguma forma, existe um engano implícito naquilo que produzem o que acaba por lhes gerar algum desconforto interior. Foi com expectativa que explorámos esta subcategoria uma vez que gera uma certa contradição naquilo em que um designer é perito: criar, inventar, materializar e apresentar os resultados da sua mente. Verificámos, no apuramento desta subcategoria, a existência de um julgamento interno que conscientemente coloca reservas ao modo como se tratam as imagens digitais e que pode, em parte, ser explicado pela subcategoria *Condicionalismos*. Também com 67% identificámos *Imaginação*. Este foi um fator mencionado quando se abordam assuntos relacionados com os limites do retoque de imagem, questões 4.1 e 4.8, da entrevista. Ficou patente que tem uma forte prevalência nas produções destes designers e mais do que a criatividade, que pressupõe uma materialização do produto da mente, os designers têm a habilidade de imaginarem, isto é, anteverem ou idealizarem coisas que a técnica fotográfica atual ainda não lhes permite concretizar. *Limitações técnicas* foi uma subcategoria que dividiu opiniões. Metade dos designers nada de objetivo referiu sobre entraves neste domínio. Quanto aos outros 50%, que salientaram esta subcategoria, fizeram-no referindo essencialmente a necessidade de melhoramentos a nível de velocidade, universalidade de formatos ou desempenho.

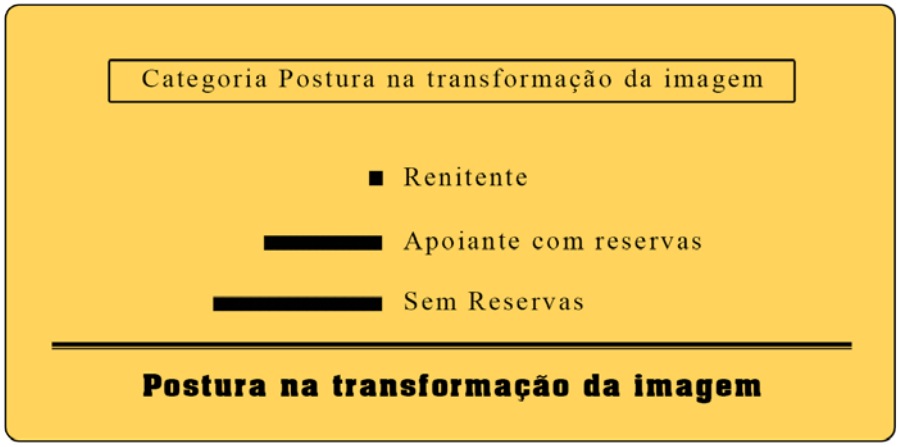

Gráfico 6: categoria Postura na Transformação da Imagem.

Para uma observância comparativa das subcategorias da categoria *Postura na transformação da imagem*, apresentamos o gráfico 6. Nesta categoria identificámos 3 comportamentos que decidimos elevar a subcategorias: *Renitente*, *Apoiante com reservas* e *Sem reservas*. A primeira, com 4% de expressão ficou muito aquém de *Apoiante com reservas*, com 33% e ainda mais de *Sem reservas*, com 46%. Numa profissão em que o ato de criar parece implícito à condição de designer, transformar imagens digitais não convenceu uma minoria de designers que se manifestou desfavoravelmente face a este procedimento. Contidos mas confessos manipuladores de imagens, encontraram-se 33% dos designers. Neste patamar encontram-se aqueles que tentam, de alguma forma, não exagerar nos seus atos ao ponto de desvirtuar completamente uma imagem. Para 46% manobrar imagens não levanta qualquer problema, questão ética ou moral e assumem a manipulação de imagens como parte integrante da profissão criativa que exercem e isso estende-se ao domínio da fotografia digital.

CONCLUSÕES, LIMITES E DESAFIOS

Conclusões

Constituiu pretensa deste estudo, partindo de uma base documental devidamente enquadrada, atual e credível, entender que uso faz o designer gráfico contemporâneo da tecnologia digital para alterar imagens fotográficas e averiguar as possíveis razões que levam este profissional a transformar as imagens. Para creditar a temática não só como válida mas também necessária tomámos a iniciativa de levar a acabo um conjunto de observações prévias, obtidas de forma descomprometida, efetuadas pelas visitas a 24 exposições fotográficas, ao que se seguiu a pesquisa bibliográfica. Para trazer respostas a esta investigação, fundamentámo-la numa metodologia qualitativa apoiada por instrumentos utilizados em estudos de caráter visual. Tendo em conta o espaço temporal destinado a esta investigação e com o objetivo de caraterizar o fenómeno contribuindo para a compreensão global das ocorrências por nós levantadas, reunimos 6 designers gráficos e esposemo-los a um conjunto de instrumentos de investigação que incluíram análise de imagens fotográficas, feitura de vídeos e entrevistas.

Pela conjugação de todos os instrumentos utilizados nesta investigação, podemos mencionar que abordar a temática da fotografia digital pelo ponto de vista dos designers gráficos, interpretando o modo como estes lidam com as imagens digitais e analisando a sua visão específica sobre o assunto, é matéria pouco vulgar. Esperamos que o estudo sirva como reflexão e elemento motivador para novas abordagens sobre esta temática até aqui tão escassa em estudos de investigação académica.

Finalizado o estudo concluímos, com base nas intervenções dos designers participantes, que conferir à fotografia um registo fiel, imparcial e inquestionável do mundo real é um pensamento ingénuo. Qualquer configuração apresentada não passa de uma mera interpretação, quer seja da máquina ou do homem que a manejou. A imagem fotográfica expressa, desde o seu início, a visão de um indivíduo, sempre única, que se repercute ao longo de todo o fluxo de trabalho em imagem digital onde cada etapa interfere e contribui para o resultado final. Os designers gráficos que participaram neste estudo não são indivíduos cujo

conhecimento se alheia à fotografia. Este dado, fornecido pela subcategoria *Polivalência do designer* é fruto de múltiplos fatores como sejam a formação académica, experiência profissional ou necessidade profissional. Estes peritos em material visual não descartam nem subestimam a fotografia mas consideram-na como sendo um elemento de fundamental acréscimo e mais-valia nos projetos de que tomam responsabilidades, facto evidenciado pela total ocorrência da subcategoria *Poder da imagem*. É no exercício das tarefas de tratamento de imagem, onde se incluem a edição e a manipulação, que estes designers gráficos têm o poder para expressar a sua criatividade em termos de transformação de imagem e conduzi-la a um propósito. Os processos técnicos que permitem a sua feitura e que estes profissionais têm à sua disposição e tão bem dominam, derivam da evolução tecnológica.

Assiste-se atualmente a uma tendência que privilegia os dispositivos móveis: seja no visionamento de imagens, produtos ou serviços a ela associados, seja na sua produção, onde o mercado de aplicações floresce e se aperfeiçoa diariamente conforme evidenciado pela subcategoria *Versatilidade móvel*. Basta aceder ao *Google Play Store* para constatar como a tecnologia associada à imagem digital está a evoluir neste sentido. Até o soberano *Photoshop* conta já com uma versão destinada a dispositivos móveis. Captar uma imagem nestes aparelhos é hoje perfeitamente aceitável e válido pelo patamar técnico que alcançaram em termos qualitativos no registo de imagens. Assim ficou constatado no universo dos designers participantes onde apenas um, o mais velho dos seis envolvidos, se manifestou contra o seu uso. Os computadores, pela capacidade acrescida de realizarem multitarefas e por conseguirem gerir mais eficazmente alguns dos mais poderosos e completos programas dedicados a imagens digitais, continuam a ter a preferência dos participantes no estudo. A subcategoria *Integração com os computadores* demonstrou que são o principal elo que relaciona estes profissionais à tecnologia em matéria de pós-produção de imagens. As técnicas, processos ou meios de que são alvo, após a captura, não podem ser considerados certos ou errados. Inúmeros fatores interferem no juízo final das imagens onde o resultado é sempre avaliado num determinado contexto, social e cultural, conforme sugerem os dados obtidos a partir da análise das imagens mostradas aos designers. O próprio propósito da imagem gera opiniões contraditórias. Em design gráfico assume-se geralmente que a fotografia possa ser alvo de tratamento desde que essa manifestação seja assumida e não tente ludibriar o observador. Assim julgam estes designers pela subcategoria *Consciência pela falsidade*. À medida que a sociedade se integra na era digital e toma perceção da dimensão

global que a imagem alcançou, o mito da fotografia real parece ser cada vez mais distante. Praticamente todos os campos de manifestação artística observam-se e registam-se imagens, tratadas digitalmente. A imaginação e os fatores a ela associados estão presentes em todo o fluxo de trabalho com imagens e por isso os atributos idealistas e criativos são valorizados e enaltecidos pelos designers convidados para este estudo. O ato baseia-se inicialmente em valores estéticos e culturais mas é na sua aplicação prática através das opções técnicas aplicadas às imagens, com o auxílio dos computadores, que se dá a sua real execução, conforme ficou patente pela interpretação dos vídeos produzidos pelos participantes. A tecnologia potencia a manipulação. Corrigir os erros de interpretação dos equipamentos serve apenas o pretexto inicial para a construção de mundos visionários muito mais complexos. Confiar naquilo que os nossos vêm através de um registo fotográfico é hoje, para os designers envolvidos, um risco. As deturpações podem ser de tal ordem que mesmo no seio do seu meio profissional estas ações causam desconforto e chegam a ser conotadas de engano ou tentativas deliberadas de induzir a tal. Contudo, uma análise pela história das imagens demonstra que sempre assim foi. Na verdade os meios informáticos atuais apenas possibilitam a proliferação de mais imagens pois limitam-se a reproduzir as técnicas de manipulação e sobreposição de imagem que remontam à origem da fotografia, concluem os próprios designers investigados.

As tendências atuais, em matérias que envolvem a imagem digital não são uma exclusividade de juízos estéticos provenientes da mente destes designers gráficos. A complexidade inerente à criação de um projeto em design gráfico não é do entendimento generalizado, tema que foi realçado pela subcategoria *Condicionalismos*. Desde a ideia até à colocação do produto no mercado de forma viável, este percurso concetual e estratégico estará entre os mais completos e complexos processos que poderemos imaginar. Dependendo dos valores culturais, visuais, afectivos ou sentimentais, o resultado estará sempre disponível para ser avaliado pelas audiências que, por sua vez, ajuizarão a necessidade e manifestarão o seu apreço ou desagrado pelo que o designer gráfico produz. O resultado final é o produto de uma confluência de fatores onde se destacam as exigências de todo um mercado que se desenvolve em torno da própria imagem. Hierarquias laborais ou clientes sem a perceção visual necessária para acolher os conselhos dos profissionais gráficos contribuem muitas vezes para que as opiniões destes designers não se espelham na comunicação visual que elaboram. A isto soma-se um descrédito profissional que, não raras vezes, lhes é atribuído. A tecnologia, pela democratização que trouxe à imagem digital, assunto evidenciado pela subcategoria

Acessibilidade, acentuou a descrença na sabedoria e conhecimento dos designers participantes ao ponto da sua real necessidade estar mesmo a ser equacionada. Estes designers sentem que estão condicionados logo à partida pela necessidade de produzirem algo útil e adequado que resolver uma necessidade. Tal pressupõe uma metodologia de planeamento ao qual não está alheia a averiguação do sucesso comercial. A imagem digital produzida pelos designers gráficos entra naturalmente neste fluxo e a ele tem que se fazer corresponder. A ferramenta intelectual mais associada aos profissionais aqui envolvidos - a sua imaginação, é confrontada constantemente com esta dualidade e por ela limitada. Quanto ao futuro da imagem digital, enquanto instrumento privilegiado utilizado por estes designers, apenas o tempo poderá dizer se a tecnologia e a mentalidade coletiva contribuirão para associar este profissional à fotografia de que tanto se serve.

Limites

Num estudo desta envergadura seria pouco lógico que não tivéssemos encontrado limitações, condicionantes ou entraves ao processo de investigação. Referimos, nesse sentido, a escassez de matéria que relaciona os designers gráficos com a fotografia e toda a subjetividade que abarca todo e qualquer valor de juízo estético constante nesta dissertação, nomeadamente aquele relacionado com as imagens. Se tecnicamente estes parâmetros podem ser avaliados mediante apreciações criteriosas e validações efetuadas pelo olho treinado do profissional, as interpretações de carácter estético dependem de valores individuais, normalmente advindos de complexos processos de origem sociocultural.

Identificar designers gráficos simplesmente pelo que fazem não se revelou uma tarefa fácil. O mercado profissional atual prefere indivíduos multifacetados para o qual as competências em design gráfico apenas fazem parte de um leque de conhecimentos em maior escala que abrangem outras valências alargadas em áreas como Web design, design de aplicações, «Motion Graphics» ou vídeo. Não temos dúvidas que os profissionais consultados para participar nesta investigação deram o seu melhor contributo para o estudo. Diferentes perspetivas e interpretações podem emergir pela consulta a outros indivíduos com as mesmas valências. Neste ponto e para este estudo, uma das suas mais-valias - a recolha de informação única, fruto da experiencia profissional de um designer, é também uma das suas fraquezas.

Desafios para estudos futuros

Mais do que responder aos objetivos propostos, desejamos que os resultados aqui presentes sirvam para inspirar e potenciar estudos posteriores, seja evidenciando novas perspetivas sobre as mesmas questões ou abordando as múltiplas temáticas subjacentes. A valorização crescente pelos atributos criativos, referida por Fontcuberta (2012/2014), tem vindo a distanciar cada vez mais o indivíduo da realidade. A alteração dos seus valores socioculturais, daí resultante, tem tido implicações na forma de relacionamento com o mundo envolvente. Fora do âmbito deste estudo mas percecionado no decorrer do mesmo, esta dissertação pode abrir caminho para um estudo aprofundado, baseado nas interações sociais que ocorrem como consequência dos estímulos visuais induzidos pelas imagens modificadas. Noutra vertente, vimos ainda o potencial deste estudo como catapulta para investigações baseadas na análise da imagem rompendo com todo o seu passado, conotações e associações. Analisando-a apenas à luz daquilo que hoje representa e no entendimento das gerações mais recentes. Destacamos as seguintes interrogações, várias vezes surgidas ao longo desta investigação:

- Qual o impacto da tecnologia digital, enquanto geradora e produtora de imagens alteradas, nas gerações vindouras? Ou seja, quais serão as consequências presentes e futuras daquilo que criamos hoje? Especialmente nós, designers, fotógrafos, criadores, enfim, manipuladores?

- Como sobreviverá a fotografia se um dia parar de nos espantar? Se um dia chegarmos à conclusão que já vimos tudo e que já nada nos consegue surpreender? Que nada consegue superar o que outrora foi feito?

Nunca houve lugar para tanta informação visual como no momento presente. A tecnologia assim o permite e faz de muitos, potenciais artistas e experimentalistas. A principal dificuldade para um designer gráfico reside em criar algo que consiga verdadeiramente sobressair de entre tamanha panóplia de projetos visuais baseados em imagens digitais. Alguns conseguirão, muitos outros viverão a tentar mas para a maioria de nós, criativos, é o sonho de uma profissão conseguir um dia, um rasgo de criatividade que produza uma abordagem visionária capaz de surpreender o mundo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Filmes e documentários:

Abreu, J., Fakhry, F., Ponelle, C., Rosier D., Salgado L.,Wenders W. (Prods.) Wenders, W., & Salgado, J. R. (Dirs.). (2014). *O Sal da Terra*. [110 min.]. França, Brasil, Itália: Decia Films, Amazonas Images, Solares Fondazione delle arti

Ankarcrona, C. (Prod.) Sjöström M. (Dir.). (2015). *Observatório do mundo - Uma revolução chamada telemóvel.* [55 min.]. Lisboa: TVI - Televisão Independente, S.A.

Ramos, R. (Prod.) Martins, A. (Dir.). (2011) *100 Anos de Instantâneos*. Portugal: ao norte

Jornais e revistas:

Campana, M. (2015, julho). Editorial. *PC Guia*, 234, p. 3.

Dias, G. (2015, julho). Aproveite o verão para fotografar. *PC Guia*, 234, pp. 50-59.

Durand, R. (2015, julho). Editar imagens com a ponta dos dedos. *PC Guia*, 234, p. 66.

O Mundo da Fotografia Digital (2015). *A história da fotografia 1839-2015* [Edição especial]. Lisboa: Goody S.A.

Conferências assistidas:

Tagg, J. (2015). *Everything and nothing - Meaning, Sense and Execution in the Archive*. Comunicação apresentada em conferência na Universidade Nova de Lisboa; Lisboa, Portugal, abril 23, 2015.

Livros:

Ang, T. (2016). *Digital Photographer´s Handbook* (6ª ed.). London: Penguin Group

Arden, P. (2008). *Its not how good you are, its how good you want to be*. London: Phaidon Press Limited (Original publicado em 2003)

Bader, S. (Org.). (2015). *Palavra de Design - Citações, ironias e doses de sabedoria* (Bandarra, M.: Trad.). São Paulo: Editora Editorial Gustavo Gili, Lda. (Original publicado em 2013)

Banks, M. (2009). *Dados Visuais para pesquisa qualitativa* (Fonseca, J.: Trad.). Porto Alegre: Artmed (Original publicado em 2008)

Barbato, R. (2010). *Curso de Fotografia e Vídeo Digital* (Play Sounds and Works: Trad.). Florença: Scala Group International (Original publicado em 2008)

Bardin, L. (2014) *Análise de Conteúdo* (Reto, L., & Pinheiro, A.: Trad.). Lisboa: Edições 70, Lda. (Original publicado em 1977)

Bauer, M., & Gaskell, G. (Eds.). (2002). *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som - um manual prático* (Guareschi, P.: Trad., 2ª ed.). Petrópolis, RJ : Editora Vozes Ltda. (Original publicado em 2000)

Baum, C., Bremer, A., Brug, A., Dell, M., Dennis C., Dettmar, H. et al., (2009). *O livro do conhecimento* (Neves R., Reis J., Santos P., Cunha A., Oliveira V., Pinheiro C. et al.: Trad.). Círculo de Leitores. (Original publicado em 2007)

Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1994). *Investigação Qualitativa em Educação, uma introdução à teoria e aos métodos* (Alvarez, M., Santos, S., & Baptista, T.: Trad.). Porto: Porto Editora, Lda. (Original publicado em 1991)

Botelho, M., & Cruz V. (2013). *Metodologia Científica.* São Paulo: Pearson Education

Carroll, H. (2014). *Leia isto se quer tirar fotos incríveis* (Furmankiewicz, E.: Trad.). São Paulo: Editora Gustavo Gili Ltda.

Cohen, L., Manion L., & Morrison K. (2007). *Research Methods in Education*. New York: Routledge

Costa, J. (2011). *Design para os Olhos: Marca, Cor, Identidade, Sinalética* (Soares, F.: Trad.). Lisboa: Dinalivro Lda.

Creswell, J. (2009). *Research Design - Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3ª ed.). London: SAGE Publications Ltd.

Creswell, J. (2014). *Research Design - Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4ª ed.). London: SAGE Publications Ltd.

Crouch, C., & Pearce, J. (2012). *Doing Research in Design*. London: Berg Publisher

Curtin, D. (2007). *Manual de Fotografia Digital* (Goody S.A.: Trad., 2ª ed.). EUA: Goody S.A.

Fontcuberta, J. (2014). *A Câmera de Pandora: a fotografi@ depois da fotografia* (Brum, M.: Trad.) São Paulo: Editora G. Gilli, (Original publicado em 2012)

Fox, A., & Caruana, N. (2014). *Por trás da image - Pesquisa e prática em fotografia* (Lemos, M.: Trad.). Barcelona: Editoral Gustavo Gilli, SL (Original publicado em 2012)

Freeman, M. (2011). *Understanding and Appreciating Great Photography*. East Sussex, UK: The Ilex Press Ltd

Freeman, M. (2012). *O olhar do Fotógrafo - Composição, enquadramento e design para obter as melhores fotografias digitais* (Melo, D., Almeida, A., Roldão, H., Almeida, M.: Trad.: 2ª ed.). Lisboa: Dinalivro (Original publicado em 2007)

Freeman, M. (2015). *Edição digital* (Menezes, R.: Trad.). Porto Alegre: Bookman Editora Ltda. (Original publicado em 2012)

Guillemot M., & Talamon, L. (Eds.). (2000). *Memória do Mundo - das origens ao ano 2000* (Melro, F., Carvalho, M., Costa, M.: Trad.). Círculo de Leitores

Ingledew, J. (2016). *Fotografia* (Furmankiewicz E.: Trad.). Barcelona: Editoral Gustavo Gilli, SL (Original publicado em 2013)

Kelby, S. (2013). *The Digital Photography Book* (2ª ed.). EUA: Peachpit Press

King, J. (2005). *Fotografia Digital para Totós* (Freire, M.: Trad., 5ª ed.). Porto: Porto Editora, Lda.

Koch, R. (Ed.). (2011). *Photo Box - Bringing the Great Photographers into Focus* (Bargados, J., Cappleman, C., Costa, C., Crerar-Bromelow, C., Izzo, L.: Trans., ed. rev. 2011). London: Thames & Hudson (Original publicado em 2009)

Langford, M. (1983). *A fotografia de efeitos especiais* (Jordão, P.: Trad.). Lisboa: Publiclub (Original publicado em 1981)

Lipovetsky, G (2007) *A Felicidade Paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* (Machado, M.: Trad.). São Paulo: Companhia dos Letras (Original publicado em 1944)

Magno, S. (2010). *Tudo sobre Fotografia digital*. Lisboa: Medipress, Lda.

Marconi, M., & Lakatos, E. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica* (5ª ed.). São Paulo: Editora Atlas S.A. (Original publicado em 1985)

Margolis, E., & Pauwels, L. (Eds.). (2011). *The SAGE Handbook of Visual Research Methods.* London: SAGE Publications Ltd.

Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (Marques, J., Mendes, M., & Carvalho, M.: Trad., 4ª ed.). Lisboa: Gradiva (original publicado em 1995)

Rodrigues A., & Pinto, I. (2013). *Adobe Photoshop CS6*. Lisboa: Centro Atlântico.

Rose, G. (2012). *Visual Methodologies* (3ª ed.). London: Sage Publications Ltd.

Santos, J. (2012). *Fotografia: Luz, Exposição, Composição, Equipamento* (6ª ed.). V. N. Famalicão: Centro Atlântico Lda.

Sontag, S. (2012). *Ensaios sobre Fotografia* (Furtado, J.: Trad.). Lisboa, Quetzal Editores. (Original publicado em 1977)

Stake, R. (2012). *A arte Investigação com Estudos de Caso* (Gulbenkian, Trad.: 3ª ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. (Original publicado em 1995)

Thompson, J. (2013). *Why Photography Matters*. Cambridge: MIT Press Books

Trachtenberg, A. (Org.). (2013). *Ensaios sobre Fotografia* (Leitão, L., Gomes, M., Barrento, J.: Trad.). Lisboa: Orfeu Negro

Ward, A. (2009). *Photoshop for Right-Brainers: The Art of Photomanipulation* (3ª ed.). Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.

