

TODAS AS ARTES

.....
REVISTA LUSO-BRASILEIRA DE ARTES E CULTURA
ALL THE ARTS LUSO-BRAZILIAN JOURNAL OF ART AND CULTURE



Vol. 8, N. 1, Jan.-Abr. 2025
ISSN 2184-38052

RESENHA DE LIVRO. A NOVA FOTOGRAFIA: RESPONSABILIDADE NA COMUNICAÇÃO VISUAL

BOOK REVIEW. THE NEW PHOTOGRAPHY: RESPONSIBILITY IN VISUAL COMMUNICATION

**CRITIQUE DE LIVRE. LA NOUVELLE PHOTOGRAPHIE: LA
RESPONSABILITÉ DANS LA COMMUNICATION VISUELLE**

**RESEÑA DE LIBRO. LA NUEVA FOTOGRAFÍA: RESPONSABILIDAD EN LA
COMUNICACIÓN VISUAL**

Márcia F. S. Gonçalves

Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal

RESUMO: Frank Webster, sociólogo britânico, analisa criticamente a fotografia enquanto meio de comunicação simbólica e instrumento de propaganda. A obra, dividida em oito capítulos, explora a evolução tecnológica da fotografia, a sua relação com o fotojornalismo e os impactos culturais e políticos da imagem. Webster argumenta que a fotografia, embora aparentemente objetiva, é sempre mediada por códigos culturais e subjetividades individuais. Através de uma abordagem interdisciplinar — sociologia, antropologia, linguística e comunicação — o autor desconstrói símbolos visuais, questiona estereótipos e revela o papel político do fotógrafo. Defende que a compreensão dos mecanismos comunicativos e culturais pode formar fotógrafos mais conscientes e críticos. Apesar de datado estilisticamente, o livro permanece relevante ao evidenciar como a fotografia é tomada como verdade, sem questionamento, e carregada de significados culturais.

Palavras-chave: fotografia, comunicação, responsabilidade.

ABSTRACT: British sociologist Frank Webster critically examines photography as a symbolic communication tool and vehicle for propaganda. This eight-chapter work explores the technological evolution of photography, its ties to photojournalism, and the cultural and political implications of visual imagery. Webster contends that photography, though seemingly objective, is shaped by cultural codes and individual subjectivities. Through an interdisciplinary lens — sociology, anthropology, linguistics, and communication — he deconstructs visual symbols, challenges stereotypes, and highlights the photographer's political role. He argues that understanding communicative and cultural mechanisms can foster more socially aware and critical photographers. Though stylistically dated, the book remains relevant by showing how photography is often accepted as truth, laden with cultural meanings and rarely questioned.

Keywords: photography, communication, responsibility.

RÉSUMÉ: Le sociologue britannique Frank Webster propose une analyse critique de la photographie en tant que moyen de communication symbolique et outil de propagande. L'ouvrage, divisé en huit chapitres, explore l'évolution technologique de la photographie, ses liens avec le photojournalisme et les implications culturelles et politiques de l'image. Webster affirme que la photographie, bien qu'apparente comme objective, est toujours médiatisée par des codes culturels et des subjectivités individuelles. À travers une approche interdisciplinaire — sociologie, anthropologie, linguistique et communication — il déconstruit les symboles visuels, remet en question les stéréotypes et souligne le rôle politique du photographe. Il soutient que la compréhension des mécanismes culturels et communicatifs peut former des photographes plus critiques et conscients. Malgré son style daté, le livre reste pertinent en montrant que la photographie est souvent perçue comme vérité, imprégnée de significations culturelles et rarement remise en question.

Mots-clés: photographie, communication, responsabilité.

RESUMEN: El sociólogo británico Frank Webster analiza críticamente la fotografía como medio de comunicación simbólica y herramienta de propaganda. La obra, estructurada en ocho capítulos, aborda la evolución tecnológica de la fotografía, su vínculo con el fotoperiodismo y las implicaciones culturales y políticas de la imagen visual. Webster sostiene que la fotografía, aunque parezca objetiva, está mediada por códigos culturales y subjetividades individuales. Desde una perspectiva interdisciplinaria —sociología, antropología, lingüística y comunicación— el autor desmonta símbolos visuales, cuestiona estereotipos y revela el papel político del fotógrafo. Defiende que comprender los mecanismos comunicativos y culturales puede formar fotógrafos más críticos y conscientes. Aunque estilísticamente pertenece a otra época, el libro sigue siendo pertinente al mostrar cómo la fotografía se acepta como verdad sin cuestionamiento, cargada de significados culturales.

Palabras-clave: fotografía, comunicación, responsabilidad.

