



UnB

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

Yanic Diener Braga

A Lomografia e o hibridismo das imagens na era das novas mídias

Brasília, DF
Fevereiro de 2015



UnB

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

Yanic Diener Braga

A Lomografia e o hibridismo das imagens na era das novas mídias

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Feijó Rocha Lima

Brasília, DF
Fevereiro de 2015

Yanic Diener Braga

A Lomografia e o hibridismo das imagens na era das novas mídias

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade de Brasília.

Aprovado em 25/02/2015.

BANCA EXAMINADORA

Professor Doutor Marcelo Feijó Rocha Lima– Presidente da Banca
Universidade de Brasília

Professora Doutora Ruth Moreira de Sousa Regiani
Membro Externo
Universidade de Brasília

Professora Doutora Susana Madeira Dobal Jordan
Membro Interno
Universidade de Brasília

AGRADECIMENTOS

Agradeço o apoio e a confiança do meu orientador Marcelo Feijó.

À CNPQ pela concessão da bolsa de mestrado, sem a qual eu não poderia ter me dedicado como consegui.

Ao corpo docente e colegas do curso de pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, que tiveram papel decisivo na minha formação e na construção deste trabalho.

À minha mãe, pelo apoio incondicional (e pelo senso de responsabilidade); ao meu pai, também pelo apoio e entusiasmo (e pelos contatos com as primeiras câmeras).

Ao meu companheiro Pedro Monstrinho, pela sensibilidade, discussões e amor.

À minha amiga modernista e espiritualizada Eva, cujas opiniões contrárias se mostraram uma fonte de riqueza para os debates que proponho.

Ao amigo Thiago Sabino, cujo talento e experiência como professor me ajudaram bastante durante o estágio docente e durante todo o mestrado.

Ao Núcleo de Produção em Fotografia Contemporânea, por ter me proporcionado uma nova experiência fotográfica, por meio da introdução de novas questões tanto na prática da fotografia quanto na construção teórica e análise de imagem. E, sem querer, ter ajudado a manter minha sanidade por meio da própria fotografia.

A todos os pensadores da fotografia e da imagem, por me ajudarem a refletir sobre um tema que é ao mesmo tempo tão banal e tão complexo.

“To see things thousands of miles away, things hidden behind walls and within rooms, things dangerous to come to, to draw closer, to see and be amazed and to feel, that is the purpose of life.”

A vida secreta de Walter Mitty

RESUMO

Este trabalho se trata da produção fotográfica analógica nos dias de hoje por meio da análise da Lomografia. A Lomografia é uma marca de câmeras analógicas que surge em 1992 em Praga, República Tcheca, e se tornou um fenômeno nos anos 2000, em paralelo à popularização das câmeras digitais. Para pensar a Lomografia e a fotografia analógica nos dias de hoje, faz-se um apanhado histórico da fotografia enquanto um meio híbrido de construção de imagens e explicita-se as diferentes maneiras como ela é usada pelos fotógrafos ao longo dos anos. Para analisar a Lomografia, foi escolhido o grupo brasileiro Lomo-rolê e a sua produção que foi compartilhada no grupo na rede social *Facebook*. A partir das imagens, de um questionário e da vivência do evento, propõe-se uma análise da experiência e da imagem lomográficas. Por último, discute-se a estética fotográfica na contemporaneidade e como a Lomografia configura-se enquanto um fenômeno sintomático de uma estética do precário.

Palavras-chave: Fotografia, Lomografia, Comunicação, Cibercultura, Estética.

Esta dissertação segue o Novo Acordo Ortográfico.

ABSTRACT

This paper deals with analog photography production today by analyzing Lomography. Lomography is a brand of analog cameras that arose in 1992 in Prague, Czech Republic, and became a phenomenon in the 2000s, parallel to the popularization of digital cameras. While reflecting on Lomography and analog photography these days, a historical overview of photography as a hybrid means of image-building is made, and the different ways it has been used by photographers over the years are made explicit. To analyze Lomography, the group from Brasília 'Lomo-rolê' was chosen, along with its production, which was shared on its Facebook group. Through the images, a questionnaire, and the experience of the event, we propose an analysis of the Lomographic image and experience. Finally, we discuss the photographic aesthetic in contemporaneity and how Lomography fits in as a symptomatic phenomenon of an aesthetic of the precarious.

Keywords: Photography, Lomography, Communication, Cyberculture, Aesthetics.

Lista de figuras

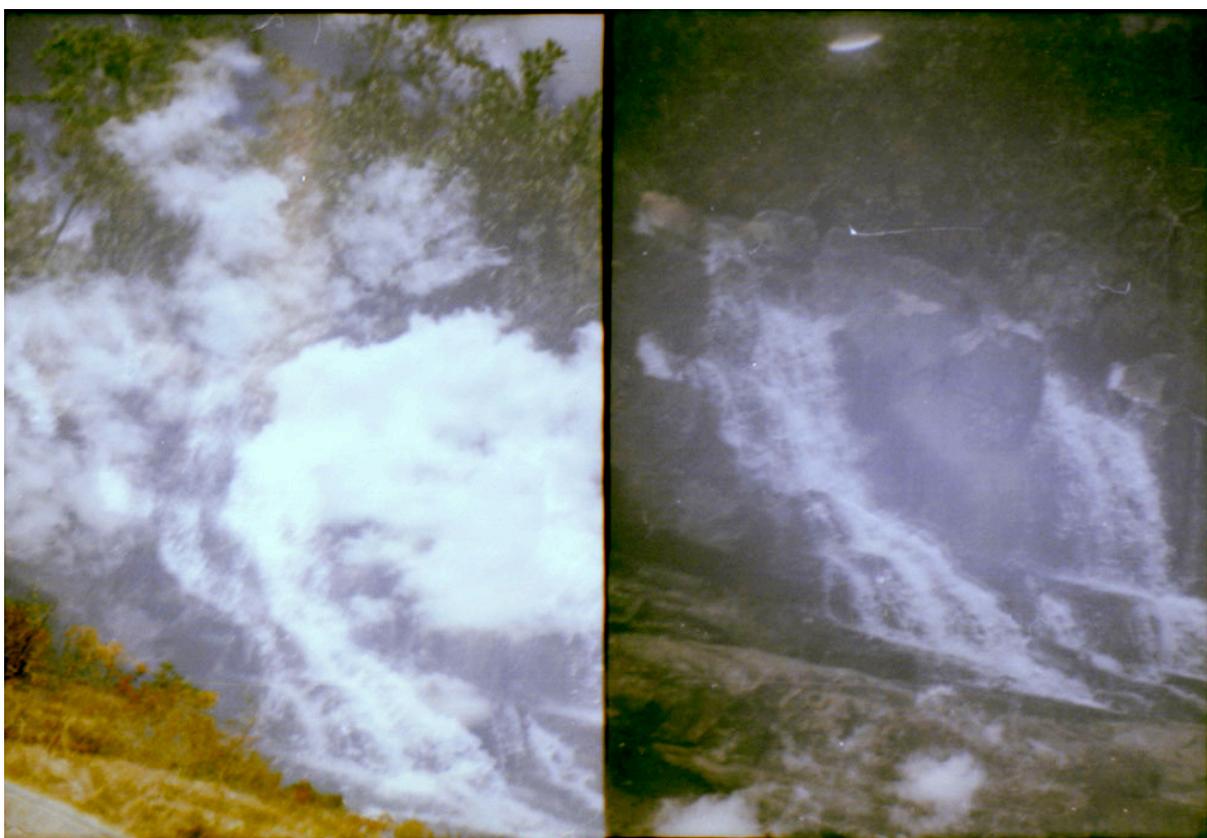
Figura 1 – Os estudantes austríacos Wolfgang Stranzinger (esquerda) e Matthias Fiegl (direita).....	8
Figura 2 – Câmera Lomo LC-A.....	9
Figura 3 – Exemplo de <i>LomoWall</i> em Manchester (2012)	10
Figura 4 – Action Sampler	11
Figura 5 – Super Sampler.....	12
Figura 6 – Pop 9	12
Figura 7 – <i>Microsite</i> da câmera <i>Fisheye</i>	13
Figura 8 – <i>LomoWall</i>	13
Figura 9 – <i>Still</i> do documentário	15
Figura 10 – Topo da página do <i>Facebook</i> do Lomo-rolê.....	16
Figura 11 – Isabela Gomes apresentando cada câmera.....	17
Figura 12 – Câmera Holga 120	17
Figura 13 – LomoMatrix em São Paulo	18
Figura 14 – Man Ray, <i>Champs délicieux</i> nº 8, 1922	24
Figura 15 – László Moholy-Nagy, <i>Sport Macht Appetit</i> , 1927	25
Figura 16 – Geralde de Barros, <i>Fotoformas</i>	26
Figura 17– Ana Mendieta, <i>Silhouette Series</i> (1973-1977).....	28
Figura 18 – Cindy Sherman, <i>Untitled Film Still #58</i>	30
Figura 19 – Jeff Wall, <i>Dead troops talk</i> , 1986.	31
Figura 20 – Penelope Umbrico, <i>Suns from Flickr</i> , 2006	45
Figura 21 – Vibeke Tandberg, <i>Living together #3</i> , 1996.....	46
Figura 22 – Esquema de criação de imagens	49
Figura 23 – Grupo 1.....	61
Figura 24 – Grupo 2.....	63
Figura 25 – Grupo 3.....	65
Figura 26 – Grupo 4.....	66
Figura 27 – Propaganda da <i>Skol</i>	73
Figura 28 – Cenas do seriado <i>The Walking Dead</i>	74
Figura 29 – Capa do disco <i>Lonerism</i> da banda <i>Tame Impala</i>	74

Figura 30 – Nan Goldin, <i>Trixie on the Cot</i> , 1979.	87
Figura 31 – Ryan McGinley, <i>Water down</i> , 2009.	88
Figura 32 – Ruth Erdt, <i>The gang</i>	89
Figura 33.	89
Figura 34 – BFI National Archivee TM Lucasfilm Ltd.	90
Figura 35 – <i>Selections from Andy Warhol, Red Book, 1974-75. Thirty-six dye diffusion transfer prints (Polaroid), 10.8 x 8.4 cm each</i>	91
Figura 36 – Aberlado Morell, <i>Image of Umbrian Landscape Over Bed</i> , 2000.	103

Sumário

Introdução.....	2
1. A Lomografia: o futuro é analógico.....	6
1.1. O Lomo-rolê e outros grupos	15
2. Fotografia híbrida	19
2.1. Fotografia contaminada	21
2.2. Fotografia digital	32
2.2.1. Fazendo uma imagem digital	35
2.3. O paradigma pós-fotográfico e o pós-modernismo	38
3. Escolhas metodológicas	47
3.1. Questionário.....	51
3.2. Análise da produção imagética.....	52
4. A experiência lomográfica.....	56
4.1. Os Lomógrafos e o questionário.....	57
4.2. A imagem lomográfica	60
4.2.1. Grupos temáticos	61
4.3. Alguns apontamentos sobre o questionário e a análise de imagem ..	67
5. Futuro do passado	71
5.1. Lomografia como movimento fotográfico.....	72
5.1.1. O manifesto lomográfico	78
5.2. Lomografia enquanto prática coletiva	82
5.3. Pequenas narrativas fotográficas	86
5.3.1. Identidades locais e globais	92
5.4. <i>Serendipity</i> : uma fotografia do precário e o acaso como experiência	95
5.4.1. Fotograficidade e fotogenia.....	98
5.4.2. A fotografia precária e o acaso	100
6. Conclusão	106
Bibliografia	110
Anexos	119

Introdução



As imagens de abertura de capítulo foram produzidas com lomos pela autora deste projeto durante o ano de 2014. Elas foram digitalizadas e passaram cada uma por um processo de edição de cor.

“Talkin' about my generation”.

The Who – My generation

Estudar fotografia nunca foi uma tarefa simples. Pelo fato de poder ser uma profissão e um meio de registrar a própria vida, ela é frequentemente considerada uma arte menor, e a sua pesquisa frequentemente pode cair no domínio do índice ou no tecnicismo. Criar fotografias não é um exercício de concepção que exige necessariamente um gênio criativo, aprende-se a técnica com certa facilidade e, com certo empenho, todos somos fotógrafos em potencial. O ato de se fotografar se tornou tão banal que uma experiência não é julgada completa se não houver uma fotografia e ela não for partilhada. O que seriam das férias sem fotos na praia? E os sábados à noite ou o boteco com os amigos? E quem, afinal, precisa de uma câmera analógica quando se tem uma câmera digital?

Nos últimos 20 anos, houve uma notável transformação das noções de espaço, criação e tempo na fotografia. A internet e o desenvolvimento tecnológico mudaram a relação com o tempo e o modo de produção da imagem. Essa relação não é unidimensional nem tecnocrata, Lemos (1999), por exemplo, afirma que a virtualização do mundo é parte de um processo de desmaterialização da natureza que fundamenta a civilização virtual. Já para Fatorelli (2013), a imagem fotográfica passa a ter o seu significado condicionado não mais para ser um objeto único, mas pelo seu modo de circulação e de atualização. Assim, a lomografia se configura como um fenômeno único cuja investigação cabe como parte da compreensão do espírito do tempo dos anos 2000.

A Lomografia é um movimento fotográfico que surge na virada dos anos 1980 para 1990. Ela é uma marca que vende câmeras analógicas de plástico as quais produzem imagens incertas, com diversos defeitos e possibilidades. Ela se torna muito popular nos anos 2000 e influencia muito a estética da fotografia digital do dispositivo móvel.

A escolha de um tema contemporâneo com um quê de passado faz parte da necessidade de se compreender o momento em que se vive e como ele se formou. Por fazer parte da geração Y – jovens nascidos na década de 1980 – eu pessoalmente acompanhei o desenvolvimento tecnológico e a reconfiguração de vários espaços midiáticos, como a televisão e o cinema. O meu interesse por fotografia inicia-se na graduação, mais especificamente após a disciplina de

Introdução à Fotografia, em 2006, na qual aprendi a trabalhar com a fotografia analógica. Já estando imersa nas tecnologias e nas redes digitais, aprender uma forma de criar fotografias menos automatizadas foi o início da construção de uma nova visão da fotografia tanto como artista quanto como pesquisadora. A Lomografia foi descoberta por mim em meio às diversas pesquisas *on-line* que fiz sobre fotografia analógica e em seguida, ou concomitantemente, ela se tornou muito popular entre vários amigos e colegas.

A Lomografia tem esse aspecto, a descoberta. Interessar-se por ela é se colocar à mercê de um mundo de experimentações e novas visualidades. Ela parece ter antecipado as ideias de fotografia móvel e do banal, reforçando a lógica do compartilhamento. Toma-se conhecimento do movimento por meio da internet, mas é necessário ter experiências reais para criar as imagens. As Lomos podem ser digitais, mas isto não significa que a origem da sua experiência seja digital, o processo torna-se indissociável da criação imagética.

Este trabalho propõe que as imagens analógicas partilhadas por meio das novas mídias sugerem uma nova leitura e interpretação da fotografia. O objetivo é estudar a produção de imagens contemporâneas no microcosmo do Lomo-rolê, um evento que ocorre em Brasília de frequência relativa. Ele é espontâneo e não tem relação direta com a Lomografia; nele, as pessoas se reúnem, fotografam e depois compartilham suas imagens. Este foi o grupo escolhido, pois ele propõe-se a pensar a Lomografia e a fotografia num aspecto global por meio do local. Para tanto, considerar-se-ão os elementos estético-sociais existentes no ambiente híbrido em que essas imagens circulam, onde coexistem o digital, o móvel e o global, tais como a dinâmica em rede, aspectos visuais da fotografia e relação do fotógrafo com a prática fotográfica.

A ubiquidade tecnológica da fotografia nos aparelhos digitais dá a impressão de que a fotografia se tornou uma ação contínua, não se limitando mais ao clique e à espera do famigerado momento decisivo. A fotografia digital assumiu a função de compartilhamento imediato e, sob uma visão utilitarista, transformou a fotografia analógica não somente em um desperdício, mas em um fetiche. Se se vive sob o regime das redes, por que utilizar câmeras analógicas? E mais, por que usar câmeras analógicas e toscas como as da Lomografia?

A dificuldade desta pesquisa se situou na indissociabilidade das imagens e experiências preconcebidas do conhecimento teórico. Só é possível fazer uma

análise da fotografia – em especial da experiência com a Lomografia – dentro de um contexto de criação no qual o sujeito e o processo são valorizados. Desta maneira, procurou-se desenvolver um texto em que não se tivesse uma visão da fotografia como uma representação do mundo, mas como parte de um complexo processo de criação.

Nesta pesquisa, ainda procura-se traçar um diálogo sobre a prevalência da imagem e o que ela significa no nosso tempo. No primeiro capítulo, expõe-se de forma detalha o que é a Lomografia e a sua história. No segundo capítulo, o percurso histórico de uma fotografia contaminada, com o objetivo de expor como ela foi trabalhada e expandida fora da noção de referente e índice do mundo.

O capítulo três dedica-se à metodologia. Devido à dificuldade de se trabalhar somente com uma ferramenta, foi utilizado um conjunto de técnicas que envolvem análise de imagem, entrevista e vivência do Lomo-rolê.

Adiante, fala-se sobre a experiência lomográfica. Faz-se uma interpretação dos dados recolhidos mediante a análise da marca Lomografia nos meios, a identidade dos lomógrafos através das respostas dos questionários e as próprias imagens lomográficas. É neste momento em que é realizada a interpretação dos resultados obtidos e as possíveis interpretações são produzidas. A proposta é observar os discursos representados.

No quinto e último capítulo, faz-se uma reflexão sobre os resultados obtidos, a natureza da fotografia correlacionada e uma possível estética da fotografia nos dias de hoje, para além da convergência tecnológica, destacando também o trânsito entre linguagens e a sua inserção no tecido social e cultural como uma experiência marcada pela reprodutibilidade técnica.

Considera-se que cada indivíduo cria a sua própria ficção por meio das imagens e que as novas tecnologias têm um grande papel na comunicação e compartilhamento destas imagens. A fotografia é um dos elementos mais difundidos e de maior uso para a criação desta ficção; desta maneira, esta pesquisa tentará entender como a fotografia contribui para compor o grande tecido imagético da nossa realidade.

1. A Lomografia: o futuro é analógico



“A anarquia é uma estética”.

Henri-Cartier Bresson

Antes de qualquer análise, é preciso apresentar a Lomografia. A partir do *website* oficial da marca e da publicação Lomo LC-A Big Book, pretende-se mostrar como a Lomografia foi inserida no cotidiano, a sua popularização, o seu percurso e as suas mudanças e adaptações ao longo dos anos. Esta apresentação servirá de base para mostrar a Lomografia enquanto produto e enquanto meio de expressão artística e visual.

Buscando a melhor compreensão e comunicação, define-se neste trabalho um vocabulário próprio da Lomografia:

- **Lomografia**: com letra maiúscula, é o movimento fotográfico e a marca;
- **Lomo**: designação que se dá aos diferentes tipos de câmeras da Lomografia e da imagem produzida por ela;
- **LOMO**: tudo em caixa alta, denota a fábrica;
- **Lomógrafo**: a pessoa que fotografa com a lomo;
- **Lomográfico**: adjetivação de algo ligado ao movimento, câmera ou imagem em geral.

O que é a Lomografia? Primeiramente, pode-se afirmar que ela é uma marca. No *website* oficial encontra-se que “a Lomografia é uma revista, uma loja e uma comunidade dedicada à fotografia analógica”.¹ Segundo o *site Wikipedia*, a Lomografia é “um movimento fotográfico que utiliza câmeras automáticas de baixo custo”.²

¹ Trad. livre de: “Lomography is a Magazine, a Shop, and a Community dedicated to analogue photography”.

² Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Lomografia>>. Acesso em: 26 de jan. 2014. Usou-se o Wikipedia porque é um *site* cujo conteúdo é produzido diretamente por usuários *on-line*, sendo assim uma maneira própria de entender o que se pensa sobre a Lomografia.

A Lomografia inicia-se em Praga, na República Tcheca, em 1991, quando dois jovens vienenses, Matthias Fiegl e Wolfgang Stranzinger (Fig. 1), de férias na cidade, descobrem a Lomo LC-A (Lomo Kompakt Automat) em uma loja de penhores. Intrigados e empolgados com aquela nova câmera, eles desenvolvem uma nova maneira de se fotografarem, a partir do quadril. Ao revelarem o filme, surpreenderam-se com as fotos e a sua estética: imagens com cores supersaturadas, desfocadas e com vinhetas. Observando a reação de amigos e familiares e percebendo o alcance criativo daquelas câmeras e as suas imagens, eles começam a encomendar mais Lomo LC-A e a revendê-las.



Figura 1 – Os estudantes austríacos Wolfgang Stranzinger (esquerda) e Matthias Fiegl (direita)
Fonte: <<http://goo.gl/rxOWKV>>.

Embora a Lomografia como é conhecida tenha começado no início da década de 1990, a fábrica russa LOMO PLC (*Leningradskoye Optiko Mechanicheskoye Obyedinenie* – União de Óptica Mecânica de Leningrado),³ originou-se muito antes com a fabricação de lentes e telescópios, em 1914,⁴ e existe até hoje.

A Lomo LC-A (Fig. 2) é a câmera responsável pelo princípio do movimento lomográfico, sendo que ela foi desenvolvida em 1982, em São Petersburgo, ato

³ Segundo Stoduto (2012): União de Óptica Mecânica de Leningrado.

⁴ Disponível em: <<http://www.lomopl.com/>>. Acesso em: 2 fev. 2014

ordenado pelo general Igor Petrowitsch Kornitzky, do Ministério da Indústria e da Defesa Soviético. O que o general encomendou foi uma câmera simples, barata e completamente automática, uma cópia da câmera japonesa Cosina CX-2. O *design* final da Lomo LC-A não ficou semelhante ao da câmera japonesa, pois a lomo tinha uma série de adaptações quanto ao corpo e ao tamanho para que pudesse ser mais barata. Seu corpo era composto de plástico e uma lente chamada Minitar 1, enquanto a Cosina CX-2 possuía um corpo mais robusto e resistente. Esta lente da lomo proporcionava a criação de imagens com cores levemente supersaturadas e com vinhetas. Após dois anos de testes, a Lomo LC-A foi produzida massivamente em 1984 e a sua fabricação seguiu até a queda da União Soviética. Até então, era possível encontrá-la em supermercados envolta por embalagens simples de papel. Não havia filme colorido e para se fotografar era comum utilizar filmes em preto e branco da marca *Orwo*. Muitas vezes, a revelação e a ampliação eram feitas em casa e, além de amadores, jornalistas também utilizaram a câmera.



Figura 2 – Câmera Lomo LC-A
Fonte: <<http://goo.gl/PI4YHZ>>.

Diante do crescimento do interesse nas lomos, os jovens fotógrafos fizeram uma parceria com a fábrica LOMO que lhes cedeu o direito de comercialização e distribuição da câmera. No verão de 1992, um ano depois daquela visita à loja de penhores, foram criadas as 10 regras de ouro e no dia 5 de novembro do mesmo ano foi publicado o “Manifesto da Lomografia”⁵ no Jornal de Viena.

As 10 regras de ouro:

1. Leve a sua Lomo onde você for.

⁵ Ver anexo 1.

2. Fotografe a qualquer hora do dia ou da noite.
3. A Lomografia não interfere na sua vida, ela é parte dela.
4. Aproxime-se o máximo possível do objeto a ser fotografado.
5. Não pense.
6. Seja rápido.
7. Você não precisa saber antes o que fotografou.
8. Nem depois.
9. Não fotografe com os olhos.
10. Não se preocupe com as regras.

Pouco tempo depois, ainda em 1992, foi criada a Sociedade Lomográfica Internacional (LSI), sendo a sua sede instituída em um prédio cedido pelo conselho da cidade de Viena. Na primeira exposição, foi feita pela primeira vez a *LomoWall* (Fig. 3), que consiste num mosaico composto pelas mais variadas lomos de diferentes lomógrafos em uma grande parede. Somente nesta exposição mais de 700 Lomo LC-A foram vendidas. A LSI tinha como objetivo reunir os lomógrafos e servir de base para divulgação da Lomografia, não servindo prioritariamente como uma loja.



Figura 3 – Exemplo de *LomoWall* em Manchester (2012)
 Fonte: <<http://goo.gl/GE5EGS>>

Em 1994, foi criado o primeiro *website* e também a primeira sede em outra cidade, Berlim. Esta sede e todas as outras que foram construídas nas diversas cidades do mundo passam a ser chamadas de embaixadas. Neste mesmo ano, exposições simultâneas com enormes *LomoWalls* foram realizadas em Nova Iorque e Moscou.

Em 2004, os artigos de venda se diversificaram e itens como camisetas e bolsas passaram a ser produzidos. A parceria dos jovens com a fábrica LOMO durou até 2005 quando ela parou de fabricar a Lomo LC-A e a produção foi transferida para a China, o que forçou a criação de um novo modelo, a Lomo LC-A+. Esta nova lomo foi lançada em 2006 e era a antiga câmera russa atualizada, com particularidades como dupla exposição e disparador para fotos noturnas de longa exposição, além de outros acessórios.

A partir de 2006, são fabricados vários novos modelos e filmes. Entre os produtos de destaque estão as câmeras com múltiplas objetivas, a *Action Sampler* (Fig. 4), a *Super Sampler* (Fig. 5) e a *Pop9* (Fig. 6). As duas primeiras câmeras produzem fotografias divididas em 4 quadros ou faixas de imagens que formam mosaicos feitos em um espaço de tempo. As câmeras têm quatro lentes; com o clique, o obturador alterna sequencialmente entre as lentes formando uma sequência de imagens em momentos muito próximos. Já a *Pop9* tem 9 objetivas. Enfatizam-se estas câmeras devido à sua relação com a estética da Pop Art e os quadros sequenciais de Andy Warhol, além de rememorem os experimentos com as fotos sequenciais de Eadweard Muybridge.



Figura 4 – Action Sampler
Fonte: <<http://goo.gl/n62kB>>.



Figura 5 – Super Sampler
Fonte: <<http://goo.gl/pNGK9q>>.

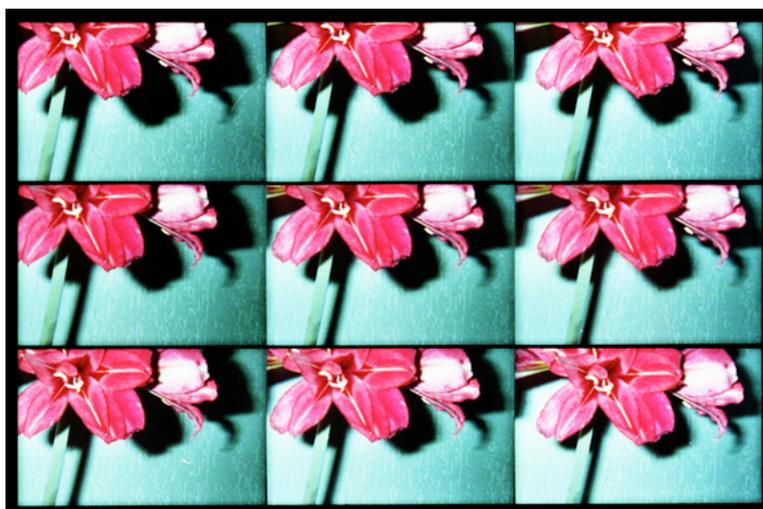


Figura 6 – Pop 9
Fonte: <<http://goo.gl/GpQS9Z>>.

Além destes modelos, há também a *Spinner 360*, que permite a captação de uma fotografia 360° em um filme 35 mm; também há filmes em *redscale*, tungstênio e preto e branco. Mais recentemente, foi lançada, por meio de *kickstarter*,⁶ a câmera instantânea *Lomo'Instant*, a qual além de possuir vários *designs*, apresenta um conjunto de lentes, modo automático, múltipla exposição, longa exposição e *flashes*

⁶ *Kickstarter* é uma iniciativa *on-line* de arrecadamento de dinheiro para projetos artísticos independentes. Cada projeto tem uma meta de dinheiro e as pessoas podem doar vários valores estipulados em troca de alguns presentes como a versão digital do disco ou o cartaz do filme, por exemplo. Se a meta não for cumprida, todos têm o seu dinheiro de volta; se ela for, o artista recebe o dinheiro e o *site* fica com uma porcentagem de 5% do valor arrecadado. Informação disponível em: <<https://www.kickstarter.com>>. Acesso em: 28 ago 2014.

coloridos. Além deste modelo, a Lomo também começa a flertar com o vídeo por meio do modelo *Lomokino*, uma filmadora 35 mm nos moldes da Super 8.

O *site* da Lomografia é composto por loja *on-line* – vários países como França e Estados Unidos possuem seu próprio comércio virtual –, linha do tempo com a história da Lomografia e como começar a usá-la, uma introdução à Lomo e *posts* sobre experimentações fotográficas. Destaca-se a série de *microsites* (Fig. 7) de cada câmera, de caráter mais experimental, focada na estética produzida por cada câmera e também as *LomoWalls* (Fig. 8) *on-line*, nas quais o lomógrafo pode criar a sua própria exposição virtual. Ainda há a possibilidade de ver fotos pela cor predominante, fotos de países específicos, cidades, horas, entre outros, baseado em identificação de palavras-chaves fornecidas pelo próprio usuário ao disponibilizar a foto *on-line* e um sistema de identificação do próprio *site*.

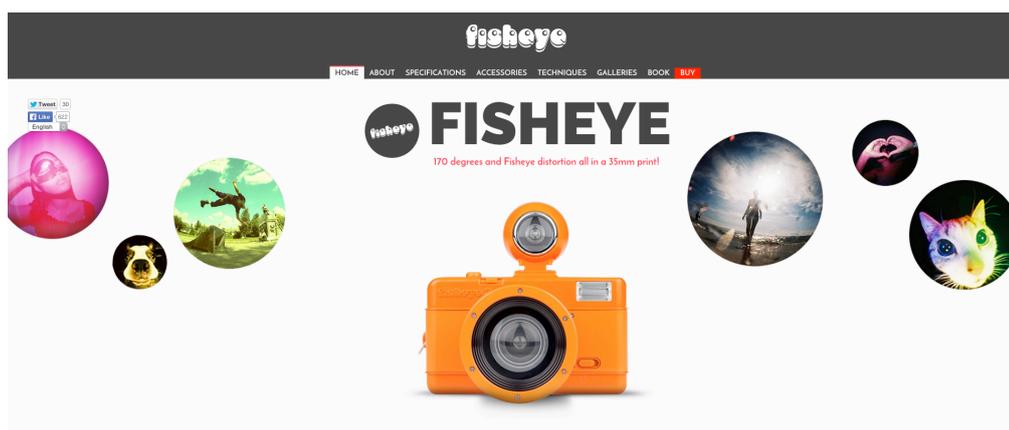


Figura 7– Microsite da câmera Fisheye
Fonte: <<http://goo.gl/t1rQOB>>.

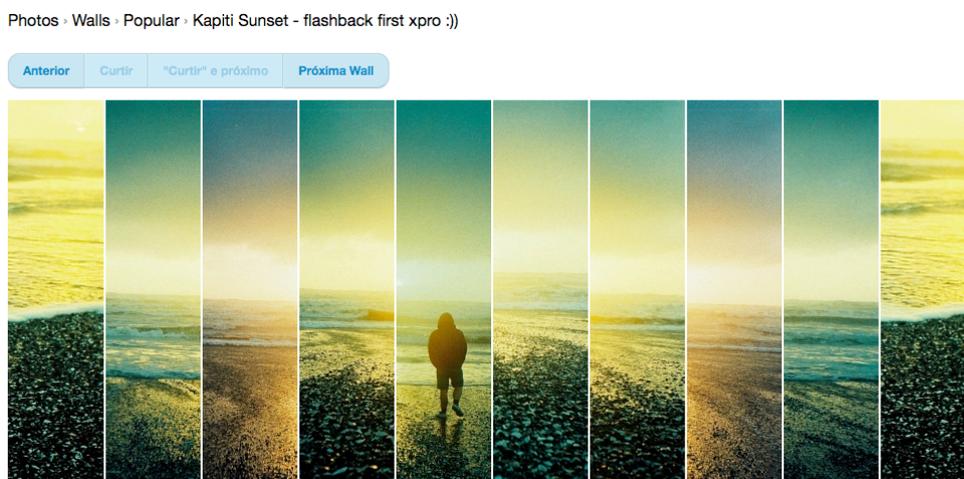


Figura 8 – LomoWall
Fonte: <<http://goo.gl/6nSgf8>>.

Hoje, mais de 150 modelos diferentes de câmeras já foram produzidos, mais de 12 milhões de fotos já foram compartilhadas na comunidade digital que consta no momento desta pesquisa com mais de 1 milhão de membros.⁷ Além de câmeras, vende-se filmes, bolsas, publicações, acessórios e camisetas. Há lojas em mais de 30 cidades no mundo inteiro, além do desdobramento de movimentos paralelos como o “Lomo-Rolê”⁸ em Brasília e o “LomoMatrix”⁹ em São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba. Constatam-se ainda diversos grupos de compartilhamento de imagem e discussão em outras redes sociais como nos sites *Flickr* e *Facebook*, além de a Lomografia mostrar-se tema de debate em diversos *blogs* sobre fotografia. Em uma pesquisa no *Google* do termo “lomografia”, registram-se aproximadamente 380 mil resultados.

Em 2006, a rede britânica British Broadcasting Corporation (BBC) produziu o documentário “*The Lomo Camera, Shoot from the Hip*”.¹⁰ Este documentário contém relatos dos criadores da LSI, conta a história da fábrica LOMO e demonstra como é a relação de alguns lomógrafos com as câmeras. Ele revela-se de extrema importância para compreender o contexto da popularização das câmeras e a sua origem. Há depoimentos dos criadores da Lomografia e também dos russos que dirigiam a fábrica russa LOMO.

Em um dos depoimentos, um embaixador da Lomo relata que uma das melhores experiências para se apreender como um lomógrafo é viajar, porque é quando se insere em um novo ambiente. Ele conta que quando foi ao Japão teve a oportunidade de ir a um mercado de peixes e teve experiências que antes ele não teria se não fosse motivado a fotografar. Em um momento, as pessoas não sabiam o que ele estava fazendo, pois ele não estava tirando fotos com a câmera no rosto, ele estava apontando e atirando. Criando uma situação real, ele possibilitou reações reais.

⁷ Informações fornecidas por e-mail pelo Cross Channel Marketing Manager da Lomography em 3 de fevereiro de 2014.

⁸ Ver capítulo 3.