Webb, J. (2015). *O design da Fotografia* (Fracalossi, D.: Trad.). Barcelona: Editoral Gustavo Gili, SL (Original publicado em 2010)

World Press Photo 15 (Ed.). (2015). *World Press Photo 15*. Germany: Thames & Hudson

Yin, R. K. (2003). *Estudo de Caso - Planejamento e Métodos* (Grassi, D.: Trad., 2ª ed.). Porto Alegre: Artmed (Original publicado em 1994)

Suporte eletrónico:

Adobe (2016). *O Sucesso da empresa depende da Creative Cloud*. Acedido em 24 de julho de 2016 em http://www.adobe.com/pt/

Apple (2016). *App Store > Fotografia e vídeo*. Acedido em 28 de agosto de 2016 em https://itunes.apple.com/pt/genre/ios-fotografia-e-video/id6008?mt=8

Archambault, M. (2015) *Film vs. Digital: A Comparison of the Advantages and Disadvantages.* Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://petapixel.com/2015/05/26/film-vs-digital-a-comparison-of-the-advantages-and-disadvantages/

Associação Portuguesa de Designers (n.d.). *O que é o Design?*. Acedido em 25 de Agosto de 2016 em http://apdesigners.org.pt/?page_id=127

Barradas, J. (2013). *As primeiras fotografias da história*. Acedido em 1 de março de 2016, http://fotografiatotal.com/as-primeiras-fotografias-da historia#sthash.oUQXhJ6C.5zRrlXQX.dpuf

Beltrone, G. (2014). *The Story of Microsoft's 'Bliss,' One of the Most Famous Photos Ever Taken*. Acedido em 11 de maio de 2016 em http://www.adweek.com/adfreak/story-microsofts-bliss-one-most-famous-photos-ever-taken-156920

Brookes, T. (2012). *5 Things You Didn't Know About The First Digital Cameras*. Acedido 5 de agosto de 2015 em http://www.makeuseof.com/tag/5-digital-cameras/

Burns, E., & Lacoma, T. (2016). *Before you resort to MS Paint or piracy, give these free image-editing tools a shot*. Acedido em 22 de Agosto de 2016 em http://www.digitaltrends.com/computing/best-free-photo-editing-software/#ixzz4IjBj5qtC

Cambridge in color (2016). *Basics of Digital Camera Pixels*. Acedido em 29 de março de 2016 em http://www.cambridgeincolour.com/tutorials/digital-camera-pixel.htm

Chadwick, D. (2016). *Mac Photo Editing Software Review.* Acedido em 2 de junho de 2016 em http://photo-editing-software-review.toptenreviews.com/mac-photo-editing-software/

Coleman, S. (2013). *Creativity*. Acedido em 12 de dezembro de 2015 em http://www.lightinframeblog.com/#sthash.2s8S1yYf.uJ4uoNHU.dpbs

Davies, A. (2016). *Best Raw photo editing software 2016*. Acedido em 12 de fevereiro de 2016 em http://www.whatdigitalcamera.com/roundup/accessory-roundup/best-raw-photo-editing-software-11150

Easby, R. (n.d.). *Early Photography*. Acedido em 11 de agosto de 2016 em https://www.khanacademy.org/humanities/becoming-modern/early-photography/a/early-photography-nipce-talbot-and-muybridge

Eastway's, P. (2016). *Photographer: Ignacio Palacios.* Acedido em 12 de agosto de 2016 em http://www.betterphotography.com/peter-eastways-blogs-sp-19033/peter-eastways-blog/702-photographer-ignacio-palacios

Estrin, J. (2014). *The World's Best (Unaltered) Photos.* Acedido em 14 de agosto de 2016 em http://lens.blogs.nytimes.com/2014/02/14/the-worlds-best-unaltered-photos/?_r=0

Estrin, J. (2015). *A Subtle Moment Becomes the World Press Photo of the Year*. Acedido em 22 de Março de 2016 em http://lens.blogs.nytimes.com/2015/02/12/a-subtle-moment-becomes-the-world-press-photo-of-the-year/

Fourandsix Technologies, Inc. (n.d.). *Photo Tampering Throughout History.* Acedido em 25 de Agosto de 2016 em http://pth.izitru.com/2016_02_03.html

Gomes, S. (2013). *World Press Photo garante "integridade" da Fotografia do Ano 2012.* Acedido em 5 de fevereiro de 2015 em https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/world-press-photo-garante-integridade-da-fotografia-do-ano-2012-1594538

Google Play (2016). *Image APPS Android.* Acedido em 27 de agosto de 2016 em https://play.google.com/store/search?q=image&c=apps&hl=pt

Hachman, M. (2014). *The story of the Windows XP 'Bliss' desktop theme - and what it looks like today*. Acedido em 12 de julho de 2015 em http://www.pcworld.com/article/2140802/the-story-behind-the-windows-xp-bliss-photo-and-what-it-looks-like-today.html

Heyman, S. (2015). *Photos, Photos Everywhere.* Acedido em 29 de setembro de 2015 em http://www.nytimes.com/2015/07/23/arts/international/photos-photos-everywhere.html?_r=1

Irby, K. (2003). *A Photojournalistic Confession*. Acedido em 11 de janeiro de 2015 em http://www.poynter.org/2003/a-photojournalistic-confession/14840/

Jeffries, S. (2013). *The death of fotography: are camera phones destroying na artform?* Acedido em 23 de fevereiro de 2015 em https://www.theguardian.com/artanddesign/2013/dec/13/death-of-photography-camera-phones

Kane, E. (2013). *Should Beauty Trump Authenticity?* Acedido em 12 de janeiro de 2015 em http://www.ethicsingraphicdesign.org/category/photo-manipulation/

Krug, M., & Niggemeier S. (2013). *Enhanced Reality: Exploring the Boundaries of Photo Editing* (Sultan, C.: Trans.). Acedido em 12 de fevereiro de 2015 em http://abcnews.go.com/International/enhanced-reality-exploring-boundaries-photo-editing/story?id=19136352

Lawton, R. (2016). *Best photo editing software in 2016*. Acedido em 9 de abril de 2016 em http://www.techradar.com/news/photography-video-capture/cameras/best-photo-editing-software-1284627

Little, J. (2016). *The Best Photography Software for 2016.* Acedido em 15 de maio de 2016 em http://www.lightstalking.com/best-photography-software/

Mayes, S. (2015). *The Next Revolution in Photography Is Coming.* Acedido em 22 de fevereiro de 2016 em http://time.com/4003527/future-of-photography/

Moynihan, T. (2013). *10 Photo Editing Programs (that aren't Photoshop)*. Acedido em 5 de abril de 2016 em https://www.dpreview.com/articles/6648389507/10-photo-editing-programs-that-arent-photoshop

Mumtaz, S. (n.d.). *17 Best Raw File Viewer Software For Windows*. Acedido em 27 de agosto de 2016 em http://listoffreeware.com/list-of-best-raw-file-viewer-software-for-windows/

Pachal, P. (2012). *How Kodak Squandered Every Single Digital Opportunity It Had.* Acedido em 6 de agosto de 2016 em http://mashable.com/2012/01/20/kodak-digital-missteps/#AiT36iG9IZq3

Palacios, I. (2015). *The Very Old Debate of Image Manipulation.* (*Sultan,* C.: Trans.). Acedido em 22 de março de 2016 em https://iso.500px.com/the-very-old-debate-of-image-manipulation/

Photography School Spéos (n.d.). *Niépce and the Invention of Photography.* Acedido 6 de maio de 2016 em http://www.photo-museum.org/niepce-invention-photography/

Portal da Língua Portuguesa (n.d.). *Vocabulário de Mudança.* Acedido em 1 de junho de 2016 em http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?action=novoacordo&act=list&letter

Porto Editora (2016). *Manipular.* Acedido em 18 de agosto de 2016 em http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/manipular

Rubinstein, D. (n.d.). *Cellphone Photography; The death of the camera and the arrival of visible speech*. Acedido em 27 de agosto de 2016 em http://www.academia.edu/182542/cellphone_photography_the_death_of_the_camera_and_the_arrival_of_visible_speech

Rubinstein, D. (2007). *What is the paradox of photography?*Acedido em 4 de maio de 2016 em https://digitalphotographyblog.wordpress.com/2007/04/06/

Savvides, S. (2014). *It's Bliss: behind the iconic Windows XP photo.* Acedido em 10 de agosto de 2016, em http://www.cnet.com/news/its-bliss-behind-the-iconic-windows-xp-photo/

Sharp Corporation (2016). *Sharp History*. Acedido em 6 de agosto de 2016 em http://www.sharp-world.com/corporate/info/his/h_company/2000/

Shustek, L. (2013). *Software Gems: The Computer History Museum Historical Source Code Series*. Acedido em 20 de dezembro de 2015 em http://www.computerhistory.org/atchm/adobe-photoshop-source-code/

Strickland, A. (2012). *Art photography: When 'reality isn't good enough.* Acedido em 11 de abril de 2016 em http://edition.cnn.com/2012/08/10/living/fine-art-photography-manipulation/

The New York Times (2015). *Debating the Rules and Ethics of Digital Photojournalism.* Acedido em 28 de julho de 2016 em http://lens.blogs.nytimes.com/2015/02/17/world-press-photo-manipulation-ethics-of-digital-photojournalism/

The Telegraph (2012). *Lunch Atop a Skyscraper: iconic American photo is 80 years old*. Acedido em 27 de fevereiro de 2016 em http://www.telegraph.co.uk/culture/photography/9550389/Lunch-Atop-a-Skyscraper-iconic-American-photo-is-80-years-old.html

Waters, R. (2012). *Kodak declara falência 131 anos após ter revolucionado a fotografia.* Acedido em 6 de agosto de 2016 em http://economico.sapo.pt/noticias/kodak-declara-falencia-131-anos-apos-ter-revolucionado-a-fotografia_136319.html

Willette J. (2014). *The first photograph and its rediscovery*. Acedido em 6 de maio de 2016 em http://arthistoryunstuffed.com/?s=niepce

World Press Photo (2016). *2016 Photo Contest.* Acedido em 1 de agosto de 2016 em http://www.worldpressphoto.org/collection/photo/2016

Zhang, M. (2015). *This is What the History of Camera Sales Looks Like with Smartphones Included*. Acedido em 8 de março de 2016 em http://petapixel.com/2015/04/09/this-is-what-the-history-of-camera-sales-looks-like-with-smartphones-included/

Suporte electrónico: notas de rodapé

Informação adicional, secundária.

AIGA San Francisco (2016). *About Patrick Coyne*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://aigasf.org/about/people/coyne

Albert, M. (n.d.). *Howdy*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://www.micahalbert.com/info/

Apress (n.d.). *Al Ward*. Acedido em 13 de agosto de 2016 em https://www.apress.com/index.php/author/author/view/id/2735

Art History Unstuffed (2016). *DR. Jeanne S. M. Willette Profile*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://arthistoryunstuffed.com/jeanne-s-m-willette-author/

Artsy (2016). *Sebastião Salgado*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em acedido em 15 de agosto de 2016 em https://www.artsy.net/artist/sebastiao-salgado

Atget Photography (n.d.). *Berenice Abbott*. Acedido em 10 de agosto de 2016 em http://www.atgetphotography.com/The-Photographers/Berenice-Abbott.html

Barradas, J. (2013). *As Primeiras Fotografias da História*. Acedido em 13 de agosto de 2016 em http://fotografiatotal.com/as-primeiras-fotografias-da-historia

Binghamton University (2015). *John Tagg*. Acedido em 9 de agosto de 2016 em https://www.binghamton.edu/art-history/faculty/jtagg.html

Burns, P. (2010). *Chapter Fifteen 1895-1900*. Acedido em 8 de agosto de 2016 em http://precinemahistory.net/1895.htm

Cambell D. (2016). *David Cambell - Writer, Professor, Producer*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em https://www.david-campbell.org/

Carroll H. (n.d.). *Henry Carroll*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://www.henrycarroll.co.uk/about/

Caruana, N. (n.d.). *Natasha Caruana*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://www.natashacaruana.com/bio/

Centro atlântico (2013). *As autoras*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://www.centroatl.pt/titulos/so/photoshopcs6/autoras.html

CNN International Edition (2016). *Ashley Strickland – Producer & Writer*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://edition.cnn.com/profiles/ashley-strickland-profile#about

Colberg J. (2013). *Joan Fontcuberta: The Photography of Nature & The Nature of Photography*. Acedido em 14 de agosto de 2016 em http://cphmag.com/fontcuberta-hasselblad/

Cole Weston family website (2016). *Edward Weston*. Acedido em 5 de agosto de 2016 em http://edward-weston.com/edward-weston/

Creswell, J (2016). *John W. Creswell - Mixed Methods Research*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://johnwcreswell.com/

Curtin, D. (2011). *Welcome to ShortCourses.com*. Acedido em 16 de agosto de 2016, em http://www.shortcourses.com/

Cyber Sight (2014). *Performing Stereo Retinal Photography and Ocular Angiography : Historical Review of Stereoscopic Imaging*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://www.cybersight.org/bins/content_page.asp?cid=1-8989-8994-9004

Davies, A. (n.d.). *Amy Davies - Journalist and photographer*. Acedido em 14 de agosto de 2016 em https://amydavies.com/

Dhaliwal, R. (2013). *The first colour photograph, 1861*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://www.theguardian.com/artanddesign/picture/2013/jul/09/first-colour-photograph

Dictionary of Art Historians, (n.d.). *Arnheim, Rudolf [Julius]*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em https://dictionaryofarthistorians.org/arnheimr.htm

Dictionary of Art Historians, (n.d.). *Roh, Franz*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em https://dictionaryofarthistorians.org/rohf.htm

Dimendberg, E. (n.d.). *Allan Sekula*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://bombmagazine.org/article/2754/allan-sekula

Dunod (n.d.). *Les livres de Luc Van Campenhoudt*. Acedido em 13 de agosto de 2016 em http://www.dunod.com/auteur/luc-van-campenhoudt

Edgar Allan Poe Society of Baltimore (n.d.). *Edgar Allan Poe Society of Baltimore*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://www.eapoe.org/index.htm

Elek, J. (2016) *Paul Arden*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em https://www.theguardian.com/culture/2008/apr/09/advertising

Encyclopædia Britannica (n.d.). *Andy Warhol - American Artist*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em https://www.britannica.com/biography/Andy-Warhol

Encyclopædia Britannica (n. d). *François Arago*. Acedido em 11 de agosto de 2016 em https://www.britannica.com/biography/Francois-Arago

Encyclopædia Britannica (n.d.). *Henry Peach Robinson*. Acedido em 10 de agosto de 2016 em https://www.britannica.com/biography/Henry-Peach-Robinson

Encyclopædia Britannica (n.d.). *Lewis W. Hine*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em https://www.britannica.com/biography/Lewis-W-Hine

Encyclopædia Britannica (2016). *Peter Henry Emerson*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em https://www.britannica.com/biography/Peter-Henry-Emerson

Encyclopedia.com (2016). *Trachtenberg, Alan 1932–*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://www.encyclopedia.com/article-1G2-2591000157/trachtenberg-alan-1932.html

Freeman, M. (n.d.). *Michael Freeman Photography*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://www.michaelfreemanphoto.com/

Getty Images (2016). *Charles O´Rear*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://www.gettyimages.pt/search/2/image?artist=charles%20o%20rear

Google Play (2016). *Apps*. Acedido em 14 de agosto de 2016 em https://play.google.com/store/search?q=image&c=apps&hl=pt%20;%20https://itunes.apple.com/pt/genre/ios-fotografia-e-video/id6008?mt=8

Grupo Almedina (2016). *Análise de Conteúdo - Laurence Bardin*. Acedido em 30 de julho de 2016 em http://www.almedina.net/catalog/product_info.php?products_id=4337

Harald, J. (2013). *The first Photo*. Acedido em 10 de agosto de 2016 em http://petapixel.com/2013/10/02/first-photo/

Honnef, K. (n.d.). *Klaus Honnef*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://www.klaushonnef.de/

Hugh Downs School of Human Communication (n.d.). *Eric Margolis*. Acedido em 12 de agosto de 2016 em https://humancommunication.clas.asu.edu/content/eric-margolis

International Journalism Festival (n.d.). *Roberto Koch*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://www.journalismfestival.com/speaker/roberto-koch

Langford, M. (n.d.). *Michael Langford*. Acedido em 16 de agosto de 2016, em http://www.mikeonlocation.com/

Lawton, R. (n.d.). *Rod Lawton - Writer / Photographer / Editor*. Acedido em 16 agosto de 2016 em http://rodlawton.co.uk/

Mashable (2016). *Pete Pachal*. Acedido em 14 de agosto de 2016 em http://mashable.com/author/pete-pachal/

Melyssa Lyttle (n.d.). *Melyssa Lyttle*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://www.melissalyttle.com/index

Miroeff, N. (n.d.). *Nicholas Miroeff*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://www.nicholasmirzoeff.com/index.html

Oxford Art Online (2016). *De Zayas, Marius*. Acedido em 12 de agosto de 2016 em *http://www.oxfordartonline.com/public/page/GAO_free_article_DeZayas*

Oxford University (2016). *Professor Marcus Banks (Director of SAME)*. Acedido em 30 de julho de 2016 em https://www.isca.ox.ac.uk/about-us/staff/academic/prof-marcus-banks/

Palacios, I. (2016). *Ignacio Palacios about.* Acedido em 1 de agosto de 2016, em http://www.iptravelphotography.com.au/about.php

Palmisano, C. (n.d.). *Claudio Palmisano*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://www.claudiopalmisano.com/

Petapixel (n.d.). *Our Fantabulous Team*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://petapixel.com/about/

Polaroid (2014). *Polaroid History*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em www.polaroid.com/history

Riggs, T. (1997) *Richard Hamilton*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://www.tate.org.uk/art/artists/richard-hamilton-1244

Russo, J. (2014). *University Community Mourns Passing of Professor Emerita Sari Knopp Biklen.* Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://news.syr.edu/university-community-mourns-passing-of-professor-emerita-sari-knopp-biklen-76957/

Sage Publishing (n.d.). *Robert K. Yin - COSMOS Corporation*. Acedido em 30 de julho de 2016 em https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/author/robert-k-yin

Santos, J. (n.d.). *Joel Santos Biography*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://joelsantos.net/about-me/biography/

Susan Sontag Foundation (2010). *Literature was the passport*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em http://www.susansontag.com/SusanSontag/

Sussex Photo History (n.d.). *The Daguerreotype Process*. Acedido em 14 de agosto de 2016 em http://www.photohistory-sussex.co.uk/dagprocess.htm

The London School of Economics and Political Science (2015). *Bauer, Martin W.* A cedido em 10 de Agosto de 2016 em http://www.lse.ac.uk/researchAndExpertise/Experts/profile.aspx?KeyValue=m.bauer%40lse.ac.uk

The London School of Economics and Political Science (2016). *Professor George Gaskell*. Acedido em 16 de Agosto de 2016 em http://www.lse.ac.uk/DPBS/About-Us/faculty/george_gaskell/Home.aspx

The Open University (2016). *Gillian Rose Profile*. Acedido em 14 de agosto de 2016 em http://www.open.ac.uk/people/gr334

Thompson, J. (2016). *Why Photography Matters.* Acedido em 15 de agosto de 2016 em https://mitpress.mit.edu/books/why-photography-matters

University of California Press (2015). *Siegfried Kracauer's American Writings*. Acedido em 19 de julho de 2016 em http://www.ucpress.edu/book.php?isbn=9780520271838

University of Illinois (2010). *Robert E. Stake*. Acedido em 16 de agosto de 2016 em https://education.illinois.edu/circe/Robert_Stake.html

Visual Arts Cork (n.d.). *Paul Delaroche*. Acedido em 10 de agosto de 2016 em http://www.visual-arts-cork.com/famous-artists/paul-delaroche.htm

Waterstones (2016). *Julie Adair King*. Acedido em 11 de agosto de 2016 em https://www.waterstones.com/author/julie-adair-king/42214

Webb, J. (n.d.). *Jeremy Webb*. Acedido em 10 de setembro de 2016 em http://jeremywebbphotography.com/

Wook (n.d.). *Marina de Andrade Marconi*. Acedido em 22 de Agosto de 2016 em https://www.wook.pt/autor/marina-de-andrade-marconi/28395

World Press Photo (2014). *Lars Boering Is New Managing Director Of World Press Photo*. Acedido em 15 de agosto de 2016, em http://www.worldpressphoto.org/news/2014-11-10/lars-boering-new-managing-director-world-press-photo

Zizola, F. *Francesco* (n.d.). *Zizola Photographer*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em http://www.zizola.com/

Teses, dissertações e estudos académicos

Cardoso, J. (2013). *Fotografia, Realismo e Ética: A Manipulação Digital no Jornalismo e na Publicidade*. Artigo apresentado na Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Brasil. Acedido em 22 de Agosto de 2016, disponível em http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2013000200012&script=sci_arttext

Guimarães I. (2009). *A câmara obscura e o registo fotográfico digital: associação de uma câmara estenopeica a um scanner de varrimento linear*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro para obtenção do grau de Mestre. Acedido em 24 de Agosto de 2016, disponível em http://ria.ua.pt/handle/10773/1169

Inteiro, F. (2013). *Fotografia no design de comunicação*. Dissertação de Mestrado, apresentada na Universidade de Lisboa, Faculdade de Arquitetura, Portugal. Acedido em 01 de agosto de 2016, disponível em http://www.repository.utl.pt//handle/10400.5/6815

Lucas, R. V. (2015). *O design gráfico e a fotografia como auxiliar na criação e desenvolvimento de uma identidade*. Relatório de estágio para obtenção do grau de Mestre, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, Portugal. Acedido em 1 de julho de 2016

disponível em em https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/81574?locale=pt

Marcelino, R. (2012). *Design e fotografia: uma análise sobre as relações que se estabelecem entre a imagem fotográfica digital e as metodologias de design*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil. Acedido em 28 de julho de 2016, disponível em http://www.repositorio.ufpe.br/handle/123456789/11593

Marques, J. S. (2014). *A fotografia e o design Gráfico.* Dissertação para obtenção do grau de Mestre, Universidade de Aveiro, Portugal. Acedido em 14 de junho de 2016, disponível em http://ria.ua.pt/handle/10773/12915

Nishijima, I. (2011). *Produzindo imagens em design gráfico: reflexões iniciais sobre a fotografia como mediação da informação em cartazes.* Dissertação de Mestrado apresentada na Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Acedido em 11 de Agosto de 2016, disponível em http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/1282

Pinheiro, J /2013). *Pós-publicidade: contributo para o estudo do registo de pós-produção fotográfica no domínio da publicidade.* Dissertação apresentada ao Departamento de Ciências e Tecnologia da Universidade Aberta para obtenção do grau de Mestre. Acedido em 13 de Março de 2016, disponível em http://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/2667

Santos, L. (2009). *Os novos territórios da fotografia: os arquivos fotográficos e a fotografia digital*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro. Acedido em 14 de janeiro de 2015, disponível em http://ria.ua.pt/handle/10773/1181

Simões, M. (2012). *A comunicação através da imagem e a linguagem fotográfica na imprensa.* Relatório de estágio apresentado ao Instituto Politécnico de Tomar pata obtenção do grau de Mestre. Acedido em 12 de Agosto de 2016, disponível em http://hdl.handle.net/10400.26/5779ri

Sutardja, A., Ramadan, O., & Zhao, Y. (2015). *Forensic Methods for Detecting Image Manipulation.* Estudo apresentado ao departamento de *Electrical Engineering and Computer Sciences da University of California at Berkele*. Acedido e m 2 1 de julho de 2016, disponível em https://www2.eecs.berkeley.edu/Pubs/TechRpts/2015/EECS-2015-84.html

GLOSSÁRIO

4K: também designada por Ultra Alta Definição (UHD). É uma tecnologia que possibilita disponibilizar, num determinado dispositivo, imagens/vídeo com um número de pixéis estabelecido em 3840x2160.

