

2.1 – Um breve histórico

Para entender a formação dos bancos de imagem, temos que entender suas relações com as agências de fotografia, que surgiram no início do século XX, com o crescimento da indústria editorial e consequente desenvolvimento do fotojornalismo. A introdução de fotografias na imprensa amplia as visibilidades do real, permitindo que o homem, antes conhecedor apenas de sua realidade local, entre em contato com os acontecimentos do mundo. A fotografia “[...] muda a visão das massas. [...] Com a fotografia se abre uma janela para o mundo.”⁷⁵, como afirma Gisèle Freund (2008, p.96). Esse processo de ampliação das fronteiras do visível tem início com as viagens exóticas do século XIX, e evolui com o início da fotografia de guerra, cujo primeiro fotógrafo de destaque foi Roger Fenton que fotografou a guerra da Criméia, como mencionamos anteriormente.

Inicialmente, como aponta Freund, a foto era usada como forma de dar mais credibilidade aos artigos, ou seja, mera ilustração que consistia na compreensão da fotografia como espelho do real. Quando aparecem os primeiros repórteres fotográficos, sua reputação era péssima. Devido ao pesado equipamento que usavam, muitas vezes esses eram selecionados mais pela força do que pelo talento: “O objetivo de tais fotógrafos buscava, antes de tudo, conseguir uma foto, coisa que então queria dizer que a imagem teria que ser clara e fácil de reproduzir.”⁷⁶ (FREUND, 2008, p.98). Os fotógrafos de imprensa eram muitas vezes depreciados e seus trabalhos não eram nem mesmo assinados. Essa situação durou por, mais ou menos, cinquenta anos até, pelo menos, o início do fotojornalismo, na Alemanha. Ainda assim, mesmo após o surgimento do fotojornalismo, muitas fotografias continuaram a ser assinadas apenas pelas agências e não pelos fotógrafos.

Essa mudança gradual representou não apenas um maior respeito ao trabalho do fotojornalista, mas o entendimento da fotografia como forma de contar uma história – passando a ser, então, janela do mundo e não mais apenas espelho -, segundo afirma Gisèle Freund:

⁷⁵ “Cambia la vision de las masas. [...] Con la fotografía, se abre una ventana al mundo.”

⁷⁶ “El objetivo de tales fotógrafos buscava ante todo conseguir una foto, cosa que entonces quería decir que la imagen tenía que ser clara y fácil de reproducir.”

A tarefa dos primeiros repórteres fotográficos da imagem consistia em fazer fotos isoladas para ilustrar uma história. Teremos que esperar para que a própria imagem se converta em história que relata um acontecimento em uma série de fotos, acompanhada de um texto limitado com frequência a meras frases, para que comece a fotografia.⁷⁷ (FREUND, 2008, p.99)

Segundo Beaumont Newhall, em seu livro *The History of Photography*, “[...] no final da década de 1920 existiam mais revistas ilustradas na Alemanha do que em qualquer outro lugar do mundo.”⁷⁸ (2006, p.258). Esse cenário foi favorável para o desenvolvimento do fotojornalismo no país, baseado em um estilo que priorizava a integração entre texto e imagem. “O novo estilo era uma ativa colaboração entre os editores e os fotógrafos.” (NEWHALL, 2006, p.259). Essa postura promovia a realização de ensaios fotográficos, que eram geralmente precedidos de um trabalho de pesquisa realizado pelos fotógrafos. As imagens passam a contar histórias e trazem para os meios de comunicação a vida cotidiana das pessoas comuns. “A revista ilustrada chega a ser um símbolo da mentalidade liberal da época.”⁷⁹ (FREUND, 2008, p.107)

As revistas alemãs mais importantes da época eram a *Berliner Illustrierte Zeitung* e a *Münchener Illustrierte Presse*, e o fotógrafo mais célebre do período era Erich Salomon, em torno de quem se reúne um grupo de fotógrafos. Erich Salomon faz parte de uma geração de fotojornalistas que recupera o respeito da profissão, suas fotos são assinadas e, muitas vezes, eles mesmos escrevem os textos e as legendas de suas imagens. A maioria desses fotógrafos fazia parte da burguesia alemã - que passava por um momento de dificuldade financeira após a Primeira Guerra Mundial - e tinham estudos, diferentemente das gerações de fotojornalistas anteriores. Alguns desses fotógrafos mais tarde formaram a Agência Dephot (*Deutcher Photodienst*), umas das primeiras agências de fotografia de imprensa do mundo, fundada em 1928. Fotógrafos como Alfred Marx, Felix Man, Umbo e Robert Capa (que futuramente participaria da fundação da Magnum) passaram pela agência.

As agências de fotografia vendiam suas imagens principalmente para jornais e revistas. Existem agências que apenas empregam os fotógrafos e outras, como a Magnum, que são formadas pelos próprios fotógrafos, onde esses têm mais liberdade de escolha dos temas a serem trabalhados e são donos de seus direitos autorais. Podemos ainda entender

⁷⁷ “La tarea de los primeros reporteros fotográficos de la imagen consistia en hacer fotos aisladas para ilustrar una historia. Habrá que esperar a que La propia imagen se convierta en historia que relata un acontecimiento en una serie de fotos, acompañada de un texto limitado con frecuencia a meras frases, para que comience la fotografía.”

⁷⁸ “In the late 1920s there were more illustrated magazines in Germany than anywhere else in the world.”

⁷⁹ “La revista ilustrada llega a ser un símbolo de la mentalidad liberal de la época.”

o funcionamento das agências, distinguindo-as entre aquelas que comercializam fotografias de notícias, minuto-a-minuto, e aquelas que se concentram em temas mais gerais, de interesses mais humanistas e apelo a longo termo. Esse último tipo de fotografia é voltado, principalmente, para editoras de livros, bem como para alguns jornais. Um exemplo do primeiro tipo de agência é a *Gamma* (www.gamma.fr) e do segundo tipo de agência é a *Rapho* (www.rapho.fr), ambas atualmente sob o comando de uma empresa, a *Eydeea* (www.eydeea.fr) que também concentra outras agências como a *Hoa-Qui*, a *Jacana*, a *Explorer*, a *Top*, a *Keystone* e a *Stills*.

Não é apenas na Alemanha que a indústria editorial se desenvolvia. Na França surge a revista *Vu* e nos Estados Unidos, a *Life*. A *Life* tinha grande influência do fotojornalismo alemão e da revista *Vu* e atraiu grandes fotógrafos alemães que tinham deixado o país fugindo de Hitler. A revista foi fundada em 1936 e publicada até 1972.

Outras agências surgiam na Europa e nos Estados Unidos como a *Parisian Alliance Photo*, fundada em 1934 e que contou com trabalhos de fotógrafos como Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, David Seymour e Pierre Verger. A *Alliance* mantinha contatos com a agência americana *Black Star* (www.blackstar.com), fundada em 1936 por imigrantes alemães e que existe até hoje.

A *Associated Press*, fundada em 1846, durante a guerra entre México e Estados Unidos, inaugurou seu serviço fotográfico em 1927. Em 1935 já possuía um sistema de *WirePhoto* que permitia enviar as descrições das fotos por linha telefônica, numa antecipação do que seria a imagem em tempo real que temos hoje, transmitida pela internet às redações de jornais logo após sua captura pela câmera.

Podemos citar ainda a *Agence France Presse* (www.afp.com), fundada em Paris, em 1945, após o fim da Segunda Guerra e a *Magnum* (www.magnumphotos.com) - lendária agência formada em 1947 por Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, David Seymour e George Rodger. A *Magnum* tinha uma estrutura cooperativa e que permitia a seus membros manter a posse de seus direitos autorais bem como desenvolver projetos particulares. Essa estrutura, no entanto, não manteve afastada as mudanças sofridas pelos meios de comunicação nos anos que se seguiram. A *Magnum* teve de se adaptar aos novos tempos, buscando seu crescimento em diferentes bases que permitissem cobrir estrategicamente eventos em várias partes do mundo e fornecer essas fotografias mais rapidamente do que as equipes das próprias revistas e jornais.

As mudanças de tecnologia no fim do século XX, início do século XXI, também influenciaram a dinâmica de funcionamento das agências de fotografias. Com a fotografia

digital, a foto estava pronta para ser enviada à redação logo após a sua captura. A internet intensificou esse processo, possibilitando o envio imediato de forma rápida e fácil. Essas possibilidades deram a ilusão de que o leitor poderia estar cada vez mais perto dos acontecimentos, pois teria acesso a eles quase que em tempo real. No entanto, o que aconteceu foi que o processo de edição dessas fotos passou a ser feito, frequentemente, sem a presença do fotógrafo, aquele que realmente foi a testemunha do acontecimento. E a pós-produção passou ao cargo de diretores de arte que por vezes impõem à foto um tratamento que não condiz com a visão do fotógrafo, podendo chegar a alterar as intencionalidades iniciais daquela imagem. A fotografia perde sua função documental ou fotojornalística e se transforma em uma mera ilustração do texto que acompanha, servindo aos interesses comerciais da publicação – que prezam por uma rápida leitura da imagem por parte do leitor.

A partir de então, observa-se uma proliferação de imagens muito semelhantes em diferentes meios de comunicação, como se existisse apenas uma forma possível de visualizar e interpretar um determinado acontecimento. A fotografia dos meios de comunicação assume um padrão estético e conceitual. Quando lemos determinado tipo de matéria parece que podemos antecipar o estilo de fotografia que virá adiante: seus ângulos, recortes e até mesmo cores. O espírito do fotojornalismo alemão das décadas de 1920 e 1930 fica cada vez mais distante.

No Brasil podemos citar o surgimento de algumas agências independentes criadas por fotógrafos, na tentativa de achar “[...] um caminho de luta para o direito autoral, aliando o senso estético a uma produção fotográfica mais crítica, que se distanciava da linguagem superficial e fragmentada da imprensa diária.”(MAGALHÃES, PEREGRINO, 2004, p.91). A primeira agência de fotógrafos, a *Image*, surge em 1961 no Rio de Janeiro, liderada por José Medeiros e Flávio Damm, repórteres da revista *O Cruzeiro*. Também no Rio de Janeiro surge a Agência Câmara 3, reunindo os fotógrafos Claus Meyer, Walter Firmo e Sebastião Barbosa. A Agência Fotocontexto, por sua vez, foi fundada em 1969 no Rio Grande do Sul por Assis Hoffmann, e contava com fotógrafos como Ricardo Chaves, Olívio Lamas e Antônio Vargas, abrangendo tanto as áreas de jornalismo quanto publicidade, audiovisual, banco de imagens e fotografia industrial.

Foi mesmo a partir dos anos 70 que as agências proliferaram. Em 1979 temos o surgimento da Agência F4, em São Paulo, fundada por Delfim Martins, Juca Martins, Nair Benedicto e Ricardo Malta. A Agência F4 teve um papel importante na luta pelos direitos autorais de fotografias e se engajou na regulamentação da profissão de fotógrafo.

Um núcleo da F4 foi aberto no Rio de Janeiro, contando com fotógrafos de peso como Ricardo Azoury, Ricardo Beliel, Rogério Reis, Zeka Araújo, João Roberto Ripper e Cynthia Brito. Em 1980 surge em Brasília a Agência AGIL, formada por Milton Guran, Duda Bentes, André Dusek, Júlio Bernardes, Kim-Ir-Sem e Beth Cruz. A AGIL tinha representantes em 15 estados brasileiros e teve uma atuação bastante significativa. Chegaram a editar dois livros: *O Brasil ano 20*, de 35 fotógrafos de Brasília e o *Perfil do Poder*, de Orlando Brito. Um incêndio de origem duvidosa ocorrido em 15 de fevereiro de 1985 na sede da agência, bem no período de transição da ditadura para a democracia, após a eleição, ainda indireta, de Tancredo Neves – que seria o primeiro presidente civil depois de 20 anos de regime militar -, mostra a importância da atuação dos fotógrafos dessa agência bem como a força e o poder da imagem. Sobre esse fato, um dos fotógrafos fundadores da AGIL, hoje professor da Universidade de Brasília, Duda Bentes, diz:

Sobre o incêndio da AGIL Fotojornalismo paira o mistério e o indício de que ele teria sido um atentado contra a memória dos movimentos sociais do Distrito Federal, um acerto de contas com as forças de repressão que não gostariam de ser identificadas (queima de arquivo, literalmente falando) e um estorvo no trabalho que fazíamos junto ao Comitê de Imprensa do presidente da república eleito pelo Colégio Eleitoral (eleição indireta), o Senador Tancredo Neves. O sinistro da AGIL se seguiu a um outro incêndio que havia acontecido no comitê de campanha de Tancredo e, também, culminou com uma sequência de atentados à bomba nas bancas de revistas que vendiam jornais contrários a perpetuação da ditadura e defendiam a volta ao Estado de Direito. Por sua vez, não havia uma causa para o incêndio e testemunhas disseram ter ouvido uma explosão, e nada no laboratório, onde ficavam os arquivos de negativos, poderia causar uma explosão. O sinistro aconteceu em 15 de fevereiro de 1985, uma sexta-feira, por volta das 13 horas. Foram perdidos na ordem de 600 mil imagens em negativos que representavam, nas palavras do Guran, e que eu endosso, "um invejável acervo que registrava parte da história sócio-política nacional, da posse do presidente Figueiredo à eleição de Tancredo Neves." A repercussão foi grande com matéria no *Correio Braziliense* (16/02/1985) e outros jornais. Na matéria do *Correio*, Guran, em entrevista, salienta que "está sepultado, assim, o esforço de 106 profissionais de todo o país que contribuíram para a formação do arquivo." A notícia foi veiculada em outros jornais como o *Última Hora*, *Jornal de Brasília*, *O Globo* e o *Estado de São Paulo*. Nessas matérias, além do prejuízo para a memória, foram destacados o prejuízo material que foi calculado na ordem de Cr\$ 100 milhões. Dessa forma, a AGIL Fotojornalismo teve que lutar em duas frentes para se recuperar, de um lado tínhamos que manter o ritmo de cobertura pois naquele momento o presidente eleito fazia as viagens nacionais e internacionais para se apresentar como novo representante do executivo brasileiro, por outro lado, tínhamos que reconstruir o laboratório de fotografia e recuperar o que havia sobrado do arquivo de negativo, este danificado pelo fogo do incêndio e pela água dos bombeiros. Isso esgotou nossas forças e recursos materiais. A morte do presidente eleito selou o fim do projeto pois o vice-presidente não nos via com bons olhos, isto é, não fazíamos parte dos planos para a reconstrução nacional, já que tudo deveria ficar da mesma forma. O mercado editorial brasileiro passou a

viver uma crise quando revistas foram fundidas (Senhor e Isto É, clientes de nossas pautas) e uma mudança de linguagem se impôs, a cobertura política que era basicamente feita em preto-e-branco, passou a ser feita em cores de forma a atender a demanda dos patrocinadores (agências de propaganda e marketing da empresa jornalística). Não tínhamos mais fôlego e por isso fomos nos dispersando, até que, com o fechamento da sede em Brasília (chegamos a ter um escritório em São Paulo), desmembramos o acervo de negativos, devolvendo para os respectivos fotógrafos e repórteres fotográficos, que chegavam nesse momento a mais de 130 cooperativados e agenciados, no Brasil e no exterior. Enfim, foi uma história, para a qual estou reunindo material, muito bonita, apesar do trágico momento, pois foi um momento de reunião de pessoas inteligentes e determinadas, com uma visão de mundo que valorizava a dignidade humana e a volta ao Estado de Direito. Além disso, tínhamos a força da expressão fotográfica para fazer ver a história do presente.⁸⁰

Encontram-se ainda registros da Agência Angular, criada em São Paulo por Cristina Villares, Marisa Carreão, Marcos Rosa; da Agência Fotograma, fundada em 1985 também em São Paulo, por Emidio Luisi, Rosa Gauditano, Ed Viggiani, João Ramid e Jorge Rosemberg; da Agência ZNZ formada por Sérgio e Dário Zalis, Sérgio Nedal, entre outros.