⁹ Ver capítulo 4. Consiste em um evento no qual um grupo de pessoas se junta em uma roda para fotografar ao mesmo tempo uma situação que ocorre no meio da roda. Depois, monta-se um vídeo com as fotos dos diferentes fotógrafos, criando um efeito de 360° com a estética da Lomo. A inspiração vem do filme *Matrix* (1999) na cena em que o personagem principal, Neo, desvia-se das balas. Disponível em: <<http://goo.gl/T0RNJe>>. Acesso em: 15 jan 2014.

¹⁰ Disponível em: <<http://goo.gl/Tjz7tc>>. Acesso em: 3 fev 2014.



Figura 9 – *Still* do documentário

1.1. O Lomo-rolê e outros grupos

O Lomo-rolê é um evento que ocorre com certa frequência em Brasília desde 2012. Isabela Gomes fundou o evento depois de uma temporada no Rio de Janeiro, onde teve contato com a primeira loja da Lomography no Brasil. Ao voltar para Brasília, ela sentiu falta de um evento como os promovidos pela Lomography, que integrasse as pessoas as quais se interessassem pela Lomo, mas que não tinham equipamento ou pessoas que também se interessassem pela Lomografia e gostariam de se juntar com outras para fotografar.

Organizados pela rede social *Facebook*, os eventos contaram inicialmente com o apoio do Espaço F508 de Fotografia, situado em Brasília, local que também promove *workshops* de fotografias e serviços como impressões em *fine art*.¹¹ Além dos eventos, há a página no *Facebook* com 1.200 curtidas, com dicas de fotografia com foco em fotografia analógica e um grupo fechado de discussão com 190 membros, número que se modifica constantemente.

¹¹ Impressão *Fine Art* é a denominação generalizada que se dá às impressões que têm ênfase na longevidade, conservação e preservação de uma impressão. Utiliza-se impressoras, papéis e pigmentos com diferentes texturas e pigmentos que seguem padrões e normatizações específicas.



Figura 10 – Topo da página do Facebook do Lomo-rolê

A experiência da Lomo-rolê é simples. Após a divulgação do evento, manda-se um *e-mail* para a organizadora, que responde com especificações sobre local de encontro, horário e o valor referente ao gasto com os filmes. O encontro em si divide-se em duas partes. Na primeira, acontece uma apresentação à Lomografia, às câmeras e dos participantes entre si. Depois, todos escolhem uma câmera e um filme e saem para fotografar.

Durante a apresentação da Lomografia, antes da saída, é proposta uma experiência mais íntima e simples com a fotografia. Isabela fala sobre como a relação com a lomografia é diferente daquela com a fotografia digital; para ela, com a fotografia analógica, dá-se mais valor a cada clique. Há a valorização do ritual da fotografia, desde o clique até a revelação e a ampliação, passando também por uma relação de um certo vício, e a necessidade de se fotografar com a câmera analógica. Ela discorre sobre como, ao mesmo tempo, o ato fotográfico com Lomografia é diferente daquele com a fotografia analógica; incentiva-se o experimentalismo, o objeto fotografado em si não é tão importante, mas a imagem final e a experiência daquele momento, no caso o evento.

Foi possível perceber que ao mesmo tempo em que se fala sobre despreendimento de elementos próprios da educação formal da fotografia, como enquadramento e fotometria, incentiva-se a exploração da técnica. Durante a primeira parte do encontro, apresenta-se cada câmera a partir de sua especificidade técnica. É possível perceber que cada câmera tem uma linguagem e um método de criação específicos.



Figura 11 – Isabela Gomes apresentando cada câmera

A câmera *La Sardina*, um dos modelos lançados mais recentemente, tem uma lente grande angular com distâncias focais fixas e opção *bulb* para longas exposições. O seu *design* é inspirado por uma lata de sardinha. É possível fazer múltiplas e longas exposições. Essa configuração específica faz com que se tenha uma certa atenção ao fotografar, como o ajuste de foco.



Figura 12 – Câmera Holga 120

A câmera *Holga 120* (Fig. 12) é uma câmera feita com *flash* colorido embutido, lente de plástico com distâncias fixas e filme médio formato 120. A lente de plástico possibilita a criação de imagens com vinheta e frequentemente é possível produzir imagens com entrada de luz, uma vez que o fundo de plástico pode não ter sido encaixado da maneira correta.

Além do Lomo-rolê, é possível apontar o LomoMatrix como experiência de relevância. O LomoMatrix é um acontecimento no qual um grupo de fotógrafos se reúne e se dispõe em um círculo para fotografar uma ação que acontece no centro. Depois de reveladas e escaneadas, as imagens são montadas linearmente em um

vídeo. O resultado final é inspirado na cena do filme *Matrix* (1999), em que o personagem principal se desvia das balas. Esta cena foi elaborada por uma sequência de câmeras sincronizadas, mas com as características estéticas próprias da Lomo. No Brasil, o evento já foi realizado em Curitiba, Rio de Janeiro, Maceió, Natal, Campina Grande e João Pessoa.



Figura 13 – LomoMatrix em São Paulo
Fonte: <<http://vimeo.com/22535969>>.

Entre os *sites*, destaca-se o Lomogracinha,¹² o LomoBR,¹³ e Queimando o filme.¹⁴ No *Flickr*, há diversos grupos brasileiros, tais como: Lomografia Curitiba, Lomo BH, Lomo RJ, LomoBR, além de outros grupos focados em câmeras, como o “Holga 35 mm” e específicos em efeitos como o “Vigneting”.

¹² Disponível em: <<http://www.lomogracinha.com.br/>>. Acesso em: 12 jan 2014.

¹³ Disponível em: <<http://lomobr.com.br/>>. Acesso em: 12 jan 2014.

¹⁴ Disponível em: <<http://www.queimandofilme.com/>>. Acesso em: 12 jan 2014.

2. Fotografía híbrida



“You don't take a photograph, you make it”.

Ansel Adams

Propõe-se neste capítulo observar como a fotografia foi utilizada ao longo do tempo por meio de alguns exemplos de vanguardas artísticas e de fotógrafos contemporâneos e como este uso se modificou com a reconfiguração de espaços físicos, sociais, artísticos e tecnológicos. Assume-se neste texto que a fotografia nunca foi uma forma pura de se criar imagens e que a hibridização – aqui compreendida como um processo que une mais de um meio na construção de um objeto final – faz parte de sua natureza. Defende-se que a concepção de uma fotografia puramente indicial e sem interferências, perfeita cópia da realidade, é inadequada. Como Rouillé (2009) afirma, a subjetividade era mais ou menos valorizada dependendo da época, contextos e usos da fotografia, e o processo de mescla e de integração com outras mídias, como livros e jornais é presente desde a sua invenção. Com as mídias digitais, há a introdução da codificação digital que permite a qualquer tipo de dado em qualquer formato ser traduzido para uma mesma linguagem (SANTAELLA, 2003).

Desse modo, compreende-se a Lomografia como um fenômeno da contemporaneidade em um contexto onde as imagens têm seu aspecto híbrido cada vez mais naturalizado e desmistificado. Para se entender este hibridismo, neste capítulo será feita uma retrospectiva que visa olhar para algumas experiências criativas ao longo dos últimos anos e observar como a visão de uma fotografia supostamente pura e sem interferência sempre foi colocada em xeque. Não se pretende revisar ou analisar toda a história da fotografia, mas explicitar como as imagens fotográficas foram usadas no campo das artes e na sociedade, como a câmera fotográfica inseriu-se no cotidiano e a sua influência e como ela é consumida na nossa sociedade.

Termos como “iconicidade” e “indexicalidade” serão utilizados em alguns momentos. Aqui, eles referem-se aos conceitos de Pierce em que “indexicalidade” faz referência à relação direta ou real com o objeto sem possuir semelhança física evidente e “iconicidade” se imita o significado ou se assemelha ao que está sendo representado.

2.1. Fotografia contaminada

A figura do fotógrafo e a fotografia enquanto imagem e prática são permeadas pelas mais diversas concepções. Há um sem número de tipos de fotógrafos, há o fotógrafo artista, que usa a própria vida como matéria de criação, passando pelo fotógrafo jornalista, muitas vezes colocado como o herói que vivencia uma situação, pelo fotógrafo publicitário, o qual sequer dispara a câmera, até o fotógrafo do cotidiano, que tira foto do quadro negro com preguiça de escrever no caderno a matéria. A mitologia do criador de imagens fotográficas e a sua relação com a realidade ainda é matéria de discussão nos dias de hoje. Há algo de mágico em ser capaz de capturar momentos, de se sacrificar enquanto se faz o seu ofício, utilizá-lo para a denúncia social ou para exorcizar os próprios demônios. Ou simplesmente em se fotografar para guardar momentos de sua própria vida. A fotografia tornou-se parte da vida cotidiana e não ter um dispositivo fotográfico é impensável nos dias de hoje.

O fotógrafo inicia a sua jornada na história bem antes do anúncio da invenção por Daguerre em 1829. O surgimento da fotografia dependeu de vários fatores além dos técnicos e científicos, ele é resultante essencialmente da emergência de novos modelos de subjetivação socialmente compartilhados (FATORELLI, 2005). Entre Louis Daguerre, Nicéphore Niépce, William Henry Fox-Talbot e Hercule Florence, há em comum um tipo de conhecimento tecnológico que já havia sido desenvolvido anos antes com a câmera obscura. A invenção propriamente dita da fotografia como hoje se conhece provém de um “entroncamento de duas séries de conhecimentos e de dispositivos seculares: de um lado, a câmara escura, o óptico; do outro, a sensibilidade à luz de certas substâncias” (ROUILLÉ, 2009, p. 33-34).

A fotografia é, antes de qualquer outra coisa, o resultado da aplicação técnica de conceitos científicos acumulados ao longo de pelo menos cinco séculos de pesquisas nos campos da ótica, da mecânica e da química, bem como também da evolução do cálculo matemático e do instrumental para operacionalizá-lo (MACHADO, 2000, p. 5).

Quando a fotografia foi oficialmente apresentada à sociedade, houve uma profunda mudança tanto na visão do papel do artista quanto na concepção que se tinha da arte (FREUND, 2010). Esta mudança se deu no papel da visão na arte, no papel do observador e nas concepções de tempo e de espaço (FATORELLI, 2013).

Ao mesmo tempo em que contribuiu para a abertura de portas para novas poéticas dentro da arte, a fotografia foi excluída da mesma, sendo muitas vezes vista como uma técnica para produzi-la e não como o objeto de arte em si. Por ser considerada uma técnica capaz de reproduzir a realidade, o próprio discurso da exatidão, do registro “volta-se contra ela quando tenta ser aceita no panteão artístico” (FABRIS, 1998, p. 175). As discussões sobre as possibilidades artísticas da fotografia são tão presentes quanto o seu uso por seu aspecto indicial.

Alfred Stieglitz, influenciado por sua passagem pela Inglaterra onde interagiu com mestres do pictorialismo, publica, em 1903, a revista *Camera Work*, a qual prezava por obras que dessem “evidências de individualidade e valor artístico” (STIEGLITZ apud FABRIS, 2011, p. 54). Com imagens inicialmente impressas em *half-tone*¹⁵ e posteriormente em fotogravura, o editorial de Stieglitz não pregava uma subordinação da fotografia às Belas-Artes, mas sim a sua defesa como meio de expressão individual.

A *Camera Work* influenciou não somente a produção fotográfica, mas as artes de modo geral. Tendo o movimento pictorialista como um dos focos na revista, os artistas tentavam aproximar a fotografia à tradição da pintura por meio de recursos como a suavização da foto, marcado pela pintura impressionista. Uma vez que a fotografia era entendida como o resultado de operações técnicas, esta aproximação visual com a pintura seria o que a aproximaria da arte. Além de Alfred Stieglitz, o fundador e editor da revista, fotógrafos como Gertrude Kaesebier e Edward Steichen participaram de edições da revista.

Poivert (2008) evidencia que o pictorialismo enquanto movimento artístico foi um fracasso na França, servindo a um só objetivo: “fazer da fotografia uma arte de interpretação, separá-la de uma história propriamente mimética e fazê-la reencontrar uma história da modernidade, apoiando-se sobre o naturalismo.” (p. 6).

Derivados destas novas modalidades de criação, a *Straight Photography*,¹⁶ ou fotografia pura, prezava pela objetividade e a concepção formal da imagem. Este movimento americano tem Edward West como um de seus expositores. Em um

¹⁵ Técnica de impressão semelhante ao pontilhismo, as imagens eram impressas em pontos com diversos tons e variações de formas que, por meio da aproximação de um ao outro, causava a ilusão de uma imagem em tom contínuo quando vista de longe.

¹⁶ *Straight photography* é um conceito que surgiu na primeira década do século XX para designar as obras fotográficas as quais privilegiavam a investigação estética das qualidades próprias da fotografia, recusando o modelo pictorialista que era considerado centrado na técnica.

artigo chamado *Seeing Photographically*,¹⁷ ele expõe que a função do fotógrafo é ver fotograficamente e criar imagens baseadas na linguagem da própria fotografia, com ângulos, profundidade de campo e outros recursos os quais a câmera proporciona. A natureza da imagem reside na precisão e o fotógrafo ainda vê na manipulação uma maneira de destruir a identidade da fotografia.

As vanguardas europeias como o cubismo, surrealismo, construtivismo soviético e a Bauhaus incorporaram a fotografia como uma forma plena de expressão artística, utilizando-a para além do seu caráter científico e de registro, mesmo que o caráter indicial da fotografia ainda possa parecer ter sido muito preponderante.

Na obra de Marcel Duchamp assim como na fotografia, há uma marca ou sinal de que algo esteve ali. Apesar de Duchamp não ser fotógrafo, Dubois considera a obra dele fotográfica, pois nela há traços fotográficos, como a lógica do índice, do ato e do traço. A prática do associacionismo, como a colagem, montagem, metáfora, utilizava a fotografia como um “um dado icônico bruto, manipulável como qualquer outra substância concreta (recortável, combinável etc.)” (DUBOIS, 2010, p. 268).

No trabalho de Man Ray, a questão da indexicalidade da imagem fotográfica é utilizada como o equivalente visual à associação-livre e outros métodos de ilusão de controle racional da mente praticados pelos surrealistas. Neste sentido, o referente é o que provoca a criação da imagem. Man Ray desenvolveu a técnica *Rayography*, que consistia em fotografias sem câmeras, e trabalhava com a solarização.¹⁸ Ele afirmava que ele fotografava seus sonhos (MAN RAY, apud SCHWARZ, 1977, p. 232), evidenciando a capacidade criativa da fotografia.

¹⁷ Disponível em: <<http://goo.gl/EGYQvT>>.

¹⁸ Técnica que consiste na inversão de valores tonais de algumas áreas da imagem fotográfica por meio da rápida exposição à luz da imagem durante seu processamento. Disponível em: <<http://goo.gl/UIVfuP>>. Acesso em: 8 ago 2014.



Figura 14 – Man Ray, *Champs délicieux* n° 8, 1922
Fonte: <<http://goo.gl/CjPs2V>>.

Outro movimento em que se exploravam as possibilidades desconhecidas da fotografia do mesmo período, na Europa, é a Nova Visão. Um de seus expositores era o artista húngaro Lászlo Moholy-Nagy, o qual nele buscava a fotografia como um ato criador não só com a seleção do que vai ser reproduzido, mas também pelo uso dos artifícios da própria fotografia. Para ele, a fotografia era um meio de instaurar um novo modo de ver e não consistia somente no suporte, mas em uma ação; além do mais, as imagens fotográficas surgem a partir de uma experimentação com o movimento e a luz. A imagem não é o resultado, mas a matéria e o objeto da investigação.

Moholy-Nagy era um artista múltiplo e trabalhava não somente com fotografia, mas com pintura, escultura, cinema e *design*. Sua obra fotográfica trazia influências dessas outras práticas e era baseada no que ele denominava de contraposição oblíqua, de cima ou de baixo, suprimindo as referências ortogonais, causando a estranheza de uma imagem sem ancoragem na realidade. Suas imagens incorporam ideias em vez de ilustrá-las. A câmera e as suas possibilidades técnicas

eram a sua própria linguagem, a sua capacidade de registro da realidade era um instrumento fantástico (O'NEILL, 2009).

Moholy-Nagy criou o seu próprio estilo de colagem, o que ele denominou de *photoplastiks*. Diferente das fotomontagens, que eram criadas com sobreposição de elementos decompostos em unidades, as *photoplastiks* organizam fotografias em um novo sistema espacial, dando à fotografia um aspecto mais vivo e relativo às concepções de espaço.

Moholy-Nagy também contribuiu para o surgimento da “Nova objetividade”, a qual ia de encontro ao pictorialismo. Neste movimento, há aceitação das técnicas e instrumentos da fotografia, onde estaria a sua riqueza. Ao contrário do pictorialismo, que associava valor artístico ao desfocado – o *floou* – com a “Nova Objetividade”, a nitidez é o que traz pureza à imagem (HORN, 2012).

A maneira de ver da Nova Objetividade é caracterizada por uma desvalorização radical do olho, em benefício da objetiva; enquanto que os pictorialistas queriam se libertar o mais (sic) possível da objetiva fotográfica (HORN, 2012, p. 36-37).

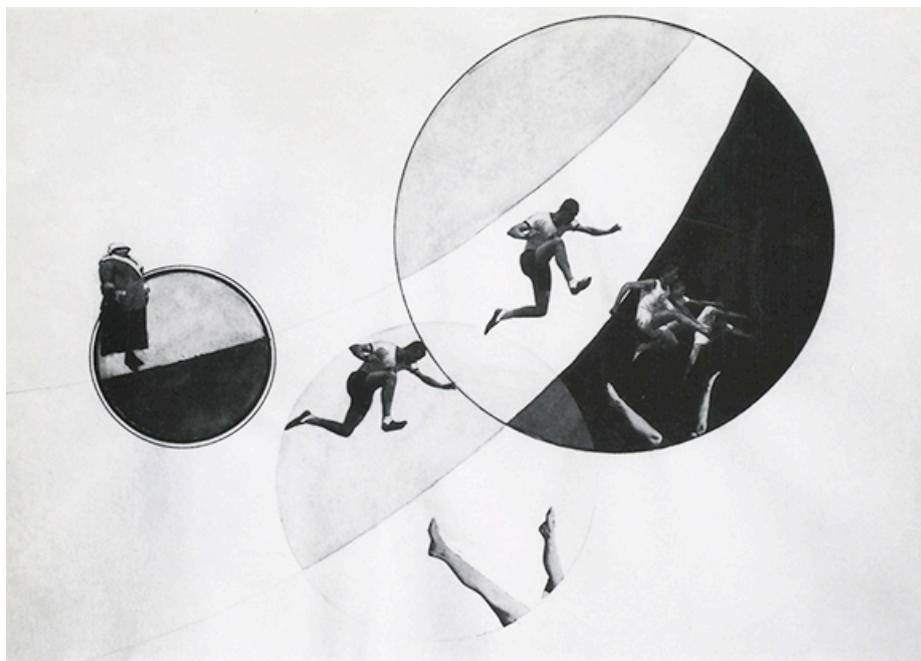


Figura 15 – László Moholy-Nagy, *Sport Macht Appetit*, 1927
Fonte: <<http://moholy-nagy.org/art/photoplastics/>>.

Segundo Costa e Rodrigues (1996), a fotografia no Brasil pode ser dividida em três períodos: a fase dos pioneiros, que tem como característica o abandono dos processos pictoriais, negando o caráter documental da fotografia; a fase da Escola

Paulista, que tinha como característica a quebra de regras clássicas de composição, uso corrente do claro-escuro radical e tendência à geometrização dos motivos, além de realizarem experimentos sem câmeras: o fotograma; por último, os autores identificam uma fase de diluição da experiência moderna, com muita influência do fotojornalismo de revista. Neste último momento, há a retomada do figurativismo e a busca pela academização da linguagem moderna. “A técnica que era um meio para o artista moderno transformar a realidade da imagem, volta, sintomaticamente, como no pictorialismo, a definir a essência da prática artística” (COSTA; RODRIGUES, 1996, p. 80).

Entre os fotógrafos brasileiros, destaca-se Geraldo de Barros. Em sua obra fotográfica, buscam-se resultados imagéticos por meio de manipulações e diferentes técnicas de captação, revelação e retoque. A célebre exposição *Fotoformas* (1952), além de ter sido a primeira exposição individual de fotografias no Museu de Arte Moderna (MAM) de São Paulo (LIMA, 2006), foi pioneira nas investigações artísticas com fotografia. Alinhando a geometria e os desenhos livres, Geraldo de Barros conseguiu se afastar da lógica indicial da fotografia e produzir obras que se aproximam da abstração. Barros era um fotógrafo experimental e trabalhava com elementos do acaso, motivo pelo qual ele não recebeu tanto destaque pela crítica da época, atrelada à *straight photography* (*idem*).

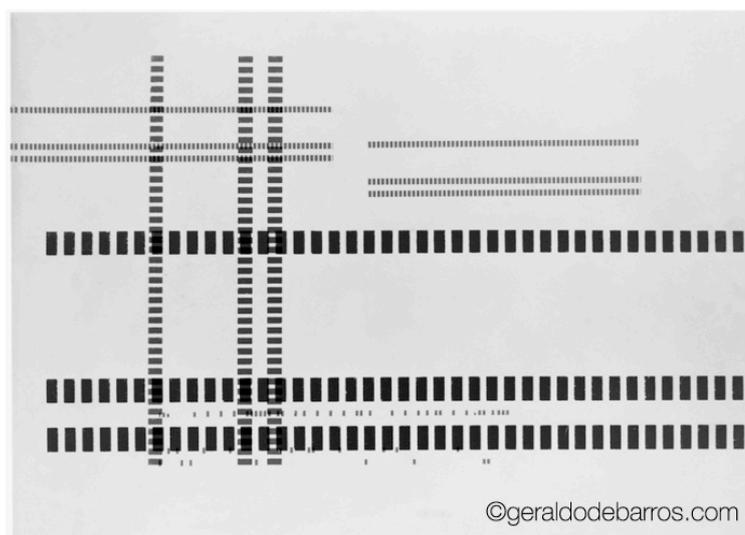


Figura 16 – Geraldo de Barros, *Fotoformas*
Fonte: <<http://goo.gl/b3x3Uh>>.

Os movimentos de vanguarda prepararam o terreno para a construção de uma fotografia artística e de uma arte mais fotográfica. A narrativa na fotografia

adquire uma nova dimensão nos anos 1960. Segundo Danto (2006), foi a partir da *Pop Art* que se torna claro que não era mais possível compreender a diferença entre realidade e arte em termos puramente visuais. Os artistas deste movimento colocaram em xeque o estatuto tradicional da obra de arte, abrindo um campo artístico no qual a originalidade – culto à individualidade do artista ou a mística do gênio criador – e o princípio de originalidade de obra, características modernistas, são minados e substituídos.

No filme *Blow up (Depois daquele beijo, 1966)* de Michelangelo Antonioni, o protagonista é um fotógrafo que se situa entre o mundo fictício da moda e o mundo real. Antonioni transforma o espectador em testemunha de um assassinato e no final o espectador fica com o som de uma bolinha inexistente. O simbolismo da narrativa fotográfica se evidencia. Anos mais tarde, no filme *Amnésia (2001)*, o protagonista sem memória utiliza fotografias instantâneas para tentar compreender a sua situação apresentada em uma narrativa fragmentada sem linearidade. O espectador é jogado no olho do furacão e é questionado sobre a fugacidade e a fragilidade das memórias imagéticas.

Com a aparição de técnicas eletrônicas de comunicação e a informática, no final dos anos 1960, o olhar dos artistas se volta também para a cibernética. Impõe-se uma descentralização radical do homem a fim de fazer uma oposição entre a natureza e o artificial, que ainda tem um certo humanismo (COUCHOT, 1998). As novas tecnologias iniciam uma espécie de relação simbiótica entre o autor e o público.

Além da utilização das novas tecnologias na criação fotográfica, a fotografia passa a ser frequentemente colocada a serviço da *performance* e na investigação de si em obras de artistas como o Chris Burden, Ana Mendieta, entre outros (CAMPANY, 2003). Segundo Dubois (2010), estas modalidades artísticas trabalhavam com a ideia de fixação de tempo e com a lógica do índice. A fotografia era usada como instrumento e depois integrada à obra, que seguia a lógica do traço, impressão, marca. A fotografia serve à *performance* de diversas maneiras, seja para registrar um momento de desaparecimento, seja compondo uma narrativa ou reenquadrando uma *performance* para melhor compreensão.

A artista Sophie Calle utiliza a fotografia em conjunto com texto para explorar as fronteiras de ficções da própria vida. A fotografia é um meio de expressão da *performance*, em que o processo em si, ou o projeto artístico, é performático. Em

seu projeto “The Hotel”,¹⁹ Calle é empregada como camareira por três semanas em um hotel. Enquanto ela arrumava os quartos, ela fotografava os pertences dos hóspedes; então, há imagens de brinquedos, sapatos, roupas. Calle também escreve pequenos contos sobre os desconhecidos, criando uma ficção própria.

A cubana Ana Mendieta, além de ter realizado diversos filmes, utilizava a fotografia para registrar as suas *performances*. Em sua série *Silhuetas* (1973- 1977) (Fig. 17), a artista dissolve a fronteira entre a vida e a arte, utilizando a imagem do próprio corpo como uma espécie de matriz que deixa a impressão que depois é fotografada.²⁰ Enquanto a *performance* em si aconteceu durante um espaço de tempo específico, o seu rastro – em alguns momentos este rastro é literal – permanece na fotografia.

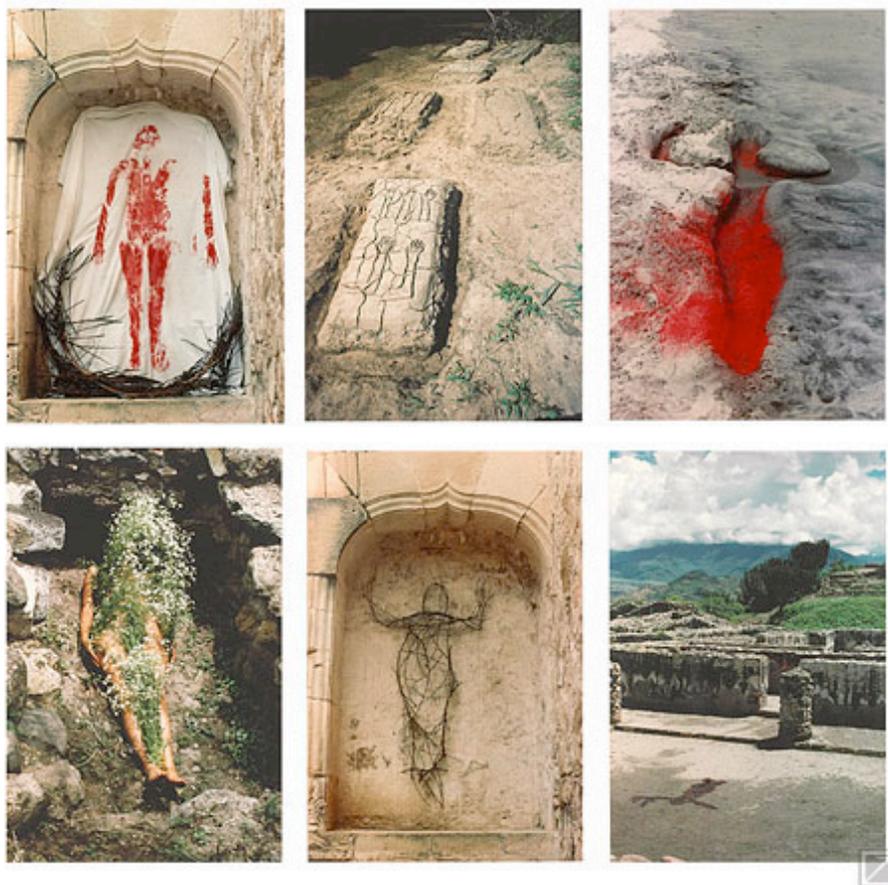


Figura 17 – Ana Mendieta, *Silhouette Series* (1973-1977).
Fonte: <<http://goo.gl/kXSqp2>>.

¹⁹ Disponível em: <<http://goo.gl/ev7qHi>>. Acesso em: 25 ago 2014.

²⁰ A dissertação de Rochefort (2010) faz um estudo sobre o corpo como corpo-matriz, corpo-acontecimento e corpo-impressão.

Na *performance* e nos *happenings*,²¹ a fotografia pode ter um caráter redundante e amplificador. Os artistas, utilizando esta possibilidade de expressão, buscaram criar uma fotografia dessacralizada à condição de objeto, com jogos de combinações simbólicas, fios de analogia, comparação e acoplagem de ideias (DUBOIS, 2010).

Machado (2000) afirma que, depois de um século de restrições, a fotografia finalmente começa a se emancipar. Este rearranjo da fotografia é o que Andreas Müller-Pohle, fotógrafo, crítico e editor da revista *European Photography*, denominou de “fotografia expandida”, que segundo Machado (2000) designa

a nova atitude emergente com relação a esse meio. Para Müller-Pohle, a fotografia hoje pressupõe uma gama praticamente infinita de possibilidades de intervenção, tanto no plano da produção (pode-se interferir no objeto a ser fotografado, nos meios técnicos para fotografar, como ainda na própria imagem fixada no negativo), quanto nos planos da circulação e consumo social de fotografias (MACHADO, 2000, p. 8).

A famosa série *Movie Stills* de Cindy Sherman (Fig. 18) pode ser citada como exemplo de fotografia expandida. Ao não chamar suas imagens de fotografia, a fotógrafa trabalha com a hibridização no campo do significado. Machado (2002) afirma que ao se colocar em frente à câmera e tornar-se o objeto de suas imagens, ela cria uma situação em que o próprio ato fotográfico é posto em xeque. Segundo o autor, “para Sherman, fotografar consiste menos em apontar a câmera para alguma coisa preexistente e fixar a sua imagem na película, do que em criar cenários e situações imaginárias para oferecer à câmera, como acontece no cinema” (p. 8). Opondo-se ao mito da singularidade do artista, Sherman assume várias personalidades femininas da cultura de massa, demonstrando grande versatilidade e complexidade na construção do eu.

²¹ *Happenings* são acontecimentos artísticos que envolvem a espontaneidade e/ou a improvisação do artista, realizado em lugar público. Disponível em: <<http://goo.gl/x0tcKk>>. Acesso em: 27 jul 2014.



Figura 18 – Cindy Sherman, *Untitled Film Still #58*.
Fonte: <<http://www.cindysherman.com>>.

O artista americano Jeff Wall (Fig. 19) cria em 1986 a fotografia *Dead Troops*. Nesta obra, é simulada por meio da manipulação digital uma cena de guerra onde há várias ações ocorrendo simultaneamente, que foram fotografadas em momentos diferentes. O fotógrafo flerta com a visão cinematográfica de guerra, em que o movimento, a preparação e a produção para a imagem fazem parte do processo. A colagem digital de Wall preza pela unicidade, buscando uma imagem sem recortes aparentes. O enquadramento clássico remete aos quadros renascentistas, demonstrando as inúmeras referências do fotógrafo.



Figura 19 – Jeff Wall, *Dead troops talk*, 1986.
Fonte: <<http://goo.gl/qbVXvz>>.

Dessa maneira, é possível observar que o hibridismo e a intertextualidade são características comuns à fotografia, que é constantemente explorada pelos artistas desde o início de sua história, seja na concepção da imagem fotográfica em sua apresentação em diversas mídias, como jornais e revistas, como pela sua apropriação no meio artístico, seja nas possibilidades de integração tecnológica.

Machado afirma que “no tempo da manipulação digital das imagens, a fotografia não difere mais da pintura, não está mais isenta de subjetividade e não pode atestar mais a existência de coisa alguma” (2005, p. 312). Segundo o autor, com as novas tecnologias que permitem a simulação e a digitalização fotográfica não é mais possível ter certeza da natureza indicial da fotografia. No entanto, percebe-se que esta suposta natureza indicial é um conceito o qual os próprios artistas questionaram com o tempo. Desde as colagens da Bauhaus e do Dadaísmo às fotografias de moda dos dias de hoje, essa natureza passa por processos de interferência tanto na capturação quanto em sua reprodução.

Assim, percebe-se que, mais do que novas tecnologias e novas mídias, há o desenvolvimento de novas poéticas e uma reconfiguração de espaços discursivos e de narrativas que compõem a contemporaneidade.

2.2. Fotografia digital

Em 1956, Russel A. Kirsch, do *National Bureau of Standards*, digitaliza pela primeira vez uma imagem. Anos depois, em 1963, é inventado uma *videodisk camera*, uma tecnologia de captura de imagem considerada precursora da fotografia digital. No mesmo ano, câmeras em uma nave espacial da NASA transmitem imagens eletrônicas de Marte. O primeiro protótipo da câmera sem filme foi criado pela Kodak em 1975 e, em 1981, a Sony desenvolve a câmera Mavica, que foi um marco, pois era a primeira versão de câmeras eletrônicas para consumo. Em 1990, a primeira câmera digital para consumo oficialmente chega ao mercado: é a Dycam Model 1, que grava em preto e branco e tem a resolução de menos de 1 megapixel. No mesmo ano, também chega ao mercado o *software* de edição de imagens Adobe Photoshop. Segue-se o desenvolvimento dos aparelhos fotográficos, dos computadores e de outros aparelhos digitais; em 2003, a Nikon e Canon atribuem 80% das suas vendas às câmeras digitais, apontando uma caída drástica na venda de filmes.

A câmera digital diferencia-se fisicamente da fotografia analógica por ter a captação de imagens feita por uma matriz fotodetectora, modos de cor pré-determinados e acoplamento direto ou indireto a estações digitais como o computador. A câmera analógica tem a sua base na química e a imagem se forma no negativo (VICENTE, 2005).

A partir dos anos 2000, houve um decréscimo considerável da produção de imagens em câmeras analógicas em comparação aos anos anteriores, sendo que estas imagens representam cada vez mais um número menor no total de imagens criadas no mundo.²² O interesse por esse novo tipo de fotografia poderia ser somente mais uma consequência da acelerada informatização que o mundo estava passando se não fossem as mudanças estéticas que esta nova técnica propicia. A câmera digital e todos os diversos métodos digitais de criação de imagem que se tornaram disponíveis para o consumo neste período criam uma nova maneira de se pensar e criar as imagens. Este novo modo de operar não parte do pressuposto da preexistência do objeto representado, mas da reconstrução do real e de seu deslocamento para uma mídia virtual.

²² Disponível em: <<http://goo.gl/K3JhY>>. Acesso em: 18 jul 2014.

A câmera digital já vem com uma série de processos automatizados. Generalizando, pode-se afirmar que para o cidadão comum, ela é uma estrutura facilitadora que permite o consumo e a produção de fotografias em escala muito maior, uma vez que as limitações de armazenamento se modificam; para o fotógrafo amador, a câmera digital é um leque de oportunidades para a experimentação de resultados imediatos; para o fotógrafo profissional, menos erros, mais edições.