A

Aberração cromática: desalinhamento de cores provocado pela forma como a luz atravessa a objetiva e incide sobre o sensor.

Abertura: relação matemática expressa em números «*f*» que determina a luz que incide sobre o sensor da máquina. Cada valor pressupõe aproximadamente a entrada de metade da luz que o valor anterior e o dobro do seguinte. Exemplo: f1. f1.4; f1.8; f2.0; f2.8; f4; f5,6; f8; f11; f22… numa escala que varia de equipamento para equipamento.

Alta definição: termo generalista aplicado ao vídeo que pressupõe uma qualidade acrescida pela resolução superior que oferece face aos formatos considerados padrão.

Ampliação:

1 – Na fotografia digital, refere-se aos métodos de interpolação da imagem com o objetivo de a aumentar face ao seu tamanho original;

2 – Processo ótico obtido através do uso de teleobjetivas que, regulando a distância focal, oferece uma visão mais aproximada dos objetos daquela que é percecionada pela visão humana;

3 – Fator de ampliação. Consiste numa ordem que exprime o aumento do tamanho da imagem em relação ao do objeto fotografado. Exemplo: 2x.

Ângulo de visão: amplitude que pode ser registada por determinada objetiva em função da sua distância focal. Quanto maior for essa distância, menor será o ângulo visual e maior será o seu poder de aproximação.

Aplicação móvel: designação comum para programas concebidos especialmente para funcionarem em sistemas operativos instalados em dispositivos móveis.

B

Balanço de brancos: ferramenta de correção, disponível nas câmaras fotográficas e de vídeo, destinada a compensar os efeitos da luz utilizada ou ambiente. O sistema de visão humano corrige e adapta-se a estas variações mas os equipamentos precisam muitas vezes de ser ajustados manualmente.

Binário: ver bit.

Bit (binary digit): unidade básica da informação computacional, binária, na qual os valores podem ser representados unicamente por dois valores: 0 ou 1.

Bridge: em equipamentos fotográficos representa uma gama de aparelhos mais avançados que as câmaras compactas mas com menos recursos que as câmaras designadas como profissionais.

Browser: «software», produzido numa determinada linguagem de programação, especialmente desenvolvido para possibilitar a navegação na Internet. Torna viável a interação do homem com os conteúdos.

Byte: conjunto de 8 bits com a seguinte ordem de grandeza: 8 Bits = 1 Byte. 1024 Bytes = 1 Kbyte. 1024 Kbytes = 1 Megabyte. 1024 Megabytes = 1 Gigabyte. 1024 Gigabytes = 1 Terabyte.

C

Cartão de memória: «hardware» que possibilita a gravação e armazenamento de dados digitais.

Chats: termo generalista utilizado para designar aplicações do foro informático que permitem conversar em tempo real.

Codec: «software» utilizado para codificar ou descodificar arquivos multimédia. Utilizado para compactar áudio e vídeo, diminuir o tamanho dos ficheiros ou permitir a sua visualização.

CMYK: referência ao espaço de cor usado em impressão, no qual são utilizados pigmentos «Cyan», Magenta, Amarelo e Preto. A sua mistura produz as restantes cores.

Composição: em fotografia corresponde ao arranjo dos vários elementos: assunto principal, primeiro plano, fundo e motivos secundários. Visa a harmonia e estética visual.

Compressão: forma pela qual a informação digital é codificada.

1- Compressão com perca de informação: tem como objectivo otimizar o ficheiro tendo em conta a sua finalidade. Está, normalmente, relacionado com o decréscimo do seu peso ou tamanho. O resultado da sua aplicação é sempre um compromisso entre este parâmetro e a qualidade restante;

2- Compressão sem perca de informação: método de otimizar os ficheiros digitais sem perca qualitativa dos seus dados originais.

Contraste: escala entre os tons mais claros/luminosos e os mais escuros de uma imagem. Quanto menor for o valor de contraste numa imagem, mais próximos serão os valores entre estes extremos e, como tal, os valores de luminosidade das diferentes tonalidades tendem a assemelharem-se.

Conversor: em informática, é um «software» responsável por converter ficheiros de um determinado formato para outro.

Cópia: em fotografia, corresponde a toda e qualquer imagem feita a partir do ficheiro digital.

Cor: perceção humana induzida pela interpretação da luz difundida ou transmitida pelos objetos/corpos.

Correção de cor: processo de ajuste da tonalidade ou dominância de cor numa imagem.

Cultura: grupo de objetos e ideias que comunicam determinados significados aos seus membros.

D

Daguerreótipo: processo fotográfico baseado num suporte em chapa de cobre preparada com uma camada de prata polida, sensibilizada com iodeto de prata. Depois de exposta, a chapa era revelada em vapor de mercúrio produzindo a imagem em positivo.

Definição de imagem: em fotografia, representa a clareza nos detalhes e nos contornos. Depende de vários fatores como a qualidade ótica da objetiva, da regulação da sensibilidade, da dimensão dos pixéis ou do método de compressão utilizado.

Design: numa das caraterizações possíveis, pode ser definido como uma manifestação criativa, uma forma visual de comunicar, expressar ideias e de contribuir para a resolução de um problema conjugando habilmente elementos como a forma e a função. O termo pressupõe, na verdadeira essencial da palavra e do sentido, que seja necessário uma metodologia de projeto apenas possível com o advento da Revolução Industrial. Começa por ser planeado, para depois ser concebido, produzido em série e distribuído. Os resultados podem originar objetos, criações virtuais, espaços físicos, material gráfico ou estender-se a domínios como a moda ou a maquinaria.

Design gráfico: ramo do design no qual é explorada a comunicação gráfica através de suportes físicos como o papel ou a tela. Normalmente, é caraterizado pela utilização ou aplicação em materiais passíveis de serem impressos.

Diafragma: em fotografia, é um mecanismo, composto por um conjunto de lâminas justapostas, que se localiza dentro da objectiva. Ao abrir e fechar, permite a passagem de mais ou menos luz para o sensor. Quanto maior for a sua abertura, mais luz é captada o que permite aumentar a velocidade de disparo diminuindo o tempo necessário de exposição.

Digital: termo aplicado à tecnologia presente em todo e qualquer dispositivo eletrónico baseado numa lógica binária. São exemplo: televisores LCD, LED, «modems».

Dispositivos móveis digitais: equipamentos eletrónicos, operados num contexto binário, especialmente desenhados para serem transportáveis ou portáteis. São exemplo: «smartphones», «tablets».

Distância focal: distância entre o centro ótico da objetiva e o plano a que esta foca quando está regulada para o infinito. Quanto maior for a distância focal da objetiva menor será seu respetivo ângulo de visão.

Distorção ótica: em fotografia, verifica-se pela alteração na perspetiva causada principalmente pelo uso de objetivas de grande angular ou teleobjetivas. Em ambas, os objetos tendem a parecer deformados da sua forma real.

DNG: formato desenvolvido pela Adobe na tentativa de padronizar os vários ficheiros de imagem, sem compressão, utilizados pelos diversos fabricantes.

Dolby Digital: formato de som multicanal de alta qualidade.

Dominante (cor): em fotografia, trata-se de uma anomalia que é notada pela prevalência exagerada de um tom face aos demais.

Download: transferência de dados da Internet ou de um dispositivo para outro.

Drone: designação para aeronaves não tripuladas e comandadas à distância. No campo da fotografia e do vídeo, tem ganho adeptos face à evolução tecnológica, à queda dos preços e à miniaturização das câmaras.

E

E-learning: método de aprendizagem à distância, não presencial, proporcionado por equipamento com ligação à Internet.

Edição: fase, no fluxo de trabalho da fotografia digital, na qual se efetuam alteração dos parâmetros originais da imagem. Baseia-se em ferramentas de correção e não contempla nenhuma forma de transformação substancial face ao original. Não alterara nem acrescenta conteúdo. Exemplo: saturação das cores, alteração de contraste, ajuste de tonalidades.

Enquadramento: em fotografia, representa a forma de posicionar o visor ou o ecrã da câmara para fotografar ou filmar.

Exposição: em fotografia digital corresponde ao ato de expor o sensor fotossensível à ação da luz. A exposição é controlada pela velocidade do obturador (tempo de exposição) e pela abertura do diafragma selecionada.

1 - Exposição automática: modo de operação no qual a câmara ajusta automaticamente a abertura, a velocidade do obturador, ou ambos, para produzir uma exposição considerada correta;

2 - Exposição manual: modo não automático de operação da câmara no qual o fotógrafo estabelece tanto a abertura quanto a velocidade do obturador em função das condições de luz e do resultado pretendido;

3 – Exposição em laboratório analógico: tempo no qual a luz deve incidir sobre a emulsão fotográfica para formar a respetiva imagem.

F

Filtro:

1 - Em fotografia: vidro, acrílico ou outro material transparente ou colorido, usado diante da objetiva, com finalidades especiais como por exemplo proteger a objetiva, realçar as cores ou eliminar reflexos;

2 - Em pós-produção: efeito especial aplicado à imagem/vídeo com determinada intenção estética ou técnica;

Firmware: instruções, em linguagem binária, instaladas diretamente no hardware com objetivo de atualizar ou corrigir código anterior.

Flash: mecanismo embutido ou externo, utilizado em fotografia com o objetivo de fornecer luz artificial, adicional, em determinado contexto que o justifique ou se deseje. Pode ser usado por razões de necessidade (parca luz ambiente) ou estéticas (efeitos especiais).

Foco: em fotografia, corresponde à zona no enquadramento que se apresenta nítida. É definido pela distância focal e dependendo da situação pode ser determinado de forma manual ou automática.

Fotodíodo: dispositivo utilizado na deteção de luz ou na medição da sua intensidade.

Fotografia:

1 - Fotografia analógica: processo, ultrapassado pela tecnologia digital, no qual o equipamento fotográfico assentava numa base mecânica/elétrica e o processo de revelação numa base físico/química.

2 - Fotografia digital: processo de fotografar que usa a tecnologia binária, nos equipamentos de registo fotográfico e que gera resultados que dispensam o processamento que não digital.

Fotograma: corresponde a cada uma das imagens de um rolo de película fotográfica. No vídeo corresponde a uma «frame».

Frame: imagem individual de um filme.

Fullframe: designação que em fotografia faz referência ao tamanho do sensor de imagem e que estabelece que tenha as dimensões de 36x24mm ou seja as mesmas medidas físicas de um fotograma na antiga película fotográfica.

G

Gadget: corresponde ao termo usado para designar comummente aparelhos tecnológicos, de consumo, que se revelam apelativos por serem novidade ou pelas suas caraterísticas.

Gama cromática: intervalo de cores que um equipamento ou sistema é capaz de produzir.

Gigabyte: aproximadamente 1000 Megabytes ou mil milhões de bytes.

Grão: fenómeno observado na fotografia analógica causado pelo tamanho dos cristais de prata da emulsão das antigas películas fotográficas.

H

H264: padrão para vídeo digital que utiliza uma taxa de compressão duas vezes mais eficiente do que o formato DVD suportando também resoluções superiores em alta definição.

Hardware: componentes físicos, eletrónicos, necessários para o funcionamento de um determinado equipamento elétrico. Por exemplo: «motherboard», placa gráfica ou sensor.

I

Imagem digital: imagem obtida por meios eletrónicos e que pode ser tratada, corrigida e manipulada digitalmente, isto é através de linguagem binária.

Imagem latente: imagem formada pelas alterações dos grãos de halogenetos de prata na emulsão fotográfica após exposição à luz. A imagem não é visível até que o processamento químico ocorra.

Internet: sistema mundial que usa protocolos de comunicação comuns e que interliga, transfere e armazena informação, por meio de ligados em rede por todo o mundo.

ISO: em fotografia, é um normativo que estabelece o princípio de que quanto maior o número em ISO, maior é a sensibilidade de uma película/sensor face à luz. Um número mais alto significa que é permitindo fotografar, em condições de luz menos favoráveis, com uma maior velocidade de obturação. A escala ISO varia de equipamento para equipamento. A título de exemplo: 100, 200, 400, 800, 1600, 3200, 6400…

J

JPEG: também designado por "JPG", é um dos mais utilizados métodos de compressão de imagens pelas excelentes prestações que oferece na relação qualidade *versus* tamanho.

L

LCD: tecnologia de visualização, comum em equipamentos audiovisuais que tenham a necessidade de apresentar dados/imagens num ecrã. Nas câmaras fotográficas digitais permite, por exemplo, visualizar vários parâmetros técnicos, realizar o enquadramento desejado ou rever a imagem captada.

Lente: em fotografia, é um elemento transparente que funciona geralmente em complexos conjuntos que atuam por refração. Introduz descontinuidades no modo como a luz se propaga e reconfigura a sua distribuição.

Luminosidade:

1 - Propriedade dos corpos de emitir ou refletir luz;

2 - Em fotografia: corresponde à luz que alcança o sensor/película. A quantidade de luz que atravessa a objetiva depende diretamente da abertura do diafragma;

3- Em pós-produção: ferramenta presente em vários programas de tratamento de imagem com a pretensão de corrigir ou melhorar imagens digitais.

M

Manipulação: em fotografia, significa um ato deliberado de transformar uma imagem. Na Imagem digital é uma técnica que resulta numa alteração face ao original.

Megabyte: um milhão de bytes. No sistema binário representa 1024 Kilobytes.

Megapixel: unidade que significa um milhão de pixéis. Parâmetro referenciado nas câmaras digitais como indicação da resolução do sensor.

Metadados: em fotografia digital corresponde a um conjunto de informações adicionais que se fazem acompanhar juntamente com o ficheiro que originou o registo. São exemplo: data, hora ou modelo de câmara.

N

Negativo fotográfico: ver película fotográfica.

Nitidez: em fotografia corresponde à clareza com que os contornos entre diferentes tonalidades são discernidos.

Níveis: em pós-produção fotográfica, é uma ferramenta presente em vários programas de tratamento de imagem utilizada para corrigir o equilíbrio de cores ajustando a intensidade das sombras, dos meios-tons e das zonas mais claras de uma imagem.

O

Objetiva: sistema ótico da câmara, composto por um conjunto de lentes, capaz de captar e focar os raios luminosos de forma a produzir uma imagem nítida no sensor.

1 - Objetiva grande angular: objetiva de pequena distância focal com capacidade para cobrir um grande campo visual. Por possui um grande ângulo visual torna-se ideal para captar vastas áreas ou para realizar registos em espaços pequenos;

2 - Objetiva macro: objetiva especialmente concebida para captar pequenos objetos a curta distância. Geralmente utilizadas para registo de detalhes;

3 - Objetiva teleobjetiva: objetiva com capacidade de ampliar o objeto fotografado. É geralmente utilizada para aproximar objetos longínquos ao enquadramento desejado;

4 - Objetiva variável/zoom: objetiva de múltiplas distâncias focais, adaptável, com um uso não específico. Teoricamente não alcança a qualidade de uma objetiva fixa.

Obturação: em fotografia, diz respeito à ação de controlar a luz através do parâmetro da velocidade presente no equipamento fotográfico.

Obturador: dispositivo de cortina, lâminas ou outro tipo de cobertura móvel, que controla o tempo de abertura da objetiva e por conseguinte a luz que chega ao plano da película/sensor. A velocidade com que o faz é expressa em frações de segundo. Por exemplo: 1, 1/2, 1/4, 1/8, 1/15, 1/30…

On-line: no contexto virtual, significa estar ligado, ao vivo ou acessível.

P

Película fotográfica: material composto de emulsão química sensível à luz. Responsável pelo registo da imagem para produzir a fotografia.

Pictorialismo: movimento artístico que surgiu na sociedade europeia na segunda metade do século XIX e se extinguiu antes da Primeira Guerra Mundial. Os seus defensores afirmavam que a fotografia poderia conter tanto mérito artístico quanto uma pintura considerando, por isso, haver espaço na fotografia para a arte através de manipulação. Pressupunha o uso de alguma forma de manipulação, intencional, com intuído criativo.

Pictórico: expressão relativa, expressa ou manifestada no contexto da pintura.

Pixel: unidade mais pequena a que se pode reduzir uma imagem digital. É usado como medida de resolução.

Plug-in: programa que se adiciona a um outro no sentido de lhe acrescentar funcionalidades.

Pós-produção: em multimédia, refere-se à etapa posterior ao registo ou captação fotográfica/vídeo na qual são efetuadas tarefas que modificam, de alguma forma, a captação original. Normalmente, estes procedimentos visam determinados objetivos estéticos ou técnicos.

Profundidade de campo: em fotografia, corresponde à zona com nitidez aceitável. São três os fatores que a influenciam: a distância focal, a abertura e a distância efetiva da câmara ao objeto.

Programa: em informática, entende-se por todo e qualquer conjunto de instruções, escrito numa determinada linguagem computacional que permite realizar uma determinada função.

R

Raw: designação para um formato de captação de imagens não processado e sem compressão.

Reflex: sistema presente nas câmaras fotográficas cujo princípio de funcionamento assenta no uso de um espelho que se levanta no momento do disparo e a luz passa apenas pela lente antes de chegar no sensor.

Reprodução: em fotografia é toda e qualquer réplica elaborada a partir de uma imagem original.

Resolução: parâmetro que permite avaliar qualitativamente as imagens digitais. É expresso pelo número total de pixéis que compõe uma imagem.

Retoque:

1- Na fotografia analógica constituía um processo manual, após o registo, para correção ou remoção de imperfeições causadas por partículas de poeira ou arranhões;

2- Em fotografia digital corresponde à técnica ou ao conjunto de técnicas digitais usadas na etapa de pós-produção para remoção de imperfeições e correções da imagem final.

RGB: sistema de cores utilizado pelas imagens digitais e por qualquer dispositivo que transmita luz.

Ruído: efeito produzido pelos equipamentos digitais. Normalmente indesejável resulta de condicionalismos técnicos. Manifesta-se pela presença de um efeito granulado ou na alteração da cor original dos pixéis.

S

Saturação: termo que designa a intensificação das cores.

Security Digital: tecnologia utilizada no fabrico de cartões de memória presentes em múltiplos aparelhos. Existem versões de várias dimensões para a adequação aos dispositivos móveis.

Sensibilidade:

1- Em fotografia digital define-se pela quantificação da intensidade da luz que chega ao sensor;

2- No equipamento fotográfico digital corresponde à possibilidade em alterar os valores ISO, de acordo com as condições de luz existentes em cena. Representado por números indicativos, segundo o padrão ISO, como por exemplo: 25, 64, 100, 125, 200, 400 entre outros;

3- Em fotografia analógica reflete-se na propriedade da emulsão fotográfica em gravar uma imagem com maior ou menor tempo de exposição.

Sensor de imagem: dispositivo elétrico, constituído por células fotossensíveis que registam a intensidade da luz.

Software: código que fornece instruções ao hardware para realizar determinada tarefa.

Subexposição: em fotografia digital, é a técnica de expor o sensor para captar um registo com menos luz do que a considerada ideal pelo equipamento. É indicado em algumas circunstâncias e depende da avaliação estética e técnica de uma imagem.

Sobre-exposição: em fotografia digital é a técnica de expor o sensor para captar um registo com mais luz do que a considerada ideal pelo equipamento. É indicado em algumas circunstâncias e depende da avaliação estética e técnica de uma imagem.

U

USB: Protocolo de conexão entre dispositivos. Atualmente na versão 3.1. Permite uma transferência de dados entre dispositivos até 10 Gbps.

V

Vinhetagem: em fotografia, trata-se de uma anomalia, limitação ou efeito propositado que se manifesta pelo escurecimento dos cantos de uma imagem fotográfica.

W

WAV: padrão para áudio digital desenvolvido originalmente pela Microsoft e IBM.

WiFi: norma de comunicação sem fios através do uso de uma rede local.

