

---

Gürsel, Z. D. (2016). *Image Brokers: Visualizing World News in the Age of Digital Circulation*. Berkeley, Estados Unidos da América: University of California Press. ISBN 9780520961616

Tiago Lima Quintanilha

---

**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/cp/4290>

DOI: 10.4000/cp.4290

ISSN: 2183-2269

**Editora**

Escola Superior de Comunicação Social

**Edição impressa**

ISBN: 2183-2269

ISSN: 16461479

**Referência eletrónica**

Tiago Lima Quintanilha, « Gürsel, Z. D. (2016). *Image Brokers: Visualizing World News in the Age of Digital Circulation*. Berkeley, Estados Unidos da América: University of California Press. ISBN 9780520961616 », *Comunicação Pública* [Online], Vol.14 nº 27 | 2019, posto online no dia 13 dezembro 2019, consultado o 14 novembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cp/4290> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cp.4290>

---

Este documento foi criado de forma automática no dia 14 novembro 2020.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

---

Gürsel, Z. D. (2016). *Image Brokers: Visualizing World News in the Age of Digital Circulation*. Berkeley, Estados Unidos da América: University of California Press. ISBN 9780520961616

Tiago Lima Quintanilha

---

## REFERÊNCIA

Gürsel, Z. D., *Image Brokers: Visualizing World News in the Age of Digital Circulation*. Berkeley, Estados Unidos da América: University of California Press, ISBN 9780520961616

## NOTA DO EDITOR

Recebido: 26 de agosto 2019

Aceite para publicação: 23 de Setembro de 2019

- 1 Esta investigação, de natureza iminentemente antropológica, sustenta-se em trabalho de campo que teve a duração de dois anos, resultando num retrato etnográfico multissituado daqueles que a autora designa como os centros nevrálgicos de poder da indústria da imagem, isto é, os pontos nodais da produção, reprodução, distribuição e circulação de imagens, em redações afetas às grandes corporações de conteúdos visuais em Nova Iorque (*Global Views Inc.*) e Paris (*Agence France Press*).