Porém, o automatismo pode ser considerado problemático. Autores como Rouillé (2009) avaliam que a câmera digital mudou a natureza da imagem, pois “primeiro vendem a máquina digital com um *software* de tratamento de imagem” (p. 27). Este *software* é o que possibilita a captação das imagens fotográficas numéricas, cujo processo torna-se parte da estética final da imagem.

A fotografia digital corrobora com um movimento maior que acontece na sociedade informatizada, o “processo implacável de ‘pixelização’ (conversão em informação eletrônica) e de informatização de todos os sistemas de expressão, de todos os meios de comunicação do homem contemporâneo” (MACHADO, 2005, p. 311). A imagem eletrônica é elástica e manipulável e tornou-se banalizada com os meios digitais. Valle (2012), em sua dissertação de mestrado, aponta que a imagem digital pode ser feita por meio da digitalização de imagens preexistentes, por meio de uma câmera fotográfica digital ou de *softwares* específicos.

O que faz, portanto, um verdadeiro criador, em vez de simplesmente submeter-se às determinações do aparato técnico, é subverter continuamente a função da máquina ou do programa de que ele se utiliza, é manejá-los no sentido contrário de sua produtividade programada. Talvez até se possa dizer que um dos papéis mais importantes da arte numa sociedade tecnocrática seja justamente a recusa sistemática de submeter-se à lógica dos instrumentos de trabalho, ou de cumprir o projeto industrial das máquinas semióticas, reinventando, em contrapartida, as suas funções e finalidades. Longe de deixar-se escravizar por uma norma, por um modo estandardizado de comunicar, obras realmente fundantes na verdade reinventam a maneira de se apropriar de uma tecnologia (MACHADO, 2002, p.5).

A fotografia digital, assim como a internet, é fruto do desenvolvimento científico, cujo objetivo era contribuir para pesquisa científica. A fotografia sobrevive a todas as mudanças tecnológicas. Isto porque ela se adapta e é incorporada pelas novas estéticas digitais que têm como característica a “absorção e a hibridização

das estéticas tecnológicas anteriores” (Santaella, 2008, p. 40). O computador é um meio que simula todas as mídias e a partir da fotografia numérica possibilita a transformação da imagem “real” em binária, seja ela por meio da digitalização seja da própria fotografia digital.

Fotógrafos profissionais de moda, de propaganda e do mercado editorial são exemplos de profissionais e áreas que se favoreceram com a expansão da fotografia digital e com a digitalização em geral dos processos produtivos. As mudanças técnicas foram significativas tanto na velocidade da produção fotográfica quanto na possibilidade de interferência na imagem. De câmeras analógicas de médio e grande formato,²³ passou-se a utilizar câmeras digitais com as mais diversas capacidades de capturação de imagem. Os computadores portáteis contribuíram para o aumento da capacidade de produção e armazenagem, além da integração de *softwares* de pós-produção como o *Adobe Photoshop* entre outros.

Se por um lado a fotografia digital abre vários caminhos, por outro lado, ela traz à tona antigas questões como a ética na propaganda e suas imagens editadas e no fotojornalismo. No Brasil, o código de ética²⁴ indica que o jornalista deve rejeitar alterações que deturpem a realidade e recomenda a não utilização de imagens capturadas em situações consideradas inadequadas. Ao mesmo tempo em que novas portas se abriam, o estilo de vida luxuoso dos fotógrafos, que chegavam a disparar mais de 27 mil fotos em uma reportagem e ficavam hospedados em hotéis de luxo, passou ao que Fontcuberta (2014) chama de “darwinismo tecnológico”, em que “a velocidade prevalece sobre o instante decisivo, a rapidez sobre o refinamento” (p. 118). Esta urgência é o que ele denomina ainda como a síndrome de *Hong Kong*. O mesmo autor, em outro momento (2013) nos atenta que “a fotografia, analógica ou digital, simplesmente vive à custa do espaço discursivo em que está incorporada” (p. 135).

Portanto, a fotografia digital insere-se na vida cotidiana e profissional em paralelo aos computadores pessoais e o ciberespaço. Ao mesmo tempo em que se observa uma grande inserção de objetos tecnológicos no cotidiano, há o barateamento e a popularização das câmeras digitais. Esta banalização, em

²³ Câmeras de médio formato produzem imagens desde 4,5 x 6 cm até 6 x 9 cm. Câmeras de grande formato trabalham com filmes em chapas de 4 x 5”, 5 x 7”, 8 x 10”.

²⁴ Disponível em: <<http://goo.gl/G5tkav>>.

conjunto com o crescimento do ciberespaço, cria um *Big Data*²⁵ de fotografias. Gouveia e Carreira (2013) evidenciam a necessidade de se analisar mais profundamente o fluxo de imagens *on-line*, além da possibilidade de se fazer uma cartografia da rede a partir da análise da *Big Data*.

2.2.1. Fazendo uma imagem digital

É preciso reservar alguns parágrafos para a especificação técnica sobre o funcionamento do processo de captação de imagens numa câmara digital.

Existem duas maneiras de criar uma imagem digital: a partir da captura do reflexo da luz dos objetos e no computador através de uma modelização. Entre o real e o digital, está uma operação computacional matemática. Na lógica figurativa, a representação ótica precede a simulação, que se entende como a transformação de informação analógica – representado ondas contínuas – em digital – *bits*, representados por 0 e 1. Com a simulação, instaura-se uma nova ordem visual que rompe com as técnicas tradicionais da imagem (COUCHOT, 1998) característicos do período pré-fotográfico, como veremos no próximo tópico.

A digitalização ou numerização da imagem consiste na transformação da imagem registrada no aparato físico em imagem digital. O aparelho digitalizador emite uma luz que é refletida pelo aparato físico o qual contém a imagem. Esta luz é absorvida por um sensor que informa, por meio de código binário,²⁶ quanta luz foi recebida em cada ponto da imagem. Essa informação é armazenada e vira a imagem digitalizada, em *pixels*.²⁷

Manovich (2001) descreve que a digitalização consiste em um processo de 2 passos: amostragem (*sampling*) e quantização (*quantization*). Ele considera que os dados originais são contínuos, isto é, os eixos de medida não possuem unidades de separação aparente. O que a digitalização faz é transformar este dado contínuo em

²⁵ *Big Data* pode ser definido como o volume, variedade, velocidade e valor do conteúdo produzido *on-line*. Segundo Gouveia e Carreira (2013), o termo *Big Data* “designa um grande volume de dados que requer não somente tecnologias determinadas (como dispositivos com maior capacidade de processamento e armazenamento, *softwares* de extração e visualização etc.), mas também métodos e profissionais especializados” (p. 3).

²⁶ Código binário: é possível criar códigos ou protocolos que permitam que se possa armazenar tanto textos, imagens, sons como números. Por exemplo, A = 1, B = 2, ..., Z = 26, a = 27, b = 28 e assim por diante. Além disso, pode-se escrever qualquer número com dois dígitos, no caso da informática 0 e 1.

²⁷ Sigla de *Picture Element*.

unidade discreta, o *pixel*, que é quantizado, ou seja, para cada amostra é designado um valor numérico. Quanto maior é a frequência da amostragem, maior a resolução.

Segundo Santaella (2005), existem 3 princípios da digitalização da fotografia: i) os tons e as cores representados originalmente por grãos são transformados e divididos em *pixels*; ii) para cada área há um número correspondente ao brilho em uma escala de cinza ou das três cores primárias: azul, vermelho, verde; iii) é possível simular o grão original e as mudanças na resolução; definição e contraste podem ser feitos por meio de mudanças no valor dos *pixels*.

A câmera digital possui sensores eletrônicos²⁸ que registram a luz, transformam-na em *pixels* e a armazenam em um dispositivo de memória. A imagem digital é composta por 3 canais de cores, o RGB, vermelho, verde e azul, cores primárias que formam os chamados espaços de cor (VALLE, 2012). Interessante observar que em programas de edição de imagem como *Adobe Photoshop* há a possibilidade de simular cores *Pantone*, que é uma escala de cor baseada na mistura de pigmentos, podendo ser produzidos através de químicas especiais e cuja coloração o computador não consegue simular na maioria dos casos. Pedrosa (2009) define que o computador trabalha tanto com cores-luz como com cores-pigmento, sendo esta a cor produzida pela propriedade de alguns elementos químicos, como a superfície de um negativo ou a tinta de uma impressora e aquela, imagem proveniente de uma fonte de luz específica, no caso o monitor. Cores como prateado e fluorescentes podem ser simulados, mas não reproduzidos da mesma maneira como no papel.

A resolução da imagem é medida pela sua quantidade de *pixels* por centímetros (*pixels per inch – PPI*); quanto mais pixels se observa em um determinado espaço, mais se verifica a sensação de nitidez da imagem. Os formatos mais comuns para se salvar uma imagem são: JPEG, RAW, TIFF, GIF, BMP E PSD. A diferença entre os formatos se dão no tipo de compactação da imagem e na perda de resolução. Sua utilização depende do propósito final da imagem, sendo o jpeg e o gif mais adequados para *web* e tif e psd para impressão, por exemplo (OLIVEIRA, VICENTINI, 2009).

Na fotografia digital, há a possibilidade de controlar o balanço de branco (tipo e qualidade da luz), a escolha do ISO (sensibilidade), mas a velocidade e a abertura

²⁸ Atualmente, os sensores mais comuns em câmeras semiprofissionais e profissionais são o CCD (*Charge-Coupled Device*) e o CMOS (*Complementary Metal-Oxide Semiconductor*).

do obturador são condicionadas pela lente, assim como na câmera analógica. O negativo de uma câmera digital é o arquivo *raw*²⁹ – do inglês, *cru* –, que permite manipular uma imagem digital em toda a sua potencialidade. O arquivo comprimido de uma fotografia digital é o JPG.

No nível mais básico, pode-se afirmar que as câmeras fotográficas e digitais funcionam da mesma maneira. Ambas possuem um conjunto de lentes para capturar uma imagem a qual será registrada em uma superfície. Porém, na fotografia digital, em vez desta imagem ser registrada em uma superfície química, ela é registrada em uma superfície semicondutora que transforma a luz em carga eletrônica, que é reconhecida por um sensor e transformada em imagem.

As diferenças técnicas básicas entre a fotografia digital e a analógica estão no processo de pós-produção e condições de durabilidade do arquivo. A matriz da fotografia digital não é um negativo, mas a simulação de um negativo. O negativo da fotografia analógica é único, ao contrário daquele da fotografia digital, que pode ser reproduzido inúmeras vezes dentro do ambiente digital. Outro aspecto é que a codificação da fotografia digital é feita por linguagem digital, enquanto a fotografia analógica é fotoquímica.

Esta diferença na codificação muda o tipo de experiência que se tem com a imagem. Com a fotografia digital, elementos como textura, cor e tamanho são limitados pela possibilidade de quantização do aparato utilizado. A fotografia digital é cheia de virtualidades,³⁰ enquanto a fotografia analógica tem suas latências delimitadas por aparato químico. Quanto à durabilidade, a fotografia digital pode ser armazenada tanto nos *hardwares* quanto na nuvem,³¹ podendo ou não ser materializada em papel, enquanto a fotografia analógica necessita de sua materialização para existir.

Soulages (2007) afirma que “a fotografia numérica engendra toda uma outra circulação e recepção das fotos” (p. 80). Assim, ela não só muda o campo técnico, mas também a relação com a imagem. Entre a fotografia analógica e a digital, há uma ruptura não somente no ato fotográfico, mas essencialmente nas características operacionais que compõem uma fotografia. Para o autor, a diferença se dá no “seu

²⁹ A extensão do arquivo varia entre os fabricantes, pode ser também *crw*, *nef*, *dng* entre outros.

³⁰ Compreende-se aqui o virtual segundo o conceito trabalhado por Pierre Lévy (2003), como aquilo que existe em potência, o que pode vir a ser.

³¹ A nuvem, ou *cloud*, é um modo de armazenamento digital de arquivos. Quando se coloca um arquivo na *cloud*, pode-se acessá-lo de qualquer lugar, desde que se tenha acesso à internet.

modo de ser”; o negativo e os seus processos (revelação, decisão de sustar o processo da transformação química, fixação, lavagem, secagem) são caracterizados pela irreversibilidade. Ao mesmo tempo, a partir desse mesmo negativo, há a possibilidade de fazer inúmeras fotos diferentes mediante diversas intervenções. A fotograficidade da fotografia digital está na “articulação da permanência e do resto”. Passa-se da lógica da impressão para a da simulação. A foto digital expande a fase do inacabável – uma vez que é o fotógrafo quem define a imagem final, a limitação do aparato físico é menor do que na fotografia analógica.

Fontcuberta (2013) descreve que o fotógrafo no quarto escuro é uma espécie de xamã que explicita o conteúdo latente de uma fotografia por meio do aparato fotoquímico. O investimento sentimental no ato de revelação de um filme é muito diferente daquele que se tem com a fotografia digital. Para o autor, o que confere identidade particular à fotografia digital é a substituição da partícula química pelos *bits* de informação. “Estamos virando uma página. A fotografia química alcançou a maturidade como cultura de visão e culminou num ciclo” (FONTCUBERTA, 2013, p. 63).

2.3. O paradigma pós-fotográfico e o pós-modernismo

A partir do processo produtivo da imagem, Santaella e Nöth (1998) propõem três paradigmas da imagem baseados no modo de produção, materiais, instrumentos, técnicas, meios e mídias.

O paradigma pré-fotográfico é constituído por imagens feitas à mão, bi ou tridimensionais. Imagens na pedra, desenho, pintura, gravura e escultura compõem este modelo. São processos artesanais de criação da imagem. Este paradigma marca uma arte que depende de sua superfície, de um suporte que possa servir de receptáculo às substâncias as quais o agente produtor, o artista, usa para deixar a marca do gesto. O resultado é um objeto único, solene e carregado de sacralidade. Na imagem fundem-se: sujeito que a cria, objeto criado e fonte de criação.

O paradigma fotográfico é composto por imagens produzidas pela conexão dinâmica e captação física de fragmentos do mundo visível. Elas dependem de máquina e de presença de objetos preexistentes para serem realizadas, pois são processos automáticos de captação. Os maiores exemplos são o cinema e o vídeo. Neste paradigma, o suporte é químico ou eletromagnético, pronto para reagir ao

estímulo da luz. “O que o sujeito busca, antes de tudo, é dominar o objeto, o real, sob a visão focalizada de seu olhar, um real que lhe faz resistência e obstáculo” (SANTAELLA, 2005, p. 300). Ainda neste padrão, há a predominância da característica indicial, o negativo captura a emanção direta e física do objeto; assim, o seu traço, fragmento e vestígio do real, torna-se a sua marca e prova. Revela-se o hiato entre o real e o seu pedaço eternizado.

Por último, o paradigma pós-fotográfico é o período atual, tendo se iniciado com as tecnologias digitais. As imagens sintéticas ou infográficas são calculadas por computação por meio de processos matemáticos de geração de imagem. O processo de criação é essencialmente triádico, pois além da câmera e do olho há também a integração do computador, que opera sobre um substrato simbólico, a informação.

Na nova ordem visual, na nova economia simbólica instaurada pela infografia, o agente da produção não é mais um artista, que deixa na superfície de um suporte a marca de sua subjetividade e de sua habilidade, nem é um sujeito que age sobre o real, e que pode até transmutá-lo através de uma máquina, mas trata agora, antes de tudo, de um programador cuja inteligência visual se realiza na interação e complementaridade com os poderes da inteligência artificial (SANTAELLA, 2005, p. 301).

Neste momento, as imagens são traduzidas em *pixels* e segundo a autora essas novas imagens são mais perduráveis e passíveis de maior reprodução. O agente criador passa de sujeito pulsional a manipulador, de movente a ubíquo. E a imagem não é mais documento, mas matriz que possibilita a manipulação. Além de jornais, revistas e *outdoors*, agora a comunicação é feita por redes individuais e planetárias, e o receptor não mais observa, ele pode interagir com a imagem. A relação de observação presente que se relaciona de maneira contemplativa com a obra, relacionada ao paradigma fotográfico, muda para a de interação; do modelo físico, passa-se para o modelo simbólico, do índice ao ícone.

Pode-se traçar um paralelo entre o período pós-fotográfico e a pós-modernidade, período em que, segundo Lyotard (1988) enfatiza, as grandes narrativas seriam substituídas pela antinarrativa, quando há uma dispersão da linguagem em nuvens de elementos narrativos. Ele atribui estas mudanças às transformações nas condições técnicas da informação. Na sociedade informatizada,

a multiplicação de máquinas afeta a circulação de conhecimentos, e tende-se a ter uma relação de consumo com a informação.

Para Lipovetsky (2004), a pós-modernidade acabou. Vive-se em um período hiperbólico, em que tudo é desmesurado e contraditório. Para o autor, o pós-modernismo foi somente um momento de passagem; se antes se tinha uma modernidade limitada, agora ela é consumida. A partir dos anos 1980, sob o efeito das novas tecnologias, adentra-se na era do hipermercado, hiperindivíduo, hiperdesenvolvimento. A relação com o presente se modifica. A passagem da era industrial para a globalização é marcada pela economia de consumo e a comunicação de massa, sendo que esta nova lógica consagra o efêmero e a renovação. Se na pós-modernidade havia a predominância do *carpe diem*, na hipermodernidade o que predomina não é o instante, mas o futuro pleno. Um futuro ainda conjugado em primeira pessoa. “A sociedade hipermoderna dá nova vida à exigência da permanência como contrapeso ao reinado do efêmero, tão causador de ansiedades” (LIPOVETSKY, 2004, p. 74).

Segundo Lemos (2013), atualmente estamos na 4ª fase da informática, a da conexão, na qual a informatização da sociedade é um processo social. Diferente das mídias tradicionais (jornal, rádio, TV), o conteúdo nas redes pode ser personalizado, os objetos dialogam com os agentes. O processo de personalização dos conteúdos inicia-se, segundo Castells (2008), na década de 1990 com a multimídia. Para o autor, os novos meios de comunicação eletrônica absorvem culturas dos meios tradicionais. A cibercultura é filha do período pós-moderno. As novas mídias digitais fizeram com que os meios de comunicação de massa se reestruturassem e se reorganizassem e a popularização da internet cria um novo espaço – o ciberespaço –, lugar de interação entre linguagem, máquina e usuário em que este constitui uma atitude social.

Nota-se uma modificação nos espaços urbanos e de socialização. Pierre Lévy em Cibercultura (1999b) observou que o curso natural da evolução tecnológica seria a miniaturização dos equipamentos e o aceleração de uma virtualização tanto da economia quanto da sociedade. Ele também notou como é inadequado falar sobre o impacto da tecnologia na vida das pessoas, uma vez que ela não se configura como ator separado da sociedade e da cultura, mas inserido nas próprias mudanças sociais. Lemos (2013) também afirma que há a apropriação social das tecnologias para “além de sua funcionalidade econômica ou eficiência técnica” (p. 104).

Tanto Lemos como Lévy afirmam que o crescimento do ciberespaço não determina automaticamente o desenvolvimento de inteligência coletiva, ele apenas fornece um ambiente propício. Há todo um novo mercado de informação e conhecimento, mas ao mesmo tempo há também toda uma nova rede de distrações. É possível observar que a adaptação das novas tecnologias à vida cotidiana se dá por meio de uma renovação de mercados de bem de consumo. Este aspecto no campo da fotografia é muito claro, devido ao fato de que todo ano as empresas renovam as suas câmeras com novas tecnologias e pequenas modificações de *design*, além da construção de novos mercados que se adequam às mais deferentes tendências.

O individualismo que se observa na pós-modernidade torna-se evidente à medida em que a internet se adapta ao cotidiano. Os laços sociais se dão muito mais por afinidade do que por proximidade social, por um sistema de relações sociais centrado no indivíduo. A internet não cria novos padrões de individualidade, mas dá suporte material para sua difusão (CASTELLS, 2008). Novos modelos de reunião social e de difusão de conhecimento passam a surgir, comunidades se formam³² e a vida virtual e “real” se fundem.

Lévy (2010), por sua vez, vê na nova organização o surgimento de um sistema de inteligências distribuído por todas as partes, em que cada um tem a sua função e o seu valor. Um dos pontos que o autor levanta é que, com o ciberespaço, tende a desaparecer o microterritório dos autores, diminuindo a separação entre obras e espectador, uma vez que a obra pode ser armazenada, combinada, reutilizada etc.

Santaella (2004) critica a visão de Lévy porque, segundo a autora, ele deixa de observar que o capitalismo não é um mecanismo justo e democrático e que o ciberespaço também é um espaço de forças políticas e culturais. Ao mesmo tempo, o ciberespaço não só reproduz as condições sociais do capitalismo, como ele também as denuncia. Segundo a autora,

cada novo meio de comunicação traz consigo um ciclo cultural que lhe é próprio e que fica impregnado de todas as contradições que caracterizam o modo de produção econômica em que um tal ciclo cultural toma corpo (SANTAELLA, 2004, p. 117).

³² A definição de comunidade que se adequa seria a de que “comunidades são redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, informação, um senso de integração e identidade social” (WELLMAN, 2001 apud CASTELLS, 2004, p. 106).

Já Rudiger (2013) compara Lévy a Cândido, personagem de Voltaire que representa a figura do homem otimista e confiante no mundo. Segundo o autor, a Lévy falta uma visão crítica, porque a sua concepção de que o ciberespaço tem tendência comunitária e libertária é utópica. Para ele, Lévy vê na cibercultura um elemento de conexão de todas as subjetividades humanas, construindo uma visão positiva que não necessariamente corresponde à realidade.

Percebe-se, assim, que a cibercultura não está imune a conflitos nem às construções simbólicas já existentes na sociedade. Ao mesmo tempo em que é possível se conectar com os mais diversos lugares do mundo para interagir, esta interação é também marcada pela possibilidade de tornar-se efêmera. Configurações sociais preexistentes encontram na cibercultura um lugar de compartilhamento, reforços e também de propaganda. Entretanto, ela não substitui outras dimensões sociais, podendo reproduzi-las e até integrá-las, mas raramente funcionando unilateralmente e isolada.

Apesar das críticas a Lévy, é preciso reconhecer que ele conseguiu enxergar a crescente hibridização dos meios e a perda da supremacia do discurso logocêntrico sobre os modos de comunicação. Ele chama a atenção à necessidade de não ver as possibilidades deste período a partir de um ponto de vista puramente tecnicista, de não se negligenciar a dimensão “de interioridade, de subjetividade coletiva, de ética e de sensibilidade” (LÉVY, 2010, p. 106) que envolvem os processos.

A visão da cibercultura como forma integradora e dissipadora de diferenças culturais que irá reconfigurar todo um processo civilizatório talvez ultrapasse o otimismo e chegue ao idealismo. Não se pode ver o ciberespaço e a cibercultura como uma dimensão separada do social, assim como não se pode considerar a técnica como determinante. A cibercultura é parte integrante da sociedade contemporânea e tem de ser vista como tal, com todos os seus impasses e conflitos. Castells (2003) diz que a internet não tem efeito direto nas relações sociais exceto por adicionar o *on-line* nas relações preexistentes. Por outro lado, ela está tão consolidada nas relações sociais nos dias de hoje que foi incorporada não só aos fluxos de trabalhos, mas também como parte socializante. Neste sentido, a fotografia

tem um papel fundamental e se torna um dos meios de socialização mais utilizado nas redes.

Machado (2005) evidencia que, desde o momento em que a fotografia segue a tendência de informatização dos meios de comunicação e transforma-se em imagem digital, ela se aproxima da pintura, perdendo a isenção de subjetividade além de libertar-se “do seu referente, do seu modelo, ou daquilo que nós chamamos um tanto impropriamente de a ‘realidade’” (p. 313). A imagem fotográfica torna-se, acima de tudo, uma construção de um discurso visual, ela oficialmente sai da sua relação de espelho/cópia para a interpretação/representação e fabricação/invenção (VICENTE, 2005).

Para Couchot (1998), está-se diante de um acoplamento entre homem-máquina-homem, com novos processos entre o vivo e o artificial. A chave para se compreender como a subjetividade é construída no ciberespaço a partir da relação do “sujeito-eu” (*sujet-je*, em francês) e o “sujeito-nós” (*sujet-nous*). Então, é possível pensar no diálogo entre o espaço privado e público por meio da exposição de imagens privadas em espaços públicos das redes.

O privado se torna público nas redes sociais a partir da criação de ficções das próprias realidades e compartilhamento nas redes. Ainda segundo Couchot (1998), esta linguagem do ciberespaço é marcada pela simulação, que libera a imagem real do pensamento figurativo como um todo, mas que tem elos e pontos de ancoragem com a experiência real³³ que impedem a linguagem de derivar sem controle. Com a simulação, atinge-se a redução da realidade e a síntese do tempo. Assim, pode-se pensar que todas as imagens privadas que se tornaram públicas nas redes sociais são recortes de uma realidade em um espaço de tempo específico, cujo valor e significado são predefinidos antes de serem compartilhados – mesmo que a recepção não seja a esperada.

A representação de uma realidade por meio das imagens acontece pela simulação numérica que engendra uma nova dimensão, não substituindo ou se sobrepondo à realidade. Para Couchot (1998), ocorre um *analogon* purificado e transformado pelo cálculo com a digitalização. Este *analogon* apresenta uma parte visível, perceptível e real, mas é constituído por descrições matemáticas. A imagem decomposta em *pixels* torna-se imagem-matriz. Seu controle não se dá no nível do

³³ Couchot (1998) em seu texto trata especificamente da interface de jogos.

plano nem da linha, mas no do ponto, do *pixel*, podendo assim ser trabalhada infinitamente. A lógica figurativa da representação ótica é substituída pela lógica da simulação. Assim, Couchot reconhece uma ordem ótica e põe tanto o desempenho pictórico quanto o fotográfico dentro do mesmo processamento cognitivo. Santaella e Nöth (1998) veem esta ordem como um paradigma, em que simular implica em representar.

A representação não se reduz quando há a digitalização, Santaella (1994) percebe isto. Se representar pode ser compreendido como o ato de retratação, reflexo de uma imagem e a simulação como a tentativa de se aproximar da realidade, percebe-se que tanto não há representação perfeita quanto a simulação pode chegar muito próximo ao real.

Diante da facilidade de acesso a meios automatizados de criação de imagens e da sua grande variedade, os objetos tecnológicos se tornam atores; o objeto, o sujeito e a imagem interpenetram-se, e comportamentos são atribuídos a eles. Toda técnica não é só um modo de produção, mas também uma espécie de ser, não havendo distanciamento em relação à imagem (COUCHOT, 1998; SANTAELLA, 2005).

Neste sentido, a fotografia digital permite toda uma nova gama de criação, reprodução e edição de imagens. O tempo da fotografia mudou, assim como a noção de permanência das imagens. Machado (2002) evidencia que os artistas exploram as tecnologias de sua época e que seria incoerente pensar a arte contemporânea sem pensar e/ou utilizar as novas mídias. Assim, pode-se perceber que o papel do artista no período pós-fotográfico não é mais produzir obras, mas prescrever sentidos (FONTCUBERTA, 2014, p. 122). As funções da imagem prevalecem na circulação e gestão da imagem sobre o conteúdo da imagem.

Um dos exemplos recorrentes desta nova dinâmica é o corpo de trabalho de Penelope Umbrico (Fig. 20). Em sua obra mais conhecida, o mural *Suns from flickr*, ela fez uma colagem com milhares de imagens de pôr do sol, feitas pelos mais diversos fotógrafos e compartilhadas no *site Flickr*. Esta apropriação de imagens, além de apontar para o atual processo de acumulação de imagens, traz questionamentos sobre a uniformização das imagens e estereótipos estéticos. Umbrico desenvolve uma espécie de tipografia do cotidiano, encontrando e reproduzindo padrões. Interessante observar que ela se vê como uma espécie de

arquivista.³⁴ Porém, é preciso observar que ao mesmo tempo em que a artista fala sobre a banalidade da repetição, ela utiliza esta própria característica em outras obras, como em *Signals Still* (2011), *Pillow Splits* (2007) entre outros. A apropriação pode fazer de Umbrico muito mais uma agregadora do que uma fotógrafa, apesar de o seu trabalho ser essencialmente fotográfico.

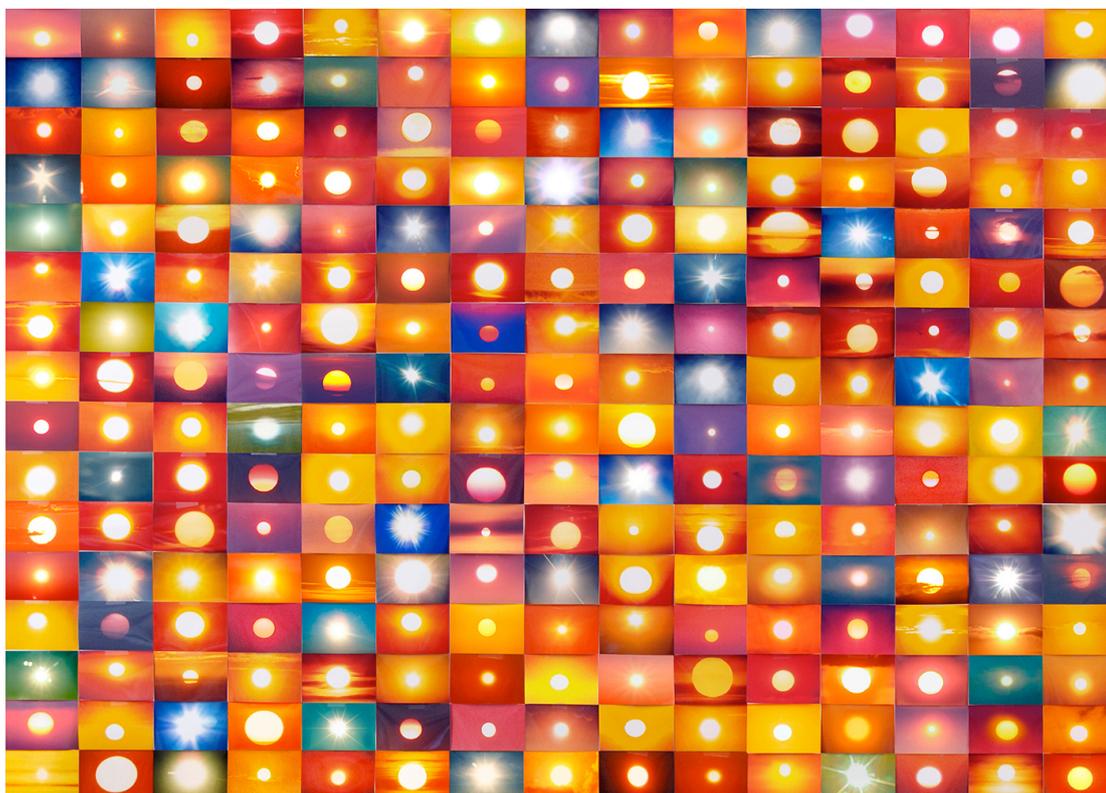


Figura 20 – Penelope Umbrico, *Suns from Flickr*, 2006.
Fonte: <<http://goo.gl/Jt1xnC>>.

A fotógrafa norueguesa Vibeke Tandberg, em sua série *Living Together* (Fig. 21),³⁵ vale-se da montagem digital para se duplicar em sua série de imagens. Ela retrata o cotidiano de duas pessoas em suas atividades corriqueiras. Somente depois de um olhar mais atento, percebe-se que as personagens na verdade são uma pessoa só. Nesta obra, a tecnologia, apesar de não ser uma novidade – é possível fazer este tipo de montagem desde a invenção da fotografia – serve como instrumento na criação. A identidade e as ficções que se constroem sobre a própria vida são questões que surgem neste trabalho.

³⁴ Ver: <<http://goo.gl/VtqqTx>>.

³⁵ Ver: <<http://goo.gl/PI9kQ>>.



**Figura 21 – Vibeke Tandberg, *Living together #3*, 1996.
Fonte: <<http://goo.gl/c5bdzu>>.**

A tecnologia se configura de forma participante como objeto de arte ou como acessório de criação. Montagens e colagens são presentes desde o início da fotografia; com o desenvolvimento da informática, novas técnicas foram aderidas aos processos. A integração com outras mídias faz parte da natureza não só da fotografia como da imagem. As questões relativas ao uso da tecnologia no dia a dia e ao excesso de imagens também estão presentes. No período pós-fotográfico, assim como a arte pós-moderna e a contemporânea, abraçaram-se estes questionamentos. Porém, nos dias de hoje se depara com um novo movimento. A geração dos anos 2000 está se desenvolvendo em um mundo onde há a predominância da imagem digital. Questiona-se se os movimentos prezam pelo retorno ou permanência de técnicas analógicas ou o fazem por um sentimento fetichista, por moda, por apego ou algum outro motivo.

3. Escolhas metodológicas



A análise da experiência lomográfica foi realizada levando em consideração que “toda fotografia resulta de um processo de criação; ao longo desse processo, a imagem é elaborada, construída técnica, cultural, estética e ideologicamente” (KOSSOY, 2007, p. 32).

O esquema proposto por Kossoy em seu livro *Os tempos da fotografia: o efêmero e o perpétuo* (2007) mostra-se como o norteamento básico para o desenvolvimento da metodologia deste trabalho. Para o autor “a imagem fotográfica, entendida como documento/representação, contém em si realidades e ficções” (p. 14). O processo criativo de uma foto é dividido segundo o que se denomina de primeira e segunda realidade. A primeira realidade é definida como o próprio fato no momento em que se produz a fotografia, contextualizado social e culturalmente, ou seja, no passado; a segunda realidade é a representação que o assunto adquire após ser fotografado, o seu caráter documental que varia de acordo com o contexto presente. A primeira realidade implica que haja um momento de criação envolvendo o fotógrafo, a tecnologia utilizada, o assunto – o recorte – e por fim a imagem. Esse processo de construção cria uma realidade própria do processo criativo da fotografia. A segunda realidade é o aspecto que o assunto assume após a sua construção, dentro dos limites da fotografia final, digital ou impressa, por exemplo.

Apesar da divisão de Kossoy ter sido desenvolvida para uma análise histórica da fotografia, em que a indicialidade é um elemento de suma importância para se compreender certos aspectos de certos períodos, ela fornece a base para desenvolver uma metodologia que abrange a complexidade da produção lomográfica.