Wireless: termo que define a capacidade de comunicar sem o uso de conexões físicas.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Audiência: 14, 45, 54, 88, 89, 91, 92, 93, 135

Aplicações móveis: 24, 30, 32, 34, 40, 42, 45, 136

B

Sistema Bridge: 28, 37, 95

C

Cinema: 22, 47, 49, 90, 91, 124

Sistema compacto: 28, 95, 97

Composição: 53, 63, 64, 92, 108, 114

Computador: 20, 30, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 57, 98, 108, 113, 118, 120, 123, 125, 126, 129, 130, 134

Cor: 21, 29, 30, 36, 47, 63, 64, 89, 90, 92, 95, 108, 111, 114, 115, 119, 126

Criatividade: 33, 55, 59, 66, 108, 123, 125, 131, 134, 137

D

Daguerre: 45, 47, 50

Design: 14, 15, 57, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 71, 72, 105, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 130, 134, 135, 136

Designer: 13, 15, 41, 42, 63, 66, 69, 71, 72, 73, 74, 77, 81, 94, 97, 98, 99, 103, 105, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137

Digital: 13, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 27, 29, 30, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 44, 49, 51, 55, 56, 57, 59, 60, 63, 67, 69, 71, 73, 74, 90, 100, 110, 118, 119, 120, 125, 133, 134, 135

Dispositivos móveis: 13, 18, 23, 25, 26, 27, 30, 37, 40, 69, 121, 124, 126, 128, 129, 134

DNG: 38, 39

Drones: 27

E

Edição: 33, 39, 40, 41, 48, 57, 58, 61, 62, 69, 107, 110, 112, 115, 120, 134

Enquadramento: 33, 63, 64, 95, 111, 112, 115, 117

Estereoscopia: 47

F

Filtros: 40, 53, 55, 61, 95, 111, 114

Fluxo de trabalho: 39, 41, 133, 134, 135

Fotografia: 13, 15, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 69, 70, 71, 72, 77, 85, 86, 87, 88, 90, 93, 94, 95, 99, 103, 105, 107, 108, 109, 111, 118, 119, 120, 122,123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 136, 137

H

Hardware: 28, 37

I

Internet: 18, 24, 35, 40, 60, 85, 90, 125

J

JPG: 34, 35, 36, 37, 38, 94, 95, 111

M

Manipulação: 33, 34, 39, 41, 42, 48, 55, 56, 57, 58, 59, 61, 69, 72, 74, 107, 125, 132, 134

Mercado: 18, 20, 24, 25, 27, 28, 34, 58, 64, 118, 119, 121, 122, 124, 131, 134, 135, 136

N

Niépce: 44, 45

P

Photoshop: 33, 34, 42, 61, 95, 111, 113, 114, 116, 117, 118, 121, 122, 124, 125, 127, 134

Pixel: 29, 30, 41, 110, 117

Pós-produção: 39, 40, 41, 42, 92, 94, 95, 109, 134

Produção: 14, 15, 18, 22, 41, 46, 49, 64, 69, 73, 74, 85, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 96, 98, 109, 110, 112, 113, 114, 115, 116, 118, 127, 129, 134

R

RAW: 34, 36, 37, 38, 40, 94, 95, 111, 112, 120

Reflex: 28, 37, 94

Resolução: 29, 94, 95, 98

S

Sociedade: 13, 17, 18, 22, 23, 24, 45, 46, 47, 50, 61, 66, 92, 94, 134

Software: 30, 33, 36, 37, 60, 108, 129

T

Tecnologia: 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 49, 51, 56, 59, 66, 67, 69, 72, 73, 74, 85, 90, 91, 96, 110, 118, 120, 121, 124, 125, 126, 127, 133, 134, 135, 136, 137

APÊNDICES IMPRESSOS

APÊNDICE IV

guiao_entrevista_2016

Nota prévia:

Os objetivos específicos e as observações, para cada grupo de questões, foram ocultos aos participantes. A sua presença aqui serviu apenas como guia.

Início

Muito obrigado por aceder participar neste estudo académico para a Universidade Lusófona de Lisboa, como parte de projeto de dissertação de mestrado em Design que tem como temática geral a produção e uso de imagens fotográficas pelos designers gráficos. Solicito a sua autorização para proceder à gravação da entrevista que vamos iniciar. Garanto o anonimato e alerto que, como projeto de âmbito acadêmico, as suas afirmações ficarão disponíveis para posterior consulta pública. Tem o direito de ocultar qualquer nome, lugar ou referência, se assim o entender, bastando para isso avisar-me. Sinta-se confortável para fazer qualquer reparo ou advertência no decorrer da entrevista.

Grupo I

Objetivo:

Apresentação. Identificar o perfil e aptidão profissional do entrevistado.

Observações:

Iniciar a entrevista descontraidamente, sem pressão ou nervosismo. Manifestar à vontade, proximidade e transmitir serenidade ao participante.

Questões:

1.1- Como se chama?

1.2- Posso tratá-lo pelo nome próprio?

1.3- Que idade tem?

1.4- Desde quando está envolvido na área gráfica?

1.5- Qual o seu vínculo profissional? Contrato, «freelancer», colaborador ou outro?

Grupo 2

Objetivo:

Averiguar a proximidade do entrevistado, enquanto designer, à tecnologia relacionada com a prática fotográfica e entender que relações estabelece com ela.

Observações:

Aprofundar a importância que o participante confere à tecnologia, nomeadamente para as funções que exerce e explorar o seu ponto de vista.

Questões:

2.1- Toda a tecnologia associada à imagem é, hoje, essencialmente digital. Na sua perspetiva, que contribuições esta aproximação trouxe para a imagem fotográfica?

2.2- Como pode o designer tirar partido do aparato tecnológico digital? Nomeadamente aquele relacionado com a produção de imagens?

2.3- Enquanto designer, que relevância atribui à imagem fotográfica digital?

2.4- Na sua perspetiva, o que define uma boa imagem?

2.5- Produzem-se imagens melhores com a tecnologia atual? Porque afirma isso?

2.6- Através de que meios obtém e produz, para os seus projetos, a maioria dos registos fotográficos?

2.7- No campo da imagem, em que aspetos considera que a tecnologia deve ainda evoluir?

Grupo 3

Objetivo:

Indagar o campo de ação do designer gráfico. Descobrir indicadores de motivação e limitação. Procurar influências. Averiguar a existência de fatores condicionantes na atividade que possam ter implicações na forma de lidar com as imagens digitais.

Observações:

Estabelecer o foco no indivíduo, como designer, na sua visão e experiência.

Questões:

3.1- Na sua opinião, o que justifica as decisões tomadas pelos designers ao longo do fluxo de trabalho com imagens digitais, desde a captação à pós-produção?

3.2- Como designer, que análise faz da generalidade das imagens fotográficas atualmente aplicadas em projetos gráficos e difundidas pelos vários meios de comunicação visual?

3.3- Em que medida, enquanto profissional, sente que tem autonomia para validar as suas próprias decisões em matéria de imagem?

3.4- Porque acha que, em matéria de fotografia digital, pouco se fala nos designers gráficos?

3.5- Quais são os maiores desafios para um designer contemporâneo na produção e uso de imagens fotográficas?

Grupo 4

Objetivo:

Sondar a opinião e posição do entrevistado em relação ao processamento digital de imagens.

Observações:

Promover a descrição de exemplos pessoais. Foco no ato de alterar imagens.

Questões:

4.1- O que implica, no seu ponto de vista, tratar digitalmente uma imagem?

4.2- Como classifica a aplicação de técnicas de tratamento digital, em menor ou maior escala, a que a generalidade das imagens atuais parece estar sujeita?

4.3- Os resultados alcançados pelos aparelhos fotográficos atingiram um patamar inegável de qualidade. Porque é que acha que ainda é preciso alterar as imagens?

4.4- Pode-me falar um pouco do processo que normalmente utiliza para trabalhar imagens em contexto profissional?

4.5- Que fatores considera importantes salientar quando conduz um processo técnico que envolve tratamento de imagem?

4.6- É capaz de me descrever uma situação na qual tenha recorrido a técnicas de tratamento de imagem para alcançar um determinado propósito?

4.7- Parece que agora todos conseguem fazer algo com as imagens nos aparelhos digitais. Como designer profissional, o que sente em relação a isso e como contornar a questão?

4.8- Qual é o limite para o retoque de imagens fotográficas?

Grupo 5

Objetivo:

Permitir ao participante acrescentar ou refazer algum argumento. Ampliar o âmbito do estudo para eventuais abordagens futuras.

Observações:

Ter em atenção o tempo já decorrido. Ao finalizar a entrevista, agradecer a amabilidade pela disponibilidade

Questões:

5.1- Pretende acrescentar algo mais ao que já disse, tendo em conta a temática abordada?

Muito obrigado. Mais uma vez agradeço a disponibilidade e contribuição. Relembro a segurança quanto ao anonimato dos dados. Caso deseje poderá tomar conhecimento dos resultados obtidos através do seu depoimento bastando, para tal, contactar-me.

Fim do guião de entrevista

Total: 26 questões.

APÊNDICE V

transcricao_entrevista_01

A entrevista iniciou-se agradecendo a participação do entrevistado que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da entrevista;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;
3. Do registo áudio da totalidade da entrevista e pelo seu consentimento, da sua posterior transcrição.

ENTREVISTA 01

Tema: As imagens digitais e o designer
Entrevistador: António Manuel Nunes Oliveira
Data da entrevista: 16 de agosto de 2016
Local: Lisboa
Duração máxima prevista/real: 60m/46m

Entrevistado: MO

Idade: 68

Área profissional: imagem/design gráfico

Observações (atitudes do entrevistado): pensativo por várias vezes. O olhar e gestos observados denotam muitas recordações e experiências na área.

A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

1.1 Como se chama?

R: MO.

1.2 Posso tratá-lo pelo nome próprio?

R: Com certeza.

1.3 Que idade tem?

R: Ui, (alongamento) muitos, muitos, muitos (arrastamento). Nasci na década da guerra (sorrisos). Não da Guerra de Ultramar. Na outra guerra (ênfase). Na década de 40. Quer a data precisa, concisa? O ano? 1948 (alongamento) veja só. Podia ser seu avô (sorriso).

1.4 Desde quando está envolvido na área gráfica?

R: Ui, desde (arrastamento) que vim para Lisboa para iniciar o meu curso (pausa e arrastamento). Cheguei a Lisboa em 1970, (pausa e pensamento) em setembro de 1970 e antes o final do ano já estava a trabalhar.

1.5 Qual o seu vínculo profissional atual? Contrato, «freelancer», colaborador ou outro?

R: Neste, (sobreposição de fala) neste momento sou «freelancer» e em «part-time» claro. Até porque com esta idade (sorrisos) não posso ter outro estatuto.

2.1 Toda a tecnologia associada à imagem é, hoje, essencialmente digital. Na sua perspetiva, que contribuições esta aproximação trouxe para a imagem fotográfica?

R: Mas (pausa) especifique melhor a pergunta (sobreposição de fala). O que é que a fotografia digital trouxe?

Toda a imagem é hoje vista em vários dispositivos virtuais. Computadores, telemóveis, «tablets» e outros aparelhos. No seu ponto de vista, dada esta mudança, o que é que acha que isto trouxe para a fotografia em termos de conotações e significados?

R: (alongamento) Não propriamente o que passou a significar mas sim as possibilidades que nos permite a digitalização como sejam (alongamento) a possibilidade em ver de imediato os resultados do nosso trabalho, o que não nos era permitido com a fotografia analógica, portanto (pausa e interrupção de assunto) com a possibilidade de uma enormíssima gama de escolhas que nos, (repetição) nos leva a atingir o melhor que nós queremos (alongamento). Enfim, é um mundo completamente diferente.

2.2 Como pode o designer tirar partido do aparato tecnológico digital? Nomeadamente aquele relacionado com a produção de imagens?

R: Como pode? É por demais evidente. O designer gráfico com o meio de trabalho que lhe é proporcionado e que não tinha acesso antes do aparecimento dessa grande ajuda está, (correção) tem muito mais possibilidades de resultados no seu trabalho (arrastamento). Realmente seria muito mais difícil de atingi-lo antes da ajuda dos computadores que se tem agora e com a fotografia digital, com a digitalização, com tudo. A rapidez que se tem acesso aos resultados. Desse apoio (alongamento). Para além (arrastamento) dos custos. Tudo custava muito dinheiro. Agora temos os produtos imediatos sem quaisquer despesas. Nós quando tínhamos o resultado do produto era aquele e havia uma grande dificuldade de o alterar. Por vezes tínhamos de iniciar todo esse processo. Agora não. Facilmente eliminamos aquilo que não queremos para, com uma facilidade enorme, aproveitar tudo aquilo que nos interessa para o nosso trabalho.

2.3 Enquanto designer, que relevância atribui à imagem fotográfica digital?

R: Ó pá. Importantíssima (sorrisos) Importantíssima (realce). Aquilo que ela nos veio facilitar na execução do trabalho, nas correções do trabalho. Tudo. Não há (pausa), há um abismo em toda uma série de problemas e limitações da, (pausa) do antes e do agora (alongamento) olhe, não há comparação. Só quem se viu e lidou com o processo anterior é que pode sentir os benefícios que dai advieram.

2.4 Na sua perspetiva, o que define uma boa imagem?

R: Mas em que contexto?

Uma boa imagem na sua observância e naquilo que entende como uma boa imagem. Não num contexto específico mas de um modo generalista.

R: Aquilo que eu pensava que seria necessário para lhe dar resposta teria a ver com uma quantidade de fatores que poderiam ou não ajudar à classificação num contexto generalista (pausa). Eu acho que muito simplesmente uma boa imagem é àquela para a qual olhamos e sofremos o impacto por saber bem estar a vê-la. Isso é uma boa imagem (pausa). Seja a imagem de uma morte ou de um nascimento, (nova pausa). O grande impacto visual é aquilo que define a boa ou a má imagem, acho eu.

2.5 Produzem-se imagens melhores com a tecnologia atual? Porque afirma isso?

R: Claro mas (pausa e convição) só através das possibilidades que os computadores oferecem. Todos os programas como o *Photoshop* e outros muitos «*Photoshops*» (pausa prolongada e alongamento). Acho que só sendo trabalhadas. Uma imagem que, digamos, o resultado imediato das imagens e as novas tecnologias melhoram realmente (pausa) mas o trabalho tem se ser posterior (nova pausa). Noutras condições não seria realmente possível. A imagem melhor é fruto de, digamos, todos os, (arrastamento e alteração no discurso) todo o complexo de, (repetição) de, como é que vou dizer (pausa) possibilidades de ordem técnica para irmos de encontro a uma melhoria de modo que fiquem realmente melhores as imagem.

2.6 Através de que meios obtém e produz, para os seus projetos, a maioria dos registos fotográficos?

R: Ó pá tenho uma estima muito grande pela minha *Leica* (pausa e sorriso). Agora não dá para a usar. Está guardada na caixa. Tenho uma *Pentax* que me safa quando é preciso.

E quanto aos telemóveis e afins?

Por favor! (arrastamento e expressão de negação). Esses, eu uso apenas para aquelas fotos de ocasião, jantares, passeios de domingo (alongamento).

2.7 No campo da imagem, em que aspetos considera que a tecnologia deve ainda evoluir?

R: (silêncio prolongado) Olhe à medida que a tecnologia vai avançando, no dia-a-dia não há dúvida nenhuma que é na rapidez de processamento e (pausa para pensar) nos preços que deviam ser mais acessíveis, (pausa) era uma boa achega realmente.

3.1 Na sua opinião, o que justifica as decisões tomadas pelos designers ao longo do fluxo de trabalho com imagens digitais, desde a captação à pós-produção?

R: Deixe-me lá ver (pausa) porque (alongamento) mas eu acho que no fundo, no fundo têm em vista o agradar. Não posso descurar os objetivos comerciais de todo este trabalho e toda a sucessão e todas aquelas exigências que o mercado nos apresenta e tudo isso nos leva a que haja um cuidado na escolha de, (correção) dos meios a melhorar. Melhor dizendo, o produto final é o que é, muitas vezes, porque (pausa e sorrisos) porque o mercado assim o exige.

3.2 Como designer, que análise faz da generalidade das imagens fotográficas atualmente aplicadas em projetos gráficos e difundidas pelos vários meios de comunicação visual?

São claramente melhores mas eu não sou muito (repetição) muito de (alongamento) não direi influenciado mas (arrastamento e repetição) mas há cada manipulação que faz favor (pausa). Eu tenho o prazer de ter um naipe de nomes aos quais estou esteticamente ligado pelo prazer que realmente esses nomes me transmitem mas desvalorizo no fundo todas essas manipulações feitas no sentido de conseguirem atingir o estatuto de qualidade.

3.3 Em que medida, enquanto profissional, sente que tem autonomia para validar as suas próprias decisões em matéria de imagem?

R: (alongamento) Como profissional ou ex-profissional (sorrisos), claro que para fazer (arrastamento e interrupção de assunto). Ajo por agentes do mercado. Pelo (repetição), pelo meu gosto e por aquilo que eu pretendo transmitir. Tudo isso são condições que no fundo muitas vezes me limitam.

3.4 Porque acha que, em matéria de fotografia digital, pouco se fala nos designers gráficos?

R: (pausa prolongada) Ó pá, há uma, eu acho que há uma separação entre (interrupção de pensamento). Os designers gráficos no fundo, no fundo vão sendo subvalorizados relativamente ao trabalho expresso que atingem. Por isso mesmo ligam-lhes pouco. Olhe, acho que tirando um lote restrito de nomes que são inconfundíveis e no bom sentido, intocáveis, o resto não digo que seja uma cambada de desconhecidos mas (risos), quase.

3.5 Quais são os maiores desafios para um designer contemporâneo na produção e uso de imagens fotográficas?

R: Olhe, seria (pausa) para já, seria interessante que pudessem trabalhar sem tantas condições. Isto de imediato (pausa) e depois (nova pausa) eu acho que sentem que têm pouca força,

pouca, (repetição) pouca decisão. Acho que eles sentem que não são, (correção) que o seu conhecimento é ignorado. Sentem lá dentro, lá dentro que realmente estão em segundo plano e mesmo sabendo o seu real valor, enfim, não são valorizados por isso.

4.1 O que implica, no seu ponto de vista, tratar digitalmente uma imagem?

R: Se não tiver sido impedido por algum tipo de obstáculo e se eu puder dar, digamos, não é, largas há imaginação, qualquer mudança face ao original é da nossa responsabilidade. E isso é muito fácil de fazer (pausa). Eu diria mesmo que necessário na maior parte das imagens. É quase como dizer que temos de o fazer porque as condições em que trabalhamos puxam para isso e temos de seguir a maré. Tem uma certa piada na verdade.

4.2 Como classifica a aplicação de técnicas de tratamento digital, em menor ou maior escala, a que a generalidade das imagens atuais parece estar sujeita?

R: (silêncio e alongamento) Acho que o uso das técnicas que nos levam a, no fundo alterar aquilo que temos na mão, (pausa) acho que no fundo é um exagero. Se não estiver sido impedido por nenhum tipo de constrangimento (pausa). Às vezes há uma distorção completa entre a origem e o pedido. E isso é perturbador e frustrante. Nessa frustração sinto no fundo que estou a colaborar com uma farsa. Estou a enganar-me a mim, a mim estou, porque não era aquilo que eu queria, mas estarei também a enganar o alvo a quem o meu trabalho é dirigido.

4.3 Os resultados alcançados pelos aparelhos fotográficos atingiram um patamar inegável de qualidade. Porque é que acha que ainda é preciso alterar as imagens?

R: (silêncio) Para já porque o mercado não é, assim o pede. É assim que o exige e depois (arrastamento) é de todo, (pausa) de tal ordem todo um manancial que nos é oferecido, apresentado, ao nosso dispor para tentarmos chegar a um estado de melhoria que no fundo, no fundo nos leva a uma situação utópica. Às vezes se não se tocasse em nada, o resultado poderia não ser tão bom mas seria talvez melhor. Outras vezes temos de mudar.

4.4 Pode-me falar um pouco do processo que normalmente utiliza para trabalhar imagens em contexto profissional?

R: Fundamentalmente é o famosíssimo e inabalável *Photoshop* (sorrisos). No fundo é a base de todas as (arrastamento) e operações. Utilizo para corrigir o que eu considero que esteja, não é que esteja mal, mas que não esteja suficientemente bem face à exigência, (repetição)

face à exigência daquilo que nos é pedido e então em matéria de correções só (arrastamento e correção) não há limites que realmente possam ser considerados (arrastamento) para acabar com qualquer tipo de uso dessas correções.

4.5 Que fatores considera importantes salientar quando conduz um processo técnico que envolve tratamento de imagem?

R: (silêncio e arrastamento) Ó pá, eu acho que é fundamental, fundamental (ênfase) que eu sinta que não houve ali uma intervenção, intervenção (alongamento) que tenha eventualmente alterado o produto donde nasce (arrastamento). Se realmente não conseguir perceber essa intervenção, sinto-me realizado. Que valeu a pena.

4.6 É capaz de me descrever uma situação na qual tenha recorrido a técnicas de tratamento de imagem para alcançar um determinado propósito?

R: (silêncio para pensar). Na realização de um póster (pausa). Queria transmitir um paraíso e tinha céu e água como o oceano Índico num ambiente paradisíaco (pausa). Todo esse ambiente. Precisava de mostrar todo esse mar (ênfase) precisava de um verde transparente e (alongamento) eu até conheci esse verde transparente. E aquele azul tinha de ser um azul que não fosse nebuloso, (pausa) nada. A água não tinha a cor necessária e tive de recorrer a técnicas para alterar e que levou realmente a uma imagem final completamente, (pausa para pensar) não completamente diferente, mas alterada. Eu próprio reconheci que, naquele momento, (pausa) aquelas técnicas foram-me realmente muito úteis e eu não teria transmitido aquilo que queria se não fossem essas correções.

4.7 Parece que agora todos conseguem fazer algo com as imagens nos aparelhos digitais. Como designer profissional, o que sente em relação a isso e como contornar a questão?

R: Ó (alongamento e pausa), como me sinto (alongamento) horrível pá (sorrisos) se fossemos contabilizar tudo aquilo que eu gastei em equipamentos e agora qualquer, pá, qualquer pacóvio, sabe o que é um pacóvio não sabe? (sorrisos) com o telemóvel faz isso. É uma certa sensação de frustração, sei lá (alongamento) de ter passado anos à procura de algo que me realizasse e agora (sorrisos) quando vejo um fulano qualquer que não percebe nada disto e se gaba da fotografia que tira com o seu *iphone* ou outra coisa (alongamento) e só me apetece rir.

4.8 Qual é o limite para o retoque de imagens fotográficas?

R: (sorrisos) Ó pá, não há limite. Nós hoje podemos tirar uma fotografia, (repetição) fotografia por exemplo, é pá, (mudança de assunto) neste campo da fotografia tudo é permitido. Tiramos uma fotografia, (repetição) tiramos uma fotografia em que aparecem as nuvens do céu e transformamos aquilo nas chamas do inferno. É isso (arrastamento).

5.1 Pretende acrescentar algo mais ao que já disse, tendo em conta a temática abordada?
R: (silencio) Ó pá, não, eu só quero saber quanto é que me pagam pela entrevista que eu dei (sorrisos)?
Uma bifana e uma imperial…
Uma bifana e uma imperial (pausa e sorrisos). Está bem, combinado então.
Obrigado.

FIM DE TRANCRIÇÃO

APÊNDICE VI

transcricao_entrevista_02

A entrevista iniciou-se agradecendo a participação do entrevistado que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da entrevista;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;
3. Do registo áudio da totalidade da entrevista e pelo seu consentimento, da sua posterior transcrição.

ENTREVISTA 02

Tema: As imagens digitais e o designer
Entrevistador: António Manuel Nunes Oliveira
Data da entrevista: 18 de Agosto de 2016
Local: Lisboa
Duração máxima prevista/real: 60m/48m
Entrevistado: GA

Idade: 39

Área profissional: design gráfico/fotografia

Observações (atitudes do entrevistado): respostas diretas na maioria das vezes, sem divagações de maior, arrastamentos ou alongamentos. Com muito poucas hesitações. Convicto. Energia no discurso. Demonstrou interesse e paixão pelo tema.

A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

1.1 Como se chama?

R: GA.

1.2 Posso tratá-lo pelo nome próprio?

R: Certamente.

1.3 Que idade tem?

R: 39.

1.4 Desde quando está envolvido na área gráfica?

R: (pensativo) 2001.

1.5 Qual o seu vínculo profissional atual? Contrato, «freelancer», colaborador ou outro?

R: (sobreposição de falas) Não, é trabalhador em funções públicas. Acho que é o termo agora correto.