Podemos citar, ainda, a Imagem da Terra, “[...] uma espécie de Centro de Documentação sem fins lucrativos, criado em 1984, por João Roberto Ripper, [...] (onde) encontramos um viés político mais marcante.” (MAGALHÃES, PEREGRINO, 2004, p.92). Suas fotos eram usadas como base de processos em favor de trabalhadores brasileiros, exigindo certo conhecimento do assunto pelo fotógrafo.

Hoje, existem no Brasil representações das maiores agências do mundo e os maiores jornais do país também possuem a sua própria agência de fotografias, como é o caso da Agência Estado (do jornal Estado de São Paulo – www.ae.com.br), da Folhapress (da Folha de São Paulo - www.folhapress.com.br/) e da Agência O Globo (do jornal O Globo - www.agenciaoglobo.com.br/). O governo brasileiro também mantém uma agência de fotografias, a Agência Brasil (www.agenciabrasil.gov.br). Existem ainda outras agências de menor representatividade e com trabalhos voltados a temas específicos, como é o caso da Oikos Imagem (www.oikosimagem.com.br), sediada em Brasília e voltada para fotos de natureza e de povos indígenas; do SambaPhoto (www.sambaphoto.com.br), com imagens gerais sobre o Brasil; do Imagens do Brasil (www.imagensdobrasil.art.br), com fotos das regiões Norte e Centro-Oeste; entre outros.

A fotografia publicitária também acompanhou o desenvolvimento da indústria editorial, e logo as agências de fotografia passaram a gerenciar também esse tipo de

⁸⁰ Duda Bentes nos forneceu gentilmente esse esclarecimento por email em 20 de setembro de 2009.

produção, como intermediárias na distribuição das imagens entre o fotógrafo e o consumidor. Ela também sofreu grande influência da fotografia surrealista e abstracionista, e os trabalhos experimentais desses fotógrafos ajudaram a consolidar a ideia de que a fotografia não representa a ‘realidade’. Assim, a fotografia publicitária “[...] se concentrou em criar uma atmosfera associada a um objeto mais do que apenas retratar o objeto em si, usando os princípios promovidos pela escola Bauhaus e pelos surrealistas.”⁸¹ (FRIZOT, 1998, p.560)

A fotografia passou a fazer parte de catálogos, brochuras e demais materiais de promoção de grandes lojas. Dessa maneira, o trabalho do fotógrafo publicitário se transformou radicalmente. Durante um bom tempo, era o fotógrafo quem controlava todo o processo, mas com o desenvolvimento da indústria da publicidade, certo controle externo foi imposto ao fotógrafo. Agentes, diretores de arte, redatores, editores, entre outros profissionais passaram a se envolver na produção das imagens, demandando e organizando as sessões de fotos e fazendo cada vez mais uso das fotografias *stock*⁸² que, ou resultavam do trabalho do fotógrafo, ou eram fruto de uma demanda específica. E assim, muitas agências de fotografia passaram a comercializar, também, imagens publicitárias, além de fotojornalísticas.

Com as funcionalidades disponíveis hoje na internet, as agências ganharam em tempo de distribuição e maior alcance. A imagem está disponível a qualquer momento e para qualquer lugar onde se acesse a internet. Muitas dessas agências de fotografia passaram a ser chamadas de bancos de imagem, principalmente aquelas voltadas à fotografia *stock* publicitária. Outra mudança introduzida com a internet é a possibilidade de que qualquer um monte seu banco de imagens e comercialize suas fotografias. Existem, inclusive, *sites* que já se estruturam como bancos de imagens, com todas as ferramentas de exibição, busca e compra das fotos, esperando apenas que o fotógrafo-internauta faça uso delas. Como destaca Lúcia Santaella, em seu livro *Por que as artes e as comunicações estão convergindo*, “A mais atual revolução é aquela que permite que milhões de pessoas com renda média possam se tornar produtores de suas próprias imagens, [...] que se tornem produtores culturais sem sair de casa.” (2007, p.59)

⁸¹ “[...] concentrated on creating a mood associated with an object rather than recording the object itself, by using the principles promoted by the Bauhaus school and the Surrealists”

⁸² As fotografias *stock* são aquelas produzidas visando antecipar uma necessidade de uso criativo de imagens. Assim, os bancos de imagens criam coleções de fotos conceituais que são comercializadas principalmente para agências de publicidade, dispensando a necessidade de contratar um fotógrafo específico para o trabalho em questão. Hoje em dia a maior parte das fotografias *stock* está disponível *online* para visualização, compra e *download*.

2.2 – A realidade dos bancos de imagem hoje

Sem dúvida, um dos maiores bancos de imagens que existe hoje na internet é o *gettyimages* (www.gettyimages.com), com mais de 60 milhões de imagens⁸³ para usos tanto publicitários quanto editoriais. O *gettyimages* surgiu em 1995, a partir da aquisição do banco de imagens *Tony Stone*. Outras aquisições foram feitas nos anos seguintes: a coleção do fotógrafo Slim Aarons, o *PhotoDisc*, o *AllSport*, o *Image Bank*, *The Hulton Deutsch Collection*, *The Dupe Master Collection*, a *Liaison Agency* – que devido a sua parceria com a *Gamma Presse* conta com aproximadamente 750 fotógrafos espalhados pelo mundo -, entre outros.

Além de imagens, o *site* também vende vídeos e músicas. A coleção *creative royalty-free*⁸⁴ é composta de dez coleções diferentes - que fazem parte do acervo do *gettyimages* - e 45 coleções de parceiros (entre eles, o *flickr*). A coleção *creative rights-managed*, por sua vez, é formada por 13 coleções próprias e 54 de parceiros (também aqui o *flickr* está incluído)⁸⁵. As fotos do *flickr* são escolhidas pelos administradores do *gettyimages*. Cada usuário do *flickr*, ao definir seu perfil na comunidade, pode escolher se suas fotos estão ou não abertas a convites do *gettyimages*, mas a seleção de imagens é sempre desse último banco.

As fotografias editoriais se dividem em algumas áreas de classificação: Notícias, Esportes, Entretenimento, Arquivo, Arquivo por Calendário, Perfil, Destaques, Viagens, Retratos, Institucional, Realeza e Reportagem.

O *site* também se coloca à disposição para realização de demandas específicas, tanto no campo publicitário quanto no campo editorial, com fotógrafos espalhados pelo mundo inteiro e capazes de lidar com a produção desde o conceito à pós-produção – segundo eles mesmos anunciam.

Ao comprar as coleções dos maiores bancos de imagens e ao fechar parceria recente com o *flickr*, o *gettyimages* nos leva a questionar a estética fotográfica e a própria linguagem da fotografia ali veiculada. Sendo grande parte das imagens ou das referências visuais para a produção de imagens veiculadas nos meios de comunicação provenientes

⁸³ Dado obtido no site <http://www.answers.com/topic/getty-images-inc>. Acessado em 03.08.09.

⁸⁴ *Royalty-free* permite a compra de uma imagem uma única vez para uso sem tempo e fim determinado, diferentemente das *Rights-Managed* que libera a licença de uso da foto para um período de tempo e finalidade determinados.

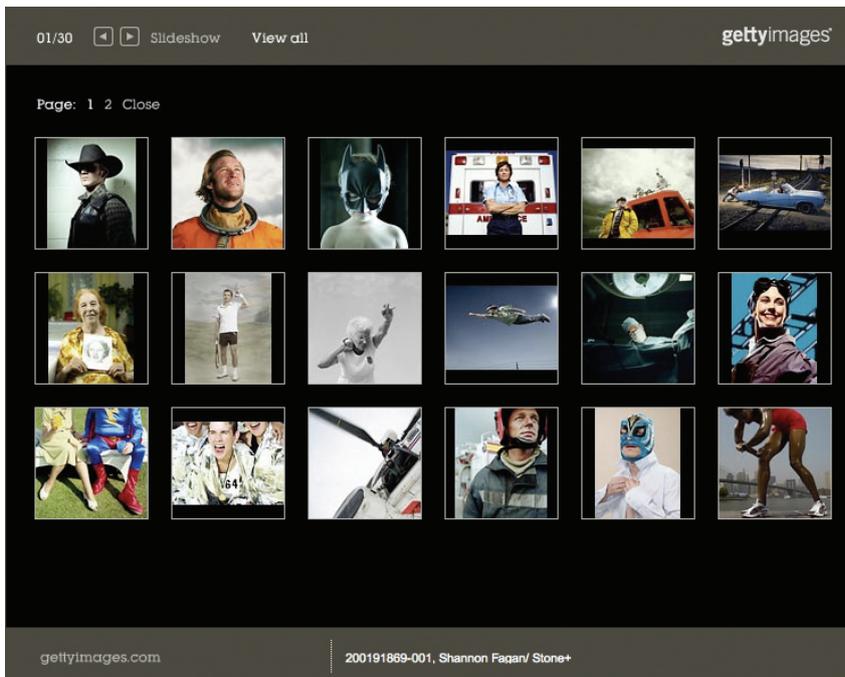
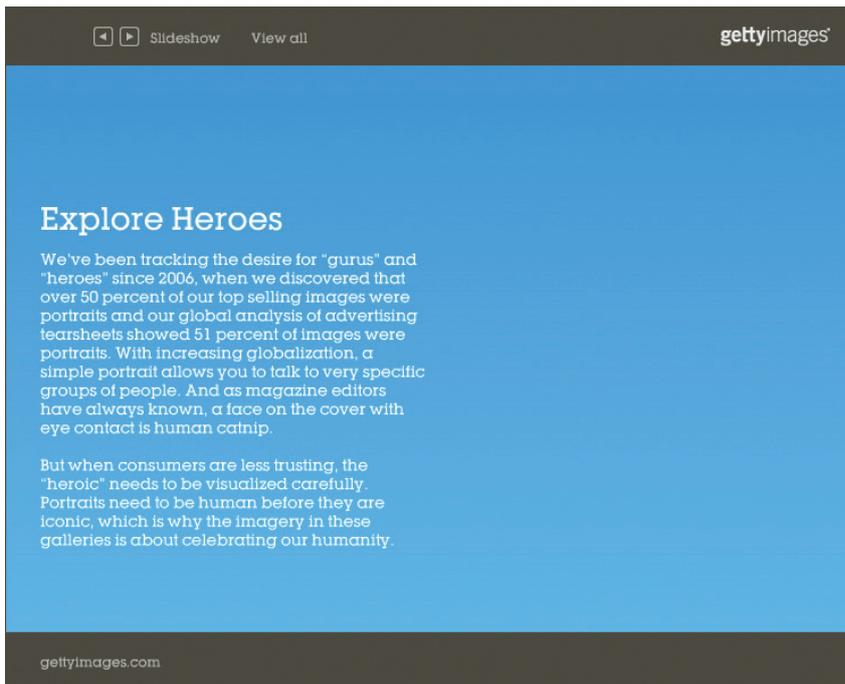
⁸⁵ Para ver todas as coleções e parceiros tanto *royalty-free* quanto *rights-managed* do *gettyimages*: <http://www.gettyimages.com/CreativeImages/ImageCollection>. Acessado em 04.08.09

de uma única fonte – o *gettyimages* – essa estética estaria atrelada ao interesse de uma única empresa – isso sem contar os vídeos e as músicas.

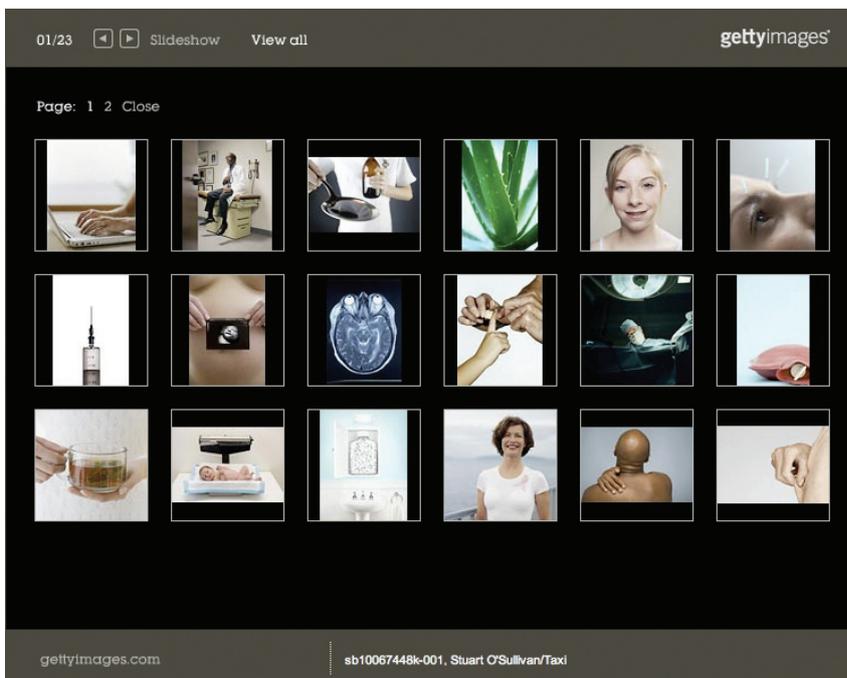
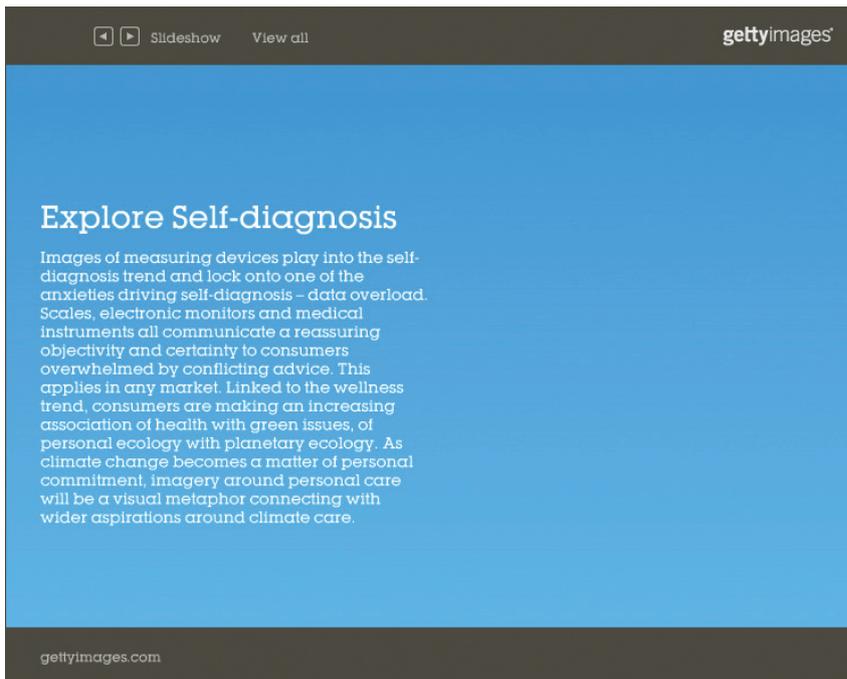
Retornemos ao caso da ferramenta *moodstream* já apresentada aqui e que sugere as imagens (músicas e vídeos também) de acordo com os conceitos-chave por ela estipulados e “escolhidos” pelo comprador. Essa ferramenta nos dá a ilusão de que é possível existir apenas um ponto de vista sobre algum aspecto da realidade. Pode-se até argumentar que as imagens ali disponibilizadas provém, originalmente, de bancos de imagens diversos, ou de fotógrafos diferentes, no entanto, elas são escolhidas, organizadas, classificadas e oferecidas ao público consumidor segundo a lógica de uma única empresa, que certamente se apoia em determinados critérios que façam aumentar suas vendas de imagens, de acordo com os usos que os meios de comunicação fazem delas.