- 2 Neste período de investigação, a autora observou e analisou também os principais achados decorrentes de eventos de fotojornalismo, desde o maior festival de fotojornalismo no mundo, que decorre em Perpignan, aos inúmeros eventos organizados pela *World Press Photo* e pela *Visa Pour l'Image*, com o desiderato de mergulhar nos meandros do mundo retratado fotograficamente, que assume consequências significativas e é uma parte cada vez mais central das esferas política e cultural das sociedades (i.e. retratos de episódios de guerra).
- 3 Múltiplos autores (Castells, 2012; Smaele, 2017; Rose, 2012; Walmsley & Franks, 2011) reconheceram o papel da imagem como elemento fundamental na construção das camadas de significação necessárias à compreensão daquilo que nos rodeia – *uma imagem vale mais do que mil palavras!* Susan Sontag (1977), no seu ensaio sobre fotografia, já nos falava da percepção do mundo na forma de uma antologia de imagens.
- 4 Com as mudanças socioculturais e tecnológicas operadas nos últimos 25 anos, os elementos visuais e as imagens nas notícias tornaram-se progressivamente mais importantes, levando ao crescimento e à hegemonia do designado jornalismo visual (Smaele, 2017). Alguns autores (Smaele, 2017; Barrett & Lowell, 2005) identificaram assim a importância das imagens como principais critérios definidores do alcance de diferentes notícias e o impacto das imagens na determinação das audiências, numa indústria dos *media* que atravessava, e continua a atravessar, profundas transformações potenciadas pela Era informacional e pela digitalização. Uma Era que é por vezes descrita como ocularcêntrica (Rose, 2012, p. 3) ou por pictórica e visual (Rose, 2012; Sturken & Cartwright, 2009), em que estas imagens proliferam diariamente e a uma velocidade sem precedentes, marcando todo o espectro das notícias e da representação do mundo. Tal como observado por Mortensen (2017), na atual Era, o jornalismo parece ser cada vez mais orientado pelas prioridades visuais, sendo que a imagem tem a capacidade e a habilidade de mobilizar e influenciar a opinião pública, devido, sobretudo, à sua dimensão de apelo emotivo e força simbólica.
- 5 E, num mundo do jornalismo em rápida mudança e incerteza, fundamentalmente caracterizado pela hiperabundância e sofreguidão de conteúdos informativos exponenciados pela infraestrutura digital em rede, o fotojornalismo e o processo de distribuição de imagens informativas experimentam, em certa medida, um panorama de disputas de poderes na arena das representações responsáveis pela construção das camadas de significação do mundo em que vivemos. É esta a tese da obra de Zeynep Devrim Gürsel que serve de base a esta recensão, e na qual se examina, entre outros aspetos, a forma como algumas destas imagens – operacionalizadas pela autora como ficções formativas<sup>1</sup> – exercem poder nesta arena representacional do mundo, em detrimento de outras. Imagens que são sobretudo o resultado da atividade dos designados decisores no mundo do fotojornalismo, a que Gürsel dá o nome de *image brokers* (corretores de imagem), que atuam como intermediários de imagens através de atos de avaliação, licenciamento, venda, edição e negociação. Atores privilegiados no mundo do fotojornalismo que podem, ou não, ser produtores ou autores de imagens, mas que detêm o poder de definir ou restringir essas imagens – num processo que a autora (2016, p. 28) define como fazendo parte das políticas de representação –, garantindo ou limitando a sua disponibilização e chegada aos públicos e audiências (Gürsel, 2016, p. 2).
- 6 Por outras palavras, falamos de pessoas, organizações, agências ou fornecedores de conteúdo visual, que tomam as decisões por trás das imagens que vemos nas notícias,

agindo por isso como mediadores de visões do mundo e ajudando a moldar coletivamente a nossa mundividência (Gürsel, 2016, p. 2). São, portanto, estes decisores (os corretores de imagens) que definem o destino final de uma imagem, que vai do enquadramento inicial do fotógrafo ao processo da sua publicação e transformação em imagem noticiosa, num conjunto de etapas em que uma parte muito substancial das imagens cai num vazio de irrelevância, e as imagens que assumem ou atingem uma influência na representação do mundo, tornando-se formativas (Gürsel, 2016, p. 23), acabam por beneficiar de um conjunto de forças cumulativas que desencadeiam a sua relevância, circulação e repetição nesse mesmo perímetro das representações.

- 7 Em todo este processo, alude a autora, o maior desafio que estes corretores de imagens enfrentam reside na capacidade de, ao tomarem as suas decisões – fundamentalmente marcadas pela constante e explícita dimensão de antecipação –, conseguirem imaginar-se no futuro como forma de garantirem que aquilo que o mundo querera ver amanhã conseguiu ser hoje antecipado e capturado visualmente (Gürsel, 2016, p. 22). Isto numa estrutura de trabalho que define a atividade observada nos designados pontos nodais do fotojornalismo, em que a comunicação entre os corretores de imagens relativamente às suas decisões durante o processo de escolha das imagens implica profundos atos de imaginação<sup>2</sup> que constituem, por si só, importantes objetos de estudo do ponto de vista antropológico, o que levou a autora, que se apresenta como antropóloga dos *media*, a escrever a presente obra. A este respeito, a autora alega que foi atraída pelo fotojornalismo internacional quando entrou na disciplina da antropologia na iminência do século XXI, numa altura em que muita da energia intelectual estava concentrada na investigação das formas emergentes da globalização, sendo que o fotojornalismo lhe proporcionou a oportunidade de estudar uma indústria que foi sempre construída na base das interações globais.
- 8 *Image Brokers*, de Zeynep Devrim Gürsel, é, portanto, uma tentativa de compreender os mecanismos, as infraestruturas e as ideologias envolvidos na criação de um mundo representado por imagens e intermediado pelos corretores de imagem que exercem o seu poder para desencadear a distribuição e repetição das “suas” imagens com potencial formativo definido pela influência que assumem no universo dos códigos de significação e representação do mundo em que vivemos.
- 9 O livro divide-se em duas partes: a primeira parte, composta por quatro capítulos, mergulha nos locais de trabalho daqueles que a autora definiu como os pontos nodais do fotojornalismo (*Global Views Inc.*; *Agence France Presse* e *Newsworld*), para examinar toda a estrutura envolvida na reprodução, distribuição e circulação de imagens, num panorama que a autora começa por definir como fortemente reestruturado pelas transformações operadas pela digitalização e pela nova Era informacional<sup>3</sup>.
- 10 A segunda parte (*worldmaking*), dividida em três capítulos, debruça-se sobre a forma como estas imagens, produzidas e/ou distribuídas pelos corretores de imagem envolvidos nos pontos nodais do fotojornalismo, definem e medeiam de forma substancial a nossa mundividência e as visões que temos do mundo e daquilo que nos rodeia. Ao fazê-lo, a autora tira proveito da segunda parte de um trabalho de campo caracterizado pela observação em importantes festivais e *workshops* de fotografia.
- 11 O resultado é esta interessante obra, que diseca a importância das imagens e do fotojornalismo na mediação do mundo, numa investigação balizada pelas transformações estruturais e morfológicas moldadas pelo papel determinante das tecnologias digitais, que enformam a designada indústria numa permanente crise, e nas

quais a imagem é crescentemente vista como uma comodidade que despoleta, na visão da autora, uma guerra digital pelo estatuto de produto formativo na representação do mundo.

---

## BIBLIOGRAFIA

- Barrett, A. & Lowell W. B. (2005). Bias in Newspaper Photograph Selection. *Political Research Quarterly*, 58(4), pp. 609-618.
- Castells, M. (2012). *Communication Power*. Oxford, Reino Unido: Oxford University Press.
- Mortensen, M., Stuart, A. & Peters, C. (2017). "The iconic image in a digital age". In A. Gynnild, M. Nilsson, A.H. Simonsen & H. Weselius (Eds.). *Photojournalism and Editorial Processes: global similarities, local differences*. Gothenburg, Suécia: Nordicom.
- Rose, G. (2012). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*. Los Angeles, Estados Unidos da América: Sage.
- Smaele, H. et al (2017). Visual gatekeeping – selection of news photographs at a flemish newspaper. In A. Gynnild, M. Nilsson, A.H. Simonsen & H. Weselius (Eds.). *Photojournalism and Editorial Processes: global similarities, local differences*. Gothenburg, Suécia: Nordicom.
- Sontag, S. (1977). *On Photography*. Londres, Inglaterra: Penguin Books.
- Sturken, M. & Catwright, L. (2009). *Practices of looking*. Oxford, Reino Unido: Oxford University Press.
- Walmsley, B. & Franks, A. (2011). The audience experience: changing roles and relationships. In B. Walmsley (Ed.). *Key Issues in the Arts and Entertainment Industry*. Reino Unido: Goodfellow.

## NOTAS

1. Ficções no sentido em que são construídas e culturalmente determinadas, e formativas porque a sua distribuição e circulação assume um impacto aparente na representação do mundo.
2. A autora refere que o trabalho dos corretores de imagens compreende práticas quotidianas de imaginação (Gürsel, 2016, p. 44).
3. A autora (2016, p. 54) fala de uma transição para imagens digitais e distribuição digital que causou uma mudança dramática na própria infraestrutura de representação.

---

## AUTORES

**TIAGO LIMA QUINTANILHA**

CIES-IUL - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (ESPP)

tiagolquintanilha@gmail.com