2.1 Toda a tecnologia associada à imagem é, hoje, essencialmente digital. Na sua perspetiva, que contribuições esta aproximação trouxe para a imagem fotográfica?

R: (silêncio) É assim, acima de tudo é mais liberal. Toda a gente que tenha 50€ disponíveis consegue fazer fotografia. Consegue espalhar as suas imagens, a sua visão do mundo para toda a gente com um simples clique nas redes sociais enquanto antigamente, ter o seu trabalho publicado em algum lado e conseguir alcançar o ponto em que 100 ou 200 pessoas vissem o resultado era muito complicado. Hoje em dia, através das redes sociais, o *Twitter* ou o *Flickr*, qualquer pessoa com uma máquina consegue fazer a sua imagem chegar a toda a gente.

2.2 Como pode o designer tirar partido do aparato tecnológico digital? Nomeadamente aquele relacionado com a produção de imagens?

R: Bom é assim, se antigamente o designer tinha de ter clara uma ideia daquilo que pretendia para depois pedir a um profissional de fotografia para fazer uma imagem, hoje com os computadores o designer pode, com base ao seu recurso (correção) face a um catálogo de imagens disponíveis virtualmente, escolher a imagem que quer trabalhar e editá-la. Tem a hipótese de escolher a própria fotografia e torna-se tudo muito mais rápido. Não há aquela coisa de tira fotografia, mostra fotografia, pede outra fotografia. Hoje um designer com uma máquina fotográfica tem acesso imediato a produzir aquilo que a sua visão ditou, o que quer e sem a necessidade de ter que estar a explicar a sua visão a outra pessoa para tirar a fotografia, a alguém que pode ou não compreendê-lo.

2.3 Enquanto designer, que relevância atribui à imagem fotográfica digital?

R: Bom (pausa). É assim, no mundo audiovisual em que a imagem é usada para todos os suportes, a imagem digital é fundamental. Não há praticamente um projeto meu que não tenha uma imagem, uma fotografia. Com um suporte digital eu consigo trabalhá-la muito mais rapidamente para se adequar às minhas necessidades porque muitas vezes, o mundo real, não se adequa àquilo que a gente pretende.

2.4 Na sua perspetiva, o que define uma boa imagem?

R: Uma boa imagem tem que transmitir algo. Tem que transmitir uma sensação. Uma emoção. Tem que atrair o olhar. Tem que atrair para algo específico. Tem que fazer a nossa mente pensar naquilo que está a ver. Não é só ´ah´ que maravilhoso. É ´ah´ que maravilhoso porque tem um significado. Se estivermos a falar na publicidade tem que conduzir o nosso raciocínio para algo que está representado ou para algo que a gente quer fazer representar por uma analogia.

2.5 Produzem-se imagens melhores com a tecnologia atual? Porque afirma isso?

R: Não. Acho que é mais fácil produzi-las, não creio que sejam melhores imagens. É claro que se nós, (mudança de assunto). Não é pelo facto de ter 100 milhões de megapixéis. Tem a ver com quem tira a imagem e com a ideia que quer transmitir. Na verdade, antigamente escolhia-se a dedo a fotografia. Hoje, tiram-se mil e escolhe-se uma. Portanto criam-se mais imagens e é mais fácil do que repetir todo o processo criativo. Tiram-se é mais imagens, só

isso (pausa e gesto pensativo) quer dizer, tecnicamente as imagens são melhores. São melhores porquê? Porque nós conseguimos tratar a imagem de outra maneira. Se antigamente havia os fotógrafos que tiravam, a fotografia e depois alguém revelava a fotografia, hoje em dia é a mesma pessoa que faz estes processos de aprimoramento. Com base na imagem que tirei eu consigo trabalhá-la diretamente sem ter que estar a confiar a outra pessoa para fazer esse trabalho. Ajustar o brilho. O contraste ou fazer um «crop» imediatamente é possível enquanto antigamente eu tinha de transmitir isto a alguém.

2.6 Através de que meios obtém e produz, para os seus projetos, a maioria dos registos fotográficos?

R: Bom é assim, portanto, tenho pelo menos à minha disposição 4 máquinas fotográficas. São todas *Nikon* excepto uma que é adequada a outro estilo de trabalho que é o trabalho subaquático. Porque é mais fácil de trabalhar debaixo de água com a máquina, é uma *Cannon*. Os menus são mais fáceis de aceder e há menos botões. Em terra é tudo *Nikon*.

Faz uso de outros dispositivos…

R: (sobreposição de fala) Telemóveis? É assim, eu uso quando estou ou vou a algum lado e quero mostrar alguma referência ou conceito. Não é nada a respeito (pausa) muito profissional mas serve para explicar uma ideia. Numa ocasião ou outra até já desenrascou um trabalho ou outro.

É válido então?

R: É valido pronto (sorrisos). Sim (alongamento).

2.7 No campo da imagem, em que aspetos considera que a tecnologia deve ainda evoluir?

R: No campo da imagem, é assim eu acho que a tecnologia não deve evoluir mais, o utilizador é que deve evoluir mais. Antigamente íamos para algum lado e tirávamos 10 fotografias. Hoje tiramos 1000 fotografias. Nós temos é que treinar os nossos olhos para aquilo que achamos que queremos e não disparar incessantemente à espera de apanharmos aquilo que queremos. Acho que a tecnologia vai evoluir, obviamente mas não acho que tenha um caminho específico para seguir. Acho que o que existe neste momento para o mundo do design é mais do que suficiente.

Não vê necessidade então, para a quilo que faz da tecnologia ser melhora?

R: É assim, se estamos a falar da fase da fotografia pura e simples para trabalhar em design acho que não. Acho que estamos no momento alto. Agora se começamos a falar de outros

meios eu aí poderia sugerir, por exemplo, a imagem tridimensional que eu acho que um dia será bastante utilizada. Há indícios disso e já começou com a impressão 3D.

3.1 Na sua opinião, o que justifica as decisões tomadas pelos designers ao longo do fluxo de trabalho com imagens digitais, desde a captação à pós-produção?

R: O cliente acima de tudo. O que é que o cliente pretende. Nós quando trabalhamos para alguém temos de ter uma ideia do que é que o cliente pretende. Além do gosto pessoal por uma certa imagem, um certo ângulo, um certo contraste, também tem a ver com os conceitos culturais que nós temos que implicam certas escolhas mas em última análise será o que pretendemos do produto final, o que queremos alcançar e isso tem que ser discutido com o cliente porque enquanto trabalhador por conta de *outrem*, além das minhas preferências pessoais tenho que pensar que alguém vai ter que aprovar o trabalho. Alguém que provavelmente não terá a mesma cultura que eu tenho, (ajuste de contexto) cultura a nível de imagem.

3.2 Como designer, que análise faz da generalidade das imagens fotográficas atualmente aplicadas em projetos gráficos e difundidas pelos vários meios de comunicação visual?

R: Também *mea culpa, mea culpa*, são muito trabalhadas. Nós já não temos um olhar para ver uma imagem natural. Nós quando vemos uma imagem numa revista, num cartaz, em qualquer meio, muitas vezes nem nos apercebemos, mas tem muito trabalho por trás dela, muito contraste, muitas sombras, imagens carregadas, portanto quando nós vamos a algum lado e vemos uma paisagem achamos que fica sempre aquém do que já vimos. Acho que estamos perder um bocado a conexão com a realidade nesse aspeto.

3.3 Em que medida, enquanto profissional, sente que tem autonomia para validar as suas próprias decisões em matéria de imagem?

R: (sorrisos) É assim, voltamos à questão que falávamos há bocado. Temos um cliente e temos que o satisfazer, temos que apresentar propostas mas algumas vezes até é alguém que não tem cultura visual que a vai aprovar e as nossas propostas ou são validadas ou se pretende outra ideia e isso é com o cliente. Portanto acho que temos pouca autonomia.

3.4 Porque acha que, em matéria de fotografia digital, pouco se fala nos designers gráficos?

R: Eu considero que consigo tirar uma fotografia e seguir os meus propósitos. Reconheço que haja quem possa não se sentir à vontade para o fazer apesar de todas as facilidades oferecidas atualmente (pausa). Mas penso que são poucos, muito poucos os que não se aventuram a captar imagens (arrastamento). De qualquer forma, o mais importante acho que são as mentalidades coletivas que mais barreiras colocam e distanciam o designer da fotografia.

3.5 Quais são os maiores desafios para um designer contemporâneo na produção e uso de imagens fotográficas?

R: É acima de tudo explicar ao cliente a nossa visão. Porque é que nós escolhemos aquela imagem, qual é o seu significado, porque a estamos a utilizar e onde a pretendemos usar. Temos a ideia que percebemos todos de imagem, do mundo da imagem e percebemos de fotografia e como tal é muita vezes difícil de explicar que a imagem vai mais além do que se vê. Há todo um subcontexto por trás de uma imagem. Quando nós vemos uma rapariga *sexy* a agarrar uma bebida, aquilo não é uma rapariga *sexy* a agarrar uma bebida. Há ali um contexto, um cenário, uma ideia do que nós fazemos para transmitir e que algumas vezes as pessoas nem se apercebem à primeira e infelizmente tem de ser explicado.

4.1 O que implica, no seu ponto de vista, tratar digitalmente uma imagem?

R: É dar-lhe aquilo que, (pausa e repetição) que lhe faltou. Não tem que ser tudo tão rebuscado? Não. Nada disso. Pode ser penas uma correção na linha de horizonte, no ângulo. Tem é que cumprir o objetivo para a qual foi pensada.

4.2 Como classifica a aplicação de técnicas de tratamento digital, em menor ou maior escala, a que a generalidade das imagens atuais parece estar sujeita?

R: É assim, eu acho que no contexto em que estamos a utilizar eu acho que é preciso distinguir o que é publicidade em que as pessoas estão à espera de uma imagem trabalhada e no dia-a-dia em que há um excesso naquilo que é dado à imagem. São imagens saturadas, com contrastes acentuados, uma visão mais crua da realidade e cai-se no excesso. Tanto é que quando nós vemos a fotografia aquilo não nos parece a realidade. Parece-nos uma abstração da realidade. Ainda agora estive para aqui a ver umas imagens de incêndios. Eu já vi incêndios e nunca vi nada assim! São todas imagens carregadas de contrastes e sombras para acentuar o perigo e a calamidade. Nos homens, rugas expressivas que são feitas

claramente com manipulação de imagem e com os meios que temos hoje em multimédia podemos alterar assim uma fotografia em dois segundos.

4.3 Os resultados alcançados pelos aparelhos fotográficos atingiram um patamar inegável de qualidade. Porque é que acha que ainda é preciso alterar as imagens?

R: Porque a realidade não é perfeita (pausa). Porque a máquina permite capturar a imagem mas a imagem pode não ser perfeita. A máquina até pode ser perfeita, não digo que não, apesar de todas as máquinas poderem ser melhoradas mas a imagem não é assim tão perfeita. E se eu quero capturar algo específico, posso querer melhorar aquilo que capturei porque a ideia que eu tenho é essa. Eu acho que não vejo grande mal por aí desde que as pessoas tenham a noção de que isso existe. Acho que é pior quando as pessoas pensam que estão a ser enganadas e culpam os criativos. Enquanto antes era um nicho de mercado muito especifico, hoje toda a gente acha que o pode fazer.

4.4 Pode-me falar um pouco do processo que normalmente utiliza para trabalhar imagens em contexto profissional?

R: Sim, portanto eu tiro fotografias em «Raw» por norma porque permite um leque de opções muito maior em pós-produção e normalmente faço a edição em *Lighroom*. Quando quero coisas mais complicadas passo para o *Photoshop* tendo em conta aquilo que pretendo e exporto as imagens referentes a determinado assunto, faço a minha seleção e depois escolho uma, duas ou três para apresentar a alguém e frequentemente recorto, sem perca de qualidade. Às vezes avanço com mais um bocado de contraste, saturação, aplico máscaras para remover poeiras ou outros elementos deturpadores para desvanecer zonas ou evidenciar zonas.

4.5 Que fatores considera importantes salientar quando conduz um processo técnico que envolve tratamento de imagem?

R: Alguns pormenores. É a atenção ao detalhe. Um ponto específico que faz a imagem. Muitas imagens falham por causa disto. Com tantos trabalhos e tantos designers por aí, mais do que técnicas, é a ideia que conta e a forma como ela passa tem a ver com o detalhe. Apenas os que conseguem ver isto conseguem-se distanciar da multidão (silêncio). É como um pelotão de ciclistas. Há que saber distanciar no momento certo para vencer a etapa.

4.6 É capaz de me descrever uma situação na qual tenha recorrido a técnicas de

tratamento de imagem para alcançar um determinado propósito?

R: Quantas é que precisa? (sorrisos)

Basta uma.

R: Vou dar como exemplo uma fotografia subaquática que faz parte de uma série a incluir num livro a publicar brevemente. As águas em Portugal tem muita suspensão e eu para realizar a imagem que entendi, que era basicamente um peixe com um fundo em coral, fiz um «crop» para enquadrar o peixe como eu queria e depois foi um processo para limpar o fundo todo para que a imagem ficasse como eu queria e focada, (correção) focada já estava mas para acentuar mais o peixe. As fotos debaixo de água podem parecer estranhas por causa das cores que podem assumir. As colorações debaixo de água são outras e é preciso corrigi-las para que tenham a acentuação certa. Dá um toque à imagem que não seria possível não fosse o tratamento de imagem.

4.7 Parece que agora todos conseguem fazer algo com as imagens nos aparelhos digitais. Como designer profissional, o que sente em relação a isso e como contornar a questão?

R: Eu acho que nós (mudança de assunto). É assim, não há bela sem senão e se a fotografia hoje em dia é democrática, é democrática para tudo. Nós temos é que ter um olhar crítico e perceber à partida que todas as imagens que nós vemos são alvo de manipulação, podem estar trabalhadas, principalmente no dia-a-dia, nas redes sociais, nas televisões. Sempre se fez, hoje em dia faz-se é mais. Não podemos querer que o conhecimento seja bloqueado. Isso acontecia na idade média.

O que pode então um designer fazer?

R: Tem de se reinventar. Expandir para campos pouco cultivados, passo a analogia. No fundo, não é mais do que aquilo que o designer sempre fez. Hoje o que está dar é a multimédia. Existe uma forte vertente para inovar aí. Isso e no design de embalagem (sorriso).

4.8 Qual é o limite para o retoque de imagens fotográficas?

R: Depende do objetivo. Se estivermos a falar de fotojornalismo acho que existe um bocado de limite. A realidade é o que é e portanto qualquer manipulação de imagem que deturpe a imagem que nós queremos mostrar já é demasiado. Para o designer a nossa mentalidade é o limite. É assim, não se faz nada hoje que não se fez antigamente. Faz-se é mais rápido.

5.1 Pretende acrescentar algo mais ao que já disse, tendo em conta a temática abordada?

R: Não. Não vejo nada que não tenha dito.

Obrigado.

FIM DE TRANCRIÇÃO

APÊNDICE VII

transcricao_entrevista_03

A entrevista iniciou-se agradecendo a participação do entrevistado que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da entrevista;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;
3. Do registo áudio da totalidade da entrevista e pelo seu consentimento, da sua posterior transcrição.

ENTREVISTA 03

Tema: As imagens digitais e o designer
Entrevistador: António Manuel Nunes Oliveira
Data da entrevista: 19 de Agosto de 2016
Local: Cacém
Duração máxima prevista/real: 60m/31m
Entrevistado: MF
Idade: 50
Área profissional: design gráfico/projetista
Observações (atitudes do entrevistado): algo disperso ou talvez apenas pensativo. Mais agressivo e peremptório em questões como a acessibilidade da fotografia. Falas curtas.
A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

1.1 Como se chama?

R: MF

1.2 Posso tratá-lo pelo nome próprio?

R: Sim, sim.

1.3 Que idade tem?

R: 50.

1.4 Desde quando está envolvido na área gráfica?

R: (pensativo) Sensivelmente há 25 anos.

1.5 Qual o seu vínculo profissional atual? Contrato, «freelancer», colaborador ou outro?

R: Colaborador, sim (alongamento) colaborador.

2.1 Toda a tecnologia associada à imagem é, hoje, essencialmente digital. Na sua perspetiva, que contribuições esta aproximação trouxe para a imagem fotográfica?

R: (silêncio) Bom, é assim, veio simplificar muito mais o trabalhar a imagem. É muito mais rápido e financeiramente muito mais barato (arrastamento). Veio abrir muitas portas (arrastamento). A imagem passou a andar connosco para todo o alado e em grandes quantidades.

2.2 Como pode o designer tirar partido do aparato tecnológico digital? Nomeadamente aquele relacionado com a produção de imagens?

R: Bom, com toda a oferta que temos de programas de informática podemos alterar e refazer o trabalho vezes sem conta. Podemos explorar o que queremos desenvolver e aplicar os resultados com muito mais confiança e de uma forma muito mais simples, (pausa) e acho que a velocidade no trabalho saiu a ganhar com isso.

2.3 Enquanto designer, que relevância atribui à imagem fotográfica digital?

R: Há, (arrastamento) está sempre presente em todos os trabalhos (alongamento). Tem, (repetição) tem um poder de comunicação muito grande que ultrapassa tudo o resto. É a base. É um ponto de partida. Quanto mais não seja para projetar uma ideia. Para mim é o meio mais direto de causar sensação porque é associada a situações que nós conhecemos.

À verdade?

R: Isso não digo porque não é bem assim. O designer trata disso num instante (risos). Diria antes que a uma pretensiosa verdade. Que é importante é. Isso é incontestável. Agora o resto fica para cada um pensar.

2.4 Na sua perspetiva, o que define uma boa imagem?

R: Como defino uma boa imagem? (pausa) Tem que refletir aquilo que os meus olhos vêem (alongamento). Não é muito consensual mas eu vou pelos meus instintos.

2.5 Produzem-se imagens melhores com a tecnologia atual? Porque afirma isso?

R: Há sim, devido a todas as ferramentas que neste momento temos ao nosso dispor (alongamento). Num computador uma fotografia é (pausa e arrastamento) enfim, quer dizer, faz-se o que se quiser com as imagens.

2.6 Através de que meios obtém e produz, para os seus projetos, a maioria dos registos fotográficos?

R: Com a máquina fotográfica. Nem sempre com uma «reflex» mas neste momento essencialmente com uma «reflex». Depois, trabalho a imagem em fase posterior e o programa eleito, que uso, é o *Photoshop*.

Alguma vez utilizou o telemóvel para captação de imagens profissionais?

R: Sim, sim. Nem sempre tenho a máquina ao meu lado e os telemóveis têm uma qualidade de imagens muito boa que nos permite armazenar o que quisermos.

2.7 No campo da imagem, em que aspetos considera que a tecnologia deve ainda evoluir?

R: O processo é constante (arrastamento). A tecnologia evolui sempre e por vezes para zonas que não seria esperado que evoluísse (arrastamento). Agora tudo é «touch». Quem iria adivinhar que seria assim o que estas coisas têm de bom é que nos surpreendem e nós vamos atrás porque gostamos de ser surpreendidos (sorrisos) e de gastar umas massas (risos).

3.1 Na sua opinião, o que justifica as decisões tomadas pelos designers ao longo do fluxo de trabalho com imagens digitais, desde a captação à pós-produção?

R: O cunho pessoal esta sempre presente (alongamento) a cultura, (repetição) a cultura da imagem também nos influencia com todas as barreiras que o designer gráfico possa esbarrar (pausa). Na execução de um projeto há sempre considerações a ter em conta (arrastamento). O

mercado é muito competitivo, é agressivo (arrastamento). Isso condiciona um bocado, (correção) não deveria ser assim mas pode mesmo influenciar o resultado final de um projeto.

3.2 Como designer, que análise faz da generalidade das imagens fotográficas atualmente aplicadas em projetos gráficos e difundidas pelos vários meios de comunicação visual?

R: São imagens muito mexidas. Muito alteradas. Transformadas (arrastamento) e que muito pouco refletem a realidade e (arrastamento) é muito difícil com tanta alteração já quase temos dificuldade em separar a imagem real da imagem trabalhada. Quer dizer (arrastamento) percebe-se e tudo. Eu diria que já quase todas as imagens estão completamente alteradas (arrastamento).

3.3 Em que medida, enquanto profissional, sente que tem autonomia para validar as suas próprias decisões em matéria de imagem?

R: Muito pouca, uito pouca autonomia (alongamento) era preciso que todos entendessem o nosso trabalho. Muitas vezes estamos a remar (alongamento e correção) não conseguimos que o nosso projeto chegue ao final inteiro (arrastamento). Há sempre quem exerça pressões e que não permite que o nosso projeto, aquilo que pensamos inicialmente, chegue totalmente ao fim como nós o imaginámos.

3.4 Porque acha que, em matéria de fotografia digital, pouco se fala nos designers gráficos?

R: Acho que o mérito é todo atribuído aos fotógrafos (arrastamento). E os designers acabam por não ser valorizados, isto para não utilizar a palavra: desvalorizados. Não queria utilizá-la mas é essa mesma. Acho que ninguém lhes presta homenagem (arrastamento).

3.5 Quais são os maiores desafios para um designer contemporâneo na produção e uso de imagens fotográficas?

R: A imensidão de imagens e os programas (arrastamento) que são muito acessíveis e fáceis da manobrar sem conhecimentos ou com o mínimo de conhecimento. Esse é o maior desafio a meu ver. Há demasiados designers a fazer o mesmo e a copiar uns dos outros. O conhecimento vem de um vídeo qualquer do *Youtube* e todos copiam.

4.1 O que implica, no seu ponto de vista, tratar digitalmente uma imagem?

R: O que é que implica (alongamento)? Bom, (pensativo) mentalmente produzo a minha imagem. Quando tento na realidade captar a imagem e esta não é fiel e constato que não é exatamente aquilo que a minha, (repetição) que a minha mente produziu, artificialmente tenho que a trabalhar (alongamento). Quando mentalmente imagino um cartaz e não consigo captar na realidade, no local o que eu pretendia transportar para esse cartaz, tenho de o conseguir de outra maneira e recorro às técnicas, sim.

4.2 Como classifica a aplicação de técnicas de tratamento digital, em menor ou maior escala, a que a generalidade das imagens atuais parece estar sujeita?

R: Vejo muita técnica digital aplicada. Muita elaboração. Até as coisas simples são elaboradas. O simples deixou de existir. Penso estar no auge da manipulação. Não tarda vai cansar e voltamos todos à câmara escura (risos e tom irónico).

4.3 Os resultados alcançados pelos aparelhos fotográficos atingiram um patamar inegável de qualidade. Porque é que acha que ainda é preciso alterar as imagens?

R: Acho que nunca ninguém está satisfeito (alongamento) e quer-se sempre melhorar (alongamento) a realidade não interessa e o designer (alongamento e silêncio). Quer sempre que tudo seja muito bonito e por isso estamos sempre na ânsia de querer mais e mais e mais.