A primeira realidade da Lomografia é a identificação do processo que resultou na imagem: onde se fotografou, o quê, quando, como e onde. A imagem desta experiência é o ponto de intersecção entre a segunda e a primeira realidade. Isto porque uma lomo enquanto objeto material, físico, está restrita à dimensão *off-line*. Quando há a digitalização, ela adquire todo um novo espectro de significação, uma vez que ela se insere na rede, havendo o compartilhamento ou não, sendo esta a sua segunda realidade. Para esta análise, as imagens de relevância são as que foram compartilhadas, pois são às quais se tem acesso.

Observa-se, assim, as questões da criação, da reprodução e do compartilhamento, que se propõem a ser analisadas em três eixos:

1. **Processo de criação da imagem:** a construção da primeira realidade, composta pelo fotógrafo, o seu contexto e elementos motivacionais para a fotografia.
2. **A imagem:** são os elementos visuais e denotativos da imagem da fotografia em si, como cor, composição etc., além dos processos de digitalização, armazenamento e edição da imagem, que compõem a estética visual da imagem.
3. **O compartilhamento da imagem:** os meios utilizados para publicar essas imagens após a sua criação e digitalização.

A partir destes eixos, foi possível elaborar um esquema que simula o caminho de uma fotografia quando ela é compartilhada nas redes sociais. Nele, o fotógrafo não está sozinho, ele está em um ambiente específico que o influencia a produzir imagens fotográficas. Este ambiente digital se retroalimenta das imagens.

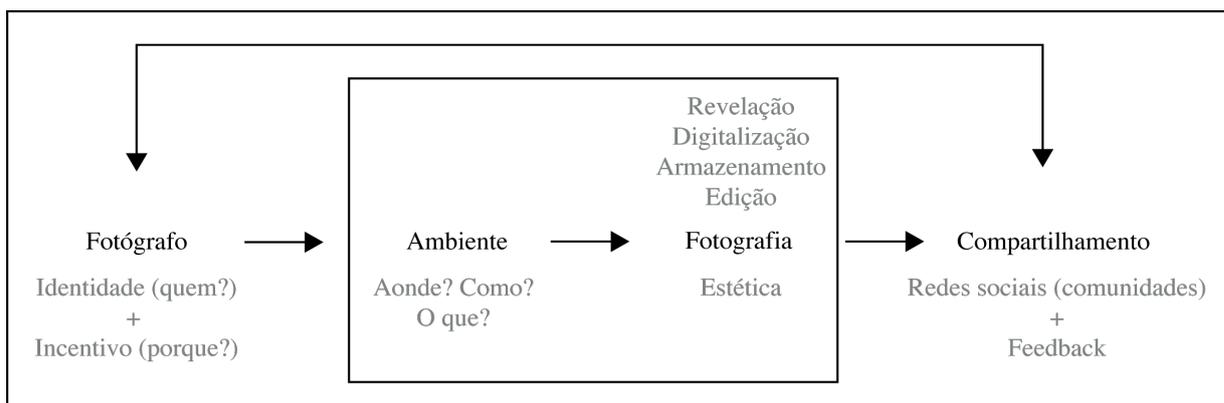


Figura 22 – Esquema de criação de imagens

Baseando-se neste esquema, a metodologia desenvolvida foi composta pela pesquisa de campo, na qual se verificou a dinâmica do Lomo-rolê, por meio de um questionário que identificou os lomógrafos e as suas motivações, e pela análise de imagem produzida pelos lomógrafos. Desta maneira, não só se abrange os três eixos propostos, como é possível responder às perguntas e especificações do esquema de criação.

A pesquisa de campo foi realizada como uma forma de vivência de um Lomo-rolê. O objetivo era basicamente compreender a dinâmica do evento, observar como os participantes interagiam e como seria participar dele. Em 2013, o evento foi feito

com frequência quase mensal; às vezes, demorava um pouco mais de um mês para ser realizado. Em 2014, houve pouquíssimos eventos, acredita-se que devido à dinâmica diferente da cidade em ano de Copa do Mundo e também às impossibilidades particulares da pessoa que o promove. A descrição das impressões constatadas durante o evento resultou na descrição do Lomo-rolê, detalhada no capítulo anterior, e ditou o tom da escrita em algumas partes do texto dos próximos capítulos.

O questionário foi feito com o objetivo de identificar os lomógrafos, compreender o porquê de eles utilizarem a Lomo e identificar como eles entraram em contato com a mesma e como funcionam os seus hábitos de consumo e compartilhamento de imagens.

A partir das imagens compartilhadas no grupo do *Facebook* do Lomo-rolê, foi feita a análise das imagens. Tomou-se como base o método proposto por Martine Joly (1996) em conjunto com as premissas de Kossoy (2007) e o método de coleta e extração manual de imagem. Primeiro as imagens foram coletadas no *site*, depois elas foram armazenadas no computador e descritas por meio de uma tabela de *tags*.

Para Joly (1996), a imagem pode ser uma maneira de fazer uma intercessão entre o homem e o mundo. A identificação dos elementos visuais e indícios técnicos comuns às diferentes imagens criadas em um contexto específico, assim como os divergentes, fornecem utensílios para uma reflexão sobre no que consiste a prática lomográfica e quais os elementos visuais a compõem e a tornam única. Pautando-se em Roland Barthes, Joly (1996) mostra que a imagem é composta por três tipos diferentes de signos: linguísticos, icônicos e plásticos. Os signos linguísticos são os elementos de textos tais como tipografia, cores dos textos e formas. Os signos icônicos são aqueles que estabelecem uma relação de representação entre os vários componentes da imagem e a cultura. Os signos plásticos são as formas, linhas, superfícies, cores e composição interna da imagem.

Foram elaboradas especificações sobre os elementos que constituem a superfície da imagem, tais como elementos visuais e a atmosfera. Depois, segue-se para uma análise de conteúdo, ou formal, na qual se encontram padrões, define-se ordem de leitura e peso dos elementos da imagem. Foi desenvolvida uma tabela de *tags* (Tabela 1) com palavras-chave baseadas no espaço plástico da imagem (composição, gama de cores, contraste), o enquadramento, o ponto de vista e a profundidade de campo conforme propõe Aumont (1995). Sistematizou-se a

descrição de cada uma das imagens capturadas no grupo do Lomo-rolê no *software Microsoft Excel* dentro desta tabela e a partir daí fez-se uma interpretação que será destrinchada no próximo capítulo.

Tanto o questionário quanto a análise de imagens foram realizados dentro do microcosmo do Lomo-rolê. Como este evento é organizado *on-line* por meio de rede social, é possível buscar os traços deixados antes, durante e após o evento. Assim, tem-se um fenômeno cujas características são rastreáveis. Esta proposta metodológica mista se faz necessária uma vez que a escolha de um só método não seria capaz de decodificar a Lomografia.

3.1. Questionário

O roteiro de perguntas do questionário teve como guia o livro “Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som” (BAUER, GASKELL, 2011). Nele, é explicitado que o mundo social é ativamente construído pelas pessoas em suas vidas cotidianas e que a entrevista serve para mapear e compreender o mundo dos entrevistados por meio de esquemas interpretativos e conceituais. Assim, entrevistar os lomógrafos torna-se uma parte não só enriquecedora, mas também essencial para compreender a Lomografia enquanto um possível movimento fotográfico.

Os tópicos guiados das entrevistas se basearam na relação dos lomógrafos com a fotografia em geral, e algumas perguntas foram voltadas para os hábitos fotográficos, o conhecimento técnico e a relação com a lomografia. As entrevistas foram feitas *on-line* por meio de um questionário. Ele foi aplicado pelo grupo do *Facebook*, por onde as pessoas se reúnem para participar do Lomo-rolê e compartilhar as fotos produzidas durante o evento. A única restrição era que as pessoas deveriam ter participado ou ter algum interesse em participar do evento, além de conhecer a Lomografia. O objetivo não foi listar as opiniões, mas explorar os diferentes aspectos da lomografia e da relação estabelecida em geral do fotógrafo com a fotografia, além de disponibilizar dados quantitativos sobre os fotógrafos, tais como idade, profissão e quais câmeras ele(a)s possuem.

O modelo do questionário que foi aplicado pode ser visualizado no Anexo 1.2 (p. 123) e as respostas serão analisadas ao longo dos próximos capítulos. O questionário foi estruturado em 6 partes, entre perguntas de múltipla escolha e de respostas abertas. Também foi possível qualificar alguns pontos sobre a criação

fotográfica, sendo utilizada a escala de 1 a 5, em que 1 representa a menos importante e 5 a mais importante. As perguntas foram divididas em 6 grupos, espalhados ao longo do questionário:

1. **Dados pessoais:** perguntas de 1 a 5;
2. **Relação com a fotografia e a lomografia:** perguntas de 6 a 9, 15, 39, 40 e 41;
3. **Hábitos fotográficos:** perguntas de 10 a 12, 17 e 37;
4. **Conhecimento técnico:** perguntas de 13 a 15;
5. **Temáticas e situações mais fotografadas:** perguntas de 18 a 27, e de 31 a 36;
6. **Aspectos visuais:** perguntas de 18 a 26, de 27 a 30, 38 e 39.

Para a interpretação das respostas às perguntas livres, foi gerada uma análise automática que identificou termos que coocorrem nas respostas. O delineamento mais básico, que conta a frequência de todas as características codificadas do texto, verificará quais são os adjetivos e verbos que aparecem com maior frequência. Descartando os verbos auxiliares, artigos e outros termos formais sem sentido para a análise, restou uma lista de palavras relevantes. É possível fazer esta contagem por meio da utilização de um *software*, mas por se ter uma mostra razoavelmente pequena, esta contagem foi feita nos *softwares Microsoft Word* e no *Microsoft Excel*.

3.2. Análise da produção imagética

Em dois anos de evento, 125 imagens foram compartilhadas no grupo fechado do *Facebook* do Lomo-rolê. Fez-se uma análise bruta mediante uma tabela com *tags* predefinidos pela pesquisadora que esclarecerão a composição geral da imagem. A tabela a seguir é a esquematização que foi adotada.

Temática	Saturação	Gama de cores
Paisagem urbana Paisagem natural Pessoa/s Objeto	Alta saturação Baixa saturação	Colorido Monocromático

Profundidade de campo	Interferência	Filme
Foco infinito	Vinheta	35
Foco em segundo plano	Dupla exposição	120
Sem foco	Múltiplas lentes	
	Olho de peixe	
	Panorâmica	
	Sem interferência	
	Vazamento de luz	
Metalinguagem	Descrição	
Presente	Elementos da imagem +	
Ausente	cores	
Sensação		
Movimentação	Admiração	Incerteza
Calmaria	Caos	Compartilhamento
Contemplação	Curiosidade	Bucolismo
Desorientação	Diversão	Emaranhado
Estranhamento	Interesse	Excitação
Interação	Movimentação	Interferência
Miscelânea	Serenidade	Confusão
Saudosismo	Bagunça	Desordem
Amizade	Confraternização	Liberdade
Concentração	Demonstração	Organização
Decadência	Energia	Vazio
Empilhamento	Felicidade	Ordem
Falta de referência espacial	Juventude	Tranquilidade
Observação	Jovialidade	Alegria
Solidão		

Tabela 1

Gomes Filho (2000) propõe que a leitura visual de um objeto se dá em 4 etapas: i) pela examinação do objeto e suas partes ou unidades; ii) decomposição destas unidades em outras unidades; iii) identificação, análise e interpretação de cada uma das leis da Gestalt; iv) atribuição de um índice de pregnância formal.

A teoria da Gestalt não foi usada didaticamente, mas sim como uma ferramenta indireta a qual irá construir uma metodologia que abarcasse todas as complexidades da imagem fotográfica. Decompôs-se a imagem em seus próprios elementos – o espaço plástico – a fim de depois partir para a análise. Desta maneira, em vez de se dar entre 1 a 10 o índice baixo, médio ou alto, para a pregnância da imagem desenvolveu-se o campo “sensação”. Depois da identificação da técnica e descrição da imagem, ao preencher o campo “sensação”, busca-se olhar a fotografia como uma produtora de sentidos e tenta-se encontrar uma palavra para as sensações que ela transmite. Esta sensação é complementada pelo campo

“descrição”, que busca fazer uma análise objetiva dos elementos da imagem e as suas cores.

O campo “temática” faz referência ao elemento principal de uma imagem, podendo este ser tanto a própria paisagem, as pessoas, objetos ou uma mescla entre ambos. A saturação da imagem é a condição em que a imagem se encontra enquanto artefato digital, se ela está muito ou pouco saturada.

O campo “gama de cores” foi simplificado em colorida e monocromática, pois há muitas imagens com interferências nas cores originais, podendo ficar monocromáticas, mesmo não sendo preto e branco, por exemplo.

A “profundidade de campo” mostra-se como um elemento de análise complexo. O primeiro problema que se depara é que a falta de profundidade de campo não resulta em uma imagem absolutamente desfocada, ao mesmo tempo em que a identificação do ponto focal não determina o sujeito da fotografia. Além disto, depende-se de um ponto de referência para se definir o primeiro ou o segundo plano. Considerou-se a composição, a quantidade de elementos focados e desfocados para se definir onde está o foco.

Nos campos “interferência” e “formato de filme”, pondera-se que só se faz filme com 35 ou 120. Por isso, inseriu-se a lente olho de peixe e a panorâmica como uma espécie de interferência na imagem, não como formato de filme. Uma questão que se levanta também é que a vinheta é considerada separada do vazamento de luz, pois apesar de ser proveniente do defeito semelhante na capturação da imagem – o excesso de luz –, o resultado final é diferente.

O campo “metalinguagem” faz referência às imagens em que a câmera ou elementos relacionados à fotografia aparecem representados. As imagens panorâmicas são consideradas metalinguísticas, pois na digitalização do negativo não se exclui as bordas perfuradas.

Cabe lembrar que as fotografias analisadas são digitalizadas e compartilhadas no grupo do *Facebook*, o que significa que elas passaram por todo o processo descrito no *Esquema de criação de imagens* (Fig. 22, p. 49). Por meio deste método, procura-se descrever a primeira e a segunda realidade, além dos elementos visuais que compõem a imagem. As imagens têm limitações de espaço e de temática, uma vez que o Lomo-rolê é episódico. Outro ponto a se destacar é que é possível, em algumas imagens, saber qual foi o modelo de câmera utilizado;

porém, este é um elemento que não será focado porque não é a intenção aqui avaliar as possibilidades de cada dispositivo, mas sim da Lomografia em geral.

Em resumo, a metodologia se orientou pelos seguintes passos:

- 1) Vivência no Lomo-rolê;
- 2) Extração das imagens, descrição pela tabela, análise de imagens;
- 3) Aplicação de questionários, tabulação e análise das respostas.

Cada uma destas fases foi feita no decorrer de 2013 e 2014, às vezes sendo realizadas concomitantemente. Durante o andamento desta pesquisa, percebeu-se uma boa receptividade dos participantes em relação ao tema e grande expectativa referente aos resultados. Um número grande de respostas no questionário foi obtido, inclusive nas questões abertas, que não eram obrigatórias.

4. A experiência lomográfica



“Photography is a small voice, at best, but sometimes one photograph, or a group of them, can lure our sense of awareness”.

W. Eugene Smith

Neste capítulo, a experiência lomográfica será tratada a partir do material de pesquisa. Na primeira parte, falar-se-á sobre os lomógrafos e as respostas do questionário e depois sobre a análise das imagens.

No questionário, destacaram-se algumas respostas das perguntas abertas, além da tradução em porcentagens de resultados de respostas mais e menos frequentes de algumas perguntas. Na análise de imagem, após a tabulação dos itens identificados em cada lomo de acordo com a tabela 1, observou-se a ocorrência de cada um deles.

4.1. Os Lomógrafos e o questionário

O formulário *on-line* aplicado no grupo Lomo-rolê obteve, no total, 49 respostas entre os 202 participantes. Os números representados em gráficos poderão ser encontrados nos anexos. As respostas abertas são consideradas mais importantes e serão analisadas neste capítulo e no próximo.

Os lomógrafos do Lomo-rolê são pessoas cuja idade varia entre 17 e 41 anos, sendo que a maioria é estudante e tem em média 21 anos. Entre os profissionais, conta-se com advogados, arquitetos, *designers*, fotógrafos profissionais, biólogos, publicitários e revisores de texto. Entre estas pessoas, 10 afirmaram que trabalhavam profissionalmente com fotografia. Define-se uma diferença entre ser somente fotógrafo profissional, tendo somente esta atividade como renda, e ter uma profissão e trabalhar em paralelo com a fotografia. As pessoas que afirmaram que trabalhavam exclusivamente com fotografia eram aquelas que eram *designers*, jornalistas e estudantes. Uma pessoa se definiu como repórter fotográfico, e outra como *designer* e fotógrafo, sendo estas as únicas que indicam trabalhar diretamente como fotógrafos, enquanto as outras aparentemente trabalham indiretamente com a fotografia ou desenvolvem projetos que a envolvem.

Grande parte das pessoas, 29, conheciam a Lomografia há menos de 5 anos, 18 a conheciam há um período entre 5 e 10 anos e somente duas pessoas há 10 e 15 anos, sendo que estas duas pessoas são justamente as que têm como profissão

a fotografia. Outro ponto interessante é que foi possível identificar que grande parte das pessoas conheceu a Lomografia por meio de *site* de fotografias e *blogs* ou indicação de amigos. Vale destacar uma pessoa que afirmou que conheceu por meio de revistas estrangeiras, pois quando começou a fotografar, nos anos 1990, não havia *sites*.

Em relação às regras de ouro, 29 pessoas as conhecem, mas não se importam com elas, enquanto 9 as conhecem e tentam segui-las e 14 não conhecem. As pessoas que não conheciam as regras de ouro foram em sua maioria as que conheceram a Lomografia por indicação de amigos.

Grande parte dos entrevistados, 42 das 49 pessoas, conhecem o funcionamento de uma câmera fotográfica. Entre as experimentações, *Pinhole*, *Redscale* e *Cianotipia*; por outro lado, 18 pessoas nunca fizeram experimentações. Interessante perceber a relação destas respostas com a questão “Você considera o conhecimento técnico da fotografia importante? Por quê?”. A maioria das respostas considera o conhecimento técnico importante, para uma pessoa ele é considerado fundamental; 4 pessoas das que não conhecem o funcionamento da câmera consideram o conhecimento técnico importante, enquanto 2 relativizaram a importância da técnica dependendo do objeto de que se fotografa:

- a) Depende do seu objetivo final. Se é apenas um *hobby*, não há necessidade de conhecer 100% a sua câmera tecnicamente. Porém, acredito que quanto melhor conhecemos nossas máquinas e a fotografia no geral, melhores resultados podemos ter”.
- b) “*Pra* mim, até um certo ponto, pois não trabalho com isso”. Outra pessoa afirma que a técnica não é tão importante para a Lomografia, em específico. Sua resposta foi a seguinte: “Não tanto para a Lomografia, mas entender o funcionamento ajuda a obter o resultado desejado”.

Outro dado foi que o celular é utilizado para fotografar pela grande maioria dos entrevistados (40 pessoas) e a câmera analógica também (38 pessoas). Não há exclusividade de uso de apenas um tipo de câmera. Este tipo de atitude também é tomado em relação ao uso das redes sociais para o compartilhamento – nenhuma

rede tem exclusividade sobre a outra.³⁶ As redes mais utilizadas são: *Facebook*, *Instagram*, *Flickr*, *Twitter*, *Pinterest*, *Deviant Art*, *Behance*, 500 px e *Tumblr*. Entre elas, 8 pessoas não compartilham as suas imagens.

Sobre a frequência de revelação das fotos, percebeu-se uma irregularidade nas respostas: 6 pessoas responderam que revelam o filme assim que terminam de fotografar com ele. Houve aqueles que revelam de 2 em 2 meses, de 4 em 4 e a cada 6 meses. Outros, quando juntam vários negativos, e também há aqueles que confundiram os termos “revelar” com “ampliar” e afirmaram que não costumam revelar. O padrão que foi possível observar é que há quem revele assim que termina o filme (10 pessoas), alguns que juntam uma quantidade de negativos (3 pessoas) e outros (35 pessoas) que esperam um intervalo de 1 a 6 meses. Foi relatada a dificuldade de se revelar o filme 120 por uma pessoa e outra afirmou que revela em casa.

O questionário revelou também que o que se identifica como a diferença entre a Lomografia e outros tipos de fotografia é a surpresa, o resultado imprevisível: “É a surpresa, o descompromisso ao fotografar, a espontaneidade do registro, a diversão” e “O fator surpresa da lomo, além das demais câmeras analógicas, é o que mais me atrai”.

Fala-se também sobre como cada câmera causa um efeito diferente na imagem, da simplicidade técnica e o *design* de cada câmera. A espontaneidade, a experimentação e o descompromisso com a técnica também são características levadas em consideração:

a) “Eu acho a lomografia mais descontraída, sem tanto comprometimento com a ‘qualidade’ da imagem”.

b) “A Lomografia é mais acessível a qualquer pessoa, profissional ou não. Sou leigo em fotografia profissional, mas me sinto seguro e à vontade para fazer experimentações diversas com câmeras lomo. Tudo pode depender mais da criatividade, da inventividade dela, do que necessariamente algum conhecimento técnico que ela tenha aprendido com algum profissional”.

c) “Com a lomo se pode arriscar o acidente. Com outros tipos é um pouco mais difícil”.

³⁶ Ver gráfico nos anexos.

d) “Acho a Lomografia uma coisa pessoal, cada câmera tem uma personalidade”.

4.2. A imagem lomográfica

A análise das imagens foi feita por meio da identificação e descrição dos traços visuais das fotografias. Para melhor visualização, elas foram divididas em grupos temáticos: pessoas, paisagens urbanas, paisagens naturais e objetos. Esta divisão foi feita por meio da descrição denotativa dos elementos da imagem. Neste sentido, consideram-se os traços indiciais da fotografia – o que se vê é o que foi fotografado –, mesmo que tenha havido mais de uma exposição no mesmo negativo.

No grupo de pessoas, foram agrupadas imagens em que a pessoa está composta de tal maneira que ela seja o elemento principal da imagem; no grupo de paisagens urbanas, levaram-se em consideração elementos da cidade em geral; no grupo de paisagem natural, elementos como grama, céu, água; no grupo objetos, peças e artigos que são inanimados.

Numa primeira apreciação, foi constatado que a maioria das imagens compartilhadas retratavam paisagem urbana, possuíam baixa saturação, foco em primeiro plano, eram coloridas e tinha como efeito de vinha. As imagens em sua maioria foram feitas em 35 mm e não eram metalinguísticas, ou seja, não possuíam elementos relacionados à fotografia representados. Em termos de sensação, a maioria foi descrita pela pesquisadora como passando a ideia de energia e juventude.



4.2.1. Grupos temáticos

a. Grupo 1: Pessoas



Figura 23 – Grupo 1

O primeiro grupo é composto por imagens nas quais há a predominância da figura humana, sendo possível observar uma tentativa ou intenção de retratar uma, várias pessoas ou parte da pessoa. Este grupo é o mais numeroso dos quatro e

contém 44 imagens. É possível observar que algumas foram feitas no mesmo contexto.

A maior parte das fotografias são coloridas e foram feitas em 35 mm. Também há a predominância de vinheta e foco em primeiro plano. Entre elas, 7 imagens foram feitas em filme de 120. A câmera e o ato fotográfico – o fator metalinguístico – está presente em quase metade das imagens. Nota-se pessoas segurando câmeras ou fotografando, o que cria um diálogo entre quem fotografa e quem é fotografado, dando margem a uma possível narrativa do evento.

As interferências presentes nas imagens são vinheta, dupla exposição, olho de peixe, *flashes*, distorção de cor e *light leak* (*flashes* e laterais queimadas).

A sensação predominante entre as imagens foi: juventude, energia, diversão, interesse, movimento, serenidade, jovialidade, calma, amizade e diversão. As cores predominantes são o branco, verde e o azul. Entre os elementos mais comuns, além da presença humana, é a grama e o céu.

A presença do céu e a grama são explicados pela própria natureza da cidade de Brasília, onde ocorrem os Lomo-rolê. A presença de sensações tem a ver com a faixa etária, visto que o evento conta com a maior parte de jovens.

b. Grupo 2: Paisagem urbana

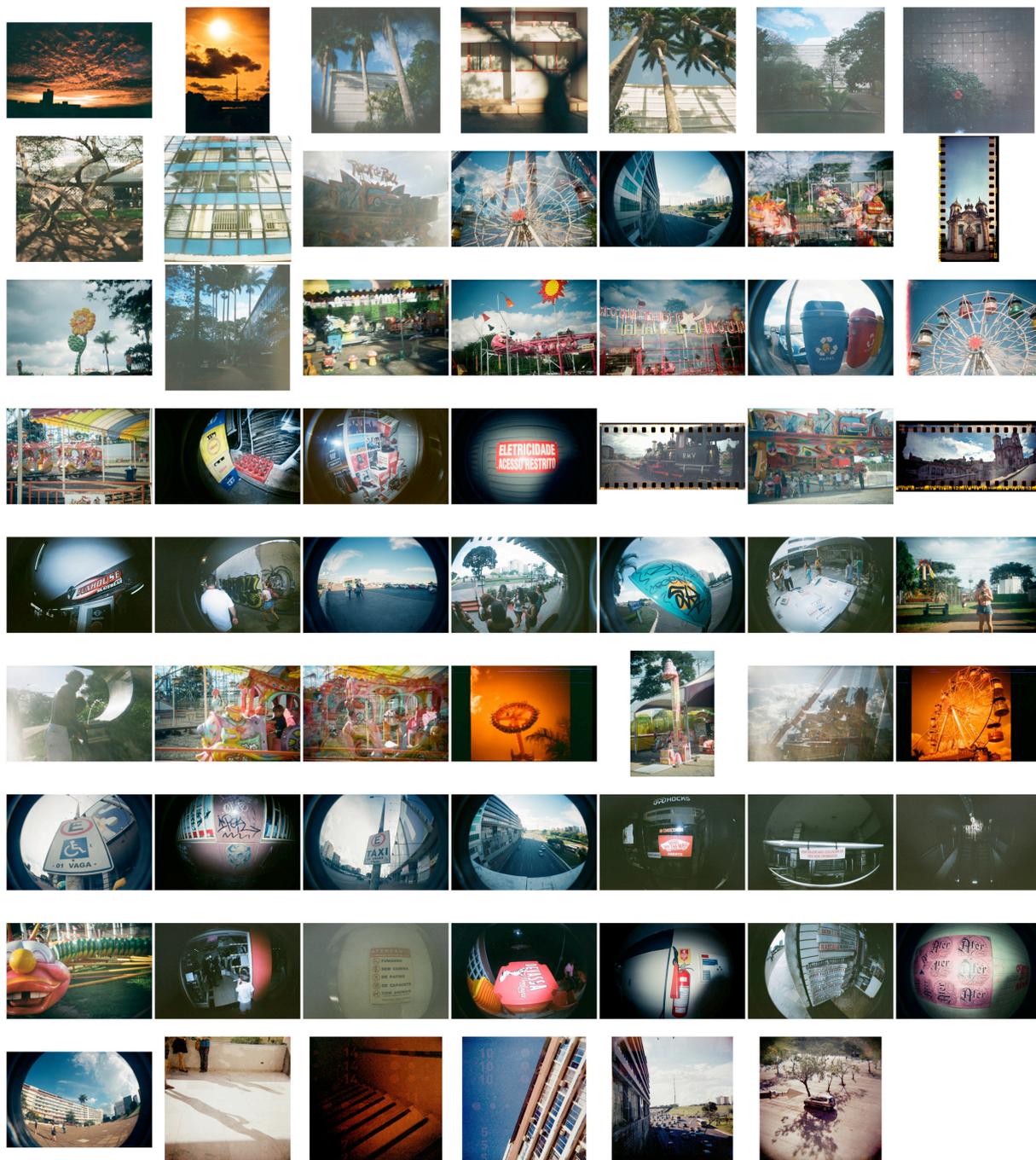


Figura 24 – Grupo 2

No segundo grupo, há a predominância de paisagem urbana. Foram selecionadas algumas imagens com presença humana, mas nestes casos considerou-se que a figura humana não seria tão importante quanto o cenário ou

que não há interação direta da pessoa com o fotógrafo e ela acaba compondo a paisagem urbana.

Neste grupo, há ainda a prevalência de imagens coloridas, mas contam-se 5 imagens monocromáticas. O foco está, na maior parte das imagens, em primeiro plano, mas também há imagens com foco infinito ou sem foco. O que é natural, uma vez que uma das técnicas para se fotografar paisagens urbanas é justamente utilizar o foco infinito das objetivas. Outro ponto é a utilização do formato panorâmico, também característico na representação de paisagens. A metalinguagem é um aspecto ausente na maioria das imagens, o que também tem a ver com sua própria temática.

Em relação às interferências, observa-se o uso da lente olho de peixe e da vinheta. Em 5 imagens, também há a ocorrência da dupla exposição. As imagens foram feitas em sua maioria em 35 mm, mas há registro de 14 fotografias em filme 120.

A sensação que se obteve da maioria das imagens foi de interesse, energia, diversão, movimento, curiosidade, contemplação, ordem, juventude, bucolismo e caos. E os elementos mais comuns foram o céu, parque, parede, prédios e ruas. E as cores predominantes o azul, branco e vermelho.

c. Grupo 3: Paisagem natural

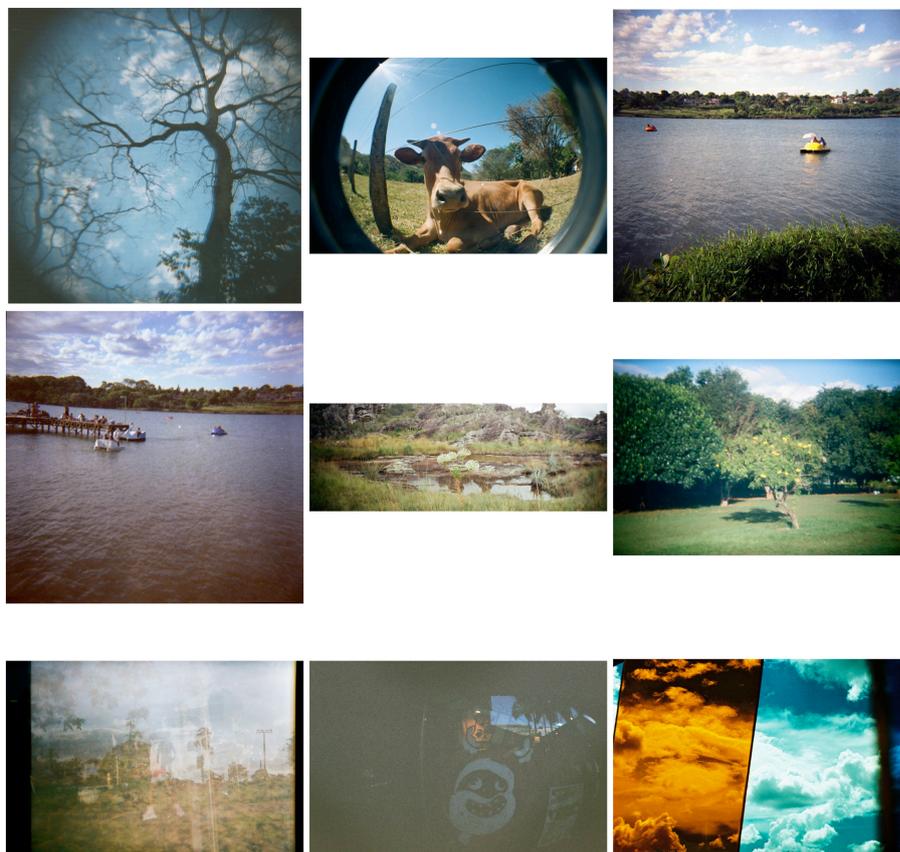


Figura 25 – Grupo 3

O grupo de paisagem natural é composto por 9 imagens, sendo relativamente menor que o grupo 1 e 2. Nestas imagens, observa-se que há a predominância de cores em baixa saturação. 2 das nove imagens possuem alto contraste.

As imagens não possuem foco específico, sendo o foco infinito predominante. Acredita-se que pelos mesmos motivos da paisagem urbana, uma vez que para retratar espaços abertos, esta é a técnica mais eficiente.

Entre os efeitos, pode-se observar vinhetas, *flashes*, dupla exposição e distorção de cores. Há um razoável equilíbrio entre o número de imagens feitas em filme 120 e em 35 mm. Destaca-se uma imagem panorâmica.

A metalinguagem é um elemento ausente, não há sequer o reflexo das câmeras ou qualquer outro elemento relacionado à fotografia ou à Lomografia. A sensação que se teve foi de calma, diversão, bucolismo, confusão, energia,

ordem, caos, desorientação. E as cores predominantes entre as imagens foram o azul, verde, marrom, branco; os elementos mais presentes foram a grama, céu, árvores, água.

d. Grupo 4: Objetos

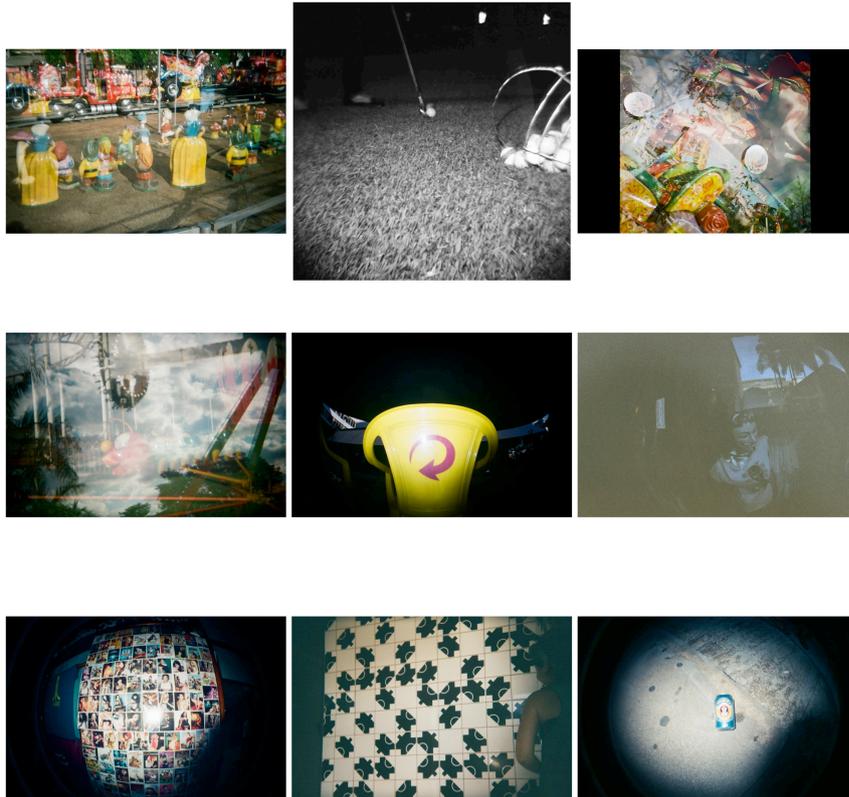


Figura 26 – Grupo 4

O grupo 4 é composto por lomos em que há a predominância de objetos e assim como o grupo 3 é composto por nove imagens. Estas imagens são observadas sob um estilo diferente das outras, uma vez que elas variam entre baixa e alta saturação, sendo uma das imagens monocromática.