Essa prática é reforçada com serviços disponibilizados pelo próprio *site* como o de “galerias de tendências” (*trend galleries*), por exemplo, que é oferecido em parceria com o *Yankelovich Research* – uma empresa que pesquisa tendências de consumo no mercado. No próprio *site* podemos ver a seguinte frase: “Essas galerias de tendências destacam as últimas mudanças no comportamento consumidor, atitudes e valores, e identificam oportunidades emergentes de mercados.”⁸⁶ No dia em que acessamos a página do *site* referente a essa área de galerias de tendências, três tendências ganhavam destaque: ‘Heróis’, ‘Auto-Diagnóstico’ e ‘Miniaturas’. Junto a cada galeria específica, há um relatório da *Yankelovich* explicando o porquê daquela tendência e um texto de abertura da galeria apresentando o tema. Essas imagens podem até não ser as imagens finais que serão usadas em um anúncio veiculado em algum meio de comunicação, mas elas servem como referência imagética, como um padrão estético ou modelo a ser seguido. E, mais uma vez, caímos no perigo de ter acesso a uma gama de imagens que se baseie em apenas um ponto de vista: uma estética, uma ideologia, uma “realidade”, determinados, sempre, pela mesma empresa e pelos mesmos interesses.

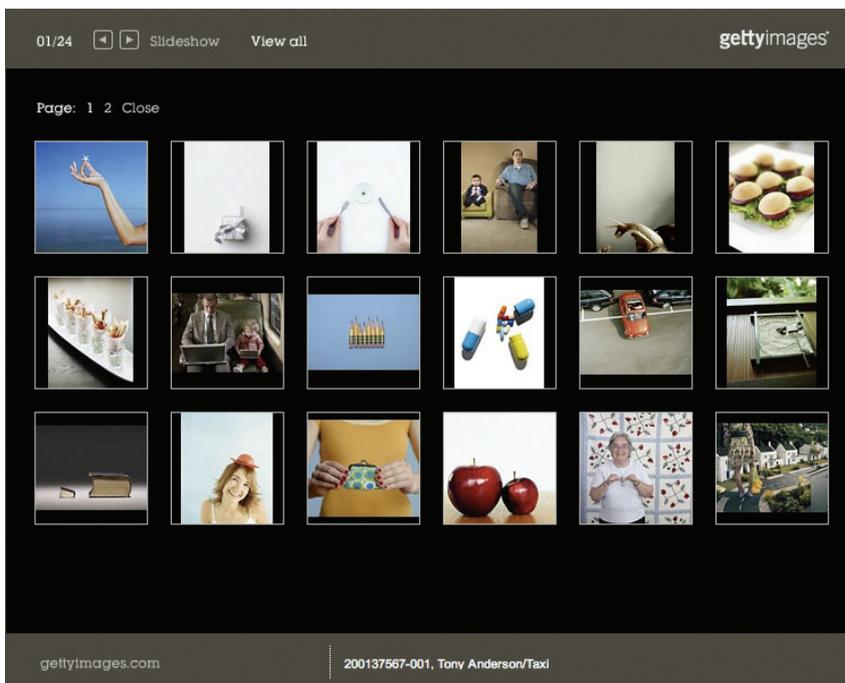
⁸⁶ “These trend galleries highlight the latest shifts in consumer behaviors, attitudes and values, and identify emerging market opportunities.” Informação obtida no site: http://imagery.gettyimages.com/yankelovich/default_usa.html, acessado em 04.08.09.



Figs. 70 e 71: Galeria da tendência “Heróis”. Texto de apresentação da galeria: “Explore os Heróis. Temos rastreado o desejo por ‘gurus’ e ‘heróis’ desde 2006, quando descobrimos que mais de 50% de nossas imagens mais vendidas eram retratos e nossa análise global de clippings de publicidade mostrou que 51% das imagens eram retratos. Com a crescente globalização, um simples retrato permite que você converse com um grupo bem específico de pessoas. E como editores de revista sempre souberam, um rosto na capa com contato visual é um atrativo humano. Mas quando consumidores estão menos confiantes, o “heróico” precisa ser visualizado com cuidado. Retratos precisam ser humanos antes de ser icônicos, por isso a imagem nessas galerias é sobre a celebração da nossa humanidade.”



Figs. 72 e 73: Galeria da tendência “Auto-Diagnóstico”. Texto de apresentação da galeria: “Explore o Auto-Diagnóstico. Imagens de equipamentos de medida têm um papel na tendência do auto-diagnóstico e miram em uma das ansiedades que guiam o auto-diagnóstico – o excesso de informação. Escalas, monitores eletrônicos e instrumentos médicos, todos comunicam uma objetividade e uma certeza para consumidores que estão amedrontados por tantos conselhos conflitantes. Isso se aplica a qualquer mercado. Ligado à tendência de bem-estar, consumidores estão fazendo cada vez mais uma associação da saúde com questões ambientais, de ecologia pessoal com ecologia planetária. Como as mudanças de clima se tornaram um ponto de comprometimento pessoal, o imaginário sobre cuidados pessoais será uma metáfora visual conectada com aspirações maiores relacionadas aos cuidados com o clima.”



Figs. 74 e 75: Galeria da tendência “Miniaturas”. Texto de apresentação da galeria: “Explore Miniaturas. Miniaturas são representadas por simplicidade visual, isolando uma imagem para dar-lhe foco, clareza e balanço – atributos muito valorizados, especialmente por consumidores inquietos com as recentes variações econômicas. Imagens de miniaturas podem ter duas leituras. Por um lado, levam à ideia de “bonitinho”, o que os japoneses chamam de ‘kawaii’ e que é emocionalmente aconchegante, mirando no nosso lado criança. O outro lado mira na ideia de se parecer com Deus, de estar no controle (veja também “Auto-Diagnóstico”) e exercendo poder de escolha. Para grandes marcas querendo parecer pequenas e amigáveis, ou para pequenas marcas querendo comunicar poder e controle, a imagem de miniatura supera as expectativas.”

A fotografia, presa a um único ponto de vista, não pode ser compreendida como fonte de conhecimento, não desperta o diálogo. Para ser lida de forma mais rápida e entendida por um maior número de pessoas, a imagem se liga a ideias comuns, estereotipadas e não explora as possibilidades das diferentes interpretações subjetivas de cada fotógrafo; ela se rende a uma lógica de consumo que provoca, apenas, um acúmulo cada vez maior de imagens não digeridas. Quando o *gettyimages* se associa ao *flickr*, ele tenta adequar à sua estética uma tentativa de pluralidade imagética. Se não é uma tentativa ainda tão bem sucedida, é uma ferramenta em potencial para conseguir tal feito.

O *gettyimages* disponibiliza, portanto, a coleção do *flickr*⁸⁷, mas ele a classifica conforme os seus padrões, seus critérios e suas categorias de busca e entendimento daquela imagem, diferente do que acontece no *flickr*, em que a imagem é classificada pelo próprio fotógrafo. A ferramenta que mostra a coleção *flickr* é o *flickr clouds*⁸⁸, que tenta simular um ambiente de comunidade onde o usuário teria alguma interação com o *site* (o *gettyimages*) e seu conteúdo – o que não acontece.

Na verdade a participação aí possibilitada se resume ao fato de o usuário fazer uma busca dentro da coleção *flickr* no *gettyimages*, de acordo com alguma categoria ou conceito. Esse é o primeiro filtro. A partir do resultado dessa busca, fornecido pelo *gettyimages*, composto por imagens sugestionadas por seus administradores, o usuário do *site* pode fazer agrupamentos particulares de fotos. Esse seria o segundo filtro. No entanto, essa “livre escolha” de fotos que compõem a sua nuvem se dá dentro de um resultado prévio, fruto da primeira busca que se guia pelas formas de classificação do *gettyimages*, ou seja, dentro de uma estética previamente determinada. Esses agrupamentos – *clouds* (nuvens) – podem ser vistos por outros usuários e podem ser favoritados. Cada usuário pode ser seguido por outros. No entanto, não existe nenhuma funcionalidade que permita a comunicação e o diálogo entre um membro e outro da ‘pseudo-comunidade’. Ou seja, é possível apenas ver as nuvens de outros usuários. E só. Pode-se criar quantas nuvens quiser – cada uma sempre referente a um único conceito específico - e levar todas as fotos escolhidas em sua nuvem direto para o processo de

⁸⁷ A coleção conta, atualmente, com 32.500 fotos.
http://www.gettyimages.com/search/search.aspx/1/creative?brands=fkm,fkf,fks&isource=usa_flickrFrontDoor_BrowseFlickr - acessado em 05.08.09.

⁸⁸ As “nuvens” aqui fazem referência à forma de funcionamento desse sistema de interação em que o usuário pode montar agrupamentos de imagens conceituais (que, graficamente, formam nuvens), conforme seus critérios de escolha. No entanto, as escolhas só podem ser feitas a partir de imagens que constam do resultado fornecido pelo *gettyimages* de uma busca prévia que o usuário deve fazer com o conceito desejado.

compra. Além disso, a ferramenta só serve para mostrar as fotos vindas do *flickr* numa tentativa de dar um clima comunitário e participativo que, reforçando, não existe.

Voltando à ideia das imagens de leitura rápida, tão adequadas aos interesses de venda de bancos de imagem como o *gettyimages*, vemos que, ao restringir as possibilidades de busca de imagens (o que já provém da própria escolha inicial de qual imagem do *flickr* poderá ser comercializada pelo banco de imagens), esse *site* reforça uma estética baseada no senso comum. O que conta é a quantidade que representa vendas, e não a qualidade. Por se constituir como uma comunidade menor, o *flickr clouds* no *gettyimages* poderia promover uma experiência mais específica de escolha e diálogo sobre a imagem. Ele, no entanto, veta qualquer possibilidade realmente livre de participação do usuário. Já no *flickr*, mesmo quando se faz um mal uso das ferramentas, o usuário tem acesso a várias possibilidades de diálogo, o que permite que eles mesmos estabeleçam a dinâmica de funcionamento da comunidade.

Portanto, essa ferramenta - o *flickr clouds* -, talvez, pudesse se adaptar bem ao próprio *flickr*, que oferece funcionalidades de comentários, estimulando a troca de ideias entre os usuários e possibilitando o adição de outros membros como amigos ou contatos, formando uma rede social. Ali, ela poderia fortalecer o caráter de comunidade do *site*, mas não *gettyimages* cujos objetivos se voltam principalmente ao consumo.

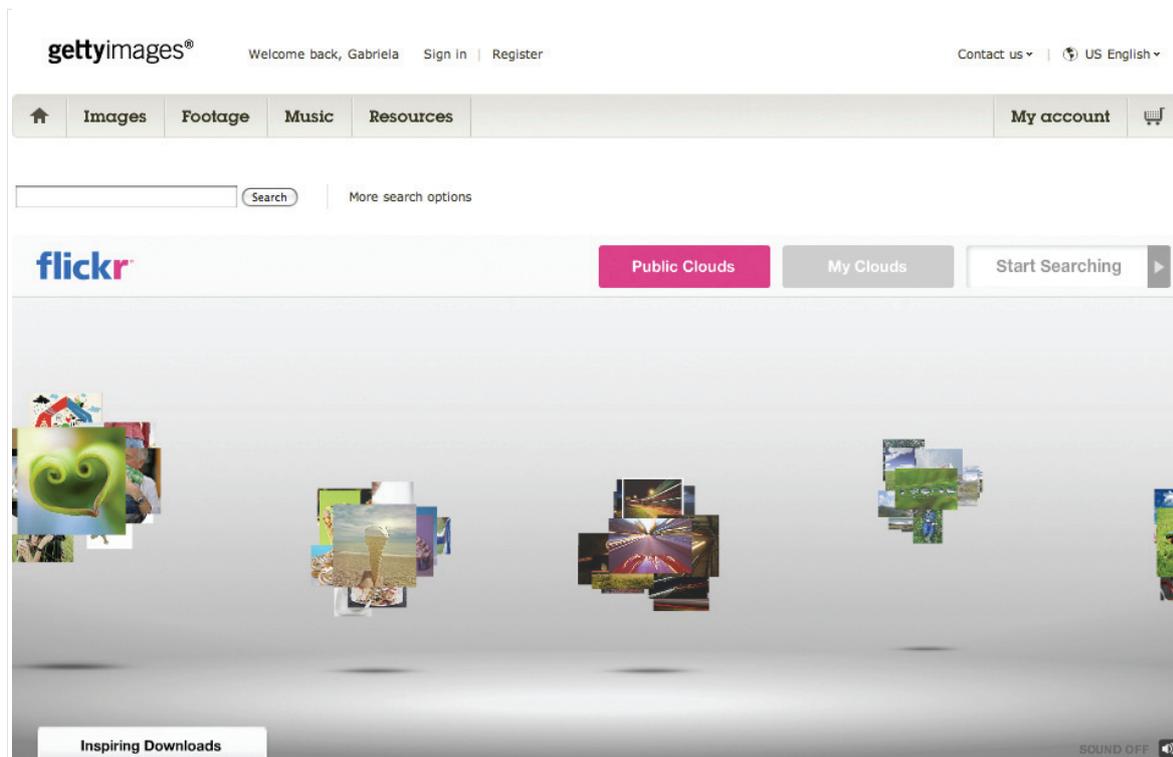


Fig. 76: Aplicativo que mostra a coleção *flickr* dentro do *gettyimages* por meio de *flickr clouds*.