E a realidade não nos dá essa beleza?

R: Não, não, não (ênfase e repetição). Não nos dá essa beleza (alongamento) é tudo cada vez mais exigente e nós temos de ir atrás.

4.4 Pode-me falar um pouco do processo que normalmente utiliza para trabalhar imagens em contexto profissional?

R: A nível de ferramentas informáticas?

Por exemplo.

R: O *Photoshop* (arrastamento). Com pequenos ajustes, procuro não exagerar (sorrisos). Não é verdade, uso para corrigir alguns defeitos que a objetiva possa introduzir e por outro lado exagero, sei que exagero. Bom, eu exagero, exagero, exagero. Mexo nas cores, saturo as cores. Sim (arrastamento). O tratamento deve ser menos (mudança gramatical) perceptível mas sim (pausa) a verdade é que altero, talvez pela, (repetição) pela ansiedade, (correção) ansiedade é exagerado, mas pela necessidade de querer experimentar novos patamares e ver a Relação (pausa). Constato que há muito exagero. Eu altero e às vezes nota-se. Quanto tenho o

tempo para isso, gosto de experimentar novos domínios.

4.5 Que fatores considera importantes salientar quando conduz um processo técnico que envolve tratamento de imagem?

R: (silêncio) O enquadramento da imagem é algo que prezo e faz a diferença para mim. É o que distingue uma imagem das outras. A história que possa estar por trás (correção) e que procuro que esteja associada à imagem também é muito importante (arrastamento). Acho que é isso.

E pode-se fazer tudo para enaltecer uma imagem?

R: Quase (sorrisos). Convém não abusar. Os designers podem (mais sorrisos). Eu incluído (gargalhada).

4.6 É capaz de me descrever uma situação na qual tenha recorrido a técnicas de tratamento de imagem para alcançar um determinado propósito?

R: Sim, ainda, (alongamento e repetição) ainda um dia destes na vertente arquitetura para arranjo exterior nos quais uns edifícios precisaram de melhoramentos e a envolvente tinha muito lixo nos espaços verdes. Tudo aquilo teve de ser retirado em *Photoshop* para ficar muito mais bonito e apresentável. Faço o que é preciso.

4.7 Parece que agora todos conseguem fazer algo com as imagens nos aparelhos digitais. Como designer profissional, o que sente em relação a isso e como contornar a questão?

R: Pois (arrastamento) com o avanço tecnológico, não é a facilidade de acesso a todos os meios (arrastamento) é evidente que alguns acabam por, (repetição) acabam por dar mau nome a quem é profissional. Claro que me sinto mal. Tudo ficou muito mais simples, o acesso e (pausa) a cultura visual não foi prezada (alongamento) e acho que com a facilidade de compra de equipamentos fotográficos toda a (m…) acha que sabe fotografar (sorriso) e consideram-se peritos na imagem e é óbvio que me sinto mal.

Como contornar então a questão?

R: É fazer aquilo que eles não conseguem (sorrisos). A maioria está muito longe da sabedoria que um bom designer tem. O designer tem uma mente que permite evoluir em muitas áreas criativas. Poucos podem dizer e fazer o mesmo.

4.8 Qual é o limite para o retoque de imagens fotográficas?

R: É até á exaustão. É esgotar aquilo que nós, se conseguimos esgotar, aquilo que nós (correção) que a imaginação nos permite (sorriso). Esperemos que não se esgote nunca (arrastamento).

5.1 Pretende acrescentar algo mais ao que já disse, tendo em conta a temática abordada?
R: Neste momento (alongamento) acho que respondi ao que me perguntou.
Obrigado.

FIM DE TRANCRIÇÃO

APÊNDICE VIII

transcricao_entrevista_04

A entrevista iniciou-se agradecendo a participação do entrevistado que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da entrevista;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;
3. Do registo áudio da totalidade da entrevista e pelo seu consentimento, da sua posterior transcrição.

ENTREVISTA 04

Tema: As imagens digitais e o designer
Entrevistador: António Manuel Nunes Oliveira
Data da entrevista: 20 de Agosto de 2016
Local: Lisboa
Duração máxima prevista/real: 60m/44m
Entrevistado: MP
Idade: 26
Área profissional: multimédia/design gráfico
Observações (atitudes do entrevistado): Muito direta. Objetiva e com um grande fluência de discurso. Sem rodeios. Ágil no discurso e pensamento rápido.

A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

1.1 Como se chama?

R: MP.

1.2 Posso tratá-la pelo nome próprio?

R: Pode.

1.3 Que idade tem?

R: 26.

1.4 Desde quando está envolvida na área gráfica?

R: (silêncio enquanto pensa) dois anos.

1.5 Qual o seu vínculo profissional atual? Contrato, «freelancer», colaborador ou outro?

R: Colaboradora em «full-time».

2.1 Toda a tecnologia associada à imagem é, hoje, essencialmente digital. Na sua perspetiva, que contribuições esta aproximação trouxe para a imagem fotográfica?

R: A fotografia? A fotografia acho que acabou por dar uma perspetiva mais livre, mais rápida do que é a imagem em si e do que é a realidade com que, (repetição) que constatamos todos os dias. Ajuda a divulgar a proliferar as imagens e acaba por ser um meio barato e fácil e rápido de chegar às pessoas.

2.2 Como pode o designer tirar partido do aparato tecnológico digital? Nomeadamente aquele relacionado com a produção de imagens?

R: Acho que o designer tem uma perspetiva muito (arrastamento) concreta do que quer para a fotografia e tem um potencial muito maior para conseguir captar melhor as imagens e perspetivar aquilo que quer fazer da fotografia (pausa), explorar novas vertentes, testar novas capacidades do *Photoshop* por exemplo e por isso acaba por ter uma perspetiva mais rica do que o fotógrafo que, (arrastamento e alteração gramatical) porque o fotógrafo em si acaba por se centrar muito no momento e o designer se calhar pensa mais a longo prazo.

2.3 Enquanto designer, que relevância atribui à imagem fotográfica digital?

R: A fotografia é importante hoje em qualquer área a nível da comunicação. A nível do design ainda mais porque (arrastamento) consegue enriquecer muito mais o trabalho do designer. Consegue fundamentar melhor os projetos. Consegue ilustrar de forma completamente diferente os trabalhos e por isso acho que alimenta e muito o poder comunicativo do designer.

2.4 Na sua perspetiva, o que define uma boa imagem?

R: Tem que captar a atenção cima de tudo. Para mim uma boa imagem, além de apelativa, tem de ser o mais natural possível. Não se pode notar muito que tem trabalho pós-produção sobre ela. Acho que para chegar às pessoas tem de ser o mais simples e direta possível, tem de retratar muito bem o quotidiano. Não quero dizer que não seja bonita, acho que o deve ser, só que isso não chega.

O que a atrai então para gostar de uma imagem?

R: É isso (arrastamento). É ver nela coisas que me cativem. Pode ser um rasgo de luz, uma pose, um movimento (pausa). Pode ser uma coisa pessoal que só eu goste. Eu gosto de coisas naturais e há quem prefira outro tipo de coisas. É com cada um (pausa). É de nós.

2.5 Produzem-se imagens melhores com a tecnologia atual? Porque afirma isso?

R: Sim, sem dúvida alguma (pequena pausa). Tanto do ponto de vista técnico (arrastamento) na pré e na pós-produção, sem dúvida alguma (arrastamento). Se calhar as pessoas já pensam mais em improvisar aqui e ali porque depois na pós-produção é possível melhorar aqui e acolá e se calhar isso acaba por prejudicar um bocadinho (arrastamento) aquilo que a fotografia antes tinha. Mas lá está, eu prefiro uma imagem natural e eu estou numa área criativa.

2.6 Através de que meios obtém e produz, para os seus projetos, a maioria dos registos fotográficos?

R: (sobreposição de falas) Eu fotografo as imagens com a minha câmara fotográfica e depois uso o *Photoshop* para as tratar. Tento não lhes dar uma imagem demasiado artificial. Tento não introduzir demasiados efeitos mas tratar na medida do possível. Por vezes uso também o telemóvel. Claro que hoje em dia é um meio a que toda a gente recorre.

Mesmo no campo profissional?

R: Sim sim, sim. Sem dúvida. Há, se calhar isto era interessante levar ou esta imagem é muito gira (correção) ficava muito bem naquele projeto e então testo para ver como fica.

2.7 No campo da imagem, em que aspetos considera que a tecnologia deve ainda evoluir?

R: Pode repetir a pergunta?

Claro. No campo da imagem, onde é que a tecnologia deve ainda evoluir?

R: Sim, idealmente acho que a compatibilização de formatos e ficheiros poderia ser revista. Os equipamentos fotográficos são bastante pesados o que por vezes dificulta muito o trabalho (arrastamento). Os automatismos são sempre bem-vindos porque poupam tempo, esforço, e pronto (arrastamento) lá está, nesse sentido o ideal é mesmo (mudança gramatical) na falta desses meios todos é usarmos os que temos.

3.1 Na sua opinião, o que justifica as decisões tomadas pelos designers ao longo do fluxo de trabalho com imagens digitais, desde a captação à pós-produção?

R: Acho que tem a ver com o gosto pessoal de cada um. Tem a ver com a perspetiva que cada um pretende dar a um projeto (pausa). Tem a ver com a assinatura que cada um dá, basicamente é isto. E claro que existem entraves técnicos, (pausa) mas às vezes é necessário fazê-lo para disfarçar anomalias para que a imagem ganhe qualidade, para reduzir o tamanho porque não é adequado para aquele projeto ou porque não é o pedido, mas há que aproveitar e usar os recursos com peso e medida.

3.2 Como designer, que análise faz da generalidade das imagens fotográficas atualmente aplicadas em projetos gráficos e difundidas pelos vários meios de comunicação visual?

R: Lá está. Eu sou adepta da imagem o mais natural possível. Por isso não sou muito desse mundo de imagens transformadas onde o *Photoshop* é o senhor (pausa). Mais do que a máquina fotográfica, é o *Photoshop* que é usado (arrastamento). Despeja-se efeitos na esperança que as coisas fiquem mais bonitas com o *Photoshop* e pensam que as coisas ficam mais atraentes com todos aqueles efeitos que metem. Mas pronto, o ser humano foi programado mentalmente para tentar melhorar aquilo que faz e por isso não é de todo aceitável que o faça. Eu sou adepta da imagem o mais natural possível e acho que é isso que cativa as pessoas. Uau! Que imagem bonita! Mas se eu vir que aquilo está demasiado perfeito se calhar nem presto muita atenção. Há, de certeza que isto é artificial, penso logo a seguir.

3.3 Em que medida, enquanto profissional, sente que tem autonomia para validar as suas próprias decisões em matéria de imagem?

R: Acho que temos limitações obviamente (arrastamento). As pessoas querem projetos perfeitos. Principalmente as pessoas que nos contratam não são muito adeptas do erro ou daquela pintinha ali ao fundo naquela fotografia ou daquele (interrupção de pensamento) e temos de usar o maior número de efeitos e tratamentos possíveis e isso, lá está, é responder àquilo que o mercado pede (arrastamento e pausa). Acho que é isso basicamente.

3.4 Porque acha que, em matéria de fotografia digital, pouco se fala nos designers gráficos?

R: Porque acho que ainda se separa muito o papel do designer do papel do fotógrafo. É um erro que os designers não sejam considerados pelas suas habilidades. Um bom designer tem de ser um indivíduo muito inteligente, culto e conhecedor do meio onde se insere e desenvolve os seus produtos. Tirar uma fotografia todos tiram.

3.5 Quais são os maiores desafios para um designer contemporâneo na produção e uso de imagens fotográficas?

R: (silêncio) Os programas de edição, tão apetecíveis a toda a gente, hoje em dia acabam se calhar por reduzir o papel do designer e as pessoas percebem cada vez menos a necessidade do profissional que sabe o como mexer e além disso sabe o efeito que isso terá nas pessoas, e o designer consegue perceber isso, não é qualquer pessoa. Toda a gente sabe trabalhar com *Photoshop* atualmente, é verdade! Mas nem toda a pessoa percebe o que quer e exagera. É o ridículo que isso vai causar que as pessoas não percebem e o designer tem essa sensibilidade porque trabalha aí.

4.1 O que implica, no seu ponto de vista, tratar digitalmente uma imagem?

R: (silencio) Não inventar demasiado (arrastamento) e fazer com que a alteração das cores e os enquadramentos funcionem na perfeição na imagens mas sem artificializar a coisa em demasiado.

4.2 Como classifica a aplicação de técnicas de tratamento digital, em menor ou maior escala, a que a generalidade das imagens atuais parece estar sujeita?

R: Lá está, acho que cada vez mais as pessoas exageram em tudo (arrastamento). Muito porque o mundo, hoje em dia, o mundo vive disso: de efeitos. Há aplicações para isto, para aquilo o que acaba por adulterar completamente o sentido da imagem e do tratamento da

imagens. Claro que é importante testar ferramentas e melhorar a imagem mas evitar completamente o excesso.

4.3 Os resultados alcançados pelos aparelhos fotográficos atingiram um patamar inegável de qualidade. Porque é que acha que ainda é preciso alterar as imagens?

R: Porque as pessoas, lá está, foi o que eu já disse, porque as pessoas procuram a perfeição e a (correção) hoje em dia cada vez mais nós olhamos para uma imagem e já não (correção) em vez de tentarmos usufruir dela, procuramos o defeito e (pausa) as pessoas são perfeccionistas e o designer consegue anular os defeitos. Por isso é que o papel do designer é fundamental.

4.4 Pode-me falar um pouco do processo que normalmente utiliza para trabalhar imagens em contexto profissional?

R: Quanto a imagens as coisas passam pelo computador, pelo *Photoshop*. Se possível intervenho o menos possível. Quando tenho de divagar misturo fotografia com ilustração porque acho que funciona muito bem e atrás um ar fresco ao design. A ilustração pode ser muito bem representada com o auxílio da fotografia e em contexto certo as coisas funcionam. Uso o *Illustrator* e conjugo com as imagens. O *Corel* também ajuda. Coisas simples como o *Trace* servem para coisas bem complicadas. São a base mas começa-se do zero. Quando vemos o produto final muitas vezes ficamos admirados. Já não é fotografia. É outra coisa e por isso não faz mal alterar.

Faz-se de tudo por uma imagem no design gráfico?

R: Faz-se (pausa) com moderação. No design gráfico não vale a pena usar tudo o que se sabe. É preciso é saber usar e usar com sabedoria.

4.5 Que fatores considera importantes salientar quando conduz um processo técnico que envolve tratamento de imagem?

R: acima de tudo ter em conta o que se quer da imagem. É importante que eu goste do que faço e me sinta bem com isso. Também é importante que os outros gostem e nestes dois pratos reside o equilíbrio que luto por chegar. Não é fácil e por vezes as coisas ficam desequilibradas mas, como em tudo na vida, tenho que arranjar soluções criativas para ultrapassar estas situações.

4.6 É capaz de me descrever uma situação na qual tenha recorrido a técnicas de

tratamento de imagem para alcançar um determinado propósito?

R: Sim. Há bem pouco tempo tive um episódio em que foi necessário, numa campanha para a Amnistia Internacional, acentuar a imagem usada de tal modo que o visual da imagem fosse carregado com expressões vinculativas de desgraça. Conotações como perca e solidão. Quase terror. Claro que a imagem que usei era muito mais leve do que isso e isso não agradou totalmente aos envolvidos na campanha. A imagem foi modificada. Para além da manipulação dos objetos introduzidos, como o cenário de fundo, a conotação, (correção) os aspetos relacionados com a conotação foram modificados. Neste caso deixou de ser belo para se tornar mais feio, sujo. Não digo que aprovo isto mas por vezes não existe outro caminho e neste caso fiz o que tinha que fazer.

4.7 Parece que agora todos conseguem fazer algo com as imagens nos aparelhos digitais. Como designer profissional, o que sente em relação a isso e como contornar a questão?

R: É desconfortante mas não o podemos negar. Hoje em dia o designer deve ser cada vez mais multifacetado. O designer gráfico sabe tirar fotografias e um fotógrafo deve saber trabalhar a imagem. Infelizmente ainda não se consegue juntar tudo numa pessoa já que uma pessoa pode ser polivalente e fazer as duas coisas bem. Eu acho que, sinceramente, cada vez mais o designer consegue dar uma perspetiva muito mais rica daquilo que é a imagem fotográfica porque sabe o que quer e o que pretende e como vai trabalhá-la a seguir. É uma realidade que a tecnologia propicia. Acho que é preciso ter cuidado com certas afirmações. Não acho que todos percebem de fotografia. Acho que todos conseguem tirá-las e isso é um bocado diferente. Um agricultor pode tirar uma fotografia mas está longe de compreender os seus conceitos. Ou se calhar até pode ter um curso e saber mais do que muitos designers que andam por aí! (interrupção e exclamação) Ai, no que eu me estou a meter! (sorrisos).

4.8 Qual é o limite para o retoque de imagens fotográficas?

R: O limite, o limite é o poder criativo. Os programas só fazem aquilo para que são canalizados ou instruídos. É na mente do designer que sai o génio da criatividade. É para isso que ele é treinado e nesse sentido penso que não existem fronteiras. Cada um vê isto de maneira diferente e à sua própria maneira. As barreiras são mesmo as capacidades técnicas que não deixam ir mais além.

5.1 Pretende acrescentar algo mais ao que já disse, tendo em conta a temática abordada?

R: Está dito, penso eu. Não tenho mais a acrescentar.

Obrigado.

FIM DE TRANCRIÇÃO

APÊNDICE IX

transcricao_entrevista_05

A entrevista iniciou-se agradecendo a participação do entrevistado que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da entrevista;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;
3. Do registo áudio da totalidade da entrevista e pelo seu consentimento, posterior transcrição.

ENTREVISTA 05

Tema: As imagens digitais e o designer
Entrevistador: António Manuel Nunes Oliveira
Data da entrevista: 22 de Agosto de 2016
Local: Loures
Duração máxima prevista/real: 60m/39m
Entrevistado: JA
Idade: 54
Área profissional: fotografia/design gráfico
Observações (atitudes do entrevistado): saudosista por vezes. Determinado e convicto a maior parte das vezes.

A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

1.1 Como se chama?

R: JA.

1.2 Posso tratá-lo pelo nome próprio?

R: Sim, como preferir.

1.3 Que idade tem?

R: 54.

1.4 Desde quando está envolvido na área gráfica?

R: (pensativo) Há 30 anos (nova pausa). Há 27 anos.

1.5 Qual o seu vínculo profissional atual? Contrato, «freelancer», colaborador ou outro?

R: Sou colaborador numa empresa pública nacional e trabalho também por conta própria.

2.1 Toda a tecnologia associada à imagem é, hoje, essencialmente digital. Na sua perspetiva, que contribuições esta aproximação trouxe para a imagem fotográfica?

R: Trouxe acima de tudo a possibilidade de explorar (pausa). Eu sou do tempo em que as tecnologias digitais eram uma fantasia. Éramos muito contidos e poupados nos poucos recursos à nossa disposição. Agora é tudo fácil (sorrisos). Os computadores aceleraram as coisas (ênfase) e tornaram os processos muito mais rápidos. O potencial é enorme. As experiências são agora possíveis e a custo zero.

2.2 Como pode o designer tirar partido do aparato tecnológico digital? Nomeadamente aquele relacionado com a produção de imagens?

R: Os computadores deixaram de ser ficção científica. Acrescentaram um enorme poder ao designer (pausa). Ganhámos muito mais liberdade mas também exigiu um esforço de habituação a tecnologias para as quais tivemos que nos habituar e formar (nova pausa). Agora está tudo virado para o *facebook* e as redes sociais, para a comunicação no *ciberespaço*. É aí que é preciso investir e apostar.

2.3 Enquanto designer, que relevância atribui à imagem fotográfica digital?

R: É um dos principais veículos de transmissão de pensamentos e ideias. Penso que é um grande elemento de poder visual. Precisa de estar convenientemente inserido num meio. A

fotografia isolada não faz sentido (pausa). É ao complementá-la com tipografia e objetos gráficos que o seu poder comunicativo se revela. A fotografia tem alterado o mundo e o design utiliza-a de forma muito perspicaz.

2.4 Na sua perspetiva, o que define uma boa imagem?

R: É um bocado relativo (pausa). O que pode ser bom para mim pode não ser bom para ti mas acima de tudo penso que uma boa fotografia deve reunir um conjunto de valores do foro tecnológico que não podem ser alvo de críticas. Refiro-me, num exemplo, ao foco. Já as razões emocionais ou as preferências pessoais são ao gosto de cada um (pausa). O próprio conceito de *bom* é dúbio e depende da literacia visual para quem se produz a imagem.

2.5 Produzem-se imagens melhores com a tecnologia atual? Porque afirma isso?

R: Sim claramente (pausa). Mas não quer dizer que os trabalhos onde elas se inserem sejam melhores. Recordo-me das telas presentes nas fachadas dos cinemas nos anos 70 e 80 escrupulosamente pintadas e ilustradas sem o auxílio de qualquer meio que não a habilidade artística do seu desenhador. Não havia enganos. Um *gajo* tinha mesmo de saber o que estava a fazer (pausa prolongada como que a reviver esses tempos com saudosismo). Agora acho que qualquer curioso pega num computador e faz qualquer coisa e depois chama isso de arte ou design (sorrisos). Os tempos são outros (pausa). Pena é que os valores artísticos se tenham vindo a perder. A fotografia usurpou a arte de outros tempos.

2.6 Através de que meios obtém e produz, para os seus projetos, a maioria dos registos fotográficos?

R: (momento de silêncio) Utilizo o meu sistema de câmaras *Nikon* para registar as imagens que idealizo na minha cabeça. Por vezes é exigido uma determinada imagem porque o cliente já tem algo em mente (pausa). Basicamente Fotografo o que pretendo com a minha câmara fotográfica e depois trabalho as imagens habitualmente em *Photoshop*. Por vezes uso o telemóvel que tem uma qualidade muito razoável e permite captar algumas situações mais comodamente. Muitas situações apenas requerem uma imagem normal que precisa de ser enquadrada ou à qual vão ser sobrepostos conteúdos. Outras vezes a imagem vai estar tão disfarçada que é indiferente. Também acontece denegrir a qualidade da imagem propositadamente o que parece um contrassenso (pausa). Temos uma imagem boa e depois

aplicamos efeitos que não lhe trazem nenhuma benesse mas o cliente gosta (pausa prolongada com gesto de encolher os ombros).