1. Entrada

Num tempo em que a imagem se tornou onnipresente e a fotografia é consumida com a mesma rapidez com que é produzida, importa regressar a obras que nos desafiam a pensar criticamente sobre o poder simbólico do visual. *The new photography: responsibility in visual communication* de Frank Webster, é uma dessas obras. Publicado no início da sua carreira, este livro propõe uma leitura sociológica da fotografia, não apenas enquanto técnica ou expressão artística, mas sobretudo como linguagem carregada de significados culturais, políticos e ideológicos. Webster convida-nos a olhar para a fotografia como um ato comunicativo que ultrapassa a mera representação do real. Através de uma abordagem interdisciplinar — que cruza sociologia, antropologia, linguística e estudos da comunicação — o autor desmonta a ilusão de objetividade associada à imagem fotográfica. Ao fazê-lo, revela como cada fotografia é, inevitavelmente, uma construção simbólica, moldada tanto pela intenção do fotógrafo como pela percepção do observador.

Ao longo dos oito capítulos que compõem a obra, somos conduzidos por uma análise crítica que vai da revolução tecnológica na prática fotográfica à influência da cultura na decodificação das imagens. Webster questiona a neutralidade do fotojornalismo, denuncia os estereótipos visuais e alerta para os riscos de uma leitura acrítica da imagem. A sua reflexão sobre o papel político do fotógrafo — enquanto agente que molda visões do mundo — permanece atual e necessária, sobretudo num contexto mediático saturado de imagens que informam, persuadem e, por vezes, manipulam. Embora ancorado num contexto histórico e estilístico específico, este livro continua a oferecer ferramentas conceptuais relevantes para pensar a fotografia contemporânea. A sua leitura é um convite à vigilância

crítica, à consciência cultural e à responsabilidade ética de quem produz e consome imagens. Ao iluminar a dimensão invisível da comunicação fotográfica, Frank Webster oferece-nos uma chave para compreender não só o que vemos, mas também como e por que vemos.

2. Segunda seção

Frank Webster é um sociólogo britânico que centra a sua análise e crítica nas ciências da informação e comunicação. Este livro, o primeiro que o autor publicou na sua carreira, tem como objetivo, e partindo de forma muito assumida do ponto de vista sociológico, a análise do estado da fotografia junto da propaganda, a forma como comunica silenciosamente junto quer da vertente mais artística, mas sobretudo da vertente jornalística. Esta nova fotografia de que nos fala quer investigar a sociologia a si agregada. A obra divide-se em oito capítulos, começando por identificar aquilo que considera ser a viragem tecnológica e a revolução do fotógrafo e a sua educação na área, Frank Webster vai delineando a fotografia ao longo do tempo. Vemos à passagem dos capítulos um adensar da tecnicidade da obra em campos multidisciplinares, desde a sociologia à linguística, à comunicação e à antropologia, e uma forte análise de fotografia e fotojornalismo da época.

Frank Webster começa por denotar que esta época se distingue pela rápida ascensão da facilidade com que alguém consegue ter acesso a fotografar e como isso permite que o fotógrafo deixe de estar preso à tecnicidade e possa desenvolver a sua criatividade, ao mesmo tempo prendendo a arte da fotografia ao talento do fotógrafo. Foca como é impossível ensinar criatividade e talento, e como a ação comunicativa da fotografia é negligenciada e a estética, marketing e propaganda influenciam a integridade do fotógrafo, já que a sua fotografia é uma projeção de significados. Durante uma grande parte deste livro somos expostos à compreensão do que são símbolos e a influência junto do recetor através da fotografia, desta forma fala-nos da perceção e de como esta é socialmente impingida, fazendo uma ligação à cultura.

Webster explica-nos como a visão de cada um está interligada à nossa educação e experiências pessoais, e como estas por sua vez estão carregadas de conotação simbólica o que faz com que cada um tenha uma visão pessoal sobre o objeto em causa. Neste sentido o autor refere em várias partes o facto da fotografia não ser representativa do mundo de forma real, mas sim sujeita quer à visão afunilada do fotógrafo, quer à do observador, englobando aqui o facto de toda a imagem ser de alguma forma propagandista.

No âmbito dos códigos que através de símbolos uma fotografia possui e o observador irá decodificar, Webster introduz a forma como a cultura vai influenciar a compreensão pelo observador. Esta dimensão é, segundo o autor, esquecida, e incentiva à exploração da mesma, pelo fotógrafo, a fim deste conseguir uma maior comunicação ou uma comunicação de maior qualidade junto do observador ou do seu público-alvo. O autor reflete, também, sobre como no dia-a-dia não questionamos as imagens que nos rodeiam, como estas, ao contrário da linguagem escrita, é interpretada de forma quase automática e não sujeita a verificação, o que facilita o trabalho dos agentes de publicidade que as encaixam maioritariamente em duas categorias, medo ou valor. Aborda também os estereótipos de género, estatuto social, entre outros, fazendo também uma ligação ao cinema e ao que é possível ser objetivo e neutro estando tudo sujeito a subjetividade individual e coletiva.

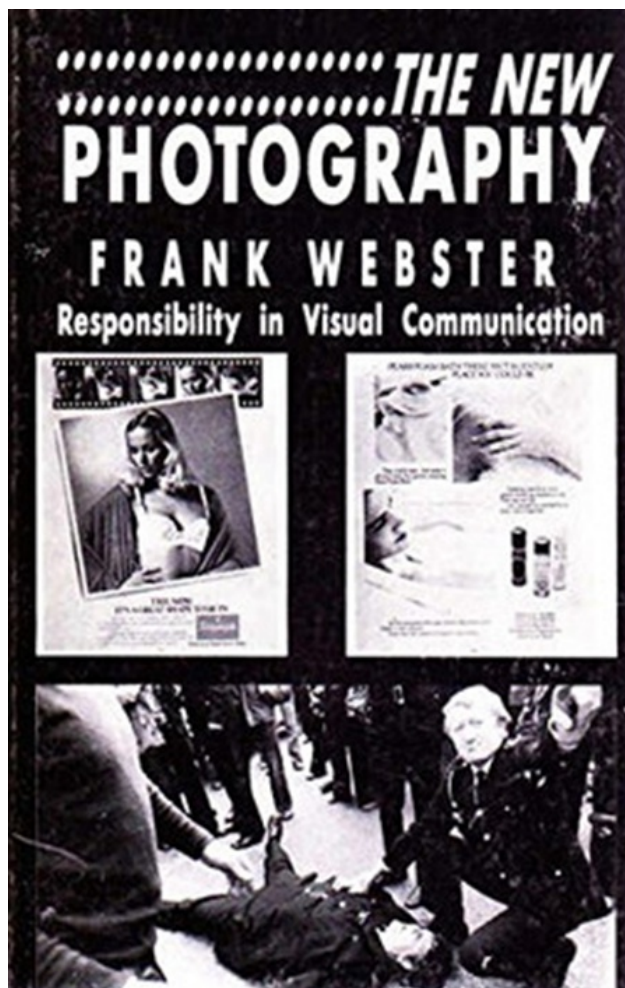


Figura 1: Capa do livro The new photography: responsibility in visual communication

Fonte: Fangtooth Books.

Pondo em causa princípios éticos fala-nos como é possível confundir a realidade apresentada numa imagem como sendo o ideal que é aceite pela audiência sem pensar, distorcendo a realidade da forma que melhor lhe convém. Frank Webster debruça-se sobre a antropologia associada à sociologia para solidificar as suas hipóteses, explicando e aprofundando os conceitos de cultura, símbolo, código e descodificação deste, elucidando a forma como se criam valores e pressuposições, contribuindo para a interpretação do que nos rodeia. Webster demonstra como estes símbolos variam entre culturas e é impossível que todos eles signifiquem o mesmo, estando sempre dependentes do emissor e recetor, ao mesmo tempo que um símbolo pode ter mais do que um significado, já que a cultura não é homogénea.

O autor confronta uma série de estereótipos e imagens simbolicamente perigosas porque assentam em pressupostos, como utilizarmos uma linguagem apropriada ao nosso papel social e aprendermos através da nossa educação e vida em sociedade. Através da análise de várias imagens o autor foca a visão sociológica sobre as mesmas. Seja através da análise de características associadas a um determinado género, profissão ou estatuto social, tenta demonstrar como agimos de forma diferente perante imagens diferentes, e as implicações deste efeito, já que são capazes de fazer alguém aceitar ou rejeitar uma ideia. Encontramos também uma abordagem estética e filosófica ao tema do significado e descodificação

passiva remetendo-se rapidamente de volta à sociologia, que predomina neste livro, falando sobre o poder de crenças e valores sobre uma sociedade e a rejeição da mudança e como cada cultura se acha melhor e mais poderosa do que outra. Superioridade esta que o autor considera natural da essência humana.

Webster assume também que o fotógrafo é um ator na situação política e toda a ação é reduzida ao domínio político. Ao revelar perspectivas particulares do mundo, seja pobreza e injustiças ou não, molda ideias, valores e atitudes. Assume também que nem toda a propaganda é arte, mas toda a arte é propaganda. A imagem apresenta-se como uma realidade como ela aconteceu, como o mundo real é, mas isso é impossível. O autor levanta o paradoxo da fotografia: esta é natural e não precisa de tradução, mas ao mesmo tempo é simbólica e depende da interpretação do observador utilizar o seu conhecimento e convenções culturalmente específicas. A comunicação através desta é separável e ao mesmo tempo inseparável da forma verbal, todos os símbolos estão interligados às duas dimensões. Trata a fotografia como algo não humano, mecânico, que ao contrário da linguagem verbal não necessita de tradução e interpretação dos símbolos e significados. Assim, uma imagem tem o poder de transmitir mais palavras do que uma conversa. Dedicando várias páginas à semiologia, o autor, desconstrói alguns símbolos, explicando que tudo tem significado construído socialmente e de interpretação dependente do contexto social.