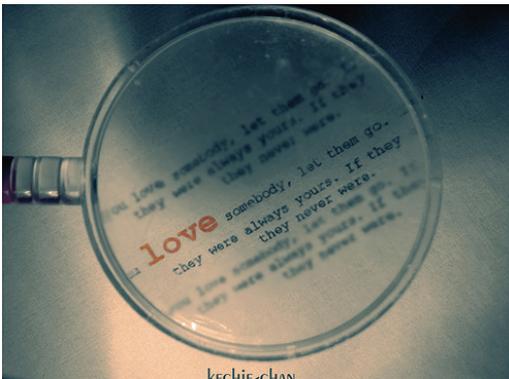
Fazendo uma busca simples com o tema “amor” podemos verificar, superficialmente, as semelhanças entre as fotos que são dadas como resultado no *gettyimages*. A maioria delas tem como elemento a figura humana, geralmente em duplas, como exemplo de relacionamentos amorosos ou familiares. Quando figuram objetos, são geralmente corações ou têm a forma de coração. No caso do *flickr* também encontramos fotos desses gêneros, mas encontramos também uma gama maior de imagens que quebram com esse padrão estético, e que representam um maior número de possibilidades de interpretação do mesmo conceito por pessoas (fotógrafos) diferentes. No caso das imagens do *flickr* que estão no *gettyimages*, observamos, com algumas exceções, a mesma lógica da figura humana, geralmente em duplas, e do coração. Percebemos, portanto, que ao se apropriar de imagens do *flickr*, o *gettyimages* acaba por escolher e adequar essas imagens de acordo com a sua interpretação dos conceitos e, conseqüentemente, da realidade. Ao invés de oferecer “fotos escolhidas a dedo que capturam a personalidade das pessoas e de lugares ao redor do mundo”, como eles mesmos divulgam⁸⁹, o *gettyimages* acaba por impor a sua lógica e a sua estética promovendo uma proliferação de imagens clichês de leitura rápida e que nos permitem enxergar a realidade a partir de apenas um único ponto de vista.



⁸⁹ http://www.gettyimages.com/Creative/Frontdoor/Flickr?isource=usa_nav_images_whatsnew_flickr



Figs. 77 a 80: Imagens resultantes da busca pela palavra “amor” no *site gettyimages*: família, casal e coração – essas imagens são todas *rights-managed*.



Figs. 81 a 74: Imagens resultantes da busca pela palavra “amor” no *site flickr*: interpretações e experiências pessoais nem sempre positivas. Além de classificar a imagem, o fotógrafo pode dar um título para ela. A primeira: “Mal se Agarrando ao Amor” (*Just Barely Hangin Onto Love*); a segunda: “Então, o que é o amor para você?” (*So, what’s love to you?*); a terceira: “Procurando por amor” (*Looking for Love*); a quarta: “Dia 267: O amor machuca” (*Day 267: Love hurts*)



Figs. 85 a 88: Imagens resultantes da busca pela palavra “amor” na coleção *flickr* do site *gettyimages*: imagens que se assemelham à estética encontrada no restante da coleção do *gettyimages*.

O próprio *flickr* funciona como um banco de imagens. Muitas agências de publicidade, escritórios de design, entre outros, já têm recorrido ao *site* em busca de imagens para serem usadas em seus trabalhos. Alguns membros da comunidade, inclusive, já fazem uso do *site* pensando nessa possibilidade. Cada usuário pode conceder um tipo de licença *Creative Commons* a sua foto, de acordo com o uso que permite que seja feito dela. O *Creative Commons* (www.creativecommons.org) é uma organização não governamental que propõe o uso de licenças gratuitas por criadores que desejam resguardar alguns direitos autorais e, ao mesmo tempo, facilitar o compartilhamento, distribuição e transformação de suas obras artísticas, não apenas no âmbito da imagem, mas também da escrita, da música, entre outros. Alguns exemplos dessas licenças são as seguintes: Atribuição de crédito, Uso para fins não comerciais, Uso conforme original e Compartilhamento pela mesma licença, conforme ilustra a imagem abaixo.

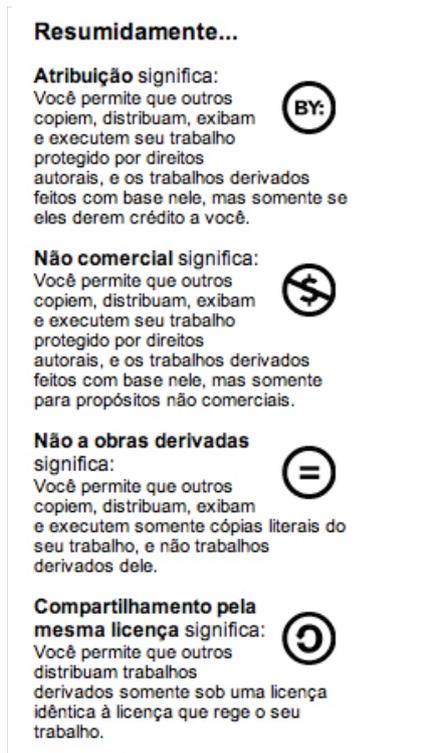


Fig. 89: Explicação resumida dos tipos de licença *Creative Commons*, retirada do *flickr*. (<http://www.flickr.com/creativecommons/> - acessado em 07.08.09)

Dessa forma, abre-se uma possibilidade de circulação dessa imagem, entre seu criador e o usuário final. Nesses casos, geralmente, além de classificar a sua foto segundo uma das licenças *Creative Commons*, o fotógrafo também já coloca à disposição o *download* das imagens em tamanhos variados, de acordo com a resolução. Assim, mesmo não tendo uma foto escolhida pelos critérios do *GettyImages*, qualquer membro do *flickr* pode ter uma foto sua usada para diversos fins que sejam apenas aqueles intencionados por seu autor. Essa é, sem dúvida, uma possibilidade interessante, mas para que seu uso fortaleça uma linguagem fotográfica mais plural - principalmente nos meios de comunicação -, ele poderia ser embasado em uma prática que enfatizasse o diálogo e a contemplação, como já defendemos aqui e nos aprofundaremos mais à frente. Caso contrário, essa mesma funcionalidade, que pode, talvez, até proporcionar uma quebra com alguns clichês imagéticos na rede, poderá servir, ao contrário, para reforçar essa mesma prática, num ciclo em que os usuários se baseiam em uma estética padrão para produzir suas imagens, ditada pelos grandes bancos de imagem e pelos meios de comunicação, e, conseqüentemente, reforçando essa mesma estética na comunidade, para que não prejudiquem o estabelecimento de seus laços sociais ou o atingimento de outros objetivos como a divulgação de suas imagens.

Como o *flickr*, apesar de ser considerado uma vitrine de imagens, não disponibiliza ferramentas de comércio dessas imagens, os usuários que quiserem vender suas fotos, deverão classificá-las sob o critério “todos os direitos reservados” e, nas configurações de segurança, proibir o *download* de suas imagens, para evitar que algum usuário se aproprie delas indevidamente. Nesses casos, muitos fotógrafos aproveitam a comunidade também para divulgarem seus contatos e o *site* onde comercializam suas fotos.

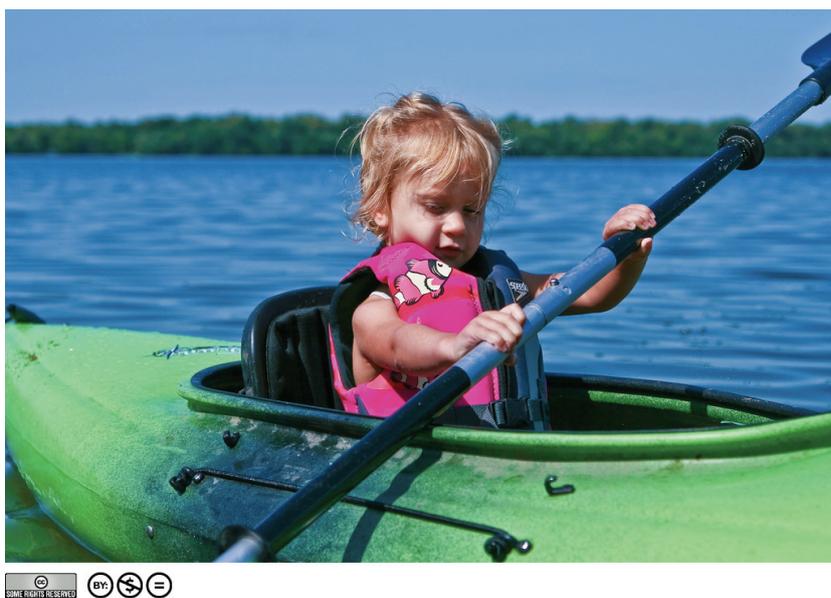


Fig. 90: Exemplo de imagem do *flickr* protegida por algumas licenças *Creative Commons*.

Ainda dentro de sua característica de banco de imagens, o *flickr* possui uma área de seu *site* chamada *The Commons* (<http://www.flickr.com/commons/>)⁹⁰, onde disponibiliza arquivos de fotografias públicas de todo o mundo para seus usuários. Os membros da comunidade podem ainda comentar as fotos, adicionar alguma informação que detenham a seu respeito, ou classificá-la sob alguma *tag* que acharem coerente com a imagem. Até o momento, fazem parte dessa coleção algumas instituições como: Biblioteca do Congresso Americano, Museu *Powerhouse*, Instituto *Smithsonian*, Biblioteca de Toulouse, Galeria George Eastman House, Biblioteca de Arte-Fundação Calouste Gulbenkian, Museu Nacional de Media da Inglaterra, entre outros. Qualquer instituição que tenha um banco de imagens *online* pode se registrar no *flickr* e participar do *The Commons*.

⁹⁰ site acessado em 07.08.09



Fig. 91: Exemplo da famosa foto de Dorothea Lange disponibilizada pela Biblioteca do Congresso Americano pelo *The Commons* do *flickr*. (http://www.flickr.com/photos/library_of_congress/3551599565/in/set-72157618541455384/)

Existem ainda outros tipos de bancos de imagem na internet, voltados apenas para fotos *royalty-free*. São aqueles que disponibilizam seu espaço virtual, ou seja, seu *site*, para que qualquer usuário comercialize ali suas imagens, como é o caso do *StockXpert* (www.stockxpert.com) e do *iStockPhoto* (www.istockphoto.com). O *istockPhoto* foi o primeiro banco de imagem desse gênero a surgir na internet, em 2000. Inicialmente sua proposta era de formar uma comunidade de fotógrafos que trocassem imagens, ou seja, as imagens não seriam comercializadas, mas disponibilizadas, assim como ainda funciona o *StockXchange*, sobre o qual já falamos aqui e que conta com grande participação de fotógrafos – amadores e profissionais – brasileiros. Hoje, o *iStockPhoto* funciona basicamente como o *StockXpert*, com imagens que podem ser comercializadas por qualquer usuário a preços que geralmente variam entre US\$ 1,00 e US\$ 20,00 de acordo com a resolução.

O *gettyimages*, no entanto, também comprou parte da coleção do *iStockPhoto*, que, atualmente, conta com 4.580 fotos. Essa atitude nos leva a crer que toda iniciativa de uma produção fotográfica esteticamente mais plural e diferenciada parece ser alvo das investidas do *site*, reforçando a situação de que os usuários de imagens *stock* acabem por se submeter a um universo imagético determinado apenas segundo um único ponto de

vista. Além de não proporcionar o diálogo entre posturas e interpretações diferentes, a fotografia aí encontrada também não desperta a contemplação, visto que se volta a um padrão de fácil leitura, não preocupado com a questão da reflexão.

3. COMUNIDADES VIRTUAIS



3.1 – O que são Comunidades Virtuais e por que estudar o flickr?

Segundo Manuel Castells afirma em seu livro *A Sociedade em Rede*, baseando-se na argumentação de Rheingold, a comunidade virtual “[...] é uma rede eletrônica autodefinida de comunicações interativas e organizadas ao redor de interesses ou fins em comum, embora às vezes a comunicação se torne a própria meta.” (CASTELLS, 2008, p.442)

A origem das comunidades virtuais está ligada às BBS (*bouletin board system* – sistema de quadro de avisos). Segundo Rheingold, “Uma BBS é constituída por um computador pessoal [...] que executa o econômico *software* de painel de mensagens eletrônicas, ligado a uma vulgar linha telefônica por intermédio de um [...] *modem*.” (1996, p.166). O autor chama atenção para um fato interessante sobre o surgimento das BBS e que fez parte, também, das características do surgimento das comunidades virtuais: elas são fruto da organização de indivíduos e não de instituições ou de governos. Apesar de o surgimento da rede e do próprio desenvolvimento dos computadores pessoais estar ligado à tecnologia militar e de guerra, as comunidades virtuais surgiram de uma necessidade de comunicação de cidadãos comuns, fazendo uso das ferramentas disponíveis que vão surgindo ao longo dos anos.

Nos últimos dez anos, a minha observação direta do comportamento *online* em todo o mundo levou-me a concluir que, sempre que a tecnologia de CMC⁹¹ se torna acessível em qualquer lugar, as pessoas inevitavelmente constroem comunidades virtuais com ela, tal como microorganismos inevitavelmente se constituem em colônias. (RHEINGOLD, 1996, p.19)

Essa característica das comunidades virtuais as tornam lugares de conversação, em uma sociedade cada vez mais globalizada que acaba com os locais de encontro e de consumação das comunidades, ou, como chama Oldenburg, os “terceiros lugares”.