2.7 No campo da imagem, em que aspetos considera que a tecnologia deve ainda evoluir?

R: Para mim tudo o que contribuir para melhorar o desempenho é bem-vindo. Vê lá o que tínhamos há vinte anos atrás (pausa). Nós só sentimos falta do que conhecemos ou daquilo que sabemos que existe e não temos (arrastamento). Há coisas que sabemos que podem evoluir. Penso que as questões de armazenamento já não são problema para ninguém (pausa). Quer dizer, os preços desceram tanto que podemos adquirir cartões de memória, discos de armazenamento e outras coisas sem grandes preocupações. Há 20 anos tudo era diferente (pausa). Lembro-me de por volta de (pausa para pensar) 2000 e picos, andar com um cartão de memória que me custou uma fortuna (pausa) e não havia grandes formas de partilhar as coisas (nova pausa) a não ser pela troca de disquetes (risos). Hoje, as redes de comunicação permitem comunicar em qualquer lugar com qualquer aparelho.

Muito bem e onde se pode então evoluir?

A evolução que eu vejo está nos programas dedicados à fotografia e do foro criativo. É de loucos a quantidade destas coisas que se encontram na Internet. Há sempre mais um que faz isto ou aquilo que o outro não fazia e lá saí mais uma versão. É assim (arrastamento).

3.1 Na sua opinião, o que justifica as decisões tomadas pelos designers ao longo do fluxo de trabalho com imagens digitais, desde a captação à pós-produção?

R: (silêncio prolongado) Todos temos um modo de ver as coisas e de tratá-las de uma certa forma que tem a ver com a nossa educação e experiência. Podemos fazer praticamente tudo a partir de uma imagem. O travão reside no conhecimento, no nosso conhecimento. Os computadores permitem-nos isso sem qualquer tipo de problema. A impossibilidade técnica não é desculpa para a ignorância ou para não saber fazer (pausa). Acho que o grande desafio está na nossa interpretação das coisas e é o nosso modo de ver que vai fazer a diferença (pausa). Não basta ter os meios. É preciso trabalhá-los como deve de ser senão de nada servem.

3.2 Como designer, que análise faz da generalidade das imagens fotográficas atualmente aplicadas em projetos gráficos e difundidas pelos vários meios de comunicação visual?

R: (silêncio, expressão de desdém) Vê-se por aí muita coisa mal feita em design. A culpa é das escolas que mandam cá para fora maus designers (pausa). É melhor não me alongar mais sobre este assunto. Anda por aí também muito lixo cultural que este miúdos adoram.

E quanto às imagens fotográficas?

As imagens são uma mentira (pausa). O tempo assim o deseja. Vê, eu faço aquilo que antevejo que tenha sucesso (pausa). Isto é como um estúdio de cinema (nova pausa). Não se vai meter numa mega produção se não antever o sucesso (pausa) às vezes falha e o público não adere à visão. O *Ben-Hur* estreia esta semana ou para a outra (pausa). Foi um dos meus filmes preferidos na juventude revisto agora pela ganância do dinheiro fácil (pausa). Já estou a fugir ao tema (mudança de assunto). Isto para dizer que o objetivo é sempre fazer dinheiro antevendo os gostos e a aderência das multidões. Digam o que disserem, o design funciona de modo semelhante (pausa). As coisas são feitas para serem vendidas e exploradas, comercializadas. Eu vejo as coisas de modo muito prático. As coisas têm de ter saída e de estar de acordo com o que as pessoas esperam ver.

3.3 Em que medida, enquanto profissional, sente que tem autonomia para validar as suas próprias decisões em matéria de imagem?

R: Tenho consciência da precariedade no meio dos designers. Os *putos* estagiários são completamente explorados neste sentido. Raras vezes têm hipótese de se exprimirem sem o seu trabalho ser sujeito a algum tipo de intervenção, (pausa) não há abertura. Há uns carolas que têm nome e mandam, os outros cumprem. Este é um país civilizado (pausa) que palavra horrível esta (arrastamento) países civilizados (pausa). Existem vários entraves e dificuldades. Numa hierarquia profissional, muitas vezes, a decisão de um superior é soberana. Luta-se constantemente para validar ideias. Muitas vezes o processo é mesmo esgotante. Eu faço parte dos que mandam (risos).

3.4 Porque acha que, em matéria de fotografia digital, pouco se fala nos designers gráficos?

R: A atenção é toda para os fotógrafos. Esquecem-se que os conhecimentos do designer são muito mais do que fazer bonecos. O designer é o tipo que faz bonecos, o fotógrafo lida com imagens. Está enraizado no povo e em muitos profissionais também. Há uma separação das coisas.

E concorda com essa separação?

De todo que não. O designer de hoje deve ser multidisciplinar e muitas vezes é isso mesmo que acontece. Principalmente os miúdos que entram no mercado de trabalho nesta área.

3.5 Quais são os maiores desafios para um designer contemporâneo na produção e uso de imagens fotográficas?

R: A banalidade da imagem e dos «*Photoshops*» tão fáceis que uma criança consegue transformar uma imagem sem dificuldade. Muitos nem sequer percebem a necessidade dos préstimos de um designer (pausa). Acham-se todos capazes de realizar ótimos trabalhos (sorriso irónico).

4.1 O que implica, no seu ponto de vista, tratar digitalmente uma imagem?

R: Alcançar o ponto de vista que tinha na cabeça. Se não o consegui no momento, altero a imagem para ficar ao meu gosto. A maior parte das vezes fica melhor (risos).

4.2 Como classifica a aplicação de técnicas de tratamento digital, em menor ou maior escala, a que a generalidade das imagens atuais parece estar sujeita?

R: O tratamento deve ser suave mas a verdade é que o resultado é muitas vezes, francamente alterado. Somos criativos, o que se espera? Há um evidente espaço para fantasiar na manipulação. É uma questão de atitude (pausa) e de pagar as contas.

Como assim pagar as contas?

Há pois, há clientes que pagam bem para verem as coisas alteradas (pausa e sorriso). Não preciso de fazer um filme.

4.3 Os resultados alcançados pelos aparelhos fotográficos atingiram um patamar inegável de qualidade. Porque é que acha que ainda é preciso alterar as imagens?

R: Porque o ser humano é um eterno insatisfeito (pausa). O designer não pode falhar, luta diariamente para chamar a sua atenção e para não ser esquecido. Os seus préstimos são muitas vezes vistos pela sua capacidade de alterar as coisas.

4.4 Pode-me falar um pouco do processo que normalmente utiliza para trabalhar imagens em contexto profissional?

R: Utilizo principalmente o *Photoshop*. Começo com ajustes simples para corrigir anomalias das objetivas como distorções e progressivamente vou dando asas à liberdade. Dependendo do

projeto, consigo passar, facilmente horas, em volta de efeitos e técnicas de manipulação. Às vezes só para ver no que dá, não para usar. As capacidades dos programas atraem-me (pausa). Talvez por ter começado por fazer tudo *à unha* (nova pausa e olhar pensativo). Perde-se o trabalho manual mas ganha-se na possibilidade, possibilidades de experimentação.

4.5 Que fatores considera importantes salientar quando conduz um processo técnico que envolve tratamento de imagem?

R: Acima de tudo o detalhe e uma boa história por detrás de um projeto são razões para o sucesso (pausa). Desde que se cumpram os objetivos. Não é preciso dominar os programas. É preciso é saber vender o que se produz neles. E quando não se sabe fazer mais vale assumir (gesto de negação).

Nesse caso faz-se de tudo para melhorar uma imagem?

R: Existem ponderações que devem ser vistas e isso é da pessoa ou de outras pessoas ou de valores. Tirando isso não se deve castrar a criatividade (pausa) há que saber para quem se trabalha e se o trabalho permite isso (arrastamento).

4.6 É capaz de me descrever uma situação na qual tenha recorrido a técnicas de tratamento de imagem para alcançar um determinado propósito?

R: (momento para pensar) Um exemplo recente. Num projeto que necessitava de catalogar uma série de extratos de documentos antigos. Tirei todas as imagens a incluir e todas foram editadas. As originais não realçavam as cores e a beleza das iluminuras dos documentos (pausa). Se calhar é o fotógrafo que é mau (risos).

4.7 Parece que agora todos conseguem fazer algo com as imagens nos aparelhos digitais. Como designer profissional, o que sente em relação a isso e como contornar a questão?

R: (pensamento) Sinto que anda por aí muita gente enganada ou confundida entre o que são amadores e designers, o que significa design. Há uma confusão generalizada e o designer sofre com isso. O designer de hoje (arrastamento) um designer como deve de ser, sabe desenhar, editar, fotografar, (pausa) escrever. É uma pessoa com conhecimentos e desconsidera-se todo o conhecimento do designer. Mas há uma coisa que ninguém lhe tira: educação e cultura visual. E isto não se compra ou aprende a ver um vídeo do *Youtube* (pausa). Com isso o designer pode fazer muita coisa que outros apenas conseguem aspirar. Pensam que sabem mas não sabem nada (tom irónico e sorriso).

4.8 Qual é o limite para o retoque de imagens fotográficas?

R: É onde a nossa mente criadora nos levar. Os programas permitem fazer quase tudo o que podemos pensar. Giro, (repetição) giro (sorriso) era há uns anos atrás onde se passavam horas para compor uma simples imagem.

5.1 Pretende acrescentar algo mais ao que já disse, tendo em conta a temática abordada?

R: Obrigado, acho que disse o que tinha a dizer. Talvez demais (sorriso).

Obrigado.

FIM DE TRANCRIÇÃO

APÊNDICE X

transcricao_entrevista_06

A entrevista iniciou-se agradecendo a participação do entrevistado que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da entrevista;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;
3. Do registo áudio da totalidade da entrevista e pelo seu consentimento, da sua posterior transcrição.

ENTREVISTA 06

Tema: As imagens digitais e o designer

Entrevistador: António Manuel Nunes Oliveira

Data da entrevista: 23 de Agosto de 2016

Local: Lisboa

Duração máxima prevista/real: 60m/36m

Entrevistado: PP

Idade: 35

Área profissional: vídeo/design gráfico/3D

Observações (atitudes do entrevistado): segura de si e nas afirmações que faz. Convicta.

A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

1.1 Como se chama?

R: PP.

1.2 Posso tratá-la pelo nome próprio?

R: Claro.

1.3 Que idade tem?

R: 35.

1.4 Desde quando está envolvida na área gráfica?

R: (silêncio) Desde 2010.

1.5 Qual o seu vínculo profissional atual? Contrato, «freelancer», colaborador ou outro?

R: Tenho vínculo por tempo indeterminado de funções.

2.1 Toda a tecnologia associada à imagem é, hoje, essencialmente digital. Na sua perspetiva, que contribuições esta aproximação trouxe para a imagem fotográfica?

R: (pensamento) Dizem que imagem tem vindo a perder o seu «glamour». Para mim a tecnologia digital é a salvadora da imagem. Se a fotografia tem a fama que tem deve-o à televisão, Internet e telemóveis. É nestas coisas que vemos constantemente as imagens que mais nos atraem. Há imagens em tudo e ainda bem porque assim tenho trabalho (risos). Vejo muito mais liberdade para se criar e muito mais exponencial criativo. E isso é bom (alongamento). Os computadores fazem isso possível e há que aproveitar este potencial. A liberdade de expressão é muito importante e a tecnologia é nossa amiga desde que a saibamos usar como deve se ser. A forma como a imagem se espalha e prolifera por tudo o que é Internet e não só. Toda a imprensa e meio editorial. As imagens fazem parte da interação que temos com a nossa vida social. Usamo-las para expressar tudo e mais alguma coisa. O que seria do Natal sem as imagens? São as imagens que nos fazem comprar as coisas. O que seria de mim sem imagens (sorrisos).

2.2 Como pode o designer tirar partido do aparato tecnológico digital? Nomeadamente aquele relacionado com a produção de imagens?

R: Tudo passa pelas máquinas. Vemos imagens nas máquinas, fazemos imagens nas máquinas (pausa). O designer aproveita a tecnologia para inovar. A oferta é tão grande que aquilo que aprendemos hoje está desatualizado amanhã e já não se encaixa na versão seguinte. Não há vazão e não temos forma de contornar esta velocidade (expressão que sugere estar conformada). Faz-se tudo a um ritmo frenético que só se aguenta pelas capacidades das máquinas. As máquinas podem e achamos que isso é razão para fazer muito mais. Nem sempre saem coisas boas mas saem muitas (sorrisos).

2.3 Enquanto designer, que relevância atribui à imagem fotográfica digital?

R: (silêncio) A fotografia é o elo em que tudo se move. Sem ela não haveria design (pausa). Nem designers nem fotógrafos. Havia letras e números (sorriso). Felizmente já foi inventada há muito tempo e está mais forte do que nunca. E ainda bem porque adoro fotografia.

2.4 Na sua perspetiva, o que define uma boa imagem?

R: (silêncio) Uma boa imagem é aquela que eu gosto. O que me faz gostar de uma foto é mais difícil de explicar (silêncio). Repara-se sempre nas cores, no enquadramento e como os objetos ou pessoas estão iluminados. Não ligo muito aos efeitos mas por vezes eles são precisos.

2.5 Produzem-se imagens melhores com a tecnologia atual? Porque afirma isso?

R: Sem dúvida (pausa). Pelo menos existem técnicas para isso (pausa). Precisamos de saber o que queremos obter senão de nada valem as melhores máquinas. É muito fácil fotografar e os computadores ajudam imenso em pós-produção. Falo pelo vídeo também.

2.6 Através de que meios obtém e produz, para os seus projetos, a maioria dos registos fotográficos?

R: Uso os computadores, claro.

Refiro-me à captação de fotografias.

R: (silêncio) Pessoalmente, uso o meu *iphone* com alguma regularidade. No emprego usamos câmaras *Nikon* de gama média e alta. Também temos umas mais baratas (arrastamento). Tudo o que se fotografa pode vir a ser aproveitado.

2.7 No campo da imagem, em que aspetos considera que a tecnologia deve ainda evoluir?

R: (silêncio e pensamento) Eu gostava que fosse mais rápida. Os computadores nunca são tão rápidos quanto queremos. A memória nunca chega e se fazemos várias tarefas ao mesmo tempo estamos feitos (pausa). O processamento pode ser uma eternidade! Pior é no vídeo mas para imagens também se aplica (arrastamento). Produzir telas ou painéis de rua com dimensões generosas e encaixar-lhes imagens é complicado.

E nas câmaras fotográficas?

Há (pausa). Aí penso que estão capazes de lidar bem com as imagens (alongamento). Talvez haja necessidade de arranjar uma forma de ver melhor os resultados no visor.

3.1 Na sua opinião, o que justifica as decisões tomadas pelos designers ao longo do fluxo de trabalho com imagens digitais, desde a captação à pós-produção?

R: (silêncio) Vejo duas opções. A vontade deles e a vontade dos outros. Quando é possível extravasar penso que qualquer designer gosta de poder dar asas à imaginação (pausa e alongamento). Outras vezes não existe hipótese e temos de fazer o que nos mandam fazer.

Quais outros?

Os que encomendam os trabalhos (alongamento). Empresas, lojas, serviços, pessoas.

3.2 Como designer, que análise faz da generalidade das imagens fotográficas atualmente aplicadas em projetos gráficos e difundidas pelos vários meios de comunicação visual?

R: (sobreposição de falas) Os designers não gostam que lhes imponham regras. Eu não gostava de trabalhar em países de regime ditatorial (alongamento). Deve ser horrível. O mundo mostra o que os meios querem mostrar e o designer faz o que tem que fazer o que não quer dizer que os designers concordem com tudo o que fazem. Noutros ramos do design talvez a história seja outra (pausa para pensar). No design gráfico é assim.

E em relação às imagens que usa, como vê a sua produção?

R: As imagens são aquilo que alguém quiser que seja ou que eu entender que deva ser. Não se deve fiar muito nelas (sorrisos).

3.3 Em que medida, enquanto profissional, sente que tem autonomia para validar as suas próprias decisões em matéria de imagem?

R: Dão-me liberdade mas também me impõem algumas regras. Dizem-me que o cliente tem sempre razão. Eu compreendo, (pausa) não querem perder o cliente. Eu acho que o cliente

deve ser esclarecido. O que vemos nas imagens são o produto daquilo que alguns setores querem que seja, sejam regimes ou patrões ou organismos ou outros. Eu faço a mando de alguns (ombros encolhidos). Há coisas muito más (silêncio). Eu não posso dizer o que penso pois não?

Sinta-se à vontade para dizer o que entender.

R: Ficamos por aqui (alongamento). Falo mais à frente, se calhar (silêncio).

3.4 Porque acha que, em matéria de fotografia digital, pouco se fala nos designers gráficos?

R: (silêncio) Porque ainda há alguns designers que não entendem a fotografia. Alguns percebem mas outros preferem não saber. Há os especialistas que só fazem isto ou aquilo mas esses já são *cotas* ou têm um nome que os faz sobressair (alongamento). A maior parte de nós tem de saber vídeo, design, fotografia e até programação ou pelo menos alguns «scripts».

3.5 Quais são os maiores desafios para um designer contemporâneo na produção e uso de imagens fotográficas?

R: (pensativa) O principal é sobressair. Fazer valer o nosso trabalho e mostrar que não é fruto do acaso. Estudámos e formámo-nos para isso e isso tem de distinguir-nos (momento para pensar). Está tudo inundado de fotografias e qualquer pessoa pega no telemóvel e faz imagens. Os computadores fazem o resto e uma imagem má fica boa num ápice. Parece magia. Para os ecrãs não interessa a qualidade das imagens (pausa). Interessa minimamente mas não tanto como para a impressão.

4.1 O que implica, no seu ponto de vista, tratar digitalmente uma imagem?

R: (silêncio) É fácil fazer de uma coisa má, uma coisa boa (sorriso). Interessa saber o que é bom para a imagem e isso tem a ver com o objetivo que a imagem tem. Cada caso é um caso (pausa). Respondi à questão?

Quer acrescentar algo mais? Como é que faz de uma coisa má, uma coisa boa?

R: Pelas capacidades que tenho ao dispor. Pelos programas com que trabalho. Disfarça-se a imagem e fica aceitável. Só se a coisa for muito má é que não dá mesmo para aproveitar.

4.2 Como classifica a aplicação de técnicas de tratamento digital, em menor ou maior escala, a que a generalidade das imagens atuais parece estar sujeita?

R: Faz-se o que se pode com as máquinas que se tem. Vemos muitas coisas fantásticas que nem sequer estão ainda no mercado. A realidade virtual está iminente mas até lá ainda existe muita coisa para aperfeiçoar. Sonhamos em aplicar movimentos a imagens estáticas, efeitos de imersão 3D. A fotografia já não chega como consolo. É preciso que ela mexa, esteja viva. É preciso criar ambientes de imersão para sentir que fazemos parte deles mesmo que isso não seja verdade.

4.3 Os resultados alcançados pelos aparelhos fotográficos atingiram um patamar inegável de qualidade. Porque é que acha que ainda é preciso alterar as imagens?

R: (pensamento) Faz parte. Aprendemos a alterar o estado das coisas (arrastamento). Precisamos de realidades paralelas, de outros mundos. Precisamos dos jogos e das personagens e dos heróis. Das séries de televisão (arrastamento). Temos de sentir que podemos ser outras pessoas e estar em outros universos. O homem já foi à lua para explorar este pequeno planeta. A Terra já não chega (pausa). É uma condição humana que os designers sentem especialmente. Eu sou uma exploradora (sorrisos).

4.4 Pode-me falar um pouco do processo que normalmente utiliza para trabalhar imagens em contexto profissional?

R: Recorro ao *Cloud. Adobe CC*. Estou ligada quer ao design, quer ao vídeo e uso bastante o *Photoshop* assim como o *After Effects* e o *Premiere* (pausa). Está tudo relacionado com as imagens. É o que gosto mesmo de fazer (pausa).

Existe alguma sequência habitual nesse processo?

Sim (muito arrastado). Vejo sempre os originais e o que preciso de alterar para tornar essa imagem ou vídeo usável. É muito fácil cair em exageros que se percebem logo mas isto depende. Depois aplico o que entendo que é necessário e que pode ser um filtro de cor mais suave ou no caso do vídeo um filtro estabilizador. Na edição, faço muitos cortes e escolho muito bem os enquadramentos.

4.5 Que fatores considera importantes salientar quando conduz um processo técnico que envolve tratamento de imagem?

R: Penso que já respondi a esta questão (alongamento). Prezo as cores naturais e o trabalho original mas não me abstenho de o melhorar se achar que deve ser melhorado. As cores são o principal. É fácil de destruir uma imagem com cores falsas que não representam a cena.

4.6 É capaz de me descrever uma situação na qual tenha recorrido a técnicas de tratamento de imagem para alcançar um determinado propósito?

R: (pensamento) Na implementação de um sistema normativo ambiental (alongamento). Recebi as imagens necessárias juntamente com os textos. Fiz a grelha editorial e coloquei os textos e imagens. Para realçar a questão ambiental, alterei as cores das imagens de forma seletiva (pausa). Ficaram com tons mais quentes e mais saturados. Puxei pelos verdes (alongamento). Recorri ao *selective color* no *Photoshop* e às variações de cor. As imagens ficaram mais harmoniosas e estabeleci uma ligação perfeita ao trabalho.

Isso não é uma contradição com a sua afirmação de não deturpar as cores?

(risos) Não exagerei (alongamento). Apenas alterei ligeiramente as cores. Muitas vezes é preciso porque o que chega é muito mau (alongamento).

4.7 Parece que agora todos conseguem fazer algo com as imagens nos aparelhos digitais. Como designer profissional, o que sente em relação a isso e como contornar a questão?

R: (silêncio) é a liberdade de expressão que devemos acatar. Os recursos estão à disposição das pessoas por isso é natural que os experimentem e não devemos fazer só uma coisa senão estagnamos. Então o designer tem de procurar estar sempre na vanguarda e fazer as coisas primeiro que os outros. Não sinto nada de especial em relação a isso (pausa). Sei o que faço e tenho confiança no meu trabalho. Não me ralo com aquilo que os outros fazem ou deixam de fazer (leve sorriso).

4.8 Qual é o limite para o retoque de imagens fotográficas?

R: Até onde as máquinas o permitirem (alongamento). Fazemos o que sabemos ser possível mas também existem muitas coisas que podemos aprender. Podemos viver uma vida a ter formação que nunca sabemos tudo. Só pela prática e por experimentar e testar no dia-a-dia é que avançamos e inovamos.

5.1 Pretende acrescentar algo mais ao que já disse, tendo em conta a temática abordada?

R: Não, está tudo dito.

Obrigado

FIM DE TRANCRIÇÃO

APÊNDICE XI

analise_fotografia_01

A análise de imagens iniciou-se agradecendo o envolvimento do participante que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da mostra das 4 fotografias;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;
3. Do registo áudio da totalidade da sua análise e pelo seu consentimento, posterior transcrição.