A maioria das lomos deste grupo não possuem foco ou o foco está em primeiro plano. A lente olho de peixe foi utilizada na produção de três imagens e a dupla exposição em duas. Assim como nos outros grupos, também há imagens feitas por filmes 35 mm e 120. Considera-se a metalinguagem ausente, apesar de uma das imagens ser a de uma parede de cartazes – aqui não se consideraria uma foto de uma foto.

A sensação deste grupo foi de: estranheza, movimento, incerteza, confusão, interesse, curiosidade, contemplação, bagunça, empilhamento, decadência. As cores predominantes foram o amarelo, azul, preto, branco vermelho e os elementos presentes na imagem são parque (objetos de parque), parede, chão, grama, cadeira, lata, pôsteres.

4.3. Alguns apontamentos sobre o questionário e a análise de imagem

A partir dos dados capturados, percebeu-se que a prática da Lomografia possui algumas características singulares. A experiência estética pode ser composta pela busca por uma nova visualidade por meio da experimentação e da imprevisibilidade, o que é curioso, uma vez que o domínio técnico também é considerado de grande relevância. Neste sentido, pode-se pensar em uma fotografia feita com fim em si mesma, na qual o ato de fotografar é feito pelo próprio prazer de clicar, sem nenhum outro objetivo, sendo a própria técnica a poética.

As pessoas que responderam ao questionário se situam na idade entre 17 e 41 anos. A frequência da lomografia entre eles talvez possa ser explicada pelo maior acesso a recursos econômicos e culturais. Observa-se que todas as pessoas têm ensino superior ou estão cursando-o. Pode-se inferir que estas pessoas são as que se adaptam de forma mais rápida às práticas fotográficas, além de terem disposição para buscar novas formas de criação de imagens.

Outro ponto que se levanta é que embora muitos dos participantes da pesquisa fotografem com o celular e outras câmeras digitais, a quantidade de pessoas que possuem câmera analógica também é muito representativo. Entre as pessoas que fizeram experimentações com outras técnicas fotográficas, o *Pinhole* e a *Redscale* estão entre as técnicas mais comuns, talvez por conta da facilidade técnica de seu manuseio. Também houve registros de experimentações com a daguerreotipia, câmera escura e fotograma. Isto indica que não há conflito de tecnologias, isto é, não é preciso escolher uma técnica em detrimento de outra; também, indica curiosidade e interesse pela fotografia enquanto técnica e as diversas maneiras de se capturar uma imagem. Além de uma tendência ao colecionismo, que pode ser compreendido na dimensão do fetiche da mercadoria, que será tratado no próximo capítulo

A expressão *vintage* é utilizada com certa frequência para indicar elementos visuais como grãos e alterações cromáticas que o filme, em conjunto com a câmera, proporciona. Na moda *vintage*, é a palavra que é utilizada para determinar a aceção de qualidade e de clássico (CONTARI, YAMANARI, 2013). Os objetos *vintage* são comercializados como uma maneira de não aderir às tendências atuais e fazer uma escolha mais individual. “Comprar um *vintage* é mais do que uma reação ao saturado e à inclinação costumeira do *design* de moda, é um ato criativo” (FOGG, 2009, apud CONTARI, YAMANARI, 2013).

Observa-se assim a semelhança na concepção do termo *vintage* na moda e na estética fotográfica. Ver a Lomografia como uma forma de criar uma estética *vintage* talvez seja uma maneira de diferenciá-la da fotografia digital por meio de seus signos plásticos. Sob o ponto de vista semiótico e tendo base a mostra de imagens aqui apresentada, os ícones de uma fotografia *vintage*, as similaridades, podem ser consideradas as cores lavadas ou muito fortes e as evocações, a sensação de calma, diversão, interesse e energia, dependendo do grupo que se observa.

Tendo em vista o período de criação da Lomografia, cabe questionar se esta característica estética da Lomografia, hoje vista como *vintage*, também era concebida desta maneira nos anos 1990 ou no começo dos anos 2000, ou se é um conceito que a própria marca Lomo contribui para desenvolver.

Stoduto (2012), ao analisar um grupo de imagens do *site* da Lomografia, percebe uma

possível valorização da estética em detrimento da técnica, mas que ao mesmo tempo nos leva a acreditar que os lomógrafos possuem prévio conhecimento técnico e estético e utilizam-se desse conhecimento para obter resultados visualmente mais interessantes e plasticamente harmônicos a partir das possibilidades técnicas de cada modelo de câmera lomográfica (STODUTO, 2012, p. 125).

Mais à frente, ela também indica um distanciamento da analogia e da mimese por meio das modificações nas cores e contrastes proporcionados pela Lomografia.

No questionário dessa dissertação, a representação da realidade não foi posta em questão; porém, ao avaliar em quais situações se costuma fotografar,

respondeu-se que em situações como: *workshops*, ruas, “rolê”³⁷ pela cidade, viagem, festas, passeios, com família e amigos ou sozinho(a), datas importantes, domingos de sol, eventos, aniversários, momentos íntimos. O que pode indicar que os lomógrafos não têm compromisso em relatar, registrar, documentar, mas de utilizar a Lomografia como parte de uma rotina de prazer.

O fato de a lomo estar nos momentos de prazer é corroborado pelo fato de um grande número de entrevistados, 22, terem afirmado que conheceram a Lomografia por indicação de amigos. *Sites* de fotografia e *blogs* também estão entre os meios mais citados. O que indica que a rede de amigos e as redes digitais/sociais são de grande importância no compartilhamento de conhecimento fotográfico.

Sobre os aspectos da imagem em si, no questionário havia a pergunta “Quais aspectos visuais te atraem na lomografia?”. As respostas variavam entre o aspecto “*vintage*”, as cores, os grãos, os efeitos/defeitos (manchas, borrões, *flashes*, múltipla exposição, longa exposição). Todas estas características são as que predominam nas imagens analisadas. Ou seja, mesmo que uma das características da prática lomográfica seja a incerteza em relação à imagem final, a precariedade da imagem ainda acontece dentro de um parâmetro de possibilidades, não sendo a fotografia absolutamente incerta. Inclusive, esta estética precária é o que o lomógrafo parece procurar, conforme visto nas respostas em relação da diferença entre a Lomografia e os outros tipos de fotografia.

Apesar de o conhecimento das 10 regras de ouro ser grande, é curioso perceber que 14 dos entrevistados não a conheciam e uma minoria, 9 pessoas, conhecem e tentam segui-las. O que talvez decorra do próprio paradoxo das 10 regras, cuja última regra é não se preocupar muito com as regras.

Em relação aos grupos temáticos, nota-se que não há a predominância de autorretratos, mas da retratação de outros, apenas em uma imagem pode-se cogitar que seja uma parte do corpo do próprio fotógrafo. Outra questão é que no Grupo 1 – Pessoas (p. 61) há maior metalinguagem, porque são basicamente fotos de pessoas fotografando. Estas fotos, assim como as de paisagem urbana e naturais, foram todas feitas em espaços abertos. O que não é necessariamente uma surpresa, já que se infere que as fotos foram feitas durante o Lomo-rolê. Pode-se identificar pelo menos 3 lugares: entrequadras de Brasília, um parque, parque de diversões (talvez

³⁷ Rolê ou rolê é uma gíria da língua portuguesa que significa “dar uma volta, dar um giro”, segundo o Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa

o parque da cidade) e um centro comercial. A maior variação de cenário se dá no grupo de paisagem natural, onde a imagem de uma vaca e de nuvens, parecem se deslocar do conjunto – talvez por terem sido fotografadas em outros contextos que não o do Lomo-rolê. Apesar disto, Brasília demonstra-se como o cenário comum a todas às imagens, o que contribui para a criação de imagens bucólicas e com muito cenário natural.

Tanto o grupo de retratos quanto o de objetos exigiram do lomógrafo que ele chegasse mais perto para fotografar, assim como propõe as regras de ouro 4 e a 2, que aconselham que se chegue o mais perto possível do que se quer fotografar e que se fotografe a qualquer momento. No Grupo 4 – Objetos (p. 66), observou-se a maior variação de efeitos por quantidade de fotos, há dupla exposição, *flash*, olho de peixe e vinhetas.

Pensando no espectro de incertezas, pode-se discutir sobre a relação da Lomografia com o momento decisivo. O momento decisivo é um conceito trabalhado pelo fotógrafo Henri Cartier-Bresson em um texto de mesmo nome. Ele discorre sobre a profissão de fotojornalista e condena o excesso de imagens – é preciso evitar “metralhar, fotografar rápido e maquinalmente, sobrecarregar-se assim de esboços inúteis, que entulharão a memória e perturbarão a nitidez do conjunto” (CARTIER-BRESSON, 2004, p. 18). Além disso, ele tenta pensar a composição da foto como um aspecto de caráter intuitivo, assim como o manejo técnico da câmera fotográfica tem de ser. Esta mescla entre conhecimento técnico e capacidade de observação, que cunha todo o conceito de momento decisivo, pode ser definido pelo próprio autor quando ele afirma o seguinte:

uma fotografia é para mim o reconhecimento simultâneo, numa fração de segundo, por um lado, da significação de um fato, e por outro, de uma organização rigorosa das formas percebidas visualmente que exprimem este fato. (CARTIER-BRESSON, 2004, p. 29).

Bresson, que foi a voz de uma época, propõe uma experiência fotográfica completamente diferente da Lomografia, que é pautada no excesso e justamente na falta de nitidez. Em uma época de excessos de imagem, de mobilidade e de compartilhamento, percebe-se pelas respostas obtidas que há a busca por uma nova maneira de se fotografar. Como a Lomografia se posiciona e o que ela diz sobre a atual época e a maneira de se produzir imagens.

5. Futuro do passado



“Digital photography never looked so analog”.

Slogan do aplicativo para celular Hipstamatic

Como foi visto nos capítulos anteriores, a Lomografia é pensada não como uma imagem fechada, mas processual, que se desenvolve de um dispositivo analógico, a partir de uma experiência, para depois ser compartilhada por meio dos dispositivos interativos. As relações e interconexões que se estabelecem entre os lomógrafos e as imagens são tão importantes quanto o ato fotográfico em si.

Santaella (2007) afirma que a imagem representada tem um caráter duplo, pois mesmo nas imagens figurativas há uma experiência visual colocada pela própria imagem no mundo, além da denotativa. Compreende-se que as imagens são formas de expressão da cultura humana e a imagem fotográfica pode ser um meio e/ou um fim de expressão.

Considera-se que a digitalização das imagens modifica o processo e a natureza dessas imagens, de forma que se deve pensar a Lomografia e a fotografia dentro do atual processo civilizatório em que a técnica e o contexto social-político têm grande influência no modo de se produzir, consumir e partilhar imagens. Para Debray (1994), este contexto é o que ele denomina de “teclado estético”, “uma sensorialidade coletiva, determinada simultaneamente por uma escala de *performances* emotivas e por uma escala de prestígios sociais” (p. 285). Diversas gerações provenientes de diferentes contextos apresentam artes padrões, reconhecidas pelo campo das artes como a vigente.

O desenvolvimento deste capítulo centraliza-se nos desdobramentos da Lomografia a partir do manifesto fotográfico, passando pela compreensão da Lomografia como uma prática coletiva e nas pequenas narrativas lomográficas, desembocando numa reflexão sobre uma possível estética do precário.

5.1. Lomografia como movimento fotográfico

A sociedade lomográfica se faz presente virtualmente em várias línguas e as suas embaixadas se localizam em várias cidades do mundo. A sua ubiquidade nos grandes centros culturais do mundo e nas redes faz com que ela esteja ao alcance das mais diversas pessoas que podem compartilhar as suas imagens e ver as que foram feitas por outras pessoas. Há um incentivo para que a produção seja feita; porém, não se vê propagandas das câmeras em meios de comunicação como a

televisão ou o jornal anunciando uma câmera nova ou uma promoção. Além disto, apesar de ser possível encontrar a câmera disponível em diversas lojas físicas não oficiais da marca, a venda é feita prioritariamente *on-line*, tanto no *site* como em revendedores autorizados. As lojas oficiais da marca – as embaixadas – tornaram-se parte do roteiro de fotógrafos amadores nas mais diversas cidades no mundo.

A dinâmica própria da comunicação da Lomografia pode ser observada em como ela é usada diretamente ou indiretamente em propagandas. Em um vídeo da marca de cerveja *Skol* (Fig. 27), a primeira cena é uma câmera lomo afundando. Segue-se com um grupo de jovens numa lancha sendo devorados por uma baleia. Subentende-se que aquela câmera é o que sobrou do ataque do animal, o qual possui uma geladeira de cervejas no estômago (e por isso agora está tudo bem).



Figura 27 – Propaganda da Skol

No seriado americano *The Walking Dead* (Fig. 28), o personagem *Glen* descobre em meio ao caos apocalíptico de uma infestação zumbi a câmera lomográfica *Diana F+ Instant Camera*, um modelo que produz fotos instantâneas. Esta câmera lhe permite ter momentos de felicidade com a sua amada, funcionando como um ponto de empatia entre a estória e o espectador.



Figura 28 – Cenas do seriado *The Walking Dead*

A banda australiana de *rock psicodélico Tame Impala* tem na capa de seu segundo disco (Fig. 29) uma imagem com elementos visuais próximos aos da Lomo. A imagem tem vinhetas, vazamento de luz lateral, contraposição de elementos desfocados, cores supersaturadas. Se a imagem não foi feita com uma câmera lomo, como se pode tentar prever, a referência estética à prática é clara, pois inclusive se incorpora todos os elementos que foram identificados na análise de imagens do capítulo anterior: *flashes*, vinhetas, cores pouco saturadas, elementos urbanos, pessoas e céu.



Figura 29 – Capa do disco *Lonerism* da banda *Tame Impala*

A Lomografia se posiciona não como um produto de um objeto de consumo, mas sim como um símbolo de diversos valores como juventude, alegria, jovialidade, prazer, felicidade. Ao se posicionar desta maneira, ela tenta se deslocar do conceito

de mercadoria enquanto um objeto ligado ao valor de uso e troca; assim, ela busca criar vínculos emocionais com o consumidor.

Neste sentido, a afinidade entre a marca e o consumidor não se dá somente pelas qualidades das câmeras e de suas imagens, mas também pelo compartilhamento e pelas características subjetivas que dão vida à mercadoria, neste caso as câmeras e as imagens.

Traz-se a questão do conceito de fetiche. Além da noção de excitação sexual, o fetiche é um conceito relacionado à mercadoria ou a um comportamento quando eles adquirem vida própria e podem passar a ser alvo de adoração. O fetichismo da mercadoria é um conceito criado por Karl Marx, que, ao analisar as relações de trabalho, percebe que o valor da mercadoria decorre do caráter social do trabalho o qual produz essas mercadorias. O valor do trabalho humano não é igual ao valor da mercadoria, logo, o valor do objeto que se consome se dá por meio da própria troca.

O dinheiro como valorização do produto pode ser um diferencial. Um produto de luxo pode ser de uso exclusivo e neste caso um carro como o *Porsche*, vende não somente a exclusividade monetária, mas um posicionamento que limita a sua compra aos mais abastados e que possuem um certo patamar social. Outro exemplo, o modelo mais caro da câmera *Hasselblad* de médio formato custa 45 mil dólares,³⁸ enquanto um modelo profissional de outras marcas custa menos da metade, o que também limita o seu uso por possibilidade monetária.

Nestes dois exemplos, existem grandes diferenças técnicas e de *performance* em relação aos modelos mais baratos. Estas diferenças poderiam ser barateadas durante a produção ou por outros meios, mas o que se vende é a exclusividade do produto, a troca de valores; o dinheiro e a exclusividade encobrem o trabalho humano.

O fetiche da mercadoria resultaria do entendimento do sistema de trocas de mercadoria e as leis econômicas como uma forma natural e independente da história. A mercadoria seria uma forma específica de relação entre as classes sociais do capitalismo (NOVAES; DAGNINCY, 2004). O preço não é um atributo real da mercadoria, mas a solidificação de uma relação entre os fabricantes e consumidores. No ramo da fotografia, observa-se um movimento de melhorias

³⁸ Segundo pesquisa realizada em 4 novembro de 2014 no *site BH Photo*, o modelo H5D-200c foi o mais caro.

tecnológicas nos sensores, por exemplo, que não necessariamente diminuem o valor do produto, mesmo o custo de sua produção sendo baixíssimo.

Novaes; Dagnino (2004) observam que a tecnologia é entendida como uma das maneiras de atingir eficácia na produção de bens e serviços. Entre os debates sobre a tecnologia que o autor trabalha, há o fetiche da tecnologia, envolvendo o conflito em torno da técnica e o seu determinismo. Citando Feeberg (2002, apud NOVAES; DAGNINO 2004), eles propõem que a tecnologia está sujeita a conflitos históricos entre os detentores dos meios de produção e a mão de obra assalariada. As relações sociais moldam o uso da tecnologia e há reprodução dos valores dominantes na tecnologia.

Desta maneira, a tecnologia é duas vezes determinada pelas relações sociais de produção: primeiro, ela é concebida e materializada de acordo com a ideologia e o poder social daqueles que tomam as decisões; segundo, seu uso na produção é determinado pelas lutas de classe que ocorrem no chão de fábrica (NOBLE, 1989 apud FEENBERG, 2004, p.7).

Neste cenário, o valor da Lomografia enquanto produto não se dá na sua dimensão tecnológica, mas pela sua precariedade de fabricação aliada à grande possibilidade de consumo. A sua diferença em relação a outras câmeras e marcas está na possibilidade de criação de novas poéticas artísticas por meio de erros, não de acertos. “Não pense, apenas fotografe” diz o *slogan*. Não se vende bens de consumo exclusivo, de luxo – apesar de ela ter versões luxuosas de seus produtos – , mas momentos e experiências.

A fotografia digital torna-se popular em um mundo que, desde a década de 1990, parece estar prestes a ser dominado pelo digital; dessa forma, a Lomografia propõe uma experiência diferente com a fotografia analógica. A propaganda não está pautada na lógica da técnica – “esta câmera faz fotos melhores!” –, mas do apelo ao sentimento – “esta câmera faz parte da sua vida!” –, e no desapego de aspectos formais, que se diferenciariam fotos “boas” de “ruins”. Leve a câmera para onde for e use-a a todo o momento, sugerem as primeiras regras de ouro. Ao mesmo tempo em que se propõe um exercício intimista de fotografia, mantém-se o espírito pós-moderno: é o fim do ângulo de ouro, valoriza-se a produção cotidiana, pessoal, da fotografia, como criadora de pequenas narrativas pessoais.

A perspectiva de que a arte não está mais pautada somente no conteúdo da obra é um dos aspectos que constituem a arte contemporânea, segundo Cauquelin (2005). O foco está tanto na obra final quanto no processo. Este aspecto é visível na Lomografia, uma vez que estar fotografando é tão importante quanto às fotos e o seu compartilhamento. O processo de criação da Lomografia vai desde a escolha da câmera até como se lida com a alternativa de se compartilhar ou não as imagens fotografadas. O lomógrafo que, idealmente, segue as '10 regras de ouro' não tem uma motivação específica para fotografar, uma vez que a câmera está com ele a todo o momento.

A estratégia de oferecer experiências personalizadas em vez de produtos é utilizada pela publicidade nos dias de hoje e vai de encontro à ideia de massificação do consumidor. A escolha de consumo de um produto não é feita só pelas funcionalidades e benefícios, mas pelo seu posicionamento em relação ao consumidor e os conceitos subjetivos tais como felicidade, jovialidade etc. relativos ao produto. O *storytelling*³⁹ aparece frequentemente como um recurso de associação e um meio de criar empatia com o consumidor.

Jenkins (2009) define *storytelling* como uma história que se desenrola em múltiplas plataformas midiáticas em que cada novo contexto contribui de forma diferente na sua construção. No caso da Lomografia, observa-se um posicionamento com o objetivo de criar vínculo emocional. Ela está presente em propagandas, no cinema, em seriados, como uma forma de compor a história de um personagem ou um momento. A história da Lomografia, neste sentido, seria a composição de uma visualidade que remete a conceitos que fogem do consumo e se aproximam da criação de memórias, reforço de amizade, diversão e nostalgia.

Desta maneira, convém pensar na Lomografia como uma espécie de *Zeitgeist* de sua época, como é dito no Manifesto da Lomografia, mas de um espírito coerente com as respostas às mudanças tecnológicas. Para atingir um outro nível de significação para além do consumo, criou-se uma espécie de mitologia em volta das câmeras. Esta mitologia é reforçada pelo uso incorporado da câmera como parte de uma estética a qual representa uma juventude que não se pauta somente no consumo, mas também na experiência estética, sensorial e de compartilhamento e é

³⁹ Outros termos também podem ser utilizados, tais como *cross-media*, *mixed-media*, *cross-media entertainment*, *transfiction*. O termo *storytelling* foi o que mais se adequa a esta análise.

nesta dimensão que o fetiche da Lomografia se consolida, criando o desejo de consumo de produtos e imagens, além do incentivo à criação.

5.1.1. O manifesto lomográfico

Um manifesto pode ser entendido como “declaração pública, freq. solene, na qual uma pessoa, um governo, partido político, grupo religioso, de artistas etc. expõe determinada decisão, posição, programa ou concepção”.⁴⁰ Na arte, a vanguarda surrealista e futurista são exemplos de movimentos que publicaram manifestos. Barroso (2007) denomina *cultura dos manifestos* o resultado escrito e publicitado das reflexões vanguardistas. O manifesto, segundo o autor, utiliza-se de comunicação escrita ou audiovisual (artigos, livros, notas, catálogos, entrevistas etc.) para falar com o grande público. “Os manifestos são meios de difusão das reflexões dos artistas a respeito da arte – conceitos, técnicas, aspectos ligados à fruição da obra” (p. 158). Danto (2006) descreve os manifestos como uma maneira de se distinguir e definir a arte como uma e mais verdadeira do que as outras.

Entre os manifestos de grande relevância, podem-se citar os manifestos surrealista, futurista, suprematista, neoplasticista, realista, dadaísta. As vanguardas desestabilizaram a arte institucionalizada ao proporem novas maneiras de se pensar e fazer a arte, os manifestos contribuíram para isto porque é lá que os artistas determinavam as suas críticas, métodos e propostas. O manifesto da Lomografia⁴¹ surge em um contexto diferente, mas proveniente de uma necessidade semelhante de refletir e propor novas práticas.

O manifesto da Lomografia primeiro posiciona-se como “*consequência de um encontro acidental que leva em conta condições técnicas, econômicas, sociais e a artísticas.*”.

A singularidade das condições de produção artística daquele momento, na década de 1990 dá-se justamente por se tratar de um momento pós-Guerra Fria, em que houve o rearranjo da política e dos modos de consumo de vários países da Europa. Além disto, a partir da década de 1990 observa-se o enorme crescimento e desenvolvimento tecnológico na vida cotidiana, como já foi observado.

Mais à frente, o manifesto classifica as instituições culturais como elitistas, que lutam para sobreviver. Faz-se um elogio às expressões criativas espontâneas e

⁴⁰ Fonte: Dicionário de português licenciado para Oxford University Press.

⁴¹ Ver anexo 1.

nota-se que as artes não são mais reconhecidas pelos seus conteúdos. A câmera Lomo é classificada como uma câmera revolucionária, de custos reduzidos, e que tem uma “nova abordagem para o aspecto técnico da fotografia”. Entende-se que a tecnologia da câmera, tamanho e construção, permite a construção de uma fotografia “incomparavelmente imparcial”.

Simultaneamente, o manifesto propõe repensar a fotografia e faz uma reflexão sobre as condições de criação na virada do século, em que novas fronteiras se formam e os espaços de expressão são reconfigurados.

- a) Na Lomografia, a fotografia não é pensada, mas surge como um documento e ao mesmo tempo como parte integrante de uma situação. Não existem fotos ‘boas’ ou ‘ruins’, apenas fotos mais ou menos ‘verdadeiras’, ‘autênticas”.

- b) O desenvolvimento social no final do século 20 (liberalismo progressista e pluralismo) confunde as fronteiras entre o público e o privado, entre a arte, consumo e o comércio, entre o geral e o específico. É nessas fronteiras que *Lomography* se firma.

Talvez por ter sido escrito antes da fundação da LSI, o manifesto não explicita a organização da Lomography nem as ações provenientes desta organização, como a LomoWall, as embaixadas, as exposições pelo mundo e a comunidade em si. É possível reconhecer que a inserção das tecnologias já começa a afetar os modos de produção e que, como o próprio texto diz, novas fronteiras começam a ser delimitadas.

Por meio do manifesto lomográfico determina-se, por assim dizer, o terreno lomográfico, no qual serão semeadas as ideias. A partir do manifesto, propõe-se a construção de uma nova maneira de fotografar, uma mitologia que seja construída de acordo com as narrativas pós-modernas e contemporâneas que estejam menos sujeitas ao mercado de arte e aos excessos das indústrias.

Considera-se que a relação da lomografia com a arte não é simples. A Lomografia é, antes de tudo, uma marca. Por mais que ela se posicione como um novo modo de ver, viver e fazer imagens, a dinâmica ainda é a de consumo. Ao mesmo tempo, na história da fotografia, a câmera e a imagem fotográfica como

objeto de consumo estão ligadas ao seu próprio desenvolvimento. Vide as primeiras câmeras portáteis da Kodak que democratizaram o acesso à fotografia ao criar modelos baratos e acessíveis. Segundo Borges (2005), um ano após o surgimento da primeira máquina fotográfica portátil da Kodak em 1888 houve um aumento significativo de consumo e comercialização de imagens. Além disso, desde a sua invenção a fotografia contribuiu para a série de mudanças nos hábitos cotidianos e comportamentos sociais (FABRIS, 1998).

A questão do lugar da fotografia na arte a acompanha desde a sua criação. Com o declínio das funções documentais da fotografia, Rouillé (2009) afirma que se desenvolve o que ele denomina de fotografia-expressão, estando agora a fotografia a serviço da subjetividade do fotógrafo, não mais do lendário momento decisivo ou da retratação da realidade. É possível perceber que o processo torna-se tão significativo no produto final. Do mesmo modo em que a fotografia de certa maneira alcança a arte, a arte torna-se “profundamente fotográfica” (DUBOIS, 2010, p. 279).

Segundo Rouillé (2009), a fotografia consegue o seu lugar no museu para “preencher parcialmente o vazio deixado pela pintura; restituir o impulso a um certo mercado da arte; para salvar os principais valores do mundo da arte” (p. 350). Superando a sua função menor de instrumento ou vetor de arte, pondo em xeque a tradição da arte como concepção manual e a valorização da cópia. Para o autor, não foi o médium fotográfico que se infiltrou na arte, mas os artistas que se serviram dele para responder às suas necessidades próprias. (p. 352). No entanto, entende-se que a arte exprime o imaginário de sua época. A fotografia como meio de expressão já era usada por artistas anos antes, conforme se demonstrou no capítulo 2 deste trabalho.

Campany (2003) observa que a entrada da fotografia no mercado de arte acompanha o alargamento do mercado de impressões *fine art*, proliferando também o de livros de fotografia e o interesse de grandes museus e galerias em exposições fotográficas. Para o autor, a lacuna entre fotografia como uma forma de arte e os artistas que usavam a fotografia como força auxilia em suas obras na era ideológica: “estética conservadora *versus* vanguarda radical; ou formalismo *versus* pós-

formalismo; ou a defesa da 'alma' da fotografia contra a acusação de que ela não teria uma; introspecção *versus* engajamento social" (2003, p. 19).⁴²

A Lomografia flerta com a visão de arte como uma prática lúdica, fora dos contextos formais da arte, como o museu ou a galeria. Ao contrário, ela traz a galeria às ruas com a *LomoWall* e promove contato direto com os meios de produção e com as fotografias por meio das embaixadas. O mundo da Lomo está sempre ao alcance de quem se interessar por ele, o que o torna um ambiente receptivo. Este aspecto coincide com a concepção de Danto (2006) de arte contemporânea, compreendido por ele como "um período de desordem informativa, uma condição de perfeita entropia estética. Mas é também um período de impecável liberdade estética" (p. 15).

O manifesto da Lomografia posiciona a prática de modo que não haja dúvidas sobre o que ela é nem da sua pretensão. Não se busca o gênio criador, nem a obra-prima, mas a fotografia pela experiência e pela imagem e por uma fotografia que seja livre dos cânones da representação e do enquadramento. Ser ou não arte parece não ser uma questão que preocupa os lomógrafos, mas a possibilidade de construir uma fotografia que se aproxime a uma criação artística é uma das características mais contundentes da Lomografia e é neste lugar ambíguo de arte e não arte que o manifesto e o posicionamento de comunicação se firmam.

Cabe, neste momento, trazer a concepção de 'sem-arte' de Soulages (2010) e de fotograficidade. O autor classifica como "sem-arte" "aquilo que não é feito com uma intenção, um projeto, uma vontade, uma pretensão artísticos" (p. 159). O autor atenta ao fato de que uma foto considerada unicamente não tem a mesma força que quando postada em um contexto. É a partir do contexto que a obra nasce, pois "a fotografia não se reduz ao ato fotográfico instantâneo, mas compreende também a ação fotográfica e o metafotográfico; essa é a força da recepção e da interpretação" (*idem*, p. 178).

A partir do momento em que uma fotografia emociona, enriquece e funciona como obra, a fotografia desloca-se de sem-arte à arte. Para Soulages, este deslocamento só é possível porque ela expressaria "plenamente a fotograficidade da fotografia" (p. 170). Esta transformação é uma característica específica da fotografia.

⁴² Tradução livre de: "*aesthetic conservatism versus radical vanguardism; or formalism versus post-formalism; or a defense of the 'soul' of photography against the claim that it doesn't have one; introversion versus social engagement*".

O conceito de fotograficidade, por sua vez, “designa a propriedade abstrata que faz a singularidade do ato fotográfico – e esse ato remete tanto ao sem-arte quanto à arte” (SOULAGES, 2010, p. 129). Ela se fundamenta na estética do irreversível e do inacabável e da articulação entre ambos. Irreversível porque uma vez que o ato fotográfico é realizado não há volta, pode-se até fazer interferência na imagem posteriormente, mas aquele ato é único. Inacabável porque, uma vez capturado o negativo, pode-se reproduzi-lo das mais diversas maneiras. Assim, a fotografia seria “a articulação entre o que se perde e o que permanece” (SOULAGES, 2010, p. 132). A fotograficidade é um conceito que deriva da análise dos processos da fotografia analógica, da captura da imagem no negativo à sua ampliação.

Por fim, Soulages ao defender a possibilidade da fotografia se tornar uma obra, afirma que “uma foto só ganha sentido e força graças às relações reais, prováveis e possíveis que ela mantém com as outras fotos” (p. 191). É aos poucos que se concebe a fotografia como obra.

A dinâmica da Lomografia, para além de uma marca e enquanto proposta de movimento artístico, ancora-se justamente nesta possibilidade de mudança de *status*. A fotograficidade da Lomo se dá enquanto prática de uma fotografia baseada na possibilidade de proporcionar uma nova estética da experiência cotidiana. O inacabável da Lomografia é uma característica que se eleva na forma de compartilhamento e experiência digital, enquanto o irreversível se baseia na instabilidade dos efeitos visuais que se pode conseguir por meio da técnica.

5.2. Lomografia enquanto prática coletiva

Na história da fotografia, pode-se observar algumas tendências estéticas, mas poucos movimentos fotográficos organizados, com objetivos bem definidos, manifesto etc. Observa-se que os fotógrafos trabalham de forma independente ou se ligam a grupos artísticos, fotoclubes e agências de notícia. Entre o pictorialismo e o movimento fotoclubista, há uma produção fotográfica que parecia orbitar entre algumas estéticas, não necessariamente sob princípios comuns.

Os coletivos fotográficos se destacam como o tipo de organização mais próxima que há de uma unicidade como aquela observada nas vanguardas. Eles se caracterizam por serem

trabalhos com ênfase nos aspectos cotidianos e relacionais do espaço vivido; afrouxamento de hierarquias nas formas de organização interna dos grupos; pensamentos críticos sobre o modo de produção capitalista e os espaços institucionais de arte; discussões em torno da necessidade de pensar e criar junto, como espaço privilegiado de articulação de forças; fortalecimento de laços de amizade e solidariedade (...) (DASSOLER, 2011, p.14).

Os coletivos, em geral, são um grupo de fotógrafos que se reúnem com um objetivo comum. Neste caso, segundo Queiroga (2012), o importante é pensá-los como processo, “o que importa é a trama que envolve o fazer” (p. 78). Ele continua afirmando que estes aglutinamentos de fotógrafos não precisam ser compostos por fotógrafos profissionais e há em comum um sentimento de afetividade pela experiência coletiva, além da discussão crítica sobre o processo.

É importante notar que, diferente dos coletivos, as agências de fotografia são compostas por especialistas em uma estrutura estável e hierárquica, a criação é do indivíduo para a agência, nos coletivos é de todos para todos.

O fotojornalismo é genericamente uma atividade utilitária, na qual a fotografia é submetida necessariamente a um texto, dando veracidade ao acontecimento relatado. Já no fotoamadorismo, a existência artística da fotografia é um fim em si mesmo, sendo esta a sua característica básica definidora que orienta a fruição estética (COSTA; RODRIGUES, 1996, p. 76).

A Lomografia possui uma estrutura semelhante aos coletivos, uma vez que a figura do autor dilui-se na rede após a digitalização da imagem, apesar de ser possível identificá-lo com uma procura direcionada pelos algoritmos. Além disto, o processo é tão importante quanto a obra final. Porém, não há uma estrutura fixa na produção, uma espécie de hierarquização, como há nos coletivos. Pode-se produzir em conjunto, como nos eventos LomoMatrix e no Lomo-Rolê, mas pode-se também ter a fotografia como uma atividade solitária, sem objetivos além da experimentação e registro do dia a dia. Assim, a lomografia ao mesmo tempo em que se aproxima dos coletivos por ter um espírito de compartilhamento e criação coletiva, afasta-se deles porque não tem uma estrutura definida de criação, mesmo possuindo um manifesto e uma rede de socialização. A criação é individual, ainda que ela se manifeste pela e para a coletividade.