Os terceiros lugares situam-se em terreno neutro e servem para reduzir os participantes à mesma condição social. A atividade primária característica desses lugares é a conversação, a qual desempenha o papel de principal veículo de exposição e apreciação da personalidade e individualidade humanas. Os terceiros lugares são dados adquiridos, discretos na sua maioria. (OLDENBRUG, 1991, *apud*, RHEINGOLD, 1996, p. 42)

⁹¹ Por ‘CMC’ o autor entende: Comunicações Mediadas por Computador

Rheingold afirma que os terceiros lugares são as ágoras irreconhecidas da vida moderna. Podem ser as “[...] conversas informais de café, de salão de beleza e de praça pública [...]” (1996, p.42), consideradas por muitos como tagarelice, ou os relacionamentos nas comunidades virtuais, considerados por outros como conversa fiada, como coloca o autor. No entanto, segundo o autor, “A conversa fiada cria um contexto onde vamos aprender qual o tipo de pessoa que somos, as razões por que pode ou não confiar-se em nós e quais são os nossos interesses.” (1996, p.81).

Conversa fiada ou não - falaremos sobre isso mais adiante no quarto capítulo, quando analisarmos a comunicação existente entre usuários do *flickr* -, fato é que o conteúdo produzido na comunidade *flickr* é certamente fruto de uma dinâmica descentralizada e merece nossa atenção. No caso de nossa investigação sobre a linguagem fotográfica, nos voltamos ao *flickr*, que é a maior comunidade virtual voltada para fotografia na internet. Já alertamos aqui para o fato de que a linguagem fotográfica contemporânea passa por grandes transformações. E as comunidades virtuais têm um papel importante nesse processo. No entanto, até o momento, ainda não temos como saber para que caminho essas transformações levarão a fotografia. Alertamos também para o fato de que um dos caminhos nos leva a reforçar as interpretações já existentes sobre o mundo visível, enquanto o outro nos leva a problematizar o mundo e suas possíveis visibilidades, entendendo a fotografia de maneira simbólica e como forma de conhecimento sobre a realidade material. Segundo defende André Rouillé, “Fotografar não consiste mais na produção, segundo a distinção platônica, de boas ou más cópias do real; consiste, a partir de agora, em atualizar, em tornar visível o aqui e o agora, os problemas, os fluxos, os afetos, as sensações, as densidades, as intensidades, etc.”⁹² (2005, p.613)

Rheingold foi pioneiro no uso das comunidades virtuais, desde a década de 80, e ele também alerta para o caráter dúbio dessas comunidades dependendo do uso que seja feito delas.

Temos oportunidade de acedermos temporariamente a um instrumento que pode estimular o convívio e a compreensão entre as pessoas e que poderá auxiliar na revitalização da esfera pública. O mesmo instrumento, se controlado e manipulado de modo impróprio, poderá tornar-se um instrumento da tirania. A visão de uma rede de telecomunicações delineada e controlada pelos cidadãos do

⁹² “Photographier ne consiste plus à produire, selon la distinction platonicienne, des ‘bonnes ou des mauvaises copies’ du réel; cela consiste désormais à actualiser, en les rendant visibles ici et maintenant, des problèmes, des flux, des affects, des sensations, des densités, etc.”

mundo é uma versão da utopia tecnológica que pode ser apelidada de visão de “ágora eletrônica”. [...] Pode, no entanto, ilustrar-se a utilização imprópria da Rede através de uma imagem sombria de um local menos utópico – o Panóptico. (1996, p.28)

Se trouxermos essa citação de Rheingold para o cenário do *flickr* e dos demais bancos de imagem, podemos pensar em como se dá a dinâmica de usos da fotografia contemporânea nesses ambientes *online*, principalmente da fotografia *stock*, e analisar se as ferramentas hoje disponíveis na internet seguem o caminho da revitalização da esfera pública ou o caminho da tirania - associado, pelo próprio autor, à figura do panóptico.

Vimos que o *gettyimages*, ao adquirir quase todas os bancos de imagem independentes bem sucedidos, impõe um olhar centralizador, instituindo um padrão estético que acaba por controlar a produção fotográfica comercial contemporânea. Nesse contexto, o *gettyimages* assume o papel do panóptico e o risco de materialização dessa metáfora torna-se real. Daí a importância de abordarmos a questão, já levantada aqui, sobre o caminho a ser seguido: *utilizaremos as ferramentas da internet para reforçar as atuais visibilidades sobre a realidade visível ou as usaremos para problematizar o mundo em que vivemos, procurando compreendê-lo e desvelá-lo a partir dos múltiplos pontos de vista possíveis?*

Outra característica importante das comunidades virtuais que deve ser observada é a relação entre a participação dos usuários e a construção de suas identidades. “Da mesma forma que os anteriores meios de comunicação dissolveram as barreiras sociais relacionadas com o espaço-tempo, os recentes meios de comunicação mediados por computador parecem estar também a dissolver as barreiras da identidade.” (RHEINGOLD, 1996, p. 185). Esse meio virtual e despersonalizado preserva a verdadeira identidade de seu usuário, permitindo que ele assuma múltiplas identidades, ou identidades novas e falsas. Segundo Rheingold, a sintaxe de jogo de identidade é intrínseca à gramática dos meios de CMC. (1996, p. 186).

No caso da comunidade virtual *flickr*, esse jogo de identidades é realizado por meio de imagens, inicialmente pela escolha da própria foto do perfil e, posteriormente, pelas classificações dadas pelo fotógrafo às suas imagens, pelas escolhas de grupos dentre os quais participar e pelo adição de contatos na rede, de acordo com os interesses em comum. Se as imagens de um determinado usuário figuram entre as favoritas de um grande número de pessoas e, se esse mesmo usuário é adicionado como contato de vários outros membros, ele é um usuário popular, cuja identidade é admirada. Essa identidade

admirada é construída sobre imagens que se pautam por uma estética que determina o *ethos* daquele grupo, como coloca Bourdieu. Assim, podemos aplicar, ao *flickr*, a afirmação que Manuel Castells escreve na conclusão de seu livro sobre a sociedade em rede: “A liderança é personalizada, e formação de imagem é geração de poder.” (2008, p.572). Ainda mais em nossa sociedade que além de estar estruturada em rede é, também, multimídia e não se expressa mais apenas pela palavra escrita.

Toda comunidade determina seus padrões estéticos e com o *flickr* não seria diferente. Vimos o *The New York Times Magazine* falar sobre um *Flickr Style*, apontando uma estética que está ali, de forma perceptível através do uso de cores saturadas, efeitos de manipulação digital, entre outros. Mas como se dá a dinâmica que torna *essa* estética uma estética de grande popularidade dentro da comunidade? O *flickr*, de certa forma, possui mecanismos próprios que influenciam nessa escolha. O *interestingness* é um exemplo disso.

Essa funcionalidade do *site* mostra as imagens mais interessantes escolhidas pelos administradores do *flickr* nos últimos sete dias. O usuário também pode acessar um calendário que mostra, a cada dia, quais foram as fotos classificadas pelo *interestingness*. Segundo o próprio *site*, os critérios para escolha de uma foto “interessante” são: taxas de cliques em uma foto, quantidade de comentários sobre a foto, quantos usuários favoritam uma foto, as *tags* usadas pelos fotógrafos, entre outros. As próprias *tags* são mostradas sob os critério de “mais populares”⁹³, dando-nos uma dimensão de como os usuários, de uma forma geral, classificam suas fotos no *site*. Tanto o *interestingness* quanto as *tags* servem como parâmetro do que é considerado popular ou admirável dentro da comunidade. Por isso essa estética se coloca como o modelo a ser seguido, com o objetivo final principal de estabelecimento de laços sociais.

Observamos que os temas das *tags* mais populares são também muito comuns ao universo da publicidade, mostrando que a maior quantidade de fotos do *flickr* se insere num universo de valores e conceitos promovidos pelos meios de comunicação que acabam por definir, de forma global e não apenas dentro do *flickr*, as referências culturais e de identidade. Esses valores admirados pela sociedade em geral, contribuem para a constituição daqueles “momentos solenes” que questionamos anteriormente e que, conseqüentemente, são fotografados à exaustão. Esse fato também nos relembra o conto de Ítalo Calvino, em que o autor denuncia uma prática fotográfica difundida por mera

⁹³ As *tags* mais populares desde o surgimento do *site* são: ‘arte’, ‘praia’, ‘califórnia’, ‘canon’, ‘família’, ‘amigos’, ‘japão’, ‘música’, ‘natureza’, ‘nikon’, ‘festa’, ‘viagem’, ‘casamento’.

necessidade de pertencimento a uma dinâmica imposta pela sociedade. Sobre essa dinâmica, Flusser diz:

De modo geral, toda gente possui um aparelho fotográfico e fotografa, assim como, praticamente, toda a gente está alfabetizada e produz textos. Quem sabe escrever, sabe ler; logo quem sabe fotografar sabe decifrar fotografias. Engano. Para captarmos a razão pela qual quem fotografa pode ser analfabeto fotográfico, é preciso considerar a democratização do ato fotográfico. [...] O aparelho fotográfico é comprado por quem foi programado para tal. Os aparelhos de publicidade programam essa compra.[...] Quem possui aparelho fotográfico de ultimo modelo, pode fotografar bem sem saber o que se passa no interior do aparelho. Caixa negra. [...] Já não sabe olhar a não ser através do aparelho. Deste modo, não está face ao aparelho [...]. Está dentro do aparelho, engolido pela sua gula. Passa a ser o prolongamento automático do seu gatilho. Fotografa automaticamente. A mania fotográfica resulta numa torrente de fotografias. Uma torrente-memória que a fixa. Eterniza a automaticidade inconsciente de quem fotografa. (1998, pp. 73 e 74)

Tudo isso reforça a importância das questões social e de identidade na comunidade *flickr*, para as quais a fotografia é o suporte escolhido que torna possível o funcionamento dessas dinâmicas.

A preocupação estética da comunidade, portanto, não se volta ao belo, mas à adequação a um padrão de inserção social, assim como fala Bourdieu sobre os usos sociais da fotografia. Susan Sontag também defende que a fotografia, por se voltar a uma vasta gama de temas, não poderia ser entendida pelo *belo*, mas pelo *interessante*.

A fotografia foi a arte em que “o interessante” triunfou primeiro, e bem cedo: a nova maneira fotográfica de ver propunha que tudo era um tema potencial para a câmera. O belo não poderia consentir numa gama tão vasta de temas; e bem cedo passou, ainda por cima, a parecer retrógrado como um julgamento. (SONTAG, 2008, p.24)

A fotografia, portanto, se afasta da beleza apolínea proposta por Nietzsche - uma beleza tradicional, ligada à harmonia, à forma e à proporção -, e se aproxima mais da beleza dionisíaca, por sua vez mais ligada ao caos, à loucura e à paixão. Segundo Umberto Eco, a beleza dionisíaca seria aquela mais característica e pertencente à modernidade. (2004, p.58). O “interessante” de Sontag, certamente tem relação com o dionisíaco nietzschiano.

O que é interessante? Sobretudo aquilo que, previamente, não foi tido como belo (ou bom). [...] Chamar algo de interessante implica desafiar antigas normas de elogio, tais julgamentos desejam ser insolentes ou pelo menos engenhosos.

Especialistas no “interessante”- cujo antônimo é o “chato”- gostam de estardalhaço, não de harmonia. (SONTAG, 2008, p.25)

No entanto, a autora alerta que o amplo emprego do critério “interessante” acabou por enfraquecer sua essência transgressiva, remetendo-a à atmosfera do consumo. “O interessante é agora, sobretudo, uma ideia consumista, vergada sob o peso da ampliação do seu domínio: quanto mais coisas se tornam interessantes, mais o mercado se expande.” (2008, p.25).

Essa análise nos serve como base para pensar justamente os critérios e a dinâmica de classificar fotos pelo *interestingness* do *flickr*. O “interessante” da comunidade representa uma quebra com a beleza tradicional ou representa uma estética do consumo? A julgar pela quantidade de usuários com perfil pago⁹⁴ e pela recente associação do *flickr* ao *gettyimages*, somos levados a acreditar no caminho do consumo, movido pela perspectiva de estabelecimento de laços sociais.

Uma comunidade que se apresenta, portanto, como uma ferramenta democrática, de amplo acesso e voltada à fotografia, na verdade utiliza esses mesmos argumentos para inserir-se numa lógica de consumo – o que também justifica a quantidade exorbitante de imagens colocadas no *site* por minuto, pois o que acontece ali é um consumo exagerado dessas imagens. A possibilidade do diálogo entre os fotógrafos, tão necessária e tão importante na definição do caminho a ser tomado pela linguagem fotográfica em ambiente virtual, portanto, parece se perder frente a interesses maiores de mercado.

⁹⁴ Relembrando que o perfil pago do *flickr* desembolsa a quantia de R\$ 45,90 por ano para se ter espaço ilimitado de armazenamento de imagens. Todo perfil classificado como “pro” na comunidade é um perfil pago.

3.2 - Como se dá a interatividade e o diálogo entre membros das comunidades virtuais?

Rheingold, em seu livro *Comunidades Virtuais*, relata como era o relacionamento entre os membros dessas comunidades ainda em seu início, na década de 80, quando existiam apenas centenas de pessoas usuárias de comunidades virtuais na rede. Ele destaca o clima de companheirismo, de solidariedade, de troca de ideias, intimidades e desabafos, bem como da formação de amizades que extrapolaram a internet e se concretizaram fora da rede. Se alguém tinha um problema, corria para o computador, diz o autor, pois sempre algum outro membro da comunidade saberia a resposta ou como chegar a ela em minutos. Ele mesmo conta uma história de uma vez em que ele e a esposa encontraram um carrapato na cabeça de sua filha de dois anos e, sem saber como tirar o inseto, sua mulher tentou entrar em contato com o pediatra pelo telefone, enquanto ele foi ao computador. Em minutos um médico membro da comunidade lhe disse o que fazer, bem antes que sua mulher conseguisse algum progresso no telefone.

O autor foi um dos primeiros membros da WELL, uma comunidade restrita que surgiu na Baía de São Francisco em meados da década de 80. Para ele, comunidade virtual significava um espaço de expressão democrático e, principalmente, solidário. Ali se estabeleciam laços de apoio e amizade que eram levados para a “vida real”. “Desde o início que me senti como fazendo parte de uma comunidade autêntica, porque a WELL pertencia ao meu mundo físico cotidiano.” (RHEINGOLD, 1996, p.14). Uma comunidade virtual com essa dinâmica, estimula o diálogo e a troca de informações e afetos entre seus membros, e chega perto do que Pierre Lèvy chama de ‘Inteligência Coletiva’. Segundo o Lèvy, o estabelecimento de laços sociais por meio de comunidades, que criam e compartilham conteúdo, promove a construção dessa inteligência coletiva formada a partir dos *savoir-faire* de cada um.