ANÁLISE DE FOTOGRAFIAS 01

Tema: As imagens digitais e o designer
Autor dos registos: António Manuel Nunes Oliveira
Data da análise: 2 de agosto de 2016
Local: Lisboa
Duração máxima prevista/real: 20m/14m
Participante: MO
Idade: 68
Área profissional: imagem e design gráfico

A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

Muito obrigado por aceder participar neste estudo académico para a Universidade Lusófona de Lisboa como parte de um projeto de dissertação em mestrado em Design que tem como temática geral o uso e produção de imagens digitais pelos designers gráficos. Solicito a sua autorização para proceder à gravação da conversa que vamos iniciar. Garanto o anonimato e alerto que, como projeto académico, as suas afirmações ficarão disponíveis para futura consulta pública. Tem direito de ocultar qualquer nome, lugar ou referência, se assim o entender bastando para isso avisar-me. Sinta-se confortável para fazer qualquer reparo ou advertência no decorrer da conversa.

Apresento-lhe 4 imagens através deste «tablet» que lhe vou passar para as mãos. A temática comum a todas as imagens é: viagens.

Vou-lhe pedir, depois de as visionar atentamente, para escolher aquela com que mais se identifique e que eventualmente escolheria para um projeto seu ou que ponderaria vir a usar num projeto seu.

R: (tempo de escolha, visionamento atento) Aquela que mais me agrada mas na condição de utilizá-la num contexto meu?

Exatamente, num projeto seu e relacionado genericamente com viagens.

R: Sim senhor (alongamento). Olhe, destas 4 estou a pensar, (pausa) todas me agradam, umas mais do que outras mas para um eventual projeto de trabalho que possa redundantemente acontecer eu escolheria o sino.

Portanto, a imagem número 3?

Sim, sim.

1. Porque escolheu esta imagem?

Estou a ver (pausa) e estou a olhar para ela. Realmente há várias coisas que me fizeram gostar dela. Primeiro que tudo eu sou um fã de contraluzes e esta chamou-me logo a atenção por isso. Este negro aqui (pausa). Como dizia, sou um fã de contraluzes. Esta funciona muito bem e depois tem, criando um termo, a cristalização da luz a bater no sino que faz com que (mudança no contexto gramatical) cujo reflexo ao sol pareça qualquer coisa de cristalizado, de vidro. Transmite uma fragilidade a algo que é por natureza robusto, o sino (pausa). Depois aquele amarelo dos (correção) das pedras (alongamento) digamos que exalta a imagem. Sinto que aquele chão pode ser um chão maciço mas pode ser um curso de água. Aquele azul que (alongamento) é um caminho que se percorre e que é também sólido, leva-nos a algo (pausa alongada).

2. O que lhe transmite esta imagem?

R: Voltamos ao amarelo das pedras que acompanha este túnel. É que não se dissociam. Este azul do chão e o amarelo dourado e baço das pedras que constituem a cúpula do túnel leva-nos a algo que está por trás do escuro do sino e transmite-me uma perfeita esperança de algo que nos vai (pausa) que vamos encontrar para lá do sino.

3. Como perceciona a imagem em termos técnicos?

R: Eu não olhei para a imagem tendo em consideração os aspetos técnicos. Eu olhei para a imagem porque ela visualmente me agradou. Os aspetos técnicos que possam estar aqui a ser considerados (pausa) não foi isso que me levou a tomar esta decisão, não (pausa).

Portanto, foram razões meramente de ordem estética?

R: Sim, sim, digamos pela composição, pelo enquadramento. Tudo isso (pausa) e não qualquer tipo de análise técnica.

4. Como perceciona a imagem em termos estéticos?

R: Epá (sorriso). Já lhe disse! Quase como que o único fator que me fez escolher e que me agradou foi a estética (arrastamento). Portanto a tal, coloração amarela, azul, o sítio, todo aquele ambiente. As cores carregadas (pausa). Há um certo ar de saturação (pausa). É como lhe digo, fundamentalmente, fui alheio dos aspetos técnicos que possam envolver esta fotografia. Limitemo-nos à análise de ordem estética que foi o que me levou a fazer esta escolha.

Obrigado.

FIM DE TRANCRIÇÃO

APÊNDICE XII

analise_fotografia_02

A análise de imagens iniciou-se agradecendo o envolvimento do participante que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da mostra das 4 fotografias;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;
3. Do registo áudio da totalidade da sua análise e pelo seu consentimento, posterior transcrição.

ANÁLISE DE FOTOGRAFIAS 02

Tema: As imagens digitais e o designer

Autor dos registos: António Manuel Nunes Oliveira

Data da análise: 5 de agosto de 2016

Local: Lisboa

Duração máxima prevista/real: 20m/11m

Participante: GA

Idade: 39

Área profissional: imagem/design gráfico

A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

Muito obrigado por aceder participar neste estudo académico para a Universidade Lusófona de Lisboa como parte de um projeto de dissertação em mestrado em Design que tem como temática geral o uso e produção de imagens digitais pelos designers gráficos. Solicito a sua autorização para proceder à gravação da conversa que vamos iniciar. Garanto o anonimato e alerto que, como projeto académico, as suas afirmações ficarão disponíveis para futura consulta pública. Tem direito de ocultar qualquer nome, lugar ou referência, se assim o entender bastando para isso avisar-me. Sinta-se confortável para fazer qualquer reparo ou advertência no decorrer da conversa.

Apresento-lhe 4 imagens através deste «tablet» que lhe vou passar para as mãos. A temática comum a todas as imagens é: viagens.

Vou-lhe pedir, depois de as visionar atentamente, para escolher aquela com que mais se identifique e que eventualmente, escolheria para um projeto seu ou que ponderaria vir a usar num projeto seu.

R: (momento para escolher) Esta!

Portanto a imagem número 4.

R: Sim essa.

1. Porque escolheu esta imagem?

R: Do conjunto que me apresentara é aquela que é mais apelativa para mim. Isto depois são ideais pessoais que eu tenho (arrastamento). As imagens anteriores por muito bem que estejam não me dizem tanto. Um sino de uma igreja (arrastamento). Outra que foi tirada (pausa) num destino turístico qualquer. Outra de num parque ou coisa assim. Esta por ser tirada num espaço aberto, ao ar livre, possui uma certa ausência de civilização (pausa). É uma escolha pessoal.

2. O que lhe transmite esta imagem?

R: Imensidão. Além disso é um olhar para o infinito, digamos (pausa). Acima de tudo pela calma de tudo e pela paisagem. O topo de uma montanha. É relaxante e calmante ao mesmo tempo.

3. Como perceciona a imagem em termos técnicos?

R: (silêncio) Foi tirada possivelmente ao pôr-do-sol. Possivelmente com um filtro de densidade neutra porque eu não vejo muita luz na parte de cima. Portanto presumo que tenha sido parcialmente escurecida. A nível da abertura não consigo detetar nada de especial. Eu pessoalmente ainda lhe tinha dado mais contraste.

4. Como perceciona a imagem em termos estéticos?

R: Gosto do azul mas acho que é possível através da edição ou da manipulação. Gosto dos tons mais salientes e da forma como conferem os contrastes que fazem a imagem ficar ainda mais apelativa. Neste momento e com esta luz, está um bocado baça. É pouco impactante. Impactante é uma palavra? (sorriso). Se é para acentuar é para acentuar. De resto, em termos estéticos (alongamento) é a regra dos terços. A decisão foi estética e é aquela que atrai mais o meu olhar. Voltando àquela questão, esta é uma escolha pessoal, minha, é onde vejo a minhas preferências aqui refletidas (pausa). Em termos estéticos, há uma parte em que o meu olhar se fixa na fusão das nuvens com o horizonte. A decisão foi estética e foi assim.

Obrigado.

FIM DE TRANCRIÇÃO

APÊNDICE XIII

analise_fotografia_03

A análise de imagens iniciou-se agradecendo o envolvimento do participante que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da mostra das 4 fotografias;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;
3. Do registo áudio da totalidade da sua análise e pelo seu consentimento, posterior transcrição.

ANÁLISE DE FOTOGRAFIAS 03

Tema: As imagens digitais e o designer
Autor dos registos: António Manuel Nunes Oliveira
Data da análise: 6 de agosto de 2016
Local: Cacém
Duração máxima prevista/real: 20m/12m
Participante: MF
Idade: 50
Área profissional: design gráfico/projetista

A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

Muito obrigado por aceder participar neste estudo académico para a Universidade Lusófona de Lisboa como parte de um projeto de dissertação em mestrado em Design que tem como temática geral o uso e produção de imagens digitais pelos designers gráficos. Solicito a sua autorização para proceder à gravação da conversa que vamos iniciar. Garanto o anonimato e alerto que, como projeto académico, as suas afirmações ficarão disponíveis para futura consulta pública. Tem direito de ocultar qualquer nome, lugar ou referência, se assim o entender bastando para isso avisar-me. Sinta-se confortável para fazer qualquer reparo ou advertência no decorrer da conversa.

Apresento-lhe 4 imagens através deste «tablet» que lhe vou passar para as mãos. A temática comum a todas as imagens é: viagens.

Vou-lhe pedir, depois de as visionar atentamente, para escolher aquela com que mais se identifique e que eventualmente escolheria para um projeto seu ou que ponderaria vir a usar num projeto seu.

R: (tempo para pensar) Para viagens (pausa) de viagem (nova pausa para escolher). A 3.

1. Porque escolheu esta imagem?

R: Pelo enquadramento e pela composição da imagem. Das quatro (arrastamento) o enquadramento teve peso, (repetição) teve peso. Foi sem dúvida aquela que mais me chamou a atenção, foi. E (alongamento) para mim está quase perfeita, pelo contraste (alongamento).

2. O que lhe transmite esta imagem?

R: Transporta-me para além fronteiras. Dá azo a (arrastamento) divagações. É o que me transmite. É uma imagem que me chama. Está-me a chamar! Dá vontade de entrar na imagem. Fazer parte dela. Acho que (repetição) que, que, é diferente. Retrata a realidade do que representa de uma maneira atraente pela luz (alongamento e alteração gramatical) do que estou a ver sem grandes mexidas e parece-me e transmite-me tranquilidade.

3. Como perceciona a imagem em termos técnicos?

R: Um bocadinho desfocada. Mas (arrastamento) o *mas* é que acho precisamente que lhe dá beleza (alongamento). Outras zonas estão escuras demais (alongamento). Também vejo um pouco de ruído espalhado pela imagem.

4. Como perceciona a imagem em termos estéticos?

R: Esta foi a imagem mais chamativa. Das 4, foi a que mais me encheu os olhos, a imagem que mais me fixou, prendeu (arrastamento) e cativou. O enquadramento, o contraste, tem uma boa luz (alongamento). A composição da imagem é muito boa. A luz (arrastamento) como eu disse há bocado transmite muito a realidade. Consegue-me, (repetição) consegue-me transportar para essa imagem (arrastamento). Nitidez já disse? O recorte da imagem, o balanceamento das cores está muito bom. Para um projeto de design tem muito potencial.

Usava-a então num projeto seu?

R: Sem dúvida, sem dúvida, (arrastamento). O tom amarelo e azul da foto (alongamento) desta imagem é, (correção) quando olhei para ela, a primeira coisa que me saltou foi uma imagem enigmática (arrastamento). Por trás tem, tem, tem, (repetição e arrastamento) tem um ponto de luz que não conseguimos ver e por isso tem projeções de sombra e com todas as nuances de amarelo e azul permite que seja quase um sonho com cores perfeitas (alongamento).

Obrigado.

FIM DE TRANCRIÇÃO

APÊNDICE XIV

analise_fotografia_04

A análise de imagens iniciou-se agradecendo o envolvimento do participante que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da mostra das 4 fotografias;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;
3. Do registo áudio da totalidade da sua análise e pelo seu consentimento, posterior transcrição.

ANÁLISE DE FOTOGRAFIAS 04

Tema: As imagens digitais e o designer
Autor dos registos: António Manuel Nunes Oliveira
Data da análise: 8 de agosto de 2016
Local: Lisboa
Duração máxima prevista/real: 20m/13m
Participante: MP
Idade: 26
Área profissional: multimédia/design gráfico

A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

Muito obrigado por aceder participar neste estudo académico para a Universidade Lusófona de Lisboa como parte de um projeto de dissertação em mestrado em Design que tem como temática geral o uso e produção de imagens digitais pelos designers gráficos. Solicito a sua autorização para proceder à gravação da conversa que vamos iniciar. Garanto o anonimato e alerto que, como projeto académico, as suas afirmações ficarão disponíveis para futura consulta pública. Tem direito de ocultar qualquer nome, lugar ou referência, se assim o entender bastando para isso avisar-me. Sinta-se confortável para fazer qualquer reparo ou advertência no decorrer da conversa.

Apresento-lhe 4 imagens através deste «tablet» que lhe vou passar para as mãos. A temática comum a todas as imagens é: viagens.

Vou-lhe pedir, depois de as visionar atentamente, para escolher aquela com que mais se identifique e que eventualmente escolheria para um projeto seu ou que ponderaria vir a usar num projeto seu.

R: (momento para pensar) Sinceramente das 4 imagens que me mostram, três delas são bastante boas. Uma delas eu deixaria par atrás porque não, (repetição e arrastamento) não é muito do meu agrado. Das três, (pausa) aquela que mais me cativa a atenção e dado o âmbito da campanha que me falou em que eu estaria a trabalhar, eu escolheria a imagem nº 2.

1. Porque escolheu esta imagem?

R: Porque tem pessoas e tirando esta só a número um é que tem. No entanto esta dá-me a sensação de maior movimento, de maior adesão das pessoas àquele local. Além disso exprime bastante bem aquela rua e o que lá existe. Congrega tudo num momento em si (pausa) por isso acho que é uma imagem acertada para o que pretende mostrar.

2. O que lhe transmite esta imagem?

R: (silêncio) Transmite-me movimento, transmite-me afluência de pessoas, transmite-me (arrastamento) um bom ambiente (pausa) está um dia bonito (sorrisos) e transmite-me

utilidade. Um percurso onde as pessoas circulam e que incentiva as pessoas a irem a este sítio (arrastamento). Pessoas e monumentos, na dose certa e em clima propício ao turismo.

3. Como perceciona a imagem em termos técnicos?

R: Parece-me bem. Parece que tem uma boa amplitude cromática (arrastamento). Não perde a sua naturalidade, congrega bastante informação, acho que está bem sem ser perfeita. Se calhar tem aqui alguns erros como o corte do monumento em cima mas também terá sido para não cortar as pessoas e questiono até que ponto isto estará bem enquadrado. Mas está alinhada. Os detalhes na informação das cores estão resolvidos apesar do sol forte. Está, (repetição) está nítida. Acho que (pausa) dado aquilo que o cliente nos pedir, pode resultar muito bem. Não tenho nada ou muito mais a dizer.

4. Como perceciona a imagem em termos estéticos?

R: (silêncio) Em termos estéticos (reflexão) está cortada em cima. Já o referi ou não? (arrastamento) Tem pessoas também cortadas. Se calhar a nível fotográfico haveria aqui alguns ajustes que poderiam (correção) ajustes não, se calhar se o ângulo fosse outro. É imperfeita nesse sentido. Nesse nível (correção) vai exigir algum trabalho gráfico mas lá está, é natural como está captada. Há, as pessoas no momento, está, (repetição) está como eu disse à bocado não está perfeita mas está, (repetição) está natural e está (correção) e acho que funciona como uma boa imagem para isto.

Obrigado.

FIM DE TRANCRIÇÃO

APÊNDICE XV

analise_fotografia_05

A análise de imagens iniciou-se agradecendo o envolvimento do participante que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da mostra das 4 fotografias;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;

3. Do registo áudio da totalidade da sua análise e pelo seu consentimento, posterior transcrição.

ANÁLISE DE FOTOGRAFIAS 05

Tema: As imagens digitais e o designer
Autor dos registos: António Manuel Nunes Oliveira
Data da análise: 9 de agosto de 2016
Local: Loures
Duração máxima prevista/real: 20m/13m
Participante: JA
Idade: 54
Área profissional: fotografia/design gráfico

A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

Muito obrigado por aceder participar neste estudo académico para a Universidade Lusófona de Lisboa como parte de um projeto de dissertação em mestrado em Design que tem como temática geral o uso e produção de imagens digitais pelos designers gráficos. Solicito a sua autorização para proceder à gravação da conversa que vamos iniciar. Garanto o anonimato e alerto que, como projeto académico, as suas afirmações ficarão disponíveis para futura consulta pública. Tem direito de ocultar qualquer nome, lugar ou referência, se assim o entender bastando para isso avisar-me. Sinta-se confortável para fazer qualquer reparo ou advertência no decorrer da conversa.

Apresento-lhe 4 imagens através deste «tablet» que lhe vou passar para as mãos. A temática comum a todas as imagens é: viagens.

Vou-lhe pedir, depois de as visionar atentamente, para escolher aquela com que mais se identifique e que eventualmente escolheria para um projeto seu ou que ponderaria vir a usar num projeto seu.
R: (momento para pensar) Pois bem. A minha eleita é a foto 4.

1. Porque escolheu esta imagem?

R: Porque é a que seu gosto mais (sorriso). A imagem até nem é boa mas é bonita. Vejo atributos que apelam aos meus sentidos e ao meu gosto. É uma escolha meramente pessoal.

2. O que lhe transmite esta imagem?

R: (silencio) Harmonia estética (pausa). Coerência tonal. Não deixa de ser uma fotografia. Ao contrário daquela outra que me mostraste à bocado, (arrastamento) a 4 ou lá o que o era (pausa). Esta não perde o sentido de fotografia, é agradável à vista e consegue apelar à vista.
O rol de cores é muito bem conseguido (correção) apanhado. Conseguido. No conjunto funciona bem e trás uma diferenciação sem perder o rumo da origem do que foi, é uma fotografia.

3. Como perceciona a imagem em termos técnicos?

R: (silencio) Já te disse. Não está completa e tem falta de alguns atributos para ser validada de boa. Vejo que lhe falta profundidade de campo e tem problemas com cores indesejáveis em torno dos tons mais vivos. É o que penso. Há cuidados que não foram tidos. E alguns deles como a profundidade de campo, não se podem resolver com o *Photoshop* (correção) não se podem resolver na totalidade. Se isso interessa para aqui ou não já não sei (arrastamento).

4. Como perceciona a imagem em termos estéticos?

R: A imagem vale por isso. É bonita e apela à visão principalmente quando vista mais ao longe. Quando a aproximo, quanto mais a próximo de mim mais defeitos vejo e menos boa me parece. Mas há muitas utilizações para uma coisa como esta. Toda a publicidade de rua é feita com imagens que não precisam de ser o topo dos topos porque não são feitas para serem vistam em cima do olho. O corte, ou recorte também está bem mas suponho que isso foi arranjado depois. Se não foi podia ter sido (sorrisos). Eu por vezes gosto de mandar tudo isto que estou para aqui a dizer à fava e fazer uma coisa destas que eu goste e estou-me pouco a ralar para estas pseudo regras ou pseudo instruções que aparecem nos manuais. Uma criação quer-se fortuita. Original (pausa) é deixar a coisa correr à vontade e conforme (mudança gramatical) até onde a mente criativa levar (arrastamento).

Obrigado.

FIM DE TRANCRIÇÃO

APÊNDICE XVI

analise_fotografia_06

A análise de imagens iniciou-se agradecendo o envolvimento do participante que foi antecipadamente informado:

1. Da razão da mostra das 4 fotografias;
2. Da garantia do anonimato pelas declarações prestadas;
3. Do registo áudio da totalidade da sua análise e pelo seu consentimento, posterior transcrição.

ANÁLISE DE FOTOGRAFIAS 06

Tema: As imagens digitais e o designer
Autor dos registos: António Manuel Nunes Oliveira
Data da análise: 10 de agosto de 2016
Local: Lisboa
Duração máxima prevista/real: 30m/11m
Participante: PP
Idade: 35
Área profissional: vídeo/design gráfico/3D

A transcrição que se segue procura ser o mais fiel possível ao discurso oral original.

INÍCIO:

Muito obrigado por aceder participar neste estudo académico para a Universidade Lusófona de Lisboa como parte de um projeto de dissertação em mestrado em Design que tem como temática geral o uso e produção de imagens digitais pelos designers gráficos. Solicito a sua autorização para proceder à gravação da conversa que vamos iniciar. Garanto o anonimato e alerto que, como projeto académico, as suas afirmações ficarão disponíveis para futura consulta pública. Tem direito de ocultar qualquer nome, lugar ou referência, se assim o entender bastando para isso avisar-me. Sinta-se confortável para fazer qualquer reparo ou advertência no decorrer da conversa.

Apresento-lhe 4 imagens através deste «tablet» que lhe vou passar para as mãos. A temática comum a todas as imagens é: viagens.

Vou-lhe pedir, depois de as visionar atentamente, para escolher aquela com que mais se identifique e que eventualmente escolheria para um projeto seu ou que ponderaria vir a usar num projeto seu.

R: (tempo para pensar) Eu, (pausa e repetição) eu escolho a quarta imagem. A número 4.

1. Porque escolheu esta imagem?

R: Gosto da abstração. As cores misturam-se numa sintonia que é difícil distinguir o que quer que seja. Quase como que funciona como uma obra de arte.

2. O que lhe transmite esta imagem?

R: Uma série de emoções. As cores como já disse, acho que funcionam muito bem. São harmoniosas e conjugam na perfeição (pausa) misturam-se quase como que uma amálgama de sentidos (pausa e reflexão), É uma imagem esotérica. Parece que estamos noutro planeta. Hoje em dia a criatividade mede-se em transformar o real numa coisa que não conseguimos identificar ou só apenas conseguimos identificar um pouco. Ter sentido sem ter sentido.

3. Como perceciona a imagem em termos técnicos?

R: Os aspetos técnicos são indiferentes aqui. Isto é arte. Isto é a aplicação de efeitos com atributo artísticos e com razões de encontrar beleza onde se calhar não havia. Ou havia ou (pausa e repetição) ou nem havia. Se é uma fotografia não se vê de onde veio (pausa). Por outro lado a imagem não aparenta ter ficado afetada pelos filtros. Pelo menos em termos de grão (correção) ruídos e cores sobrepostas. Isto não vale pela técnica mas sim pelo gosto do que se vê. Estas coisas muitas vezes falam pelo gosto pessoal e temos que ignorar a técnica, é mesmo (arrastamento) ignorar a técnica.

4. Como perceciona a imagem em termos estéticos?

R: Não há muito para dizer aqui. É uma coisa visual, estética, que apela à beleza das coisas, das cores e das formas, vale por si e pelo que o olhar diz (pausa) o meu olhar diz que é bela. É um poema. Podia ver isto a ouvir música. Podia estar numa parede de um museu. Se fosse uma coisa de ocupar uma parede inteira poderia ter uma influência e num sentido que não

consigo descrever aqui. Estas coisas dependem muito do tamanho que têm e onde são vistas. Imagens grandes arrastam-nos lá para dentro. Eu gosto desta imagem pelo que é (pausa). Bela, sublime, quase uma pintura.

Obrigado.

FIM DE TRANCRIÇÃO