Entler (2011), ao analisar três coletivos (Cia. de foto, Garapa e Galeria Experiência), expõe que eles nascem por afinidade entre os seus integrantes que se reúnem em volta de projetos. Uma questão levantada pelo autor é que ao renunciar da autoria o fotógrafo enfrenta uma espécie de trauma histórico recorrente da própria dificuldade da fotografia ser aceita como uma arte de autor, uma vez que ao abdicar da autoria, os fotógrafos “parecem trair uma causa histórica pela qual muito esforço foi despendido” (ENTLER, 2011, p. 42).

Apesar de diluída no *Big Data*, não há dúvida quanto à autoria dos lomógrafos. Mesmo assumindo avatares na rede, os lomógrafos assinam suas fotos e são rastreáveis a partir do momento em que compartilham as imagens. Porém, o anonimato acaba se tornando parte da experiência, pois a imagem compartilhada, junto com a sua autoria, pode se perder em meio ao enorme fluxo da própria rede.

Segundo Lévy (1999), ao ser digitalizada a imagem

(...) perde sua exterioridade de espetáculo para abrir-se à imersão. A representação é substituída pela virtualização interativa de um modelo (...) O desenho, a foto ou o filme ganham profundidade, acolhem o explorador ativo (...) de um universo de dados (p. 150).

Esta digitalização, uma das características do período pós-fotográfico, cria uma imagem manipulável e flexível, com pouco valor de evidência ou documento. Segundo Machado (2005), com a fotografia digital há um retorno de uma atitude fetichista em relação à fotografia clássica de base fotoquímica. Ao mesmo tempo em que a tecnologia digital substitui a analógica, ela cria uma valorização e fetichização de sua estética. Esta fetichização pode ser observada pela simulação de elementos próprios da tecnologia analógica, a partir dos quais é possível observar um novo regime de visualidades em que há a apropriação e incorporação, não a supressão.

A estética da imagem analógica digitalizada no meio digital pode parecer problemática, mas ela acaba tornando-se própria à lógica das redes. Esta natureza híbrida da Lomografia concerne não só ao processo de criação, mas também à sua difusão e compartilhamento. Santaella (2008) observa que “(...) uma das características mais importantes das estéticas digitais está na sua absorção e hibridização das estéticas tecnológicas anteriores” (p. 40).

Castells (2008) se refere a espaços de fluxos e em tempo real para especificar o tempo e o espaço do compartilhamento. Para o autor, a internet foi

vista como um lugar para a realização das fantasias sociais, mas ela é uma extensão da vida como ela é. Arantes (2008) observa que o fluxo é o contraponto ao discurso estético da tradição, da beleza, objetividade e verossimilhança. A fotografia, assim, perde o seu *status* de imagem parada para tornar-se imagem em constante fluxo, a sua inacababilidade assume uma nova dimensão ao virtualizar-se.

A Lomografia, simultaneamente ao fato de que depende de uma produção pautada na experiência analógica, tem o seu processo de “legitimação” feito não por um grupo de profissionais qualificados, a rede das artes que Cauquelin (2005) cita, mas pelo compartilhamento *on-line* controlado por algoritmos, cuja curadoria é mediada por números de cliques, coincidência entre horários de acesso à página e momento de *upload* de imagem, *taggeamento* e geolocalização, entre outros elementos. O negativo da lomo é único, mas quando esta imagem de origem analógica é reproduzida *on-line*, ela abandona este aspecto para abraçar a ubiquidade como uma espécie de possibilidade extrema de reprodutibilidade (VICENTE, 2005). Assim, é possível perceber que a rede e o compartilhamento fazem parte do processo fotográfico, conforme o gráfico 1.

Em uma das questões do questionário, foi indagado se a perspectiva do entrevistado sobre fotografia havia mudado depois que se começou a utilizar a Lomo. Entre as respostas positivas, “sim, a perspectiva havia mudado”, justificou-se com frases como: “passei a observar mais a luminosidade dos locais”; “Possibilitou experimentar mais e principalmente uma maior liberdade criativa”; “Ela me fez acreditar que eu posso, a médio ou longo prazo, desenvolver um trabalho autoral em fotografia sem precisar me tornar um fotógrafo (profissional), sem dominar altas técnicas profissionais”; “Acho que a pretensão de captar momentos muito precisos ou de certa forma perfeitos diminui, na medida em que quase todas as imagens acabam sendo extraordinárias”; “a Lomografia mudou o meu modo de ver a fotografia de uma forma muito cheio de técnica e regras”; “descobri que existe beleza no erro e nas improbabilidades o que fazem o 'fracasso' em outro tipo de sucesso”.

Depreende-se que a Lomografia se configuraria como um movimento estético cujas características são o hibridismo na criação e na difusão de imagens fotográficas por meio de uma rede altamente conectada, que é focada na produção e experimentação de imagens analógicas imperfeitas e imprevisíveis. A coletividade da Lomografia se dá pela comunicação em rede pela descoberta do movimento e

pelo compartilhamento, uma vez que a maioria das pessoas conheceu a Lomo por indicação de amigos ou pesquisa na internet e *blogs* e costumam compartilhar as suas imagens em redes sociais, em especial no *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *Flickr*.⁴³

5.3. Pequenas narrativas fotográficas

A imagem exerce papel central na comunicação cotidiana em rede, seja pela comunicação por celular, pela *web* ou pelos meios de comunicação tradicionais, a imagem propõe significados e constroem narrativas.

A imagem digital desenvolve-se junto com o que Castells (2004) denomina de *Revolução Tecnológica da Informação* ou a revolução digital, o período, no final da década de 1960 e na década de 1970 em que foram criadas várias tecnologias as quais hoje se mostram essenciais para o cotidiano conectado, tais como o microcomputador (1975), a fibra ótica produzida em larga escala, os videocassetes da Sony.

À medida em que a tecnologia é apropriada para usos cotidianos, novos paradigmas vão surgindo. Ocorre uma convergência tecnológica da vida, diversos sistemas começam a se integrar. Vida social, política, econômica, todos passam a ser mediados por meios tecnológicos; os espectadores também viram elaboradores. Cada um pode ser o produtor e difusor do próprio conteúdo. Para Manovich (2001), ocorre uma fusão entre o campo de trabalho e o campo de diversão. Santaella (2004) afirma que a relação piramidal em que a informação sai do topo, de um criador que tem total controle da criação, para o espectador, na base da recepção, começa a sofrer concorrência, há uma reconfiguração dos meios tradicionais e esse esquema deixa de ser o principal.

A internet, que também surge na revolução digital, contribui muito para este processo de mudança, e para a autora, o seu sucesso se explicaria

porque ela nunca serviu apenas a fins militares. Ao contrário, ela sempre serviu a redes científicas, institucionais e pessoais que cruzavam não só o Departamento de Defesa, mas também a Fundação Nacional da Ciência, as principais universidades ligadas à pesquisa e núcleos de geração de ideias especializadas em tecnologia, nos Estados Unidos (SANTAELLA, 2004, p. 87).

⁴³ Ver gráficos no anexo.

A fotografia digital relativiza a natureza indíca da fotografia e toda a mitologia do fotógrafo como um caçador de imagens. Rouillé (2009) assinala que a arte contemporânea passa a se ocupar do banal, do cotidiano. Artistas como Nan Goldin (Fig. 30) passam a protagonizar uma estética do ordinário, em que micronarrativas ou narrativas internas⁴⁴ tornam-se centrais. Goldin fotografava familiares e pessoas próximas. Por ter tido uma vida noturna e boemia durante os anos 1970 em Nova Iorque, é recorrente imagens de *drag queens*, prostitutas e figuras fora dos padrões. Suas imagens se passam em ambientes íntimos e em geral foram feitas com luz natural. Seu trabalho mais famoso, *The ballad of sexual dependency* (1986), é composto por imagens privadas em que a câmera faz parte do seu cotidiano tanto como falar, comer ou fazer sexo. “*These pictures come out of relationships, not observation*”⁴⁵, afirma.



Figura 30 – Nan Goldin, *Trixie on the Cot*, 1979.
Fonte: <<http://goo.gl/VvSgkc>>.

Cotton (2010) fala em fotografia íntima, uma obra em que a linguagem doméstica ganha exposição pública. A autora especifica que os fotógrafos deliberadamente compõem fotos com uma estética “errada”, com enquadramentos aleatórios, imagens borradas, *flash* não homogêneo etc.

⁴⁴ Cabe ressaltar que o termo “micronarrativas” não é utilizado com o sentido de diminuir o valor das narrativas, mas de descrevê-las como narrativas que se desenvolvem em ambientes pessoais.

⁴⁵ Fonte: <<http://goo.gl/gBQViG>>

A fotografia cotidiana ou familiar normalmente é associada a momentos simbólicos, ritos de passagens (casamentos, aniversários) ou de celebrações de conquistas. As fotografias de família permitem que seja mantido o bom funcionamento dos papéis familiares, não há imagens tabus ou de tristeza em álbuns de família. Bourdieu (2007) em seu estudo sobre o uso social da fotografia identificou que ela prolonga o evento que registrou, ela transforma bom momentos em bons *souvenirs*.

Na arte, observa-se a partir dos anos 1970 uma fotografia muito menos ritual e de registro. A fotografia íntima desenvolve-se como o oposto destes valores.

Cotton observa que a estética da intimidade influencia a moda que nos anos 1990 passa a se beneficiar do realismo bruto. Um dos resultados visíveis seriam o *grunge* e a



Figura 31 – Ryan McGinley, *Water down*, 2009.

contratação de modelos mais jovens e magros, abandona-se decorações exóticas por estúdios vazios ou decorações sem charme. Nos anos 2000, fotógrafos como Ryan McGinley (Fig. 31) passam a fazer parte da iconografia e inúmeros, outros expõem a sua vida e os seus relacionamentos em suas imagens em seus *sites*.

Entre os fotógrafos que Cotton analisa, destaca-se aqui o trabalho de Ruth Erdt (Fig. 32). Nesta série chamada *The gang*, Erdt fotografa a sua família, enfatizando os arquétipos da constituição familiar, como a ligação entre mãe e filha. O trabalho foi realizado ao longo de 15 anos e reúne fotografias da família e amigos. As imagens são de objetos, flores, animais, retratos e *closes* em partes do corpo. Cotton observa uma espécie de neutralidade técnica com o propósito de causar a sensação universal de empatia.



Figura 32 – Ruth Erdt, *The gang*.
Fonte: <<http://erdt.ch/the-gang/>>.

Outro exemplo que se pode trazer é o trabalho do coletivo Cia. de foto, *Caixa de sapato* (Fig. 33). O título brinca com a ideia de que as fotografias de família costumavam ser guardadas em lugares como caixas e gavetas. O ensaio é composto por fotos do dia a dia dos fotógrafos, composto em grande parte por crianças, mulheres e animais domésticos. O curioso deste ensaio é que ele é inacabável.



Figura 33
Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=FOInOE8z6D8>>.

Cotton identifica na fotografia íntima uma recorrência da solidão como tema. A estética do ordinário também está presente, não há simulação de atos, talvez estímulo a uma situação, a imagem capturada só pôde ser fotografada porque há uma relação íntima e familiar.

Cabe mencionar que antes da fotografia digital, a Polaroid (Fig. 34) era o mais próximo que se tinha de fotografia instantânea. Com ela, pode-se afirmar que surgiu um gênero específico de fotografia que abriu várias possibilidades de criação. Apesar de ela existir no imaginário contemporâneo nos álbuns de família, o seu aspecto instantâneo e portátil foi explorado por artistas como Andy Warhol (Fig. 35), Robert Frank, Robert Mapplethorpe, Chuck Close, além de ser muito utilizada para produções audiovisuais como um instrumento para supervisionar a continuidade de um filme.

A Polaroid contribuiu para trazer à produção fotográfica a estética do banal, que vulgariza o ato fotográfico contribuindo para a sua desmitificação e dando importância ao que é comum, ordinário e também ao instantâneo. O acaso é um fator presente nas fotos instantâneas, as suas imagens não são feitas sob o controle total do fotógrafo; inclusive, os relatos de químicas mal desenvolvidas ou estragadas são inúmeros.

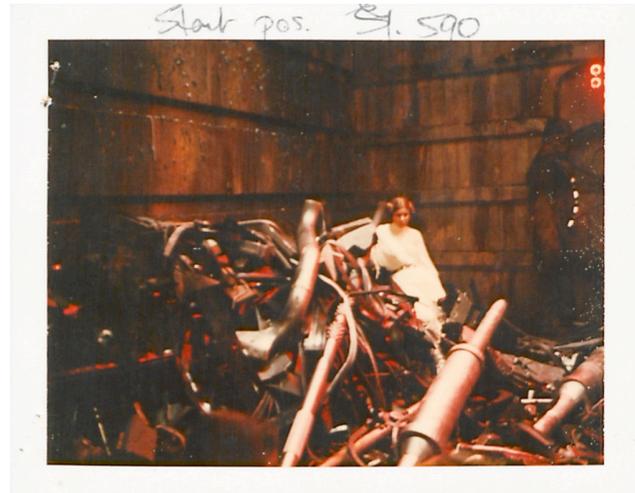


Figura 34 – BFI National Archivee TM Lucasfilm Ltd.

Fonte: <<http://goo.gl/i2Mjcx>>.



Figura 35 – Selections from Andy Warhol, *Red Book*, 1974-75. Thirty-six dye diffusion transfer prints (Polaroid), 10.8 x 8.4 cm each.
 Fonte: <<http://goo.gl/MtiXA6>>.

A precariedade, assim, torna-se um recurso intencional dos fotógrafos e as micronarrativas se expandem, deixam de dizer respeito à vida particular e deslocam-se para a domínio público.

A visualidade particular da Lomo, como observada no capítulo anterior, é marcada pela precariedade da câmera de plástico e pelas possibilidades de interferências nos negativos. Esta precariedade inata da prática lomográfica é o que a torna tão única. Os lomógrafos desta pesquisa percebem que a diferença entre a Lomografia e outros tipos de fotografia se dá tanto pelo aparato – a câmera – quanto pelo descompromisso com a qualidade, mas também a afetividade de cada imagem produzida.

- a) “Para mim, a Lomografia inspira uma afetividade. Gosto de usar a lomografia para registrar pessoas, lugares ou momentos com os quais tenho alguma relação afetiva. Entretanto, também gosto de usar a lomo para experimentar a linguagem do analógico sem necessariamente me apegar à pureza técnica, com a surpresa de descobrir o que foi feito depois. “
- b) “Um deles é o simples fato de ser fotografia analógica, quando estamos acostumados com a informação rápida, não poder ver a imagem logo depois de fazê-la é excitante, a surpresa. Para mim, a Lomografia está ligada às coisas que mais gosto, não "desperdiço" filme, como se pode fazer com a câmera digital... Escolho muito especialmente.”

- c) “Com a Lomografia, faz-se a foto como um instantâneo de uma lembrança, sonho ou sentimento; as demais fotografias são mais preocupações em registrar o momento para outro destinatário sem a interferência do interlocutor.”

Observa-se, desta maneira, a busca por uma alternativa técnica para a criação de imagens cotidianas com uma visualidade intencionalmente experimental.

5.3.1. Identidades locais e globais

As identidades pessoais são uma narrativa, pois são maneiras de se transformar algo em um relato valorativo. Por meio da narrativa, também é possível estudar como se constroem as representações do mundo material e social. Do ponto de vista de Hall (2014), a identidade se define como os espaços entre o interior e o exterior, o mundo pessoal e o público, a costura que liga o sujeito à estrutura. Giddens (2002) enfatiza que as mudanças na identidade têm relação com a dialética da globalização que influencia os aspectos íntimos da vida e as conexões sociais, como as instituições. Para o autor, “a modernidade, pode-se dizer, rompe o referencial protetor da pequena comunidade e da tradição, substituindo-as por organizações muito maiores e impessoais” (GIDDENS, 2002, p. 38).⁴⁶

Na pós-contemporaneidade, o sujeito moderno entraria em crise, pois a noção de um universo centrado como referência para a identidade modifica-se para várias referências descentradas e fragmentadas. Hall (2014) considera que a ideia de uma identidade plena e unificada é uma fantasia. O autor fala que a fragmentação da identidade do sujeito moderno se dá por conta da descentralização das tradições marxistas, não havendo a possibilidade de se distinguir a base econômica da superestrutura ideológica – as estruturas se tornaram mais complexas. A descoberta do inconsciente por Freud também contribui para a descentralização, pois acaba com a lógica do sujeito consciente e racional, de identidade fixa e unificada. Além disto, há um novo uso para a linguagem, não se produz significados, não há autores, usa-se a língua para produzir significados dentro do seu próprio sistema de regras.

Outro ponto que Hall (2011) traz é que o poder disciplinar do coletivo, proveniente das instituições, individualiza ainda mais o sujeito. Quanto mais coletiva

⁴⁶ Giddens não diferencia modernidade de pós-modernidade, ele utiliza o termo “alta modernidade” para referenciar o momento em que se vive.

e organizada a natureza das instituições da modernidade tardia, maior o isolamento, a vigilância e a individualização do sujeito. Por fim, o autor afirma que o surgimento do feminismo como modo de oposição à política liberal capitalista, refletiu o enfraquecimento ou o fim da classe política e das organizações políticas de massa e questionou a distinção entre o privado e o público, abrindo uma nova arena para a contestação.

Desta maneira, o sujeito pós-contemporâneo tem a sua identidade composta em todo um novo contexto em que há uma nova organização social. A falta de núcleo referencial passa a impressão de que as identidades estão fragmentadas; porém, pode-se pensar que há na realidade a produção de novas identidades em novos lugares, tanto geograficamente quanto virtualmente. “Os lugares permanecem fixos; é neles que temos ‘raízes’. Entretanto, o espaço pode ser ‘cruzado’ num piscar de olhos – por avião a jato, por fax ou por satélite” (HALL, 2014, p. 42). Giddens (2002) observa que o lugar onde se vive é muito menos significativo como referente do indivíduo.

Hall (2014) sugere que em vez de se pensar em global substituindo o local seria mais acurado pensar numa nova articulação entre o global e o local. Contrariando o pensamento de homogeneização cultural muitas vezes sugerido em conjunto com a globalização, o autor sugere que o resultado desta articulação é um *mix* cultural em que o novo não oblitera o velho, mas eles favorecem a criação de “alternativas híbridas, sintetizando elementos de ambas, mas não redutíveis a nenhuma delas” (HALL, 1997, p. 3).

Assim, o sujeito depara-se com uma grande pluralidade de escolhas. Ao optar o que consumir, define-se um estilo de vida, o qual consiste num conjunto “mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo abraça, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular da autoidentidade.” (GIDDENS, 2002, p. 79).

Uma questão trazida por Giddens (2002) mostra-se relevante no contexto da Lomografia. O autor põe em xeque a experiência personalizada *versus* a experiência mercantilizada.

O consumo de bens sempre renovados torna-se em parte um substituto do desenvolvimento genuíno do eu; a aparência substitui a essência à medida que os signos visíveis do consumo de sucesso

passam a superar na realidade os valores de uso dos próprios bens e serviços em questão. (GIDDENS, 2002, p. 183).

Em um mundo onde há a mercantilização de tudo, a identidade de certa maneira luta contra a influência da sua padronização. A Lomografia encontra-se neste paradoxo. Ao mesmo tempo em que ela é um produto de massa, no sentido que não é um produto de luxo ou de consumo exclusivo, ela tenta configurar-se como uma experiência personalizada, como um setor de um estilo de vida, parte de um conjunto de atividades de um ou alguns indivíduos diferenciados.

Na experiência cotidiana, observa-se também um fluxo de tornar pública a vida privada. Para Lévy (2003), as identidades se constroem no ciberespaço, e por meio dele torna-se público o que era privado e interno. Observa-se que a fotografia móvel, associada a aplicativos de socialização, possibilita o seu compartilhamento, seja por redes sociais seja por mensagens privadas. A fotografia tem um papel de representação e criação de si das pequenas narrativas. Ela se torna um elemento de formação e de reforço da identidade e de socialização.

Sibilia (2008), ao refletir sobre as narrativas da vida como relato, aponta para a criação de uma ficção na qual o centro da gravidade é o *eu*. Cria-se um discurso autorreferente em que o protagonista possui um caráter eminentemente narrativo. Para a autora, “não é raro que a foto termine engolindo o referente, para ganhar mais realidade do que aquilo que em algum momento deveras aconteceu e foi fotografado” (p. 33).

A internet, com as comunidades, *blogs* e redes sociais, contribui com as narrativas de si, sendo a imagem frequentemente o meio utilizado para as suas construções. A Lomografia utiliza de forma plena estas possibilidades. Ela se configura em uma imensa comunidade *on-line* a qual se desdobra em outras redes sociais. O interessante deste fenômeno é que eventos como o Lomo-rolê são espontâneos e completamente independentes da marca ou do *site* principal e, como ele, existem vários outros, todos organizados de maneira autônoma.

A prática lomográfica como compreendida pelos entrevistados estrutura-se em torno de um eixo comum da experimentação e captura de memórias. A fotografia, não necessariamente a Lomografia, participa de forma ativa dos diversos domínios da vida e experiências das pessoas. A relação que se estabelece não é, contudo, somente de registro, ela faz parte do próprio ritual.

Interessante trazer a reflexão de Sibilia sobre o *selfie* (autorretrato). Para a autora, “o que vemos é a legitimação de um discurso centrado no próprio exibicionismo, que antes era limitado por barreiras como o pudor e a censura ao mau gosto” (SIBILIA apud SPREJER; KAZ, 2013, p. 34).

Em contraste com a ideia do *selfie*, ao se observar as temáticas pelas quais os lomógrafos mais se interessam, o autorretrato aparece como o de menor interesse. Inclusive, na análise de imagens apresentada nesta dissertação, apesar da grande quantidade de imagens com pessoas, é possível observar que não há autorretratos, pelo menos que sejam perceptíveis, denotativamente com imagens em que se vê o fotógrafo segurando a câmera, por exemplo. Porém, ao mesmo tempo, há imagens de partes de corpo e objetos que talvez remetam a uma retratação de si mesmo.

Outro ponto é que o compartilhamento também configura o menor objetivo dos lomógrafos, o que vai de encontro à lógica da fotografia móvel, mas que corrobora com a cultura das redes, uma vez que há uma frequência de compartilhamento, embora a criação não seja feita pelo compartilhamento, este é compreendido como parte natural do processo fotográfico.

5.4. Serendipity: ⁴⁷ uma fotografia do precário e o acaso como experiência

A criatividade é um potencial inerente às pessoas. Mesmo que a prática artística possa ser vista como um privilégio de alguns, a criação e a criatividade estão ligadas não só à capacidade expressiva, mas também à capacidade de sobrevivência e adaptação da humanidade.

A fonte de inspiração da criatividade artística é o próprio viver, “todos os conteúdos expressivos na arte, quer sejam de obras figurativas ou abstratas, são conteúdos essencialmente vivenciais e existenciais” (OSTROWER, 1990, p. 7). Os processos criativos se dão em níveis individuais e culturais; o vocabulário da expressão artística é composto por linha, superfície, volumes, cores e luz.

⁴⁷ *Serendipity (noun): technical innovation may be the result of pure serendipity: chance, happy chance, accident, happy accident, fluke; luck, good luck, good fortune, fortuity, fortuitousness, providence; coincidence, happy coincidence.* Disponível em: FONTE. Dicionário de inglês Oxford University Press.

O vocabulário da fotografia, mais especificamente, é composto por enquadramento, composição, luz, diafragma, abertura, objetiva, capturador, sensores. Uma estética fotográfica, mais exatamente lomográfica, é a sensibilidade além da técnica. O controle absoluto do aparato técnico na fotografia pode ser um aspecto usado a favor do resultado final ou como uma maneira de criar novas visualidades. A lomo propõe a abdicação deste controle e por isso subverte a lógica tradicional da fotografia.

Foi observado entre os participantes desta pesquisa que parte desta abdicação gira em torno do entretenimento e da experimentação. Assim, pode-se pensar nos lomógrafos como indivíduos que demonstram possuir características de criativos, tais como flexibilidade, adaptação, tolerância, questionamento, coragem de correr riscos, uma vez que entre as características da Lomografia está a imprevisibilidade dos resultados e a sugestão de outro modelo de fotografia.

Aos questionados sobre o porquê de fazerem lomos, grande parte das respostas foram relacionadas à possibilidade de experimentação, à surpresa do resultado, ao divertimento e à visualidade das fotografias:

- a) “Porque eu gosto muito da estética, dos resultados, das surpresas. Porque gosto de fazer diferente. Experimentar”.
- b) “Por e pela liberdade”.
- c) “Diversão + estética linda = lomo”.
- d) “Porque acho os resultados visuais interessantes”.
- e) “Faço lomografia porque ela se apresenta como uma maneira mais lúdica de fotografar fora do espaço profissional”.
- f) “Acho esteticamente interessante, acho divertida também”.

A partir das respostas dos entrevistados, propõe-se que a experiência da lomografia seja composta pela liberdade dos movimentos fotográficos, pela imprevisibilidade dos resultados e pela diversão do ato de se fotografar. A experimentação aparece como o ato de testar novas estéticas.

Já em relação ao quanto a fotografia fazia parte de suas vidas, os entrevistados responderam das mais diversas maneiras. Dentre as respostas, 4 pessoas afirmaram que usam para registro. Entre a maior parte das respostas, pode ser identificado que a fotografia faz parte da vida como uma maneira de construir e

guardar memórias, como profissão e como uma maneira de criar com intenção artística. A seguir, destacam-se algumas das respostas nas quais a intenção artística foi verificada.

- a) “A fotografia *pra* mim é mais que um mero registro ou mesmo minha fonte de renda, a fotografia é muito mais sobre inspiração, criatividade, superação e aprender a ver tudo com outros olhos”.
- b) “É uma parte bem importante, penso nisso em todos os momentos, sobre fotografar tudo, cores, luz... Passei a observar as coisas com outros olhos”.
- c) “É uma parte ‘interessante’ da minha vida. Utilizo-a a todo o momento, seja como registro seja experimentando formas novas de fotografar”.
- d) “Não sou muito de escrever, fotografia é mais que um registro, é meu baú de memórias. Tiro uma foto e sempre gosto de marcar como aquilo estava acontecendo do meu ponto de vista. Recentemente a fotografia tem ganhado um *status* de forma de expressão *pra* mim. Antes, eu só desenhava; agora, considero a câmera como uma outra tela *pra* pintar”.
- e) “É parte importante da minha vida. Mudou meu jeito de olhar o mundo. Eu preciso fotografar de quando em quando, nem que seja só para mim”.
- f) “É importante para registros de prédios e detalhes arquitetônicos que procuro acumular e também como uma forma de expressão artística de proporção geométrica ao ver uma geometria interessante e poder capturá-la instantaneamente”.
- g) “É minha expressão de arte”.
- h) “A fotografia para mim ainda é apenas um *hobby*, eu gosto muito de arte, e a fotografia é a minha forma de fazer arte. É importante para mim como uma forma de relaxar”.

Nestas respostas que existe um sentimento de que a criação consiste em dar valor artístico, expressar-se. O resultado final decorre de um acontecimento imprevisível, o qual se não fosse intencional seria acidental. A imagem final independe da vontade do fotógrafo, não dominando a certeza, mas sim a probabilidade das imagens corresponderem à estética esperada.

O acaso torna-se elemento fundamental da experiência lomográfica. A atividade de experimentação proposta pela lomografia pressupõe escolhas que derivam de ações conscientes, mas cujo resultado está fora de controle. Ostrower (1990) afirma que “embora jamais os acasos possam ser planejados, programados ou controlados de maneira alguma, eles acontecem às pessoas porque de certo modo já eram esperados” (p. 4).

O acaso na Lomografia faz parte integral da experiência, pois os controles da técnica são muito mais limitados – não há foco, não há controle de diafragma etc. Na fotografia analógica tradicional, o momento decisivo de Bresson não se configura pela sorte de estar no momento certo no lugar certo, mas na possibilidade de conseguir capturar uma imagem por meio da tomada de consciência plena da técnica da câmera e de elementos próprios da fotografia. Quando se abdica destes elementos, a experiência se desloca para o campo da chance.

5.4.1. Fotograficidade e fotogenia

Embora seja muito comum se falar que uma pessoa ou um lugar seja fotogênico, a fotogenia é um conceito que foi usado com maior relevância no cinema, sendo posteriormente reapropriado pelo seu uso popular referente à fotografia. A palavra fotogenia compõe-se do grego *phôs* (luz) somado à raiz *gen-* (engendrar). O cineasta Jean Epstein, na década de 1920, utilizou o termo para explicar o que se pode chamar de magia do cinema. Para ele, o cinema oferecia ao espectador um prazer muito específico, difícil de descrever racionalmente. Este prazer deriva da experiência que se tinha ao observar os fragmentos de experiência postos em movimento.

Para Epstein (2011), a fotogenia é efêmera e fugidia por essência. O cinema não reproduz o tempo, ele cria o seu próprio tempo e é no tempo e no movimento sensorial em que a fotogenia encontra a sua essência. A fotogenia se encontraria numa quarta dimensão, além da altura, largura e profundidade, a da mobilidade do espaço-tempo. “A representação de um acontecimento, rodado num sentido e projetado em sentido contrário, revela-nos um espaço-tempo onde o efeito substitui a causa” (EPSTEIN, p. 8). Portanto, para o autor, é no movimento que se constitui a fotogenia.

A fotogenia para Morin (1997) é o aspecto poético que reside nas imagens da vida, em que é possível perceber algo de sobrenatural. “O real e o fantástico espelham-se um ao outro na fotografia, identificando-se como numa perfeita sobreimpressão” (p. 34). Três aspectos formariam a fotogenia: o aspecto poético, o potencial emocionante e a qualidade moral. Assim, o que constitui a sensação passada por uma fotografia é, além da experiência visual, a capacidade de construir laços com seu espectador.

Tanto Morin (1997) quanto Epstein (2011) veem a fotogenia como uma característica que dá vida à imagem, como se fosse o aspecto que engendra o afeto e a conexão com o observador. É possível perceber em Epstein uma tentativa de desvencilhar o cinema da fotografia, uma vez que para ele é o movimento que cria a fotogenia, e o movimento seria uma exclusividade do cinema. Ao relacionar o conceito de fotogenia ao de tempo, ele considera que o tempo é relativo; ao sobrepor cenas de tempos diferentes, é possível torna visível o invisível.

Enquanto a fotogenia de Epstein se fundamenta na articulação entre o tempo e o espaço, a de Morin se baseia nos aspectos subjetivos, numa espécie de relação mágica; Morin fala em magia, enquanto Epstein fala do que hoje é chamado de “alma do cinema”. Aumont (1995) vê na imagem fotogênica como aquela capaz de produzir afetos, pois filmar alguém “principalmente seu rosto é aprender algo a seu respeito” (1993, p. 70).

Já a fotograficidade é a propriedade das condições da produção da imagem fotográfica e pondera sobre a fotografia não somente como a imagem final, mas como um processo.

A fotograficidade não é relacionada a uma matéria qualquer, nem a uma tipologia de formas quaisquer, nem a quaisquer entes, mas a uma relação habitada por uma infinidade de possibilidades. Essa aproximação teórica é uma aproximação conceitual operatória, não ontológica, portanto (SOULAGES, 2007, p. 81).

Assim, percebe-se que a fotogenia pode ser um conceito relacionado à fotografia, mas a fotograficidade é particular à fotografia e Soulages (2010) propõe que é dentro deste paradigma que a fotografia deve ser pensada para compreendê-la como uma estética própria. Observa-se que tanto a fotogenia quanto a

fotograficidade constituem-se como elementos complementares ao se pensar a imagem fotográfica.

Tanto Epstein, quanto Morin e Soulages coincidem ao perceber que há produção de laços afetivos e subjetivos com a imagem fotográfica. O conceito de fotograficidade assume que esse laço precede a imagem final se relacionando ao momento de criação e ao próprio fotógrafo, a primeira e a segunda realidade de Kossoy (2007).

Aproximando os conceitos de fotogenia e fotograficidade, percebe-se que a estética da Lomografia não pode ser pensada sem abranger o processo que caracteriza a sua fotograficidade ou a sua fotogenia, sendo estes complementares.

5.4.2. A fotografia precária e o acaso

Segundo Santaella (2008), a fotografia sobrevive a todas as mudanças tecnológicas. Isto porque ela se adapta e é incorporada pelas novas estéticas digitais que têm como característica a “absorção e a hibridização das estéticas tecnológicas anteriores” (p. 40). O computador é um meio que simula todas as mídias e a partir da fotografia numérica possibilita a transformação da imagem “real” em binária, seja ela por meio da digitalização seja da própria fotografia digital.

A banalização da internet e o desenvolvimento de tecnologias de captura e armazenamento de imagem fizeram surgir um grande volume de produção imagética como nunca antes visto. Neste sentido, a Lomografia parte de uma via dupla: por um lado, enquanto movimento fotográfico globalizado pode-se atribuir parte de seu sucesso à internet; por outro, em seu período de ascensão, os anos 1990, há um afastamento cada vez maior das tecnologias analógicas. A partir dos anos 2000, observa-se o decréscimo considerável da produção de imagens em câmeras analógicas em comparação aos anos anteriores.⁴⁸ Houve a falência de empresas como a Kodak em 2012 e a Polaroid em 2008, mas ao mesmo tempo, vê-se uma crescente tentativa de se manter essas empresas e a fotografia analógica viva. Tanto que em 2010 a Polaroid ressurgiu com o projeto *The Impossible*⁴⁹ e a própria Kodak ressurgiu um ano depois de sua falência, mas focada em impressão digital.

⁴⁸ Disponível em: <<http://goo.gl/K3JhY>>. Acesso em: 7 jun 2014.

⁴⁹ Disponível em: <<https://www.the-impossible-project.com>> e <<http://www.polaroid.com/>>

Além disto, observa-se a mobilização de artistas pela permanência do cinema em formato analógico, como na carta Scorsease à Kodak.⁵⁰

Hoje, a fotografia digital está nos mais diversos aparelhos eletrônicos e em diversos formatos. Fotografar tornou-se um ato tão comum ou até quanto atender ao telefone ou mandar uma mensagem. Esta imagem, elástica e manipulável, possui vários automatismos, o que possibilita à fotografia se tornar uma prática menos relacionada a uma produção técnica e de subjetividades e mais próxima ao ato fotográfico em si, no qual se fotografa em vez de tomar notas, por exemplo.

Falar sobre uma estética do precário é suscitar tanto o fazer quanto a recepção da fotografia, independente da sua função. Assim como as fotos instantâneas da Polaroid, as imagens lomográficas são caracterizadas por defeitos como distorções das imagens, cores irreais, sobreposições. Não há a intenção de retratar um cotidiano, denunciar, ou qualquer uma das funções da fotografia listadas por Rouillé (2009), como arquivar, ilustrar, informar. A Lomografia afasta-se do realismo enquanto forma de denúncia ou de retrato de uma realidade, mas se aproxima do cotidiano e do banal. Soulages (2010) suscita que quando há este afastamento, surge a possibilidade da criação de uma nova estética, portanto propõe-se pensar em uma estética do precário.

O termo “precário” faz referência ao que “tem pouca ou nenhuma estabilidade; incerto, contingente, inconsistente”.⁵¹ Já o termo ‘tosco’ é o que foi “feito sem apuro ou refinamento; grosseiro, rústico”.⁵² A “estética do precário” com relação à Lomo insinua tanto a fragilidade técnica das câmeras de plástica quanto a instabilidade das imagens produzida por elas.

Assim, não se considera que as lomos produzam imagens defeituosas ou toscas, mas que as suas imagens componham um arsenal iconográfico que criam uma estética muito própria, o que se denomina de precário. Além disto, há o entendimento de que a própria sobrevivência das imagens lomográficas na rede é de pouca estabilidade, uma vez que a imagem ao entrar na rede é imersa no *Big Data* e nos excessos de diluição próprios do meio.

A estética do precário é visível não somente na lomografia, mas também nos processos fotográficos contemporâneos. Imagens são feitas não importa com que

⁵⁰ Ver anexo.

⁵¹ Definição do dicionário.

⁵² *Idem*.

equipamento, o importante é registrar por meio de uma espécie de criação de ficções que acontece nas redes sociais. A memória, antes em álbuns e bastante formal, agora é digital e é constituída por uma coleção infindável de imagens. É possível observar a mescla da ideia de instantaneidade da Polaroid com os defeitos das imagens lomográficas na fotografia de celular, em especial aplicativos para *smartphones* como o *Instagram*.⁵³

Apesar de um dos *slogans* da Lomografia ser “o futuro é analógico”, não há uma negação da tecnologia em si, mas uma espécie de escolha pela manutenção das técnicas desprogramadas no sentido mais amplo possível, como uma maneira de viver e criar não dominada pela linguagem binária. Neste sentido, vale trazer a reflexão de Costa (1995), ao afirmar que as novas imagens intermediadas pelas tecnologias são entidades em si e que os seus processos imaginários subsistem independentes do sujeito, ela é uma espécie de real por si só. Por outro lado, Flusser (2007) aponta que a aparente objetividade da fotografia faz com que o observador entenda a imagem fotográfica como janela, não como imagens.

Uma técnica como a Lomografia subverte ambas essas lógicas, uma vez que ela é ancorada na experiência do sujeito e na ação de compartilhamento, cuja lógica indicial não é dominante, e a imagem adquire vida própria a partir do momento em que a sua produção é digitalizada e compartilhada.

Ao deslocar a fotografia para o campo do lúdico e do cotidiano, a Lomografia corrobora com o que Fontcuberta (2014) chama de estética do acesso, isto é, como opera a criação artística no período pós-fotográfico.

(...) 8. No horizonte da arte: se dará mais força aos aspectos lúdicos em detrimento de uma arte hegemônica que fez da anedonia (o solene + o chato) sua bandeira.

9. Na experiência da arte: se privilegiam práticas de criação que nos habituarão à desapropriação: compartilhar é melhor do que possuir (FONTCUBERTA, 2014, p.123).

Alguns fotógrafos, a fim de explorar características criativas das suas fotografias, abandonam as câmeras mais tecnologicamente avançadas e partem

⁵³ O *Instagram* consiste em uma rede social de compartilhamento de imagens por meio do celular. Ele permite que o usuário faça um tratamento da imagem com diversos filtros predefinidos em busca de uma estética *vintage*. No momento em que este artigo foi escrito, ele tinha a marca de 200 milhões de usuários.

para aparelhos toscos, acreditando com isso conseguir resultados mais livres e positivos (SONTAG, 2003). Estes aparelhos trabalham no que Soulages (2010) denomina de estética de vestígio, em que não há controle do que se registra, somente para onde se aponta a câmera. Este ato é muito semelhante ao que se pode chamar de ato lomográfico. Fotógrafos como Aberlado Morell (Fig. 36) retomam práticas como a câmera obscura em conjunto com a fotografia analógica ou digital para criar uma poética própria.



**Figura 36 – Aberlado Morell, *Image of Umbrian Landscape Over Bed*, 2000.
Fonte: <<http://goo.gl/D5oud>>.**

Entende-se, assim, que a materialidade da fotografia continua tendo a sua importância não somente como experiência constitutiva da fotografia, como também na experiência emocional que se tem ao produzir uma imagem. Uma estética do precário surge justamente para compor o aspecto afetivo, uma vez que os defeitos da fotografia são as características as quais compõem a fotogenia dessas imagens caseiras. Além disto, foi possível observar em algumas respostas do questionário a necessidade de fugir da estética de altíssima resolução – o granulado e as cores são elementos próprios da fotografia analógica e fazem parte dos aspectos atraentes da lomografia.

Em relação à banalização do clique, Fontcuberta (2014) chama atenção a uma espécie de “darwinismo tecnológico”, que é quando “a velocidade prevalece

sobre o instante decisivo, a rapidez sobre o refinamento” (p. 118). Esta urgência é o que ele denomina como a síndrome de Hong Kong. O mesmo autor, em outro momento (2013), atenta que “a fotografia, analógica ou digital, simplesmente vive à custa do espaço discursivo em que está incorporada” (p. 135). A fotografia se configuraria como o meio de produção de imagens que melhor atende à demanda da vida atual. A fotograficidade da Lomografia desenvolve-se a partir da rede e para a rede, por meio dos processos de digitalização e compartilhamento em comunidade, sendo este o seu espaço discursivo.

A Lomografia não é só uma fotografia, mas uma imagem que foi capturada, digitalizada e compartilhada. O aspecto do inacabável das imagens lomográficas é uma de suas maiores particularidades, pois sempre se pode retornar à imagem e intervir das mais diversas maneiras. Nessa perspectiva, é possível perceber que se está defronte a infinitas possibilidades de criação, recriação, suporte e telas.

Nota-se a ubiquidade da fotografia nos atos cotidianos. Assim como amantes de cinema se reúnem em cineclubes, ou leitores nos seus clubes de livros, eventos que reúnem fotógrafos, como o brasileiro Lomo-rolê, giram em torno da possibilidade de explorar o fazer lomográfico e praticar a fotografia.

Se para Barthes (2006) a fotografia pode ser domesticada ou louca, a loucura controlada seria a magia. A necromancia fotográfica revive os mortos. Como no mundo da mitologia das fadas, a necromancia fotográfica pode ludibriar a realidade, tornando-a muito mais bela, e dar a ilusão de que o tempo não passou. A câmera lomográfica não é apenas um instrumento na mão de um fotógrafo; a busca estética do lomógrafo começa antes de sequer se ter uma câmera, ela envolve a maneira de como ele se comporta, compreende a própria realidade e que escolhas de consumo ele faz. Se as novas tecnologias tornam possível uma domesticação do sublime (COSTA, 1995), a Lomografia e as suas imagens defeituosas mostram que o mundo em si já é belo, não sendo preciso ter controle sobre ele. A reconstituição do acaso que a Lomografia emprega se configura sob a ação de um aparato fotográfico imprevisível.

Leva-se a câmera para todos os lados porque a Lomografia, assim como a vida, é errática e imprevisível, e esta característica não é entendida como um defeito. Pelo contrário, ao abraçar a deformidade, encontra-se beleza nela. É por meio do defeito que se constrói a fotogenia da Lomografia. O acaso torna-se um

elemento constitutivo das imagens em meio a tantos estímulos predefinidos a que se é submetido.

Então, por se viver em um mundo onde as tecnologias se naturalizaram e tudo é previsível, o lomógrafo procura a todo o momento um fenômeno que possa ser capturado de maneira diferente do corriqueiro digital. Em um mundo onde as imagens privadas tornam-se públicas como parte da socialização na lógica das redes, a empatia entre o observador e o criador é tão importante ou até mais do que a imagem em si. A maior qualidade do criador reside na sua individualidade (COUCHOT, 1998). Desta maneira, a técnica também é um meio de criar vínculos. Couchot (1998) e Santaella (2005) observam que os objetos tecnológicos se tornam atores; o objeto, sujeito e a imagem interpenetram-se – atribui-se comportamentos a eles. Desta maneira, a técnica não é somente um modo de produção, mas também uma espécie de modo ser.

A vida virtualizada se desenvolve a partir de uma nova matriz perceptiva associada por um novo tipo de corporeidade, meio humana meio *bits* (COUCHOT, 1998). Este híbrido é refletido no tipo de imagem que se faz, sendo a Lomografia um de seus desdobramentos. Uma imagem digital não tem obrigatoriedade nenhuma com um referente real, mas, com a Lomografia, ao contrário, a imagem é obrigatoriamente ancorada numa experiência real. É esta readesão ao real que cria o vínculo emocional pelas imagens lomográficas. O lomógrafo define-se simultaneamente como o elemento produtor das imagens, transpõe a sua visão para fora, tornando-se uma espécie “*voyeur* inteligente”, que cria narrativas por meio de uma estética do acaso proporcionada pela lomo.

Desta maneira, o que parece estar em jogo não é somente a possibilidade de interação e compartilhamento de imagens mediados pela tecnologia, mas também uma nova dimensão da natureza, do corpo e da própria vida. Ao mesmo tempo em que o olhar se privatiza, a imagem se torna pública. Este movimento pode ser observado desde a, já citada, fotógrafa Nan Goldin na década de 1970. Ela afirma, no prefácio de seu livro *The ballad of sexual dependency* (1986), o desejo de preservar o senso da vida das pessoas por meio de suas fotografias, de dotá-las de beleza e força. Conclui-se que a Lomografia, desta maneira, é um instrumento de não arte para a criação e a celebração da própria vida e do banal.

6. Conclusão



“We are, we all are a mini universe”.
Cosmos: A Spacetime Odyssey

A realização desta pesquisa teve como eixos básicos as concepções de que a Lomografia é uma maneira de produzir uma nova estética a qual representa a contemporaneidade e que a experiência de compartilhamento em rede modifica a maneira de fazer e ler as imagens.

Ao analisar a história da Lomografia, foi possível identificar que o seu posicionamento enquanto marca – vendedora de câmeras – e enquanto rede social são os elementos que dialogam diretamente com o público de maneira passional e pessoal. Também é possível perceber a compreensão da Lomografia enquanto movimento fotográfico se dando na articulação entre a proposta de experimentação estética e do entendimento da arte como um exercício lúdico. É neste diálogo que a Lomografia cria a sua própria dinâmica artística e não busca valorização no mercado de arte.

Outro ponto a se destacar é que hoje a fotografia analógica é frequentemente considerada contraproducente; por isso, ela teve que reconfigurar o seu fazer. Por agora estar ligada ao sistema de produção digital, a sua circulação se adequa à lógica da rede, assume-se um aspecto exteriorizado e público.

Como afirma Soulages:

[...] o numérico permite uma renovação possível com relação ao eu, um novo liame com o interesse de si: podemos renovar o diário íntimo, a auto-ficção; podemos passar de um álbum de família a uma comunicação rizomática e a um sistema de arquivo de imagens infinito (SOULAGES, p. 97, 2007).

A fotografia digital tira a fotografia da caixa de sapato, das gavetas e dos álbuns. Uma nova poética é construída, assim como novos hábitos de consumo e de criação. O *corpus* dessa pesquisa indicou que não necessariamente se abandona a fotografia analógica, mas que ela é incorporada ao processo de socialização digital. Por outro lado, a fotografia é utilizada de maneira passional, para registrar pessoas, lugares e situações importantes. Não buscando necessariamente a Lomografia em especial a lógica do compartilhamento, ela se afasta da prática da fotografia móvel. Esta, por sua vez, simula a estética lomográfica e a analógica por meio da simulação de suas características visuais, como a granulação e a distorção de cores.

Outro aspecto relevante é como o sistema da fotografia – e talvez da imagem – pode funcionar por e para si mesmo. A metalinguagem fotográfica, o fotografar pela foto, é um aspecto extremamente lomográfico. Observa-se que a linguagem da Lomografia permite que haja este tipo de dispêndio, é uma forma luxuosa de se fotografar, pois não há compromisso profissional, artístico, técnico e até mesmo de registro.

Cabe pôr em questão quais são os elementos que destacariam uma imagem ao oceano imagético. De que maneira a percepção cognitiva reage ou deve reagir a esses elementos? Fica-se anestesiado ou hiperativo? Existe meio-termo?

Ainda sobre a imagem, aponta-se que a concepção da fotografia como uma imagem fixa ou imagem parada não faz jus à fotografia, uma vez que a prática fotográfica não se resume ao clique, nem com a matriz analógica. Talvez fosse mais coerente pensar na fotografia como uma imagem fluída.

Outro ponto é a questão da digitalização dos processos como uma maneira de tornar a informação mais durável. Considera-se que a concepção da fotografia digital como uma forma de criar imagens mais duráveis não corresponde necessariamente à realidade. Tanto a fotografia digital quanto a analógica estão sujeitas tanto ao desgaste do tempo (desgaste de dispositivos, o eletrônico ou o papel) quanto à possibilidade de erro humano (captura e revelação da imagem analógica e possibilidade de queda de servidores, por exemplo). A fotografia, assim como os dados, não são totalmente perduráveis. A diferença é o tempo de cada processo.

Identificaram-se alguns paradoxos nas concepções de pós-modernidade e a necessidade de se pensar os anos 2000 de maneira menos apocalíptica e mais equilibrada, talvez buscando compreender esta década como um período de naturalização às novas tecnologias e, futuramente, buscar compreender como o cotidiano se modifica por meio das reapropriações das tecnologias. Questiona-se se a pós-modernidade ainda seria um conceito ou uma leitura condizente com o início deste século.

A geração Y se formou em um momento de reorganização dos espaços expressivos. A crise das narrativas da pós-modernidade resultou em um espaço aberto para a criação de novas formas ou a reutilização de antigas formas de expressão. O pessimismo com que a tecnologia é frequentemente tratada não corresponde necessariamente ao sentimento desta geração, que vê estas mudanças

tecnológicas com naturalidade. Este pessimismo talvez seja na realidade um conflito de gerações. A Lomografia, assim como alguns outros movimentos pela permanência de técnicas analógicas, não é um movimento saudosista, mas de busca por uma tradição que converse com os valores contemporâneos. Questiona-se com certo entusiasmo como será a relação e a produção imagética das pessoas nascidas na primeira década do século XXI, com a fotografia.

Por fim, conclui-se que mesmo décadas após o estudo de Bourdieu (2007) as motivações para se fotografar, independente da técnica, parecem ser as mesmas – olhar e produzir fotos para satisfazer-se nos cinco domínios: proteção contra o tempo, a comunicação com o outro, a expressão de sentimentos, autorrealização, prestígio social, distração ou evasão.

Espera-se que este trabalho contribua para a compreensão – ou para mais indagações – das imagens feitas a partir das banalidades da vida cotidiana, que não só fazem parte da produção da própria pesquisadora como mudará muito nos próximos anos e com as próximas gerações.

Bibliografia

Livros

ARANTES, Priscila. **@rte e mídia: perspectivas da estética digital**. São Paulo: SENAC, 2005.

ARCADI, Antonia. **A fotografia, as formas, os objetos, o homem**. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1995.

BARROS, Ana Taís Martins Portanova. Do obstáculo especular à ilusão epistemológica na teoria da fotografia. **MATRIZES**, v. 8, n. 1, p. 219-234, 2014.

BARROSO, Ana Beatriz de Paiva Costa. **Mediatização da Arte**. 2007. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Brasília (UnB), Faculdade de Comunicação, Brasília, 2007.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Lisboa: Edições 70, 2006.

_____. A mensagem fotográfica. In: _____. **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In: _____. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1994. (p. 165-196).

_____. **Pequena história da fotografia**. In: _____. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1994. (p. 91-107).

BORGES, Maria Elisa Linhares. **História e fotografia**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **Un art moyen: essai sur les usages sociaux de la photographie**. Paris: Éditions de Minuit, 2007.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CALAÇA, M. C. **Pinhole revisitada: manifestações neopictorialistas na fotografia contemporânea brasileira**. 2013. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, 2013.

CAMPANY, David. **Art and photography**. Londres; Nova Iorque: Phaidon, 2003.

CARDOSO, Marcos Vinicius. **A proposição de um modelo de análise para a indústria criativa de videogames no Brasil**. 2013. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2013.

CARTIER-BRESSON, Henri. **O imaginário segundo a natureza**. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

_____. **A galáxia internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

CATALÀ DOMÈNECH, Josep M. **A forma do real: introdução aos estudos visuais**. São Paulo: Summus, 2011.

CAUQUELIN, Anne. **Arte contemporânea: uma introdução**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

CONTANI, Miguel Luiz.; YAMANARI, Thaís Tiemi. Leitura de imagens e o *vintage* em editoriais de moda nas revistas *Vogue* e *Rolling Stone*. **Discursos fotográficos**, v. 9, n. 14, p. 37-54, 2013.

COSTA, Ana Beatriz de Paiva. **A mediatização da arte**. 2007. Tese (Doutorado) – Universidade de Brasília (UnB), Brasília, 2007.

COSTA, Helouise. Da fotografia como arte à arte como fotografia: a experiência do Museu de Arte Contemporânea da USP na década de 1970. **Anais do Museu Paulista (Impresso)**, v. 16, p. 131-173, 2008.

_____. Surpresas da objetiva: novos modos de ver nas revistas ilustradas modernas. *In*: Etienne Samain (Org.). **Como pensam as imagens**. Campinas: Editora Unicamp, 2012a, v. 1, p. 153-173.

_____. Surpresas da objetiva: novos modos de ver nas revistas ilustradas modernas. *In*: **Como pensam as imagens**. Campinas: Editora da UNICAMP, 2012b.

COSTA, Helouise; RODRIGUES, Renato. **A fotografia moderna no Brasil**. Rio de Janeiro: Ministério da Cultura; FUNARTE; IPHAN, 1996.

COSTA, Mario. **O sublime tecnológico**. São Paulo: Editora Experimento, 1995.

COTTON, Charlotte. **A fotografia como arte contemporânea**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

COUCHOT, Edmond. **La technologie dans l'art: de la photographie à la réalité virtuelle**. Nîmes: Éditions Jacqueline Chambon, 1998.

_____. O tempo real nos dispositivos artísticos. *In*: LEÃO, Lucia. **Interlab: labirintos do pensamento contemporâneo**. São Paulo: Iluminuras, 2002.

_____. As ciências cognitivas e a pesquisa na criação artística e a estética. **ARS**, São Paulo, v. 10, n. 20, p. 86-95, 2012.

DANTO, Arthur. **Após o fim da arte**: a arte contemporânea e os limites da história. São Paulo: Odysseus Editora, 2006.

DASSOLER, Elisa Rodrigues. **Coletivo arte na periferia**: por uma outra dimensão. 2011. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, 2011.

DE MARCHI, Leonardo; ALBORNOZ, Luis Alfonso; HERSCHMANN, Micael. Novos negócios fonográficos no Brasil e a intermediação do mercado digital de música. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 18, n. 1, 2011.

DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem**: uma história do olhar no Ocidente. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1994.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. 13. ed. Campinas: Papirus, 2010.

EGUIZÁBAL, Raúl. **Fotografia publicitária**. 2 ed. Madri: Cátedra, 2006.

ENTLER, Ronaldo. Os coletivos e o redimensionamento da autoria fotográfica. **Revista Studium**, São Paulo, Campinas, Instituto de Artes da UNICAMP, n. 32, 2011.

EPSTEIN, Jean. Fotogenia do imponderável. **Artciencia.com**, n. 14, 2011.

FABRIS, Annateresa. **Usos e funções da fotografia no Século XIX**. São Paulo: EDUSP, 1998.

FABRIS, Annateresa. **Fragmentos urbanos**: representações culturais. São Paulo: Studio Nobel, 2000.

FABRIS, Annateresa; KERN, Maria Lucia Bastos (Orgs.). **Imagem e conhecimento**. São Paulo: EDUSP, 2006a.

FABRIS, Annateresa. Imagem técnica: do fotográfico ao virtual. *In*: FABRIS, Annateresa; KERN, Maria Lucia Bastos (Orgs.). **Imagem e conhecimento**. São Paulo: EDUSP, 2006b. (p. 157-178).

FABRIS, Annateresa. **O desafio do olhar**: fotografia e artes visuais no período das vanguardas históricas. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

FATORELLI, Antonio Pacca. **Fotografia contemporânea**: entre o cinema, o vídeo e as novas mídias. Rio de Janeiro: SENAC, 2013.

_____. Fotografia e modernidade. *In*: SAMAIN, Etienne (Org.). **O Fotográfico**. 2. ed. São Paulo: SENAC; Hucitec, 2005.

FEENBERG, Andrew; BARNEY, Darin David (Coords.). **Community in the digital age: philosophy and practice**. Lanham: Rowman & Littlefield, 2004.

FEIJÓ, Marcelo. **Fotografia (e o) digital: paradoxos poéticos**. 1997. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Brasília (UnB), Brasília, 1997.

FLUSSER, Vilem. **Ensaio sobre a fotografia: para uma filosofia da técnica**. Lisboa: Relógio D'Água, 1998.

FONTCUBERTA, Joan. **A câmera de Pandora – a fotografia depois da fotografia**. São Paulo: Gustavo Gili Brasil, 2013.

_____. Por um manifesto pós-fotográfico. **Studium**, Campinas, v. 67, n. 3, 2014.

FREUND, Gisele. **Fotografia e sociedade**. 3. ed. Lisboa: Nova Veja, 2010.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. 2.ed. São Paulo: Escrituras, 2000.

GOVEIA, Fábio Gomes; CARREIRA, Lia Scarton. **Fotografia e Big Data: implicações metodológicas**. [S. l.]: Intercom, 2014.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Modernização dos sentidos**. São Paulo: Editora 34, 1998.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & realidade**, v. 22, n. 2, p. 15-46, 1997.

_____. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2011. (p. 103-133).

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

HORN, Evelyse Lins. **Fotografia expandida: o documentário imaginário de uma paisagem submersa entre a arte contemporânea e o documental**. 2012. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará (UFC), Instituto de Cultura e Arte, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Fortaleza, 2012.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papyrus Editora, 1996.

KOSSOY, Boris. **Os tempos da fotografia: o efêmero e o perpétuo**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

_____. **Fotografia e história**. 3. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009a.

_____. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009b.

LEENAERTS, Danielle. **Petite histoire du magazine Vu (1928-1940): entre photographie d'information et photographie d'art**. Bruxelles: Peter Lang, 2010.

LEMOS, André. A arte eletrônica e cibercultura. *In*: MARTINS, Francisco Giuseppe Donato (Org.). **Para navegar no século XXI**: tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto alegre: Editora da PUC-MG, 1999.

_____. Apropriação, desvio e despesa na cibercultura. *In*: MARTINS, Francisco Menezes; MACHADO, Juremir. **Genealogia do virtual** – comunicação, cultura e tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 6. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

_____. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multiredes (DHMCM). **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, p. 23-40, 2007.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. A revolução contemporânea em matéria de comunicação. *In*: MARTINS, Francisco Giuseppe Donato (Org.). **Para navegar no século XXI**: tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto alegre: Editora da PUC-MG, 1999a.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999b.

_____. Mediação e tecnologia. *In*: MARTINS, Francisco Menezes; MACHADO, Juremir. **Genealogia do virtual** – comunicação, cultura e tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 6. ed. São Paulo: Loyola, 2010.

LIMA, Heloísa Espada. **Fotoformas**: a máquina lúdica de Geraldo de Barros. 2006. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicação e Artes, Departamento de Artes Plásticas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **Império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LISSOVSKY, Maurício. **A máquina de esperar**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

LUBART, Todd. **Psicologia da criatividade**. Porto Alegre: Artmed, 2007.

LYOTARD, Jean François. **Condição pós-moderna**. 5. ed. Rio de janeiro: José Olympio, 1998.

MACHADO, Arlindo. A fotografia como expressão do conceito. **Studium**, Campinas, n. 2, 2000.

_____. A fotografia sob o impacto da eletrônica. *In*: SAMAIN, Etienne (Org.). **O fotográfico**. 2. ed. São Paulo: SENAC; Hucitec, 2005.

_____. **Máquina e imaginário**: o desafio das poéticas tecnológicas. São Paulo: EDUSP, 1993.

_____. Arte e mídia: aproximações e distinções. **Galáxia**, São Paulo, v. 4, p. 19-32, 2002.

MALDONADO, Tomás. **Cultura, sociedade e técnica**. São Paulo: Edgard Blucher, 2012.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2001.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da informação**, p. 71-81, 2001.

MARTINS, Francisco Giusepe Donato. **Para navegar no século XXI**: Tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto alegre: Editora da PUC-MG, 1999.

MARTINS, Francisco Menezes; MACHADO, Juremir. **Genealogia do virtual** – comunicação, cultura e tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MAUAD, Ana Maria. **Poses e flagrantes**: ensaios sobre história e fotografias. Niterói: Editora da UFF, 2008.

MORIN, Edgar. **O cinema ou o homem imaginário**. Lisboa: O relógio D'água, 1997.

NOVAES, Henrique; DAGNINO, Renato. O fetiche da tecnologia. **Revista ORG & DEMO**, v. 5, n. 1984, p. 189-209, 2004.

O'NEILL, Elena. As operações de László Moholy-Nagy: espaço, luz e movimento. *In*: 18. Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas Transversalidades nas Artes Visuais, **Anais**. Salvador, 2009.

OLIVEIRA, Erivam Moraes de; VICENTINI, Ari. **Fotojornalismo**: uma viagem entre o analógico e o digital. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

OSTROWER, Fayga. **Acasos e criação artística**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

PEDROSA, Israel. **O universo da cor**. Rio de Janeiro: SENAC, 2009.

POIVERT, M. A fotografia francesa em 1900: o fracasso do pictorialismo. **Artcultura**, v. 10, n. 16, 2008.

QUEIROGA, Eduardo. **Coletivo fotográfico contemporâneo e prática colaborativa na pós-fotografia**. 2012. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, 2012.

RECUERO, Raquel. Mapeando redes sociais na internet através da conversação mediada pelo computador. **Educação e Contemporaneidade: pesquisas científicas e tecnológicas**, Salvador, EdUFBA, p. 251-274, 2009.

ROCHFORT, Carolina Corrêa. **A marca corporal como registro de existência e a pele como superfície de experiência**: o contato como paradigma para as imagens impressas do corpo. 2010. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Programa de pós-graduação em Artes Visuais, Instituto de Artes, Porto Alegre, 2010.

ROUILLÉ, André. **A fotografia**: entre documento e arte contemporânea. São Paulo: SENAC, 2009.

RÜDIGER, Francisco. **Teorias da cibercultura**: perspectivas, questões e autores. Porto Alegre: Sulinas, 2013.

SALLES, Cecília. **Gesto inacabado**: processo de criação artística. São Paulo: Annablume, 2009.

SAMAIN, Etienne. **Fotográfico(o)**. São Paulo: Hucitec, 1998.

SAMAIN, Etienne (Org.). **Como pensam as imagens**. Campinas: Editora da UNICAMP, 2012.

SANTAELLA, Lúcia. Imagem Pré-Fotográfica-Pós. **IMAGENS**, v. 3, p. 34-40, 1994.

_____. **Cultura das mídias**. 2. ed. São Paulo: Experimento, 2000.

_____. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Culturas e Artes do Pós-Humano**: da cultura das mídias à cibercultura. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. O impacto das novas mídias sobre a cultura. *In*: VILLARES, Fábio (Org.). **Novas mídias digitais (audiovisual, games e músicas)**: impactos políticos, econômicos e sociais. Rio de Janeiro: *E-papers*, 2008.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 1998.

SCHAEFFER, Jean-Marie. **A imagem precária**: sobre o dispositivo fotográfico. Campinas: Papyrus, 1996.

SCHWARZ, Arturo. **Man Ray: the rigour of imagination**. Nova Iorque: Rizzoli, 1977.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

_____. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

SOUGEZ, Marie-Loup. **História da fotografia**. Lisboa: Editora Dinalivro, 2001.

SOULAGES, François. A revolução paradigmática da fotografia numérica. **ARS**, São Paulo, v. 5, n. 9, 2007.

_____. **Estética da fotografia: perda e permanência**. São Paulo: SENAC, 2010.

STIEGLITZ, Alfred. **Camera work: the complete illustrations (1903-1917)**. Nova Iorque: Taschen, 1997.

STODUTO, Renata Domingues. **Lomografia: a fotografia como forma de manifestação visual do imaginário contemporâneo**. 2012. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Faculdade de Comunicação Social, Porto Alegre, 2012.

VALLE, Isabella Chianca Bessa Ribeiro. **Fotografando digitalmente, pensando analógicamente: a caixa preta da fotografia numérica**. 2012. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, 2012.

VICENTE, Carlos Fadon. Fotografia: a questão eletrônica. *In*: SAMAIN, Etienne (Org.). **O fotográfico**. 2. ed. São Paulo: SENAC; Hucitec, 2005.

VILLARES, Fábio (Org.). **Novas mídias digitais (audiovisual, games e músicas): impactos políticos, econômicos e sociais**. Rio de Janeiro: *E-papers*, 2008.

WOLTON, Dominique. Pensar a internet. *In*: MARTINS, Francisco Menezes; MACHADO, Juremir (Orgs.). **Genealogia do virtual – comunicação, cultura e tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

Sites

Panorama do Brasil na internet. Disponível em: <<http://goo.gl/Gy2a3i>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

História da Eastman Kodak Company. Disponível em: <<http://goo.gl/CVsQ00>>. Acesso em: 12 jan. 2014.

The Impossible Project. Disponível em: <<https://www.the-impossible-project.com>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

Polaroid. Disponível em: <<http://www.polaroid.com>>. Acesso em: 21 fev. 2014.

1000 memories blog. Disponível em: <<http://blog.1000memories.com/94-number-of-photos-ever-taken-digital-and-analog-in-shoebox>>. Acesso em: 21 ago. 2013.

Filmes

AMNÉSIA. Direção: Christopher Nolan. Intérpretes: Guy Pearce, Carrie-Anne Moss, Joe Pantoliano e outros. EUA: Paris Filmes e Newmarket, 2000. Drama, (115 min.), colorido.

A VIDA SECRETA DE WALTER MITTY. Direção: Ben Stiller. Intérpretes: Ben Stiller, Adrian Martinez, Kristen Wiig e outros. USA: FOX, 2013. Drama, aventura e comédia, (114 min.), lmdb, colorido. (Formato: 35 mm).

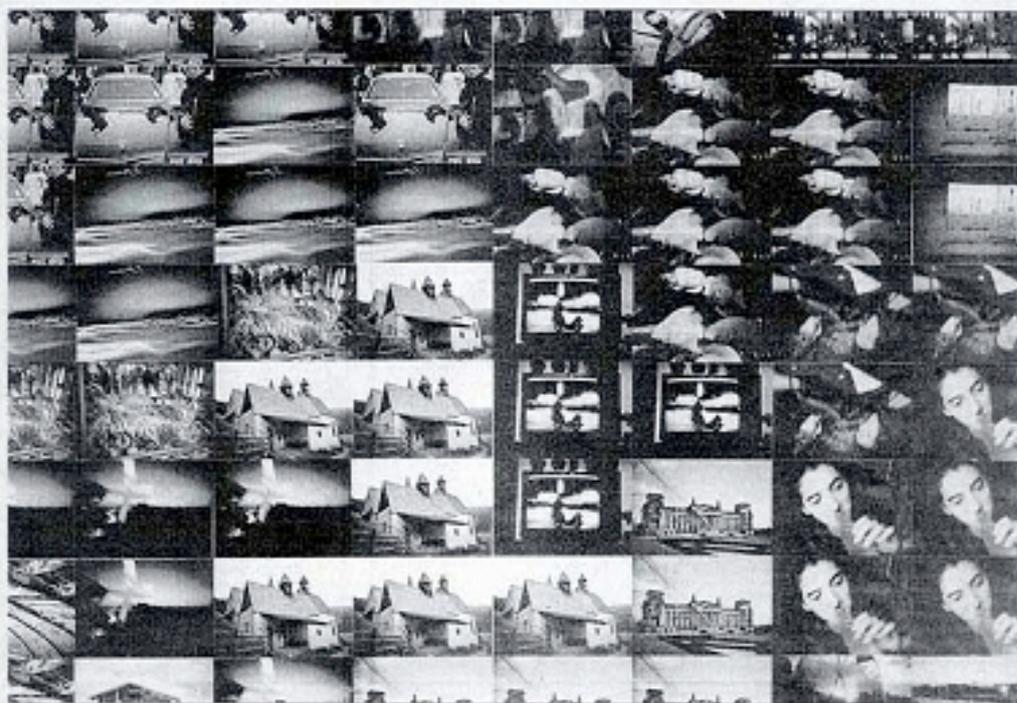
BLOW UP – DEPOIS DAQUELE BEIJO. Direção: Michelangelo Antonioni. Intérpretes: Vanessa Redgrave, Sarah Miles, David Hemmings, John Castle, Jane Birkin e outros. Inglaterra; Itália: Empresa, 1966. Drama, (111 min.), colorido.

MATRIX. Direção: Larry Wachowski; Andy Wachowski. Intérpretes: Keanu Reeves; Laurence Fishburne; Carrie-Anne Moss; Hugo Weaving e outros. EUA: Warner Bros, 1999. Drama, (136 min.), *widescreen*, color.

Anexos

1.1. O manifesto da Lomografia

ЛОМОГРАФИЯ [THE LOMOGRAPHY MANIFESTO]



Die Lomographie ist weder dem Hasen eines Marketing-Strategen noch dem eines Erfinders noch dem eines Künstlers entsprungen – die Lomographie ist vielmehr als Konsequenz aus dem zufälligen Zusammenstoß russischer, ukrainischer, ukrainischer – geistlich-fischer und künstlerischer Rahmenbedingungen entstanden. Und hat als solche auch entstehen müssen.

Der Name „Lomographie“ rührt von einem St. Petersburg Kameraproduzenten her (LOMO = Leinwandlose Optiko-Mechanische Objektivbau), der die Welt eine in mehrfacher Hinsicht revolutionäre Kamera geschickt hat. Durch die ungewöhnliche Handlichkeit (Maße: 10x14 cm, vergleichbar einer Minox), durch die besten herkömmlichen Beschleunigerleistungen (1/500 Sek.), durch das ausgereifte mechanische Weitwinkelobjektiv (52 mm, durch eine eingebaute Kippe von außen „verschließbar“, angesprochene Schließzeit, hohe Fokussensensitivität) und nicht zuletzt durch den absolut ungewöhnlich niedrigen Preis eröffnete diese Kamera vor allem in technischen Hinsicht einen bis zu beachtlichem Zugang zur Fotografie, eben den der Lomographie.

In kommerzieller Hinsicht haben vor allem diese Supermarkierungen der Lomographie den Weg bereitet: Sie können in es möglich, um insgesamt zirka 100 Schilling, bis zu 28 Aufnahmen auf Papier zu bringen (Film = Entwicklung + 36 Schilling im Format 7x17 cm), was in der Generation unserer älteren Geschwister um weniger als insgesamt 400 Schilling nicht zu bekommen war. Dieser Preisverfall

und die damit einhergehende Abwertung des großformatigen Nachkriegsfilms mag als Hinweis gewertet werden auf das gesteigerte und künstlerische Potential, das ausgerechnet in modernen Menschen, der im Supermarkt einkauf, schlussfolgern.

Jedoch erst die geistlich-fischen und künstlerischen Rahmenbedingungen der neunziger Jahre (aufgehoben Lomographie) wurde Traufe gehoben und zu dem gemacht, was sie heute ist. Hochzeiten und in vielerlei Hinsicht „amateurisiert“ Kamerareisungen, die entweder mit dem Überleben ringen oder staatlich hoch subventioniert werden müssen (Themen: Museen, Galerien), selbst wenn sie spontan gestalterische und künstlerische Auffassungen prägen, die den Kontakt zum „privaten Sektor“ (Sponsoring, Partys mit Eintritt, private Ausstellungen, Musikbands) nicht schon hinlänglich empfangen (Werbung, Film, Filmmarkt). Darüber hinaus wird Gestaltung und Kunst willkürlich jenseits aller als reinen Ausdrucksmittel verstanden, die gesellschaftlichen Kontexten stehen in vielen Fällen außerhalb jedes kommerziellen Interesses eines des Künstlers (Fotografie, Video usw.) – und können selbstbewusst nicht auch dem hohen Sinn und einem oft nicht-für sich selbst zu realisierenden Bogen (Gegenbeziehung, Medienkunst) zurückzuführen (vgl. Postmodernität, Gaillet, Regles d'Allegorie).

Lomographie

Nicht in den Idealen läßt sich heute ein Trend finden, Kunst zu schaffen. Dieses werden immer schwieriger aus dem Zeitalter digitalischer Existenz über in die unpersönliche Phase des zeitlichen gesellschaftlichen Postulats, wie die die Lomographie heute offen. Höchstens in der Unzufriedenheit, der Unvollkommenheit und der Gewissenshaftigkeit der Verwendung unterschiedlicher Standpunkte und widersprüchlicher Inhalte, die oft gleichzeitig vertrieben werden (Dialektik = „konkreter Ansatz in der Philosophie, wird es etwas wie ein einzelner Zeitgeist – ein Trend – spielt“).

Die Lomographie versteht sich als schillernd, unvollkommen und unvollkommen künstlerischen Ausdrucksmittel. Durch die konstanten Rahmenbedingungen kann sich der Lomograph weitgehend unabhängig von wirtschaftlichen Zwängen machen. Die Materialkosten (Kamera, Film usw.) reduzieren sich auf ein Minimum, damit er sich auch ohne ein finanzielles Engagement vorwiegend zurückhaltend und Disziplin während der künstlerischen Arbeit, das „ausdauernde Experiment“ hat Einzug in die Amateurfotografie.

Doch erst die Technik der LOMO gibt der Lomographie die wahre Möglichkeit sie auf in jede Situation, durch die starke Weitwinkelobjektiv und die einfache Handhabung (schweres Schließen, sonst alles automatisch) entgegen sich

Lomographie: Vorbereitungen, und vor allem der Blick durch den Sucher der Kamera (freies Auge des Weitwinkelobjektiv). Das Leben der Stadt wird durch den „Schall aus der Höhe“ in seiner Erscheinung entweder überhaupt nicht beeinflusst bzw. eben überstrahlt, oder es setzt sich unangenehm anfangender als bei einer klassischen Fotografin in Szene (geringerer Abstand). Das Wesen der Lomographie Methode liegt in der kurzen Zeit zwischen Motiventdeckung und Aufnahme.

Dadurch wird Fotocatching und „Lomographie“ abgelehnt – ein dichtes Netz aus den Rahmen der Lomographie.

Dies ist insbesondere bei „relativem Lichtverhältnis“ zu, die der LOMO kein Kopierverhalten hat. Bei wenig Licht und entsprechender Lomographie (kein Blitz) schützt das Weitwinkelobjektiv (und auch das kleine Fokussierobjektiv) vor zu starker Unschärfe durch Verwackeln. Dadurch lassen sich immer wieder neue Intuitionen zur „Verwirklichung“ an. Die bei Nacht durch Langzeitbelichtung oft auftretende Bewegungsunschärfe und das starke Gelbrau des Kunstlichts geben die Authentizität wieder zurück, die in der klassischen Fotografie dem Bild zum Opfer gefallen ist.

Natürlich wir folgen zum Kern der Lomographie vor Bildgestaltung und Konstruktion der Motive treten in den Hintergrund. Die Ab-

lehnung wird nicht in Gedanken voranzutreiben, sondern engagiert sich als Dokument und gleichzeitig als Bestandteil einer Situation. Es gibt keine „guten“ oder „schlechten“, nur mehr oder weniger „wahre“, „authentische“ Bilder. Diese Authentizität wird aber durch das menschliche, unvollständige und „unbedachte“ Kräfte vorwiegend. Wichtig sind für den Lomographen, die grandiose Rolle des ungenutzten Vorgesetzten im Zeitalter des Geschlechts einnehmen zu können.

Die Kunst des „Jokes“, die Lust an der Verfrüchtigung, die Freude am Kommen und am Vermeintlichen Unvollkommenheit ist es nicht wert, Lomographie zu werden, die Zerstörung abgegriffener Materie (Unvollkommenheit der Kamera, Intuitionen, klassische Ästhetik der Fotografie usw.) und das Bild der Lomographie, der Supermarkt ist die Kunst und die LOMO das Bild.

Kunst und Technik haben somit den Grundstein für die Lomographie als zugewandtes fotografisches Ausdrucksmittel gelegt. Die gesellschaftliche Entwicklung am Ende des 20. Jahrhunderts (künstlerischer Lebensstils und Phänomene) hat nun auch die Grenzen zwischen offiziell und privat, zwischen Kunst, Kommen und Kommen, zwischen dem Allgemeinen und dem Besonderen verschwommen. Genau an diesen verschwommenen Grenzen ist die Lomographie anzuordnen. Ungefährlich an diesen Grenzen wird es zu können, werden der Lomograph und seine LOMO ein glückliches Paar in möglichst allen Lebenssituationen.

O Manifesto da Lomografia – traduzido

A Lomografia não é uma ideia esperta pensada por um especialista de *marketing*, inventor ou artista. A Lomografia surgiu como consequência de um encontro acidental que leva em conta condições técnicas, econômicas, sociais e artísticas. E deste modo teve que ser desenvolvida. O nome “Lomografia” deriva-se de um fabricante da câmera em São Petersburgo (LOMO = *Leningradskoye Optiko Mechanicheskoye Obyedinenie*), o qual deu ao mundo uma câmera revolucionária. Extremamente favorável ao usuário (dimensões: 10 x 6 x 4 cm, semelhante à MINOX), tem uma exposição automática, uma extraordinária lente de campo aberto (32 mm, tampa externa “fechável” embutida, excelente nitidez, e alta distância focal). Por último, mas não menos importante, devido ao seu verdadeiramente excepcional preço baixo, esta câmera significa uma nova abordagem para o aspecto técnico da fotografia, chamada Lomografia.

Em termos comerciais, várias redes de supermercado pavimentaram amplamente o caminho para a Lomografia. Recentemente, tornou-se possível “colocar até 38 fotos no papel” (revelação do filme + 38 impressões em formato 7 x 10 cm) por aproximadamente 100 *Shillings*,⁵⁴ enquanto a geração mais antiga teve que pagar 400 *Shillings*. Esta queda no preço e a subsequente expansão da procura pela fotografia podem ser avaliadas como um indicativo do potencial criativo e artístico dormente na pessoa moderna que vai comprar dentro de supermercados.

No entanto, foram as condições sociais e artísticas dos anos 1990 que primeiro lançaram a Lomografia e fizeram dela o que ela é hoje. Instituições culturais altamente elitistas e, em muitos aspectos, donas da verdade (teatros, museus, galerias) lutam para sustentar a sua própria sobrevivência ou devem ser subsidiadas pelo Estado.

Em contraste, existem cada vez mais expressões criativas e artísticas espontâneas que não se coíbem de contato ou até mesmo surgem a partir do “setor privado” (patrocínio, eventos com taxas de entrada, exposições particulares, bandas, publicidade, cinema, trilhas sonoras de filmes etc.). Além disso, a composição e a arte são entendidas mais como um meio neutro de expressão. Em muitos casos, as expressões criativas vão além dos interesses comerciais dos artistas (fotografia,

⁵⁴ Unidade monetária em uso na República Tcheca.

vídeos etc.) – e, portanto, desafiam o Estado soberano e os seus regulamentos muitas vezes aparentemente medievais (regulamentos comerciais, leis de mídia) com rádios-pirata, pichações, cartazes ilegais.

Hoje em dia, as tendências da arte não são reconhecidas pelo seu conteúdo. De acordo com pesquisas de opinião, hoje, este conteúdo está mudando cada vez mais rápido para a fase experimental do pluralismo social, enquanto os tempos de rigidez dogmática estão se tornando extintos. O imediatismo, a audácia e a velocidade com que os diferentes pontos de vista e conteúdos conflitantes são transmitidos, muitas vezes ao mesmo tempo (autocrítica – abordagem irônica da filosofia), são na melhor das hipóteses percebidos como um *Zeitgeist*⁵⁵ padrão dos tempos – uma tendência.

Lomografia é uma forma de expressão artística rápida, imediata e sem vergonha. Devido às condições comerciais, os lomógrafos podem ser independentes das amarras econômicas. Os custos de materiais (câmeras, filmes etc.) são reduzidos ao mínimo e, portanto, as restrições financeiras, a reserva forçada e a disciplina não são mais um problema para fotografar. O "experimento extravagante" está encontrando o seu caminho para a fotografia em massa.

É principalmente a tecnologia da LOMO LC-A que lhe confere a sua verdadeira identidade. Ela cabe em qualquer bolso da calça, tem uma lente grande angular e é simples de usar (focagem rápida, todo o resto é automático). Portanto, a preparação tediosa e particularmente a visão através do visor (devido à lente grande angular) não são necessárias. Ao se "fotografar a partir do quadril", o objeto vivo da fotografia não pode ser influenciado ou surpreendido em termos de sua aparência. Além disso, em contraste com a configuração de uma foto clássica (arte *performática* criativa) é incomparavelmente imparcial. A essência dos métodos lomográficos reside no curto tempo que leva entre descobrir o seu objeto e a exposição. Dessa forma, o constrangimento em tirar fotos e a "privacidade" são desmantelados – um desejo declarado da Lomografia.

Isto se aplica especialmente aos "níveis pobre de luz", que não são um problema para a LOMO LC-A. Pouca luz, o seu tempo de exposição correspondente (sem *flash*), a lente grande angular (e também a de pequeno formato) protegem a foto de um desfoque forte devido ao movimento da câmera. Assim, torna-se

⁵⁵ Do alemão, "espírito do tempo"

consistentemente possível divulgar as próprias esferas pessoais. Muitas vezes durante à noite, por causa do tempo de exposição, desfoque de movimento e a suave cor vermelho-amarelada da luz artificial, é restaurada a autenticidade de fotos que na fotografia clássica morreria na mão do *flash*.

Lentamente, está-se aproximando do núcleo da Lomografia. O trabalho da arte e a construção de temas tomam um papel secundário. A fotografia não é pensada, mas surge como um documento e ao mesmo tempo como parte integrante de uma situação. Não existem fotos “boas” ou “ruins”, apenas fotos mais ou menos “verdadeiras”, “autênticas”. Esta autenticidade é conseguida por meio de cliques mecânicos, rotineiros, quase “sem pensar”. O que é importante para o lomógrafo é que o papel paradoxal do *voyeur* inteligente pode ser capturado no centro dos eventos.

A arte do "lixo", o desejo de publicar, a alegria do consumo e dos supostos números de massa (nenhum objeto é indigno de ser lomografado), a destruição de práticas tradicionais (seriedade da arte, privacidade, estética clássica da fotografia etc.) são o sal da Lomografia, supermercados são a manteiga e a LOMO LC-A é o pão.

Comércio e tecnologia, portanto, ergueram a pedra fundamental para a Lomografia como um meio contemporâneo de expressão fotográfica. O desenvolvimento social no final do século XX (liberalismo progressista e pluralismo) confunde as fronteiras entre o público e o privado, entre a arte, consumo e o comércio, entre o geral e o específico. É nessas fronteiras que a Lomografia se firma. Sendo capazes de desfrutar um passeio entre os limites, lomógrafos e as suas LOMO LC-A estão se tornando um casal feliz em quase todas as situações da vida.⁵⁶

⁵⁶ Tradução livre do inglês para o português.

1.2 Questionário

Lomo-formulário

Este questionário é parte da pesquisa acadêmica “Fotografia híbrida: a Lomografia e a estética fotográfica na era das novas mídias”, realizada na Universidade de Brasília (UnB), e será analisada para a realização da dissertação de mestrado de Yanic Diener Braga, orientada do Prof. Dr. Marcelo Feijó.

Nenhum entrevistado será pessoalmente identificado caso não queira, seus dados serão mantidos em total privacidade, sendo aqui solicitados somente para registro e futuros esclarecimentos que se façam necessários por parte apenas da pesquisadora.

Qualquer dúvida, entrar em contato através de yanics@gmail.com. Obrigada!

1. **Nome**

.....

2. **Idade**

.....

3. **E-mail**

.....

4. **Profissão**

Se não trabalha, informar “não trabalho”. Se estuda, informar o curso.

.....

5. **Cidade em que mora**

.....

6. **Você trabalha profissionalmente com fotografia?**

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

7. **Como você conheceu a Lomo?**

Marcar apenas uma oval.

Pesquisa online

Propaganda / filme

Indicação de amigos

Sites de fotografia / blogs

Outro:

8. **Há quanto tempo conhece a lomografia?**

Marcar apenas uma oval.

- Menos de 5 anos
- Entre 5 a 10 anos
- Entre 10 a 15 anos

9. **Você conhece e segue as 10 regras de ouro?**

Marcar apenas uma oval.

- Não.
- Sim, tento segui-las.
- Sim, sigo-as a risca.
- Sim, mas não me importo muito com elas

10. **Quais aparelhos você utiliza atualmente para fotografar?**

Marque todas que se aplicam.

- Câmera analógica
- Câmera profissional
- Câmera semi-profissional
- Câmera mirrorless
- Câmera point and shoot
- Câmera celular
- Outro:

11. **Quanto tempo você demora para revelar as fotos?**

Especifique o período de tempo. Exemplo: "assim que o foi acaba" ou "de 2 em 2 meses."

.....
.....
.....
.....
.....

12. **Você digitaliza suas fotos?**

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

13. **Você sabe como funciona tecnicamente câmera uma analógica?**

Marcar apenas uma oval.

- Sim.
- Não

14. **Você considera o conhecimento técnico da fotografia importante? Por que?**

.....
.....
.....
.....
.....

15. **Você já fez experimentações com outras técnicas fotográficas?**

Marque todas que se aplicam.

- não
- Sim
- Sim, com daguerreotipia
- Sim, com pinhole.
- Sim, com cianotipia.
- Sim, com redscale
- Outro:

16. **Quanto a fotografia faz parte da sua vida?**

Por favor, especifique. Exemplo: "é parte importante da minha vida, por isso..." ou "uso somente para registro..."

.....
.....
.....
.....
.....

17. **Em quais situações você costuma fotografar com a Lomo?**

Por favor, especifique. Exemplo: festas, eventos de família, rolê com os amigos etc.

.....
.....
.....
.....
.....

18. **Indique o quanto cada um dos temas abaixo te interessa?**

Sendo 5 muito interessante e 1 pouco interessante.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
Retrato	<input type="radio"/>				

19. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Corpo	<input type="radio"/>				

20. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Pessoa ou grupos	<input type="radio"/>				

21. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Auto-retratos/ selfies	<input type="radio"/>				

22. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Objetos	<input type="radio"/>				

23. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Ambientes	<input type="radio"/>				

24. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Paisagem natural	<input type="radio"/>				

25. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Arquitetura	<input type="radio"/>				

26. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Festas / eventos	<input type="radio"/>				

27. **Quando você vai fotografar, o que você considera mais importante?**

Sendo 5 mais importante e 1 pouco importante.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
Enquadramento	<input type="radio"/>				

28. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Temática	<input type="radio"/>				

29. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Composição	<input type="radio"/>				

30. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Sujeito da foto / objetos	<input type="radio"/>				

31. **Qual seu objetivo ao fotografar com a Lomo?**

Sendo 5 o maior objetivo e 1 menor objetivo.

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
Estético	<input type="radio"/>				

32. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Divertimento	<input type="radio"/>				

33. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Artístico	<input type="radio"/>				

34. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Compartilhamento	<input type="radio"/>				

35. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Experimentação	<input type="radio"/>				

36. *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5
Registro	<input type="radio"/>				

37. **Em quais redes sociais você costuma compartilhar suas fotos?**

Marque todas que se aplicam.

- Flickr
- Instagram
- Facebook
- 500 px
- Twitter
- Deviant Art
- Behance
- Pinterest
- Não costumo compartilhar minhas fotos.
- Outro:

38. **Quais aspectos visuais te atraem na lomografia?**

.....

.....

.....

.....

.....

39. Para você, qual a diferença entre a lomografia e os outros tipos de fotografia?

.....

.....

.....

.....

.....

40. A sua perspectiva sobre a fotografia se modificou depois que começou a utilizar a Lomo?
Se sim, como?

.....

.....

.....

.....

.....

41. Por último, porque você faz lomografia?

.....

.....

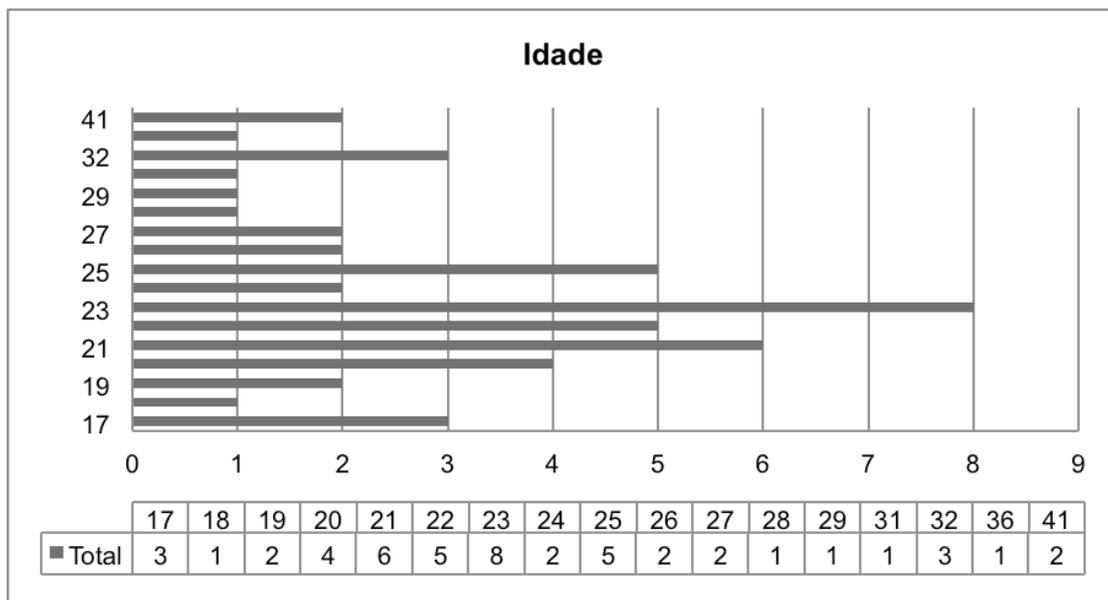
.....

.....

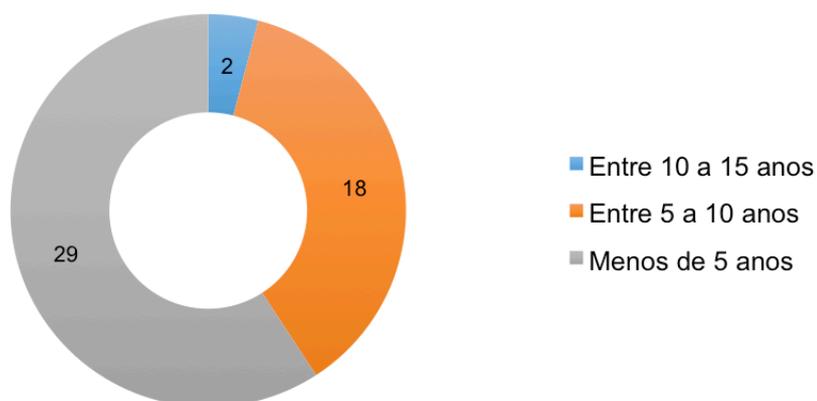
.....

1.3. Tabelas e respostas do questionário

As respostas completas dos formulários podem ser vista no seguinte *link* ou pelo *QR Code* disponível em <<http://goo.gl/7hPa79>>.



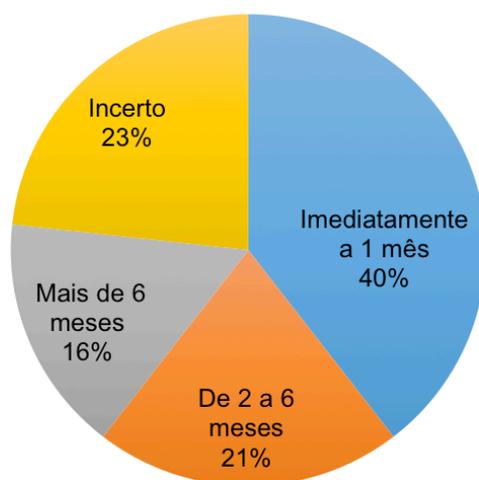
Há quanto tempo conhece a lomografia?



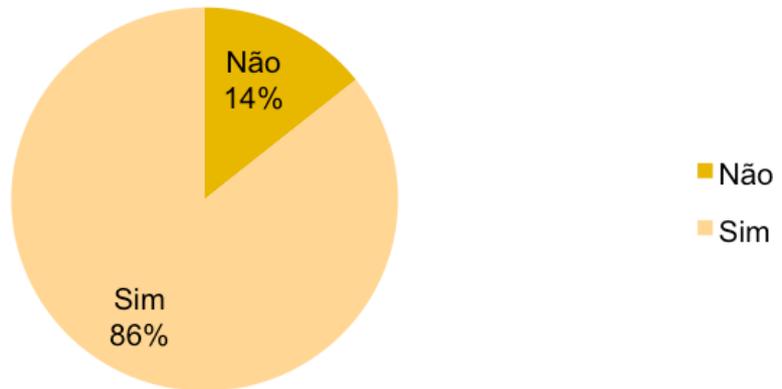
Você digitaliza suas fotos?



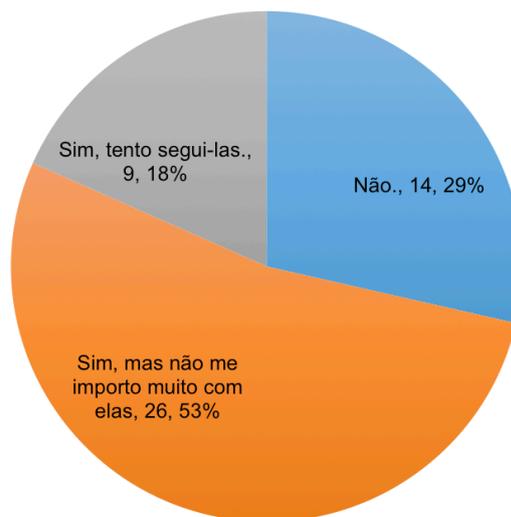
Quanto tempo demora para revelar?

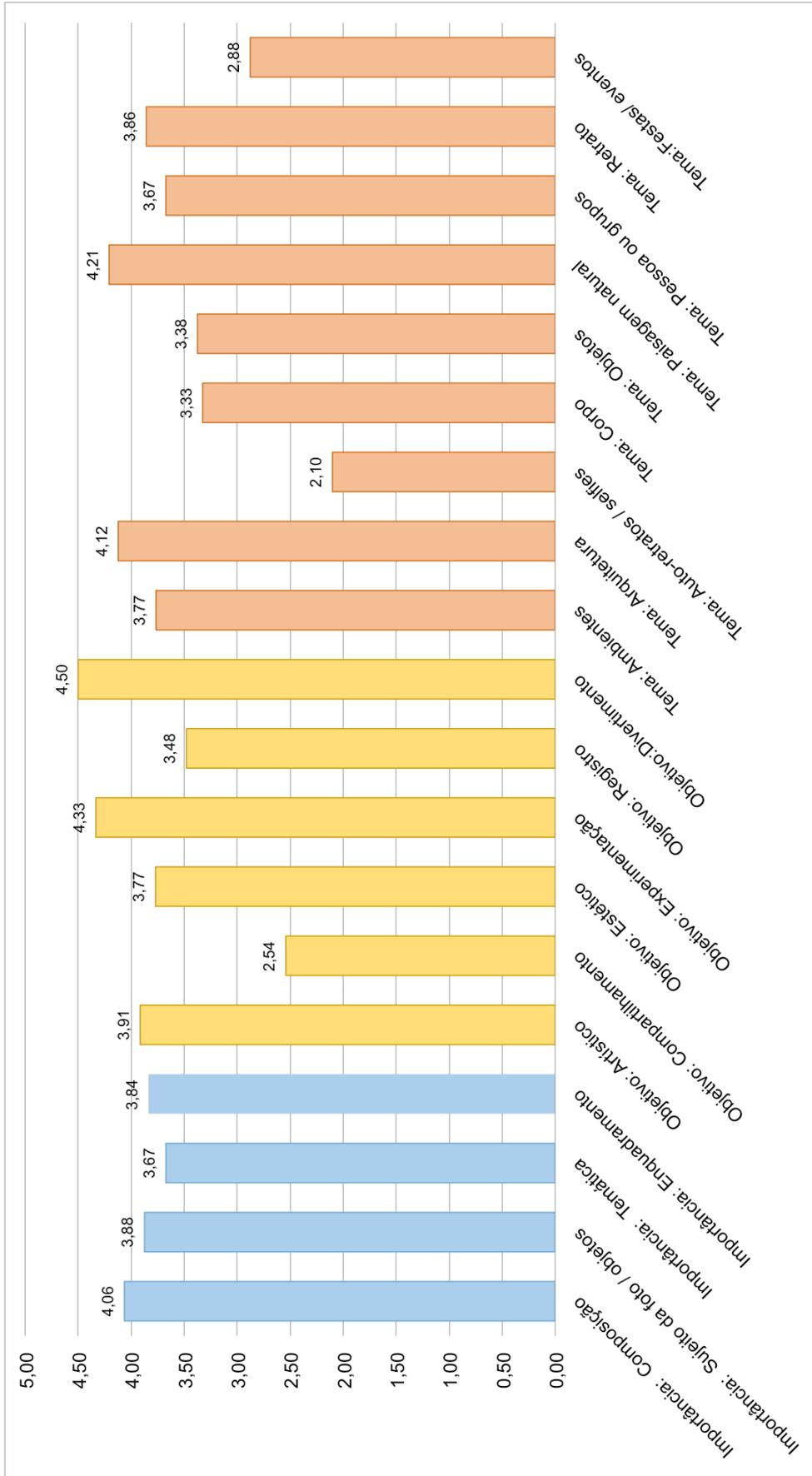


Você sabe como funciona tecnicamente câmera analógica?



Você conhece e segue as 10 regras de ouro?





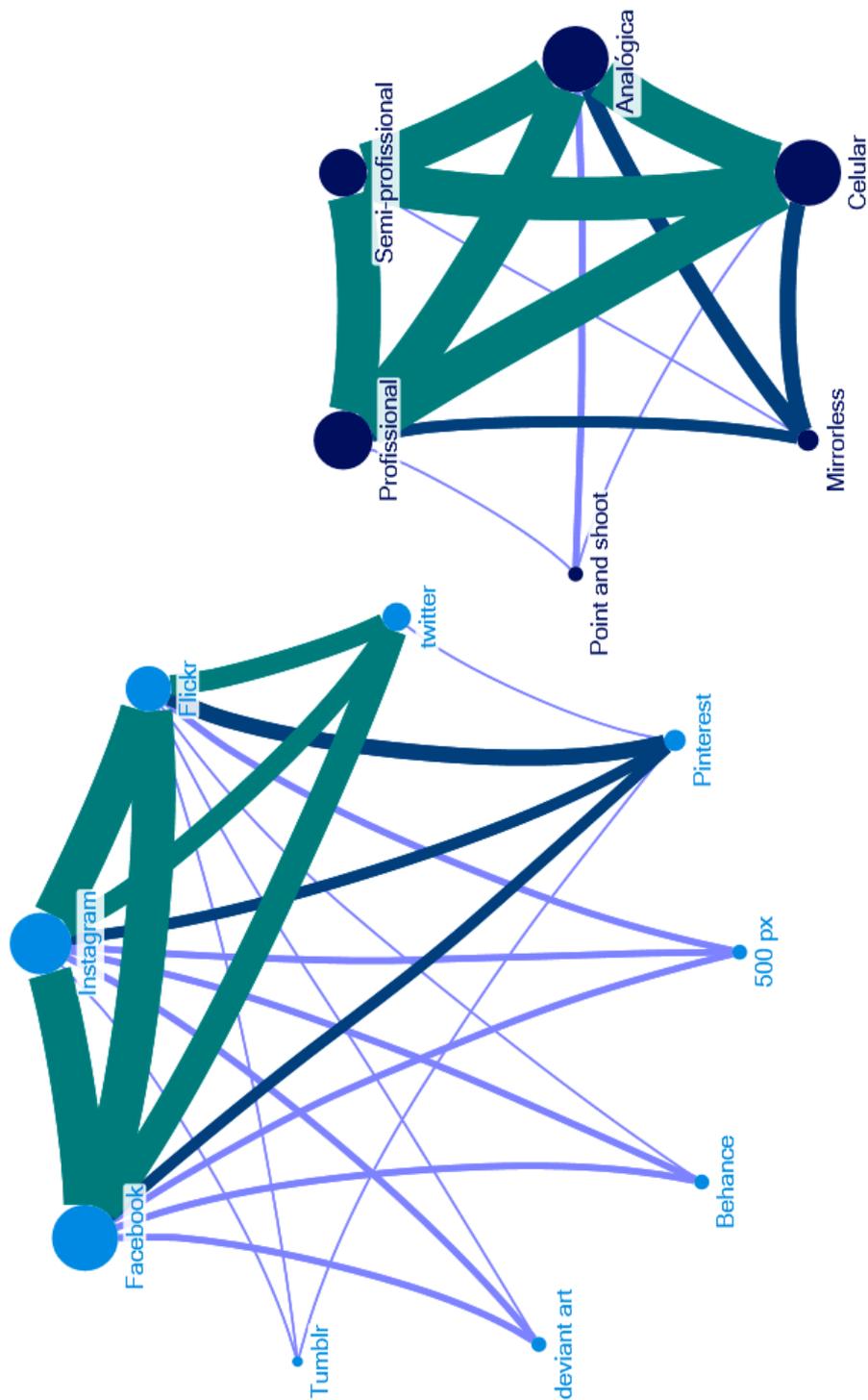


Figure 1 – Gráfico à esquerda: visualização da correlação de usuários que compartilham imagens nas redes sociais especificadas.
 Figure 2 – Gráfico à direita: visualização da correlação de usuários que possuem câmeras.

Semiprofissional	Celular	Analógica	Profissional	Mirrorless	Point and shoot
X	X	-	X	-	-
-	-	X	-	-	-
X	X	-	X	-	-
-	X	X	-	-	-
-	X	X	-	-	-
X	X	X	X	-	-
X	X	-	X	-	-
-	-	X	X	-	-
-	X	X	X	-	-
-	X	X	X	X	-
X	-	X	X	-	-
X	X	X	X	-	-
-	X	X	X	X	-
-	X	X	-	-	-
-	X	X	X	-	X
-	X	X	X	-	-
X	X	X	X	-	-
X	X	X	X	-	-
-	-	X	X	-	-
-	-	X	X	-	-
X	-	X	X	-	-
-	X	X	-	-	-
-	X	X	-	-	-
X	-	-	X	-	-
-	X	X	-	-	-
X	X	X	X	-	-
X	X	X	X	-	-
X	X	X	X	-	-
X	X	X	X	-	-
X	X	X	X	-	-
-	X	X	-	-	-
-	X	-	X	-	-
-	X	X	X	-	-
-	X	-	-	-	-
X	-	-	X	-	-
-	-	X	-	-	X
-	X	X	-	-	-
-	X	-	-	-	-
-	X	-	-	-	-
-	X	X	-	-	-
-	X	X	-	-	-

1.4. Carta de Martin Scorsease à Kodak

We have many names for what we do – cinema, movies, motion pictures. And...film. We're called directors, but more often we're called filmmakers. Filmmakers. I'm not suggesting that we ignore the obvious: HD isn't coming, it's here. The advantages are numerous: the cameras are lighter, it's much easier to shoot at night, we have many more means at our disposal for altering and perfecting our images. And, the cameras are more affordable: films really can be made now for very little money. Even those of us still shooting on film finish in HD, and our movies are projected in HD. So, we could easily agree that the future is here, that film is cumbersome and imperfect and difficult to transport and prone to wear and decay, and that it's time to forget the past and say goodbye – really, that could be easily done. Too easily.

It seems like we're always being reminded that film is, after all, a business. But film is also an art form, and young people who are driven to make films should have access to the tools and materials that were the building blocks of that art form. Would anyone dream of telling young artists to throw away their paints and canvases because iPads are so much easier to carry? Of course not. In the history of motion pictures, only a minuscule percentage of the works comprising our art form was not shot on film. Everything we do in HD is an effort to recreate the look of film. Film, even now, offers a richer visual palette than HD. And, we have to remember that film is still the best and only time-proven way to preserve movies. We have no assurance that digital information will last, but we know that film will, if properly stored and cared for.

Our industry – our filmmakers – rallied behind Kodak because we knew that we couldn't afford to lose them, the way we've lost so many other film stocks. This news is a positive step towards preserving film, the art form we love.

Disponível em: <<http://goo.gl/DWxtb2>>.