Os conhecimentos vivos, os *savoir-faire* e as competências dos seres humanos estão prestes a ser reconhecidos como fonte de todas as outras riquezas. [...] A informática comunicante se apresentaria então como a infra-estrutura técnica do cérebro coletivo ou de hipercórtex⁹⁵ de comunidades vivas. (LÉVY, 2003, p. 25)

⁹⁵ “A bela palavra cunhada por Roy Ascott, em Toulouse, em 1992, por ocasião da manifestação FAUST, em sua conferência intitulada “Telenonia”. [...]” (LÉVY, 2003, p. 25, nota de rodapé)

Segundo Lèvy, só teremos uma democratização do acesso à informação quando cada ser humano, independentemente de sua instrução ou situação social, puder contribuir para enriquecer a inteligência coletiva, e tiver o direito ao reconhecimento de uma “identidade de saber”. No entanto, esse tipo de organização entre pessoas que começou de modo solidário, se expandiu consideravelmente em poucos anos, e parte dessa característica se perdeu. Manuel Castells, em seu livro *A Galáxia da Internet*, diz que “[...] a interação social na Internet não parece ter um efeito direto sobre a configuração da vida cotidiana em geral, exceto por adicionar interação *online* às relações sociais existentes.” (2003, pp. 100, 101).

Vemos, portanto, que o diálogo antes estabelecido entre membros de comunidades virtuais não continua sendo o mesmo da época de seu surgimento. E, ainda mais importante, ele não extrapola mais os limites virtuais da rede, pois de nada adianta um cenário de ricos diálogos *online* se seus frutos não se refletirem na sociedade em que estão inseridos.

O *flickr* oferece funcionalidades que podem promover um debate proveitoso sobre a fotografia, no entanto, é subutilizado, pois esse não é o objetivo de seus membros. Os usuários da comunidade estão preocupados em formar laços sociais mas não da mesma forma que seus predecessores da década de 80. Essa preocupação reflete uma necessidade de se sentir aceito pelo grupo, e, conseqüentemente, conseguir aceitar a si mesmo. Toda a dinâmica gira em torno de um uso narcísico da imagem e da própria ferramenta.

Como já propusemos aqui, o diálogo representa um dos caminhos a serem seguidos para que a linguagem fotográfica possa se fortalecer enquanto símbolo e não enquanto ícone, configurando-se, assim, como fonte de conhecimento. No caso do *flickr*, como veremos mais a frente, nem sempre é isso o que acontece.

Para que o diálogo aconteça em ambiente virtual, é necessário que exista interatividade, que as interfaces sejam amigáveis, tornando possível a participação do usuário. Quanto mais integrada estiverem a forma da interface e seu conteúdo, quanto menos o usuário tiver de pensar para agir, mais sua participação será intuitiva e mais a ferramenta, por meio de sua interface, será compreendida como uma extensão do corpo humano, como defende McLuhan, e capaz de envolver o usuário. “Enquanto houver atenção para o manipular, o prazer estético estará comprometido.” (MEDEIROS, 2005, p.63). Somente assim, portanto, poderá o membro de comunidades virtuais, como o *flickr*,

se envolver no uso do *site* de forma que a sua participação gere prazer estético, e ele consiga perceber que a imagem que ele produz e que ali existe pode carregar mais significados do que a simples repetição do mundo visível e de si mesmo.

A interatividade, portanto, está ligada à interface de um *site* e exige um esforço de arquitetura de informação para seu funcionamento ideal. Santaella, ao falar sobre o ‘interativo’ ressalta as etapas de recebimento e manipulação, ou seja, de acesso e participação.

O adjetivo “interativo” surgiu como o termo mais inclusivo para descrever o tipo de arte da era digital, a *ciberarte*, [...] tendo em vista criar interações com os usuários que, graças à internet, irão receber a arte em suas próprias máquinas, manipulando essa arte ao participar de rotinas pré-programadas que podem variar e ser modificadas de acordo com seus comandos ou movimentos. (SANTAELLA, 2005, p. 63)

O acesso que falamos aqui é possibilitado pela tecnologia. O computador e a internet, com suas ferramentas colaborativas das comunidades virtuais, tornam possível a participação. O *flickr*, por exemplo, conta com várias ferramentas interativas, como os comentários, as possibilidades de classificar uma foto, de criar grupos específicos, de adicionar contatos, de participar do *blog*, além dos apelos feitos na própria página para que coloquemos nossas fotos *online*. São ferramentas fáceis de usar e, por isso, chamam à participação. Mas por que, então, diante das possibilidades interativas da comunidade, muitas vezes vemos que não se estabelece um diálogo sólido entre seus usuários?

Isso se refere a uma dinâmica de cunho mais social do que tecnológico. Tendo acesso aos meios e às ferramentas, o homem, por sua própria tendência em se relacionar socialmente, se manifesta e promove a participação de outros em relação a sua obra ou a um tópico de interesse comum, estabelecendo um laço. Percebemos que se forma, na verdade, um ciclo sócio-interativo. A interatividade proporciona o acesso e a participação, que, por sua vez, fortalecem os laços sociais na rede. E, quanto mais as pessoas se relacionam, mais elas tendem a buscar o acesso e a participação, ou seja, a interatividade, para continuarem se relacionando. É a preocupação com a manutenção do funcionamento desse ciclo e da inserção nele que abafa a busca pelo diálogo genuíno e enaltece os mecanismos de identificação e reconhecimento nesse ambiente.

Sem o diálogo, a linguagem fotográfica se volta às imagens clichês, apenas reforçando uma realidade já conhecida, e, ao navegar pelo *flickr*, por exemplo, por vezes temos a sensação de estar vendo muito do mesmo. Assim como algumas agências de fotografia como a Magnum, e outras surgidas no Brasil na década de 80, como mostramos aqui, as comunidades virtuais poderiam ser, na era da internet, o estandarte da fotografia independente, que privilegiasse o olhar subjetivo do fotógrafo sobre o mundo visível.

Hoje, com as possibilidades da tecnologia, todos nos tornamos potenciais testemunhas de eventos, a qualquer hora. É muito comum encontrarmos na própria imprensa imagens de pessoas comuns que fotografaram um determinado acontecimento em que não havia fotojornalistas presentes, por exemplo. Todos ganhamos um espaço para mostrar um trabalho documental, com a possibilidade de denunciar ou apenas expor uma realidade local, muitas vezes desconhecida do grande público, imprimindo sobre ela o olhar diferenciado de nossa experiência subjetiva com o assunto ou o acontecimento. No entanto, mesmo com as facilidades técnicas, a dinâmica das identidades muitas vezes prevalece.

Basta fazermos uma comparação rápida, por exemplo, entre quantos grupos existem no *flickr* voltados ao pôr-do-sol e quantos existem sobre a fome? Fazendo uma busca pelo nome em inglês - *sunset* -, idioma mais usado na comunidade, obtivemos aproximadamente 55 mil grupos voltados para o tema pôr-do-sol. Dentre eles, um se apresenta como contendo imagens de pôr-do-sol de 106 países, e conta com 54.953 membros⁹⁶. Sobre ‘flores’ conseguimos encontrar ainda mais grupos do que sobre o pôr-do-sol, 59.722. No entanto, ao buscar por *hunger* (fome), encontramos apenas 315 grupos. Sobre fotografia documental, foram encontrados 1.025 grupos e sobre fotojornalismo, 1.654 grupos.

Esses dados revelam os temas de importância para os membros dessa comunidade e que os estimulam a trocar ideias, a estarem juntos. É dentro desses grupos que as referências da estética fotográfica e o diálogo sobre a fotografia se desenvolvem, ou, na verdade, deveriam se desenvolver. Mas como desenvolvê-las quando a preocupação maior da produção fotográfica dessas comunidades volta-se ao próprio fotógrafo e aos usos da fotografia como passaporte para uma(s) identidade(s), num ritmo frenético de atualização de imagens minuto a minuto?

⁹⁶ <http://www.flickr.com/groups/sun/> - site acessado em 08.08.09

4. CONTEMPLAÇÃO E DIÁLOGO NA ERA DA INTERNET

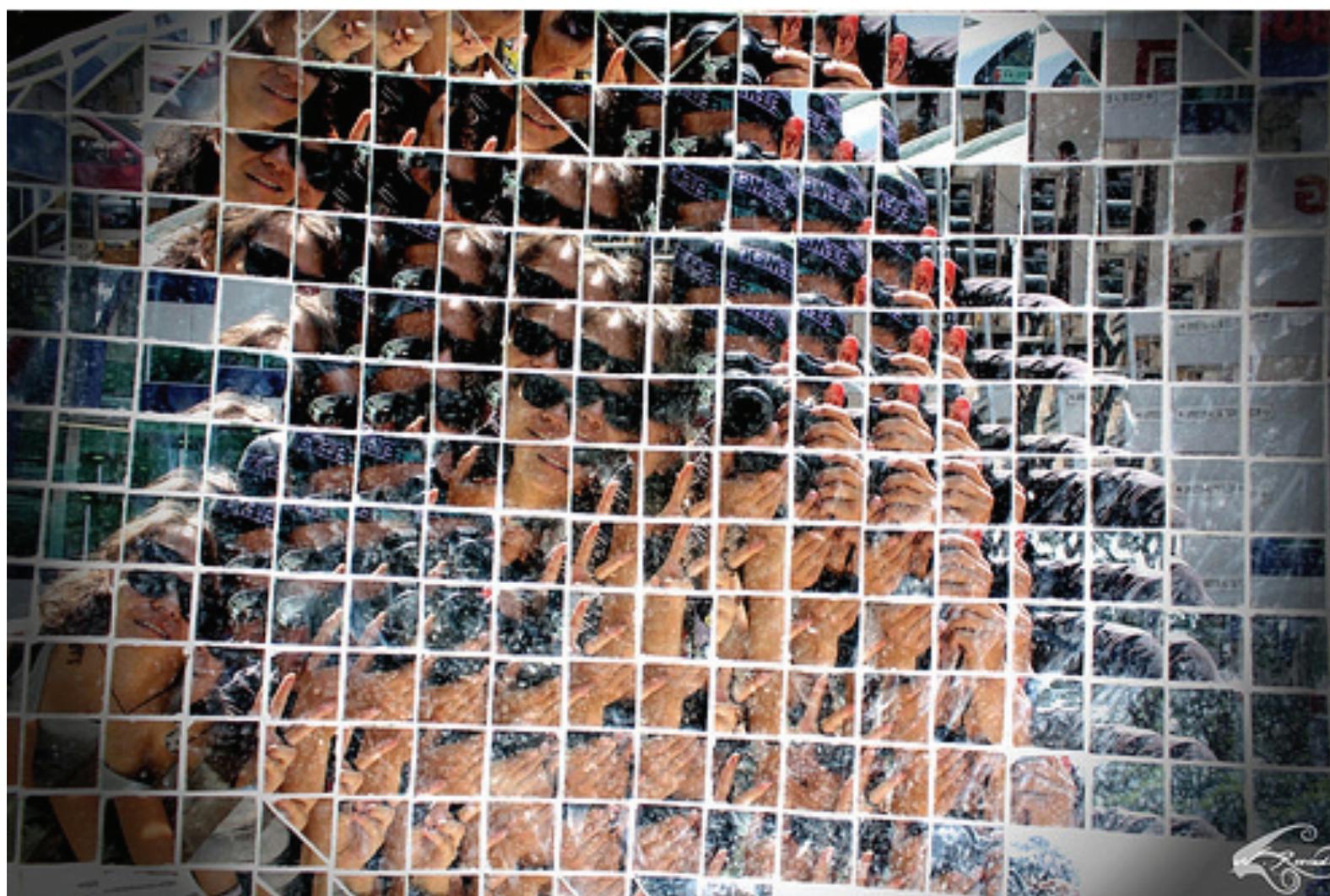


foto de fata. M0rgana

http://www.flickr.com/photos/natalia_pescador/4002264855/

4.1 – Sobre a contemplação e o diálogo

Vimos nos capítulos anteriores como tem se configurado a linguagem fotográfica na internet em nossa sociedade. Vimos também que a fotografia vive um momento de mudanças e que alguns caminhos se abrem rumo a uma possível linguagem fotográfica virtual. Diante desses caminhos, re colocamos a questão já apresentada aqui tantas vezes: usaremos as novas tecnologias para reforçar significados e interpretações já consolidados ou as usaremos para problematizar o mundo em que vivemos, procurando compreendê-lo e desvelá-lo a partir dos múltiplos pontos de vista possíveis?

Por várias vezes defendemos aqui o caminho do diálogo e da contemplação. Mas o que entendemos por diálogo e contemplação? É possível consegui-los ou percebê-los nas imagens que encontramos na internet hoje?

Barthes, em a Câmara Clara, diz que uma foto pode ser objeto de três práticas (ou de três emoções, ou de três intenções): “[...] fazer, experimentar, olhar. O *operator* é o fotógrafo. O *spectator* somos todos nós que consultamos [...] fotografias. E aquilo que é fotografado é o alvo [...] (e) poderia muito bem chamar-se *spectrum*.” (BARTHES, 2006, p.17). Essas três práticas se relacionam com o que propomos como *diálogo* e *contemplação* na fotografia em comunidades virtuais. No entanto, faremos alguns acréscimos à ótica de Barthes e proporemos que a foto também pode ser objeto de um diálogo que se desenvolve entre o fotógrafo e o aparelho bem como entre o fotógrafo e outros fotógrafos, principalmente no caso das comunidades virtuais da internet.

Analisaremos, portanto, as possibilidades desse diálogo entre os fotógrafos da comunidade – observando, o estabelecimento dos laços sociais bem como a troca de ideias acerca da fotografia e de interpretações da realidade. Também nos voltaremos ao diálogo entre o fotógrafo e a câmera fotográfica – buscando caminhos que indiquem as possibilidades de subversão do aparelho pelo fotógrafo, como defendido por Flusser.

O diálogo do fotógrafo consigo mesmo, ou com suas imagens internas, privilegia o seu imaginário e a sua forma de olhar o “real”, conseqüentemente, não pode se separar do diálogo que se dá entre o fotógrafo e o mundo visível. O papel do fotógrafo, portanto, é pensado levando em conta essas duas formas de diálogo. Por isso, o *operator* barthesiano, não pode ser considerado apenas como ator de um mero registro da realidade, como era entendido até então. Se assim o fosse, não precisaríamos nos debruçar sobre o diálogo do fotógrafo com suas imagens internas, mas apenas sobre o

diálogo entre esse e o mundo visível. Ao registrar a realidade, como tantas vezes expusemos aqui, o fotógrafo imprime a sua interpretação subjetiva sobre ela, impregnada de suas vivências e experiências individuais. A fotografia é o resultado do embate entre as imagens endógenas do fotógrafo e as imagens exógenas fornecidas pelo mundo visível. Essas duas primeiras formas de diálogo, portanto, levam em consideração o *operator* – o fotógrafo –, o *spectrum* – o mundo visível – e a relação que existe entre eles.

Por último, analisaremos ainda o diálogo entre o espectador e a fotografia, que privilegia a prática do *spectator* barthesiano. Como para o acontecimento dessas três últimas formas de diálogo é necessária a prática da contemplação, também o diálogo entre o espectador e a fotografia será discutido junto aos dois anteriores e essa discussão já introduzirá alguns conceitos relacionados à contemplação, para, mais adiante, nos voltarmos apenas a ela, com base em sua relação com o conceito de *instante poético*, defendido por Bachelard.

4.1.1. O diálogo fotógrafo-fotógrafo

Uma rápida observação da dinâmica das comunidades virtuais nos leva a uma resposta superficial, e por vezes enganosa, de que o diálogo entre fotógrafos na rede tanto é possível que já acontece. O *flickr*, por exemplo, disponibiliza ferramentas de comentários, *blogs*, *flickr mail* entre outros, para que as pessoas troquem ideias e informações. Mas isso é o suficiente para que haja *diálogo*?

Nessa mesma rápida observação, mas dessa vez voltando-se ao teor dos comentários, encontramos vários deles que dizem: “Lindo!”, “Incrível”, “Bem tirada!”, “Parabéns!”, “Belo foco”, “Boa Composição”, “Amei as cores!”, entre outros adjetivos soltos ou comentários técnicos de algum tipo. Geralmente quando os comentários se aprofundam percebe-se, pelo contexto, que são feitos por pessoas que conhecem o fotógrafo fora da rede. Muitas vezes vemos a resposta dos usuários aos comentários feitos por outros membros, que, frequentemente, se limita a um “obrigado”. Uma prática informal, mas da qual todo usuário do *flickr* está ciente, é que quando alguém comenta uma foto sua, dizendo que gostou, é de bom tom, pelo menos visitar a página do comentador e olhar as fotos dessa pessoa e, claro, também comentá-las.

Percebemos, então, que o “diálogo” nessas comunidades se dá, principalmente, pela troca de elogios mútuos – na maioria dos casos – que privilegia apenas o contato social ali estabelecido e em que quase ninguém sai da superficialidade e expõe as sensações despertadas por determinada fotografia, ou questiona a subjetividade do fotógrafo, por exemplo. Também raros são os fotógrafos que contextualizam a sua imagem, para que quem as observe tenha mais elementos que ajudem em sua interpretação. Quem comenta as fotos, aparentemente não observa nem mesmo como o fotógrafo classificou sua imagem. Essa é uma das funcionalidades do *flickr* que possibilitam uma grande expressividade do fotógrafo, mas ninguém a observa. Não há questionamentos.

Um fotógrafo pode adicionar até 75 *tags* à sua foto, o que vai ao encontro do que dissemos aqui sobre o fato de a imagem não se restringir a uma classificação única, ou a um gênero único. Essas *tags* nos dão um indício de como e porque o fotógrafo recortou aquela realidade específica. Somando-se a isso também a possibilidade de fazer comentários, o *flickr* tem as ferramentas necessárias para despertar a discussão entre interessados em fotografia, o que promoveria um aumento do espectro de possíveis visibilidades do real bem como de formas de compreender o mundo. No entanto, nem sempre é isso o que acontece.

As palavras trocadas muitas vezes são rasas e sem sentido. Não dialogam com as imagens, muito menos com o mundo ali representado por elas. A foto de Vanessa, apresentada a seguir, é cheia de emoções, como podemos ver no comentário de um dos usuários, mas elas vão muito além do “encantador” ou do “lindo”. Que emoções são essas? Vemos pela classificação atribuída à imagem pela própria fotógrafa que se trata de um autorretrato. Será que é assim que Vanessa se vê? Ou é assim que ela quer ser vista pela comunidade? Claramente não se trata de uma foto de um momento decisivo. Ali houve preparo, a foto foi pensada, realizada sobre uma espécie de fundo infinito, como já vimos em outras fotos do *flickr* apresentadas anteriormente. A foto caracteriza-se mais como uma forma de externar seu imaginário e suas imagens internas sobre ela mesma, dentro da tendência defendida por Fernanda Bruno de externalização da subjetividade, o que a torna “[...] inseparável dos dispositivos de visibilidade.”(BRUNO, *in* BRUNO, FATORELLI 2006, p.145).

O que a fotógrafa quis transmitir com essa foto? Será que ela quis parecer mesmo sensual, como comenta um membro da comunidade (pode ser o extra-campo da imagem ou a boca vermelha que nos leva a esse caminho)? A foto também passa uma atmosfera

de melancolia, de solidão, de perda (as cores sóbrias, as sombras, a posição dos braços, a água que cai como se fossem lágrimas). Essas são apenas algumas das leituras possíveis. Existem outras. A fotógrafa aqui não nos dá muitas pistas sobre seus motivos. A foto não tem nome, no entanto, se observarmos os grupos (mostrados na figura 93) dos quais faz parte, vemos que a fotógrafa leva em consideração as questões artísticas, de luz e o imaginário despertado pela imagem. Portanto, cabe a nós, leitores dessa imagem, “*just imagine*”, como sugere a própria fotógrafa.



Fig. 92: **Sem Título**. Foto de Vanessa Ho (<http://www.flickr.com/photos/vanka/3686496387/>) acessada em 24.07.2009 e considerada *intresting* pelo site *flickr* no dia 04.07.2009

Comentários

< Anterior 1 2 3 Próxima >
(256 comentários)

Ewa Koska pro disse:
great :)
Postado 3 semanas atrás. ([permlink](#))

Jaime F pro disse:
lovely
Postado 3 semanas atrás. ([permlink](#))

Alexandra Bertin pro disse:
oh ! Vanessa !! how gorgeous is this !!!!

Sean on my Flickr home page. (?)
Postado 3 semanas atrás. ([permlink](#))

chia_renton disse:
love the tones!
Postado 3 semanas atrás. ([permlink](#))

Joanna woźniak disse:
full of emotions...
Postado 3 semanas atrás. ([permlink](#))

paddyis1337 pro disse:
very nice !
Postado 3 semanas atrás. ([permlink](#))

Molle-Machine disse:
beautifull
Postado 3 semanas atrás. ([permlink](#))

the_pentax_hammer (gary) pro disse:
Very sensual... very well done!
Postado 3 semanas atrás. ([permlink](#))

Tags

- vanessa ho
- vaneska thomz
- self
- portrait
- ArtLibre

Informações adicionais

Todos os direitos reservados
Qualquer pessoa pode ver esta foto

- Tirada em 18 de março de 2008
- 583 pessoas favorizaram esta foto
- Exibida 10.383 vezes
- Substituída em 6 de julho de 2009

[Sinalizar esta foto](#)

Fig. 93: Comentários⁹⁷, Tags⁹⁸ e Informações Adicionais referentes à foto acima.

⁹⁷ Tradução dos comentários: “Ótimo :)”, “Encantador”, “oh! Vanessa!! Que lindo é isso!!!!”, “Adoro os tons!”, “Cheio de emoções...”, “Muito bom!”, “Lindo!!”, “Muito sensual...muito bem feito!”

⁹⁸ Tradução das tags: “Vanessa Ho”, “Vaneska Thomz”, “Autorretrato”, “Arte Livre”

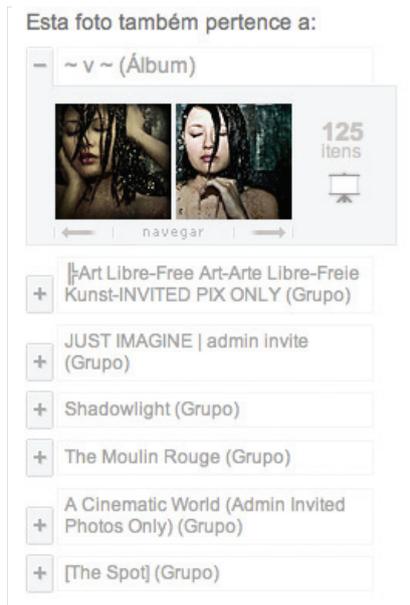


Fig. 94: Álbuns e grupos⁹⁹ dos quais a foto faz parte

E assim é a fotografia. Não há uma leitura única de uma imagem. Nem mesmo o fotógrafo que a concebeu atribuiu a ela um significado único. Muitas vezes ela é fruto de uma junção de fatores, de sentimentos, de experiências e relações que o fotógrafo faz inconscientemente e que exigem um esforço próprio de decifração de sua fotografia para compreendê-la. Por isso que uma foto é, frequentemente, “classificada” com várias *tags*. No entanto, o que percebemos nos comentários do *flickr*, em geral e nesse exemplo acima, é uma postura completamente contrária, voltada à leitura única e à incapacidade de perceber outras dimensões da imagem além da icônica. “Encantador”, “Adoro os tons”, “Cheio de emoções”, são comentários evasivos e superficiais que preferem se manter na segurança de um elogio ou no destaque de algum aspecto físico da foto por não conseguirem se aprofundar em seu real significado, complexo e subjetivo.

Ao analisarmos as fotos da usuária Rebekka no *flickr*, podemos encontrar, em uma delas, um raro exemplo de um comentário¹⁰⁰ um pouco mais questionador, entre os 153 realizados, sobre a foto abaixo. O comentário diz:

“Hm. Mãos amarradas (confinamento e desamparo), uma sugestão sexual, cabeça pendurada, com vergonha ou amargura, árvores quase sem vida sugerindo pistas de um tema de “terra devastada” como T.S. Elliot...e ainda algumas roupas jogadas na cena... Eu sinto um comentário sobre as expectativas que são

⁹⁹ Tradução dos grupos: “Arte Livre – apenas fotos convidadas”, “Apenas imagine – convite do administrador”, “Luz e sombra”, “The Moulin Rouge”, “Um mundo cinemático (apenas fotos convidadas pelo administrador)”, “O ponto”.

¹⁰⁰ Foto postada no dia 18 de maio de 2009. Comentário postado dias depois. Página acessada no dia 25.07.2009 - <http://www.flickr.com/photos/rebba/3541527467/in/set-72057594112345061/>

colocadas sobre as mulheres e as vidas de servidão que esperam que elas vivam? Feito lindamente! Os tons são realmente fantásticos, acima mesmo do seu próprio padrão.”¹⁰¹ (usuário Dave Ward)



Fig. 95: **Sem Título**. Foto de Rebekka Guðleifsdóttir¹⁰²

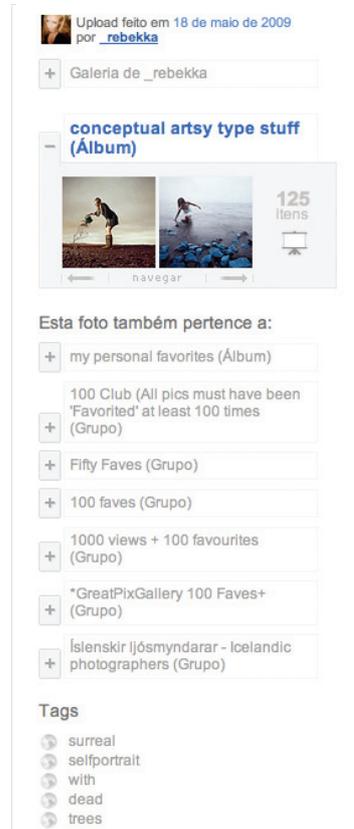


Fig. 96: Álbuns, grupos e tags¹⁰³ dos quais a foto faz parte

¹⁰¹ “Hm. Tied hands (constraint and helplessness), a hint of sex, head hanging in shame or sorrow, bare lifeless trees suggesting hints of the "wasteland" theme like T.S. Elliot... and even some laundry thrown in... I sense a comment on the expectations that are placed on women and the lives of servitude they are expected to live? Beautifully done. The tones here are really fantastic, even above your usual standards.”

¹⁰² (<http://www.flickr.com/photos/rebba/3541527467/in/set-72057594112345061/>) acessada em 25.07.2009.

¹⁰³ Tradução dos grupos: “Minhas favoritas pessoais”, “Clube dos 100 – todas as fotos devem ser favoritadas pelo menos 100 vezes”, “1000 visualizações + favoritadas 100 vezes”, “Grande Galeria de Imagens favoritadas 100 vezes”, “Fotógrafos Islandeses”.

Tradução das tags: “Surreal”. “Auto-retrato com árvores mortas”.



Dave Ward Photography disse:
Hm. Tied hands (constraint and helplessness), a hint of sex, head hanging in shame or sorrow, bare lifeless trees suggesting hints of the "wasteland" theme like T.S. Elliot... and even some laundry thrown in...
I sense a comment on the expectations that are placed on women and the lives of servitude they are expected to live?
Beautifully done. The tones here are really fantastic, even above your usual standards.
Postado 2 meses atrás. ([permalink](#))

C.A.R.L.O. disse:
Wow!!!
Postado 2 meses atrás. ([permalink](#))

vincent swain disse:
I am quite interested in hearing the story behind this photo. It evokes such a mysterious and slightly eerie feeling that I am intrigued beyond all patience. This is beautiful and so good. I hope you make a book.
Postado 2 meses atrás. ([permalink](#))

C.A.R.L.O. disse:
Hi, I'm an admin for a group called [Flights of Fancy Forever \(Invited photos only\)](#), and we'd love to have this added to the group!
Postado 2 meses atrás. ([permalink](#))

ATrenado disse:
Sensacional, el trabajo de iluminación fantástico.
Postado 2 meses atrás. ([permalink](#))

Javier Manresa disse:
Una composicion perfecta, estupendo trabajo.
Postado 2 meses atrás. ([permalink](#))

photoeyese disse:
Fascinating !!!
Postado 2 meses atrás. ([permalink](#))

Dave Ward Photography disse:
If my interpretation is right, maybe I shouldn't just lay it all out like that! Heh! Feel free to delete it if I revealed too much.
Postado 2 meses atrás. ([permalink](#))

Fig. 97: Comentários referentes à foto acima.

Diante do comentário, a fotógrafa não dá nenhuma resposta. Mais à frente, o mesmo usuário reaparece, quase se desculpando pelo comentário anterior, como se estivesse infringido alguma regra da comunidade: “Se minha interpretação está certa, talvez eu não devesse tê-la jogado assim! Heh! Fique à vontade para apagá-la se ela revelou demais.”¹⁰⁵

A fotógrafa responde a outros comentários, mas não a esse. Como revelado pela própria fotógrafa, ela falaria mais à respeito dessa foto em seu *blog* pessoal¹⁰⁶. No entanto, ao visitar o *blog*, encontramos apenas uma descrição de todo o caminho percorrido com os galhos de árvores na procura por um lugar ideal para sua foto, nada mais. Voltando ao *flickr*, vemos que a fotógrafa insere sua foto apenas em grupos que

¹⁰⁵ Página acessada no dia 25.07.2009.
<http://www.flickr.com/photos/rebba/3541527467/in/set-72057594112345061/>

¹⁰⁶ <http://rebeccakagudleifs.com/blog/2009/07/> - acessado em 25.07.09.

enaltecem a quantidade de visualizações e ‘favoritações’ de suas fotos. As classificações por ela atribuídas, se restringem a um estilo – ‘surreal’ – e à descrição literal da foto – ‘autorretrato com árvores mortas’.

Algo instigou o fotógrafo Dave Ward a analisar aquela foto. E, certamente, algo também instigou a fotógrafa a realizá-la. Quando vemos a tentativa de estabelecimento de um diálogo genuíno por parte de um membro da comunidade, logo em seguida, vemos que esse membro se desculpa por sua ‘ousadia’. Talvez seu comentário tenha realmente revelado muito da fotógrafa que, aparentemente ou se sentiu ofendida ou indiferente – ou talvez nem mesmo tivesse ainda pensado sobre o significado da sua foto. No entanto, esse é um exemplo do que poderia ser o uso de tal potencial espaço virtual de discussão como é o caso do *flickr*. Se não quisesse se expor, a fotógrafa não deveria fazer parte da comunidade. O que é bastante contraditório, pois vemos que, de acordo com a busca em classificar e publicar sua imagem em grupos, a fotógrafa demonstra grande preocupação em expô-la e, claro, expor a si mesma, já que seu trabalho é quase em sua totalidade baseado em autorretratos.

Dentro da dinâmica das comunidades virtuais, todo usuário está exposto aos comentários dos demais, seja qual for o teor desse comentário. Afinal, essa é uma comunidade estruturada como uma rede social em que o estabelecimento de contatos e a comunicação entre usuários têm um papel importante para seu próprio funcionamento.

Nesse ambiente, a dinâmica dos laços sociais acabou por intensificar as funções sociais da fotografia, que a acompanham desde o seu surgimento e se transpuseram para as comunidades virtuais, onde ganharam uma dimensão global jamais vista até então. Assim, dentro desse contexto, e também devido à grande popularização da fotografia nas últimas décadas, muitos fotógrafos se isentaram de uma preocupação genuinamente estética¹⁰⁷ ao praticá-la, o que acarretou no desenvolvimento de uma “estética popular”, como a denomina Bourdieu.

É nesse campo das funções sociais da fotografia que se encontra o diálogo fotógrafo-fotógrafo na rede, e não nas preocupações estéticas. Segundo Bourdieu, ao se conformar com a estética de determinado grupo, o fotógrafo tenta refutar uma prática vulgar (1965, p.101). Ele busca legitimar a sua produção e fortalecer o sentimento de pertencimento ao grupo – que, no caso do *flickr*, pode ser tanto a comunidade geral quanto um grupo específico. Lembremo-nos do que o próprio autor falou sobre o olhar

¹⁰⁷ Por “genuinamente estética” entendemos aqui uma estética tradicional, ligada ao belo, à harmonia e à ordem, como classificava Nietzsche a estética apolínea.

sociológico a respeito da estética fotográfica, que a entende como fruto de uma experiência vivida ou de um sentimento de beleza qualquer. Carl Georg Heise fortalece essa opinião ao dizer que: “[...] as coisas não são necessariamente feias ou belas. Um olho tanto exercitado é capaz de descobrir a beleza oculta [...]. Não há nada que esteja desprovido totalmente de beleza”¹⁰⁸ (HEISE, 1928 *in* FONTCUBERTA, 2003, p.141). Essa postura ganha força nas comunidades virtuais, onde se percebe uma fotografia voltada ao cotidiano, em que situações privadas, particulares e aparentemente sem sentido ganham destaque e importância.

Ainda sobre essa “estética popular”, segundo Bourdieu:

[...] para as classes populares e médias, a estética que se exprime tão bem na prática fotográfica como nos julgamentos sobre a fotografia aparece como uma dimensão do *ethos*, de modo que a análise estética de grande massa das obras fotográficas pode legitimamente se reduzir, sem ser reducionista, à sociologia dos grupos que as produzem, das funções que lhes atribuem e os significados que lhes conferem, explicitamente e, sobretudo, implicitamente.¹⁰⁹ (1965, p.138)

Vemos, portanto, que no caso das comunidades virtuais, a preocupação estética se volta principalmente ao aspecto social. No entanto, trata-se de uma estética *socializante* e não social, ligada ao estabelecimento de laços sociais e que reflete o cerne do diálogo que se estabelece entre os fotógrafos da rede.

Bauman, ao analisar a sociedade contemporânea, afirma que as “[...] sensações são, pela própria natureza, tão frágeis e efêmeras, tão voláteis quanto as situações que desencadearam. A estratégia de *carpe diem* é uma reação a um mundo esvaziado de valores que finge ser duradouro.” (2005, p.59). Fontcuberta completa esse pensamento ao afirmar que os fotógrafos não discutem sobre seus valores porque, na verdade, não os têm (2003, p.16). Essa situação se reflete tanto na qualidade quanto na quantidade de fotografias que vemos na rede.

Como afirma Susan Sontag, tudo hoje existe para terminar numa foto. Colecionamos nossas experiências através de fotografias. Elas são a prova de que estamos vivos e de que aproveitamos a vida. São provas para nós mesmos e para os outros, pois

¹⁰⁸ “[...] las cosas no son necesariamente feas o bellas. Un ojo un tanto ejercitado es capaz de descubrir la belleza oculta, [...]. No hay nada que esté desprovido totalmente de belleza.”

¹⁰⁹ “[...] pour les classes populaires et moyennes, l’esthétique qui s’exprime aussi bien dans la pratique photographique que dans les jugements sur la photographie apparaît comme dimension de l’ethos, en sorte que l’analyse esthétique de la grande masse des oeuvres photographiques peut légitimement se réduire, sans être réductrice, à la sociologie des groupes qui la produisent, des fonctions qu’ils leur assignent et des significations qu’ils leur confèrent, explicitement et surtout implicitement.”

aproveitar a vida é hoje algo para poucos e que confere determinado *status* a quem o pode fazer. É, certamente, uma característica que abre portas para participação em grupos sociais. Ainda segundo afirma Bauman, o mundo finge ser mais duradouro do que é. Talvez essa necessidade de sentir o mundo como um lugar mais seguro e estável explique essa estética exagerada (o *flickr style*) mais real que o real, tão apreciada na comunidade *flickr*. Ali os defeitos do mundo são corrigidos no *Photoshop*¹¹⁰ e o mundo ganha uma atmosfera de sonho e fantasia.

Não apenas as sensações são frágeis e efêmeras. Bauman também fala sobre a efemeridade e a fragilidade das relações:

[...] quem sabe o recurso de multiplicar e acumular relacionamentos não vai tornar o terreno menos traiçoeiro? Graças a Deus você *pode* acumulá-los – justamente porque eles são, todos eles, frágeis e descartáveis! E assim buscamos a salvação nas “redes”, cuja vantagem sobre os laços fortes e apertados é tornarem igualmente fácil conectar-se e desconectar-se. (BAUMAN, 2005, pp.75, 76)

Nesse tipo de relacionamento virtual, o envio e recepção de mensagens é fragmentado, não exige simultaneidade e continuidade, o que impede, segundo Bauman, e segundo também acreditamos, o desenvolvimento de um diálogo genuíno – vide o caso do comentário da imagem da fotógrafa Rebekka, mostrado anteriormente. Conforme diz o autor, “[...] as identidades são para exibir, não para armazenar e manter” (2005, p.96) e essa postura se reflete na produção fotográfica da comunidade, porque é através das fotografias que se estabelecem as identidades nesse ambiente.

Percebemos que o *flickr* tem potencial para ser uma grande ferramenta fomentadora do diálogo em torno da fotografia, sem deixar de se voltar ao estabelecimento dos laços sociais na rede, o que também tem sua importância na dinâmica social atual. No entanto, se a preocupação fotográfica se limitar ao exibicionismo narcisista, como alertamos anteriormente, corremos o risco de tomar um caminho que leve a linguagem fotográfica a um uso individualista e mesquinho.

¹¹⁰ Software popular de edição de imagens de uso tanto doméstico quanto comercial

4.1.2. O diálogo aparelho-fotógrafo

Voltemos nossa atenção agora para outra forma de diálogo: aquele entre o fotógrafo e seu aparelho. Flusser alerta para essa relação, dizendo que somos cada vez mais “[...] operadores de rótulos, apertadores de botões, ‘funcionários’ das máquinas, lidamos com situações programadas sem nos darmos conta delas [...]” (1998, p.13). Ao olharmos as *tags* mais usadas no *flickr* percebemos que duas marcas de câmeras fotográficas¹¹¹ se encontram ali. O que leva tantos fotógrafos a classificarem suas imagens de acordo com a câmera fotográfica usada? Ao olhar as fotos classificadas com as categorias das marcas das câmeras, encontramos, principalmente, imagens do cotidiano: famílias, viagens, amigos, festas. As fotos também estão classificadas sob outras categorias, mas o que chama atenção é que essas categorias das câmeras, especificamente, estejam entre as mais populares.

Ao relacionar-se com o mundo ao redor e com o seu próprio cotidiano mediado por um aparelho e deixando que esse interprete o mundo visível por ele, o fotógrafo age como alguém que se deslumbra com os avanços tecnológicos e se esquece que cada aparelho tem uma capacidade limitada de possibilidades: “O seu interesse está concentrado no aparelho e o mundo lá fora só interessa em função do programa. Não está empenhado em mudar ou modificar o mundo, mas em obrigar o aparelho a revelar suas potencialidades” (FLUSSER, 1998, p.43).

Como comentamos anteriormente, usando as palavras de Flusser, da mesma forma que se acredita que quem sabe escrever sabe decifrar textos, também se acredita que quem sabe fotografar sabe decifrar fotografias, o que, em ambos os casos, não é sempre verdade. E o fotógrafo que não sabe decifrar imagens torna-se escravo do aparelho. Sua fotografia não representa o seu recorte sobre o mundo visível, essa não parece ser a sua preocupação. A fotografia se encontra, nas comunidades virtuais, num mecanismo de inserção em grupos e padrões estéticos admirados pela comunidade e que intensifique seus laços sociais, ajudando a fortalecer as características que o usuário escolheu para sua identidade.

A reprodução automática e pautada pelo deslumbramento em relação à tecnologia, por sua vez, leva a um excesso de imagens como já apontamos aqui. A repetição exagerada acaba por levar à estereotipia, aos clichês e à homogeneidade. Além do diálogo

¹¹¹ Nikon (6.928.770 fotos) e Canon (6.551.727 fotos) – dados acessados no dia 24.07.09.

com a câmera, o fotógrafo também se relaciona hoje com outro aparelho que é o *software* de edição. Se não houver o diálogo entre o fotógrafo e o *software*, aquele corre o risco de ceder aos estereótipos estéticos (como é o caso, por exemplo, da estética do *flickr* apontada pelo *The New York Times Magazine*), submetendo-se a uma pressão social da qual muitas vezes não se dá conta, e que está implícita nos mecanismos identitários de associação a grupos ou nos mecanismos dos meios de comunicação - sempre atentos às estéticas-padrão que estabelecem os valores de identificação com os grupos. Arlindo Machado destaca que:

A multiplicação, à nossa volta, de modelos pré-fabricados, generalizados pelo software comercial, conduz a uma impressionante padronização das soluções, a uma uniformidade generalizada, quando não a uma absoluta impessoalidade, conforme se pode constatar em encontros internacionais tipo *Siggraph*, nos quais se tem a impressão de que tudo o que se exhibe tenha sido feito pelo mesmo designer ou pela mesma empresa. (MACHADO, 2001, p. 41)

A subversão do aparelho, como coloca Flusser, é, portanto, de extrema importância. Ela consiste em dominar as possibilidades da máquina, em saber jogar, inclusive com os erros do aparelho, como aponta Arlindo Machado. Vemos que o diálogo entre a máquina e o fotógrafo ainda é incipiente. Mesmo entre os seguidores da *lomografia*, tão presentes no *flickr*, e que acreditam realizar uma fotografia experimental. Será mesmo experimental a foto que realizam? Os resultados são diferentes do tradicional, mas a máquina já vem programada para obtê-los: a saturação da cor, o efeito *fish-eye*, os vazamentos de luz ou ainda fotos com predominância de determinadas cores. Até mesmo a dupla exposição, que poderia ser uma escolha do fotógrafo, já é divulgada como uma funcionalidade da câmera. Tudo isso já faz parte de seu *marketing*. A câmera é que acaba por ditar como a realidade deve ser interpretada e não o fotógrafo que é estimulado a fazer escolhas que atendam a seus objetivos.

Flusser cita, como alternativa à prática automática da fotografia, os fotógrafos experimentais que “[...] tentam [...] obrigar o aparelho a produzir uma imagem informativa que não está no seu programa.” (1998, p.96). Apenas quando temos o controle da máquina podemos participar da construção de uma Filosofia da Fotografia, que se faz tão necessária, segundo o autor, “[...] porque é uma reflexão sobre as possibilidades de se viver livremente num mundo programado por aparelhos. Uma reflexão sobre o significado que o homem pode dar à vida, onde tudo é um acaso estúpido, rumo à morte absurda.” (1998, p.96).

Arlindo Machado, por exemplo, diz que ainda estamos muito aquém das possibilidades proporcionadas pelos aparelhos digitais e virtuais. Ele lembra a questão da interatividade, caso em que “[...] a experiência estética deixa de ser exclusivamente a manifestação de um saber ou de um sentimento e se assume como um universo pleno de movimentos, onde esse sujeito age ao mesmo tempo em que se transforma.” (MACHADO, 2001, p.102).

Outra questão levantada pelo autor e que pode ainda desenvolver o diálogo fotógrafo-aparelho (seja o aparelho, a câmera fotográfica, ou os *softwares* de edição ou até mesmo as ferramentas de *sites* e comunidades virtuais), é a multimidiática, ou da *hipermídia*, como coloca. Com as possibilidades da *hipermídia* podemos fundir em um único meio todos os outros meios, e invocar todos os sentidos, exprimindo situações complexas que antes eram impossíveis a um sistema de escritura sequencial e linear.

Nesse sentido, um aplicativo de *hipermídia* jamais exprime uma determinada linha de raciocínio. Ele se abre para a experiência plena do pensamento e da imaginação, como um processo vivo que se modifica sem cessar, que se adapta em função do contexto que, enfim, joga com os dados disponíveis. (MACHADO, 2001, p. 109)

A comunidade *flickr*, por exemplo, já disponibiliza aos usuários a possibilidade de inserirem vídeos. Por meio do uso de *softwares* específicos, muitos usuários têm montado arquivos multimídia que se utilizam dos sentidos auditivo e visual, adicionando música ou algum áudio específico a uma sequência determinada de imagens - de acordo com suