

DESAFIOS E TENDÊNCIAS DO JORNALISMO FRENTE À INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Ivan da Costa Alecrim Neto⁴⁵

Carolina Dantas Figueiredo⁴⁶

José Afonso da Silva Júnior⁴⁷

Resumo: O presente artigo tem como proposta uma reflexão teórica sobre as mudanças que recaem sobre fotojornalismo com a popularização dos aplicativos de produção de imagem por Inteligência Artificial (IA). Com essa nova forma de produzir imagens, o fotojornalismo parece voltar a dialogar com as ilustrações, como era em sua origem na mídia impressa. Busca-se, aqui, então, entender, a partir da revisão teórica sobre o assunto e observação de periódicos e de imagens de fotojornalismo e produzidas por IA, o deslocamento do pensamento teórico da fotografia do “isso foi” barthesiano para isso é um mundo possível.

Palavras-chave: Fotojornalismo; imagem; inteligência artificial.

Abstract: This article presents a theoretical exploration of the shifts impacting photojournalism due to the widespread adoption of Artificial Intelligence (AI) image production applications. This emerging method of image creation appears to reintroduce a discourse akin to illustrations, reminiscent of photojournalism’s nascent stages within print media. The objective is to comprehend this shift by conducting a theoretical analysis of the topic, coupled with the observation of AI-generated journal entries and photojournalistic visuals. This endeavor seeks to trace the evolution of photographic theoretical paradigms from the Barthesian notion of the “that was” to a contemplation of the plausible present world.

Keywords: Photojournalism; image; artificial intelligence.

INTRODUÇÃO

Até bem pouco tempo, o fotojornalismo era a prova visual produzida pela testemunha ocular de um mundo distante, exótico, selvagem, vibrante. O privilegiado observador, responsável por capturar as imagens, as distribuía em meios que, em tese, eram capazes de avaliar a qualidade cultural, estética, política, técnica e deontológica das fotografias produzidas a partir de processos de edição. Esta lógica fundante, na qual o fotojornalista está submetido a uma editoria de fotografia, que, por sua vez, está sob a tutela de um editor chefe, o qual segue rigorosamente a linha editorial de uma empresa, rompeu-se na revolução digital das redações (SILVA JÚNIOR, 2021), que culminou com a plataformação das

45 Fotógrafo e professor de fotografia no Instituto Candela. Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco. Colaborador do Laboratório de Tecnologia para o Conhecimento (LIBER) na mesma universidade. ivan.alecrim@ufpe.br

46 Professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco. Doutora em Comunicação Social. Mestre em Sociologia. caroldantasfigueiredo@hotmail.com

47 Jornalista, Fotógrafo, Pesquisador. Possui Pós-doutorado na Universidade Pompeu Fabra, Barcelona, Espanha (2010-2011); Doutorado (2006) e Mestrado (2000) em Comunicação e Cultura Contemporânea pela Universidade Federal da Bahia; Graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Pernambuco (1992). Atualmente é professor (associado IV) da Universidade Federal de Pernambuco, do quadro docente do Departamento de Comunicação (DCOM) e do Programa em pós-graduação em Comunicação (PPGCOM). jose.silvajr@ufpe.br

empresas de comunicação. Silva Júnior entende que os jornais no modelo tradicional estão em franco declínio e junto com eles as editorias de fotografia (*Ibidem*, p. 71).

Desde meados da década de 2000, duas regularidades acompanham o cotidiano dos jornais em modelos massivos. A primeira, o progressivo esvaziamento desses veículos, em sua maioria, como espaço de discussão da esfera pública dos problemas e realidades do cotidiano. O segundo, um processo em efeito dominó que deflagra a quebra financeira desses veículos, inviabilizando progressivamente o modelo de negócio baseado em produção centralizada e distribuição massiva.

Além disso, as empresas também estão parando, de forma não sincrônica, de imprimir suas edições, investindo em *sites* e redes sociais. Mas isso não implica que as empresas de comunicação não vão mais existir ou abandonar o uso do fotojornalismo. Muito pelo contrário. O fotojornalismo não morreu (SILVA JÚNIOR, 2021), nem parece que vai morrer “para quem é capaz de enxergar esses impasses na configuração atual como mais um capítulo da fotografia de imprensa” (*Ibidem*, 2021, p. 73). É indiscutível que o modelo de *deadline* de 24 horas, impresso em frágeis folhas de papel, já caducou. “Hoje estamos vivendo ciclos cada vez mais curtos, com velocidades de mudança cada vez maiores” (GANDOUR, 2020, p. 14). Isso se dá “em parte pela própria omissão dos jornais em acionar os dutos de reoxigenação, em parte também pela extrema aceleração das mudanças” (SILVA JÚNIOR, 2021, p. 74).

A fotografia de atualidades no modelo saudoso e romântico está em vias de se acabar. Ponto pacífico. Mas para quem consegue acompanhar o deslocamento do eixo lógico, o fotojornalismo assume novas dinâmicas. O Jornal do Commercio do Recife, por exemplo, um dos principais jornais da capital pernambucana, apenas no dia 5 de junho de 2023, postou em sua conta da rede social Instagram 25 matérias, das quais uma era ilustrada por charges, cinco compostas por vídeos e todas as outras se sustentavam por fotografias. A Folha de Pernambuco, na mesma data, fez 18 postagens, das quais cinco eram compostas por vídeos e todo o resto por fotografias, incluindo imagens do *Google Street View*, prática recorrente desse jornal. O mais antigo dos jornais recifenses, Diário de Pernambuco, fez o total de 54 postagens naquele dia. Desse montante, três eram vídeos, duas eram ilustradas por artes e 49 publicações feitas tinham a fotografia em suas capas.

LEGITIMAÇÃO DA FOTOGRAFIA NO JORNALISMO

Observar os *sites* e redes sociais dos jornais recifenses, mesmo que de forma superficial, permite notar que a fotografia possui ainda um valor considerável para o jornalismo. Para entender o que coloca a fotografia neste lugar tão importante, mesmo durante a diáspora digital, é necessário observar o pensamento de Barthes (1980, p. 13), que diz que “o que a Fotografia reproduz ao infinito só ocorre uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca mais poderá repetir-se existencialmente” (BARTHES, 1980, p. 13). É a máxima do “isso é isso” (*Ibidem*, p. 14) barthesiano. Philippe Dubois (1993, p. 61), em “O ato fotográfico e outros ensaios”, desenvolve a seguinte reflexão:

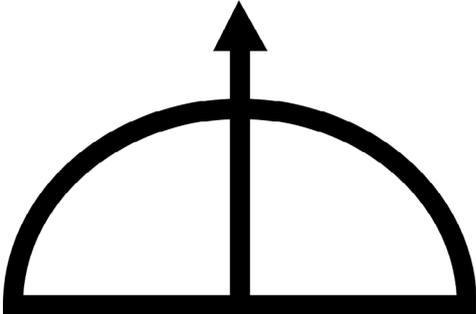
A fotografia, antes de qualquer outra consideração representativa, antes mesmo de ser uma imagem que reproduz as aparências de um objeto, de uma pessoa ou de um espetáculo do mundo, é em primeiro lugar, essencialmente, da ordem da impressão, do traço, da marca e do registro.

Isso nos leva a entender que a fotografia faz parte de uma categoria de signos que o filósofo americano Charles Sanders Peirce nomeou de “índice” (DUBOIS *apud* PEIRCE, 1993, p. 61). É justo o fato de que aquilo que foi fotografado esteve verdadeiramente na frente da lente fotográfica. A fotografia foi feita porque uma ação física, o fenômeno de um objeto refletir luz, foi transmitida na direção da lente fotográfica e a imagem foi gravada em um meio químico e, depois da revolução digital, eletrônico. Esse entendimento de que a fotografia é resultante de um fenômeno físico e que um mecanismo foi capaz de codificar a luz em uma imagem estática é o que coloca a fotografia à serviço do jornalismo.

Em seus turnos, tanto o ícone como o símbolo percorrem caminhos distintos. O ícone opera na semelhança com o objeto físico, o índice. Já o símbolo se forma na arena simbólica, disputado diariamente pelos atores sociais, se orienta na direção e se aproxima da redução máxima da representação do índice. Segundo Dubois (1993, p. 64) o ícone “joga com a semelhança da similaridade”, já o símbolo com “a associação por convenção, a regra arbitrária, o contrato de ideias”. Vamos tomar como exemplo essa sequência de imagens indicada na tabela abaixo (Tabela 1):

Tabela 1:

Tipo de representação	Categorização
 <p data-bbox="245 1832 991 1899">Fotografia: Ricardo Stuckert “Povos originários Guerreiros do tempo” (2022)</p>	<p data-bbox="1187 1599 1262 1637">Índice</p>

 <p data-bbox="475 745 759 779">Cunha: Oxóssi Carybé</p>	<p data-bbox="1190 501 1257 535">Ícone</p>
 <p data-bbox="539 1238 695 1272">Imagem: Ofã</p>	<p data-bbox="1174 1059 1273 1093">Símbolo</p>

Fonte: Autoria própria, a partir de Dubois (1993, p. 64).

As imagens indicadas na Tabela 1 nos convidam a percorrer didaticamente a sequência índice, ícone e símbolo. Na fotografia de Ricardo Stuckert vê-se pessoas, uma das quais assume um gesto de caça, portando arco e flecha. Aqui, não importa quem são ou a qual etnia pertencem, mas é indiscutível o fato que elas estiveram diante da câmera fotográfica. Já, em operação distinta da imagem de Stuckel, a cunha em prata do artista plástico Carybé se articula pela semelhança com o índice. Não necessariamente uma figura humana esteve diante do artista para que ele produzisse tal imagem e tão pouco é imprescindível que se saiba que ela representa uma deidade da caça na cultura do Candomblé, por exemplo. Pelos elementos de similaridade, supõe-se um caçador ou ato de caça. Já, por outros caminhos de negociação simbólica, a imagem simplificada do arco e da flecha (Ofã no Candomblé), em proposição de redução da imagem, faz crer que estamos falando de caça ou algo relacionado.

É importante lembrar que a imagem do fotojornalismo pode transpassar o seu sentido de índice. Ela toca as categorias de ícone e de símbolo, a depender de sua potência e de seu impacto como imagem. Dubois (1993, p. 65) afirma que:

Eis, apresentada esquematicamente no que tem de mais fundamental, a famosa tricotomia semiótica. Que o signo fotográfico agora por seu modo constitutivo (a impressão luminosa), dependa plenamente da categoria dos índices (signos por conexão física), eis o que só pode parecer evidente, e isso mesmo se os efeitos da imagem foto acabam por ser da ordem da semelhança icônica e até, às vezes, da colocação em símbolo.

Bons exemplos de fotografias que se dilatam da lógica do índice, seguindo para além do fato inscrito e se organizando como ícone e símbolos são “A menina napalm” (1972) do fotojornalista vietnamita Nic Ut⁴⁸ e “A menina e o abutre” (1993), do fotógrafo Sul-africano Kevin Carter⁴⁹. Em ambos os casos, o estatuto de testemunha ocular e de impacto do fotojornalismo se dá por meio da lógica barthesiana através da qual aquilo estava diante de um fotógrafo, que foi capaz de operar com habilidade um objeto técnico (no caso, a câmera fotográfica) que gravou, química ou eletronicamente, uma cena capaz de superar a marca dos acontecimentos regulares e se estabelecer como uma imagem de notícia.

RUPTURA DA LÓGICA BARTHESIANA COMO CAMINHO PARA O FOTOJORNALISMO:

Um novo cenário se ergue no horizonte e não parece que haja retorno para ele. Popularizada em 2023, a Inteligência Artificial (IA) deve ampliar a complexidade da relação entre imagem e jornalismo. A jornalista norte-americana Beth Nicholls (2023) afirma que “o mundo da fotografia está realmente em mudança e isso é um pouco assustador. Popular não apenas pelo aplicativo de perguntas e respostas, *Chat GPT*, a IA também se articula em plataformas de produção de aulas, vídeos, áudios, literatura e de imagens que podem ser tão realistas que se assemelham a fotografias. Diferente de outros *softwares* mais consolidados que necessitam do índice diante de uma câmera para gerar suas montagens, a inteligência artificial cria suas imagens a partir de descrição escrita, *prompt*, do que o usuário quer como resultado final. Mas tão importante quanto dizer o que se espera de uma imagem, é também descrever o que não se quer como produto final, o *negative prompt*. Também é possível que se defina se a imagem gerada será quadrada, vertical ou horizontal e sua resolução final.