Quando chegamos ao capítulo sobre a comunicação visual o autor acaba por se afastar daquilo que esperava. Webster fala de como a linguagem é cultura em movimento, que não nasce conosco, mas sim é inculcada pela sociedade em que vivemos, dependendo da educação e conhecimentos adquiridos ao longo do tempo, o que se traduz em diferentes códigos sociolinguísticos. No entanto, rapidamente se desvia para o jornalismo e a análise da eficiência de jornais chegarem junto do leitor através de novos códigos, design e abordagem à fotografia, deixando de parte a comunicação visual em si. Por fim, aborda, naquilo que poderia ser uma continuação do capítulo anterior, o fotojornalismo, remetendo-nos novamente para a noção de que é impossível não manipular uma imagem, apresentar de forma completamente fiel à realidade um acontecimento.

Webster termina num quase apelo à noção de que a compreensão da comunicação e cultura produzirão fotógrafos melhores e mais sensíveis, questionadores e socialmente conscientes. Ao mesmo tempo que se revela um livro com passagens técnicas e muito assente numa época com a qual já não nos identificamos do ponto de vista estilístico da fotografia, este livro não deixa de ser útil para levantar questões oportunas e uma visão que ainda hoje é uma realidade: uma fotografia não obriga a questionamentos de maior, é tomada como verdadeira, sujeita a símbolos e significados culturais, assim como estereótipos. Cumpre o seu objetivo de estabelecer a ponte entre a fotografia e a sua vertente invisível da comunicação, elucidando todos os conceitos fundamentais.

3. Notas Conclusivas

A leitura de *The new photography: responsibility in visual communication* revela-se uma incursão profunda e provocadora ao universo da imagem fotográfica enquanto fenómeno social, cultural e político. Frank Webster convida-nos a abandonar a ingenuidade com que muitas vezes observamos fotografias, desafiando-nos a reconhecer nelas não apenas registos visuais, mas construções simbólicas carregadas de intenção, contexto e poder. Ao longo da obra, o autor desmonta a ideia de que a fotografia é uma representação fiel da

realidade. Pelo contrário, demonstra como cada imagem é mediada por códigos culturais, subjetividades individuais e estruturas ideológicas que moldam tanto a produção como a recepção da fotografia. Através de uma abordagem interdisciplinar, Webster articula conceitos como símbolo, código, cultura e propaganda, revelando o papel ativo do fotógrafo na construção de narrativas visuais que influenciam percepções e atitudes.

A crítica à neutralidade do fotojornalismo, a análise dos estereótipos visuais e a reflexão sobre o impacto da cultura na descodificação das imagens são pontos altos de uma obra que, embora situada num contexto histórico específico, continua a oferecer ferramentas relevantes para pensar a fotografia contemporânea. A sua atualidade reside na capacidade de questionar o automatismo com que consumimos imagens e na urgência de formar olhares mais críticos e conscientes. Webster termina com um apelo à responsabilidade comunicativa e cultural dos fotógrafos, defendendo que a sensibilidade social e o questionamento ético são essenciais para uma prática fotográfica mais honesta e significativa. Esta obra, ao iluminar a dimensão invisível da comunicação fotográfica, cumpre o seu propósito: instigar reflexão, promover consciência e abrir caminho para uma leitura mais profunda daquilo que vemos — e daquilo que escolhemos mostrar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Webster, Frank (1980). *The new photography: responsibility in visual communication*. John Calder Publishers.

Márcia F. S. Gonçalves.

É uma profissional multifacetada, licenciada em teatro e mestre em Tradução e Serviços Linguísticos e com especialização em Gestão da Comunicação e Indústrias Criativas pela Universidade do Porto. Desde 2017, trabalha como tradutora freelancer (PT-EN), com especialização em tradução técnica, literária e localização. É também formadora de inglês e dinamizadora de oficinas de escrita criativa e tecnologias de informação e comunicação. Email: marcyaleahg@gmail.com. ORCID: 0000-0001-6568-2311.

Receção: 07-08-2025

Aprovação: 10-12-2025

Citação:

Gonçalves, M. F. S. (2025). Resenha de livro. A nova fotografia: responsabilidade na comunicação visual. *Todas as Artes: Revista Luso-Brasileira de Artes e Cultura*, 8(1), pp.130-135 ISSN 2184-3805. DOI: <https://doi.org/10.21747/21843805/tav8n1r2>