Em 25 de março de 2023 aconteceu o primeiro evento midiático significativo em torno de uma imagem de IA. O mundo se sacudiu com a imagem produzida por Pablo Xavier, um artista até então desconhecido, de 30 anos, da cidade de Chicago (Imagem 1):

48 Imagem disponível em: <https://apnews.com/hub/nick-ut>.

49 Imagem disponível em: <https://medium.com/@denislesak/how-the-vulture-and-the-little-girl-ultimately-led-to-the-death-of-kevin-carter-d9871c4137f2>.

Imagem 1:



Fonte: Instagram do artista plástico Pablo Xavier (@art_is_2_inspire).

A imagem do Papa Francisco vestindo um casaco no estilo *puffer* poderia ser chocante por si só. Mas, para além do impacto visual ou da polémica desencadeada a partir dela, em pouco tempo ficou claro (como explicado pelo próprio Xavier) que essa imagem não é uma fotografia e que, tampouco, foi gerada com base em fotografias. Foi feita apenas com *inputs* de texto no aplicativo de produção de imagens em IA, Midjourney. No Brasil, algumas empresas de comunicação se confundiram ou não apuraram a imagem, que circulou de forma viral nas redes, o suficiente para evitar o problema de desinformação e a publicaram como sendo efetivamente uma fotografia do Papa Francisco. Um exemplo do descuido foi a revista Vogue (2023), que em sua conta na rede social Twitter (@voguebrasil), fez uma postagem tratando a imagem como fotografia e, na sequência, precisou fazer uma retratação. A imagem publicada pelo artista sugere um deslocamento no eixo do pensamento do fotojornalismo, movimento que, na falta de classificação formal, será chamado neste artigo de Efeito Xavier.

É meramente hipotética a crença de que o ilustrador tinha como intenção ludibriar os veículos de comunicação, promovendo, assim, desinformação, ou a intenção deliberada de deslocar o pensamento fotográfico do “isso é isso” barthesiano, para o universo da ficção de mundos possíveis, daí, a proposição feita acima de denominamos esse fenômeno provisoriamente como Efeito Xavier. Basta uma olhada em sua conta pessoal no Instagram para entender que não se tratava da intenção deliberada de produzir desinformação, mas sim um exercício de uso da IA e de materialização do imaginário do artista por meio de uma nova ferramenta. Inclusive, observando a maneira como ele usa *hashtags*, fica clara esta indicação. A observação desse conteúdo nos remete aos pensamentos de Freund (1983, p. 7).

Cada momento histórico testemunha o nascimento de modos particulares de expressão artística, que correspondem ao caráter político, aos modos de pensar e aos gostos da época. O gosto não é uma manifestação inexplicável da natureza humana, mas se forma a partir de condições de vida bem definidas que caracterizam a estrutura social em cada etapa de sua evolução⁵⁰.

Essa passagem de Freund nos faz olhar para a IA não com um olhar apavorado, menos ainda com a pretensão de determinar o fim de alguma disciplina, mas desperta a curiosidade sobre o entendimento de que a Inteligência Artificial é resultado de um instante sociotécnico e deve ser abordada, amparada e delimitada enquanto possibilidade de uso no fotojornalismo sem cometer o erro de emular a fotografia digital.

DOIS FOTÓGRAFOS, VÁRIAS IMAGENS, NENHUMA FOTOGRAFIA

No sentido de ampliar o debate aqui proposto, podemos observar o caso do fotógrafo documentarista Michael Christopher Brown, conhecido por seus trabalhos para National Geographic e New York Times. Brown é o autor do projeto 90 Miles⁵¹. Nele, o fotógrafo criou, via *software* de IA Midjourney, uma série de imagens sobre eventos históricos cubanos e a travessia oceânica entre Havana e Flórida. O olhar voltado para a histórica ilha, seus eventos sociopolíticos e a travessia clandestina com destino aos Estados Unidos da América não é uma novidade no documentarismo. Mas o descolamento de 90 Miles de outros projetos reside no fato de que é desenvolvido em Inteligência Artificial e não por meio de fotografias. Para Brawn, esse trabalho não seria possível de ser realizado sem o uso dessa tecnologia. Ele afirma que 90 Miles é um “experimento de ilustração pós-fotografia de IA explorando eventos históricos e realidades da vida cubana”. Em entrevista para o *site* Digital Camera World, Brawns (2023) compartilha o seguinte pensamento:

A qualidade fotorrealista agora possível com a IA e a facilidade de criar essa qualidade estão expandindo as possibilidades de narrativa visual. Qualquer um agora pode criar ilustrações de reportagens fotorrealistas sem lentes sobre qualquer assunto, em qualquer lugar, a qualquer momento, colaborando com uma história coletiva da fotografia para ilustrar o mundo fotografado e criar uma visão do que foi, é ou do que pode ser.

50 Tradução dos autores.

51 Projeto disponível em: <https://www.digitalcameraworld.com/news/photojournalist-uses-midjourney-to-create-intense-new-photo-series-is-it-cheating>.

Imagem 2:



Fonte: Instagram do fotógrafo Michael Christopher Brown (@michaelchristopherbrown).

Outro exemplo de uso da Inteligência Artificial e a disrupção que tem gerado no mundo da fotografia é o caso do fotógrafo alemão Boris Eldagsen, que foi um dos ganhadores do prêmio Sony World Photography Award com a imagem GHOSTED | Resurrection of a Disappeared Image. Segundo a BBC Brasil, Eldagsen recusou-se receber a premiação “após revelar que seu trabalho era uma criação de Inteligência Artificial (IA)”. O fotógrafo tinha como objetivo “testar como a competição reagiria a uma imagem artificial e gerar uma discussão sobre o futuro da fotografia” (ELDAGSEN, 2023).

Imagem 3:



Fonte: Instagram do fotógrafo Boris Eldagsen (@boriseldagsen).

No Instagram pessoal, Eldagsen, no dia 24 de maio de 2023, publicou um “carrossel” de imagens, junto com a GHOSTED | Resurrection of a Disappeared Image, que nos leva a uma pertinente reflexão do que chamamos aqui de Efeito Xavier: A imagem feita por inteligência artificial não é uma fotografia. Essa afirmação do fotógrafo alemão é basilar para a reflexão que trazemos aqui, pois nos provoca a encontrar alguma resposta no caldo teórico barthesiano que justifique este pensamento. Sem pretensão de resposta definitiva ou de verdade, tomar como ponto de partida o entendimento de Roland Barthes (1980, p. 14), de que, em uma fotografia, “isso é isso”.

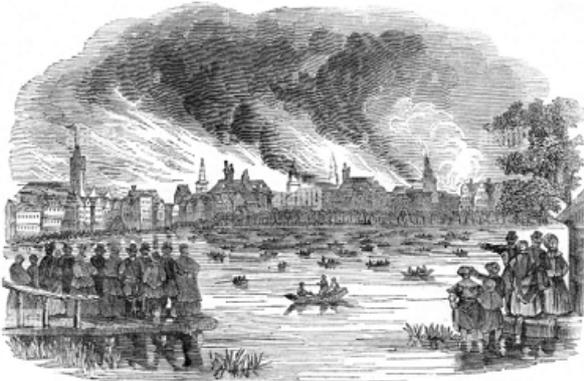
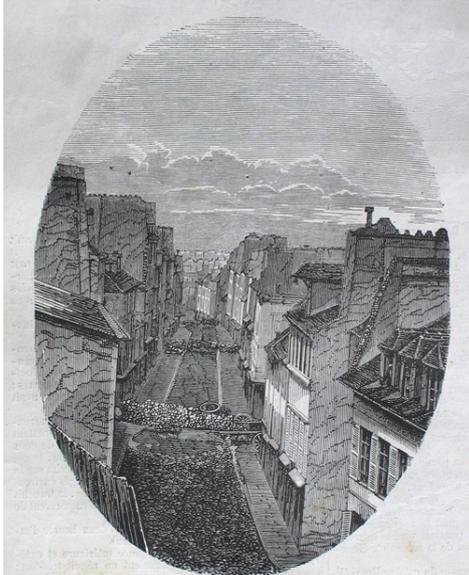
A afirmação de Eldagsen aponta para a reflexão que uma imagem feita por IA não seria uma fotografia, pois não opera por meio do índice, do mundo físico, mas é articulada pelo ícone e pelo símbolo. A capacidade que uma imagem em IA tem de se assemelhar à imagem fotográfica e como isso gera desinformação não é o interesse do presente debate. Ao contrário, busca-se aqui apontar para a necessidade de realizar uma deontologia que abarque essas novas imagens para que possamos criar conteúdo livre de desinformação. Peixoto (2016), em sua tese de doutorado pelo PPGCOM da Universidade Federal de Pernambuco, lembra que o fotojornalismo, em toda sua historiografia, se sustenta no tripé estético, tecnológico e deontológico. Fica claro, então, que o caráter mutável das três parcelas constituintes do fotojornalismo é uma de suas maiores características.

FOTÓGRAFOS ILUSTRAM

Parece oportuno colocar as imagens feitas em Inteligência Artificial na categoria de ilustração sem criar barreiras no diálogo entre elas e o fotojornalismo. É fundamental, justo pelo efeito de realismo causado pela IA, que nessa abordagem sempre seja claro que aquilo se trata do resultado de uma ferramenta produtora de ficção, que está constituída dentro do universo dos ícones e símbolos, e não do “isso é isso” barthesiano, do índice. Destarte, devemos rememorar que, para o fotojornalismo, esse diálogo entre fotografia e ilustração não é algo novo. Sousa (2004), em seu livro “Uma história crítica do fotojornalismo ocidental”, afirma que uma das primeiras imagens consideradas como fotojornalismo foi uma ilustração publicada em 1842 no “The Illustrated London”. Tratava-se de um incêndio em um bairro de Hamburgo. O daguerreotipista Carl Fiedrich Stelzner fez uma fotografia do desastre que serviu de base para a ilustração do impresso semanal (SOUSA, 2004).

Gervais (2017) relembra ainda que no dia 26 de agosto de 1843, a revista semanal francesa “L’illustration” publicou uma imagem do Fort de San Juan de Ulúa, em Veracruz. Para o autor, nada poderia distinguir essa representação das outras que compunham a página, com a exceção da menção de que tal ilustração tinha sido feita com base em uma fotografia. Outro fato é que, naquela época, em função das técnicas de impressão e material de produção utilizados, todas as imagens (de base fotográfica ou não) tinham que passar por um gravurista. Colaborando com o argumento de que ilustração e fotojornalismo andam juntos desde os seus primórdios, temos o caso da imagem “The barricade of rue Saint-Maur [du Faubourg-de-Temple], after the attack by General Lamoricière’s troops”. Em junho de 1848, um “fotógrafo desconhecido viu suas imagens saindo dos estúdios e ganhando circulação em vários periódicos” (GERVAIS. 2017, p. 29). O autor se refere a Charles François Thibault, que teve seu daguerreótipo copiado por ilustradores de periódicos da época. Procedimento realizado com os daguerreótipos de Stelzner e Thibault (Tabela 2).

Tabela 2

Fotografia	Ilustração
 <p data-bbox="256 857 703 891">Daguerreótipo: Carl Fiedrich Stelzner</p>	 <p data-bbox="970 837 1203 853"><i>View of the Bombardment of Hamburg, from the River.</i></p> <p data-bbox="847 875 1326 909">Ilustração: The Illustrated London, 1942</p>
<p data-bbox="233 1043 727 1077">Daguerreótipo: Charles François Thibault</p> 	<p data-bbox="906 1043 1270 1077">Ilustração: L'illustration, 1848</p>  <p data-bbox="927 1675 1246 1704"><i>La barricade de la rue Saint-Maur-Popincourt le dimanche matin, d'après une planche daguerreotypée par M. Thibault.</i></p>

Fonte: Autoria própria.

Note-se que, em ambos os casos, na transposição do daguerreótipo para a ilustração, detalhes são eliminados ou ajustados nas imagens, ganha-se nitidez e mesmo dramaticidade, o que parece dialogar com o potencial não somente da IA, mas também de gerações de editores de fotografia digital como o Photoshop.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo propõe uma reflexão sobre as relações entre inteligência artificial e fotojornalismo, partindo do pressuposto de que a primeira não produz a partir de algo físico, mas que é o índice que apresenta o imaginário de uma pessoa ou de conjuntos de pessoas. Diante desses pensamentos, é necessário muito mais que fingir que as imagens criadas por inteligência artificial são produtos que conduzam à desinformação simplesmente, daí a menção ao que chamamos provisoriamente de Efeito Xavier. Precisamos aprender a dialogar com a produção de imagens através de AI de forma fértil, inclusive para o fotojornalismo, observando o tripé da estética, da técnica e da deontologia como forma de dar conta dos problemas que estão para se erguer nesse novo horizonte e entendendo que a interface entre fotografia e ilustração é antiga e complexa, pois depende – e a questão da AI se insere justamente nesse escopo – do contexto social e tecnológico de cada época.

A IA, com o seu hiperrealismo, transformando em imagem o que se sustentava apenas na narrativa e/ou na imaginação, pode fazer a fotografia retornar àquilo que ela era no princípio do fotojornalismo, a imagem ou um conjunto de imagens-base para uma ilustração. Em última instância, as imagens geradas por essa nova tecnologia são, de certo modo, ficcionais, pois deixam de testemunhar os acontecimentos, perdem o índice para localizar a verdade. É uma imagem que opera sobre uma verdade possível, até certo ponto imaginada. A inteligência artificial, assim, nos convida a encontrar o início de tudo, quando a fotografia fundamentava a produção de imagens que não necessariamente eram cópias do momento vivido pelo fotógrafo, mas remetiam àquele momento, num movimento de índice para ícone em termos do “isso foi” barthesiano.

Este estudo não tem a proposta de tratar do conceito de verdade no campo do jornalismo. Inclusive, esse tema já está sendo exaustivamente debatido em outros contextos que tratam de desinformação, por exemplo. A proposição, aqui, é de se tentar estabelecer um escopo deontológico que trate da IA no fotojornalismo ainda de forma muito incipiente. Por fim, lembramos que, olhando no retrovisor da história, um dos equívocos da terceira revolução do fotojornalismo, defendido por Pedro Sousa, foi o ato de emular a fotografia fotoquímica na fotografia digital. O fato é que, olhando para o passado, mas projetando o futuro, a imagem em inteligência artificial, e vamos sustentar aqui o uso do termo imagem e não fotografia, em tempos em que o fotojornalismo lida com os desafios da plataformização e do capitalismo tardio no campo da produção de conteúdo (jornalístico ou não), pode e deve ter linguagem própria.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AFONSO JÚNIOR, José. **Instantâneos da fotografia contemporânea**. Curitiba: Appris, 2021.
- BARTHES, Roland. **A Câmara Clara: notas sobre a fotografia**. 9. ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1980.
- BBC, BBC Brasil. **Instagram**, Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CrMKLm5skff>. Acesso em: 6 jun. 2023.
- DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. 2. ed. São Paulo: Papyrus Editora, 1993.
- ELDAGSEN, Boris Eldagsen. **Instagram**, Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CsoXAz4I->

6Pu/. Acesso em: 6 jun. 2023.

FREUND, Gisèle. **La fotografía como documento social**. 2. ed. Barcelona: Grafos, 1977.

GANDOUR, Ricardo. **Jornalismo em retração, poder em expansão: A segunda morte da opinião pública**. São Paulo: Sumos, 2020.

GERVAIS, Thierry; MOREL, Gaëlle. **The making of visual news: A history of photography in the press**. Londres: Bloomsbury, 2017

NICHOLLS, Beth. **Photojournalist uses Midjourney to create intense new photo series - is it cheating?** **Digital Camera World**. 23 de maio de 2023. Disponível em: <https://www.digitalcameraworld.com/news/photojournalist-uses-midjourney-to-create-intense-new-photo-series-is-it-cheating>. Acesso em: 6 jun. 2023.

PEIXOTO, João Guilherme de Melo. **Um percurso do jornalismo a partir dos seus manuais: a construção do discurso visual da notícia por meio de suas regularidades normativas**. 2016. 216p. Tese. PPG-COM - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental**. Chapecó: Argos Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

XAVIER, Pablo Xavier. **Instagram**. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CqN2r-OAXwB/>. Acessado em: 6 jun. 2023.

VOGUE. Vogue Brasil. **Tweet**. 26 de março de 2023. Disponível em: <https://twitter.com/voguebrasil/status/1640024803116556288>. Acesso em: 6 jun. 2023.

VOGUE. **A matéria equivocada foi imediatamente retirada do ar**. Disponível em: <https://twitter.com/voguebrasil/status/1640024803116556288>. Acesso em: 6 jun. 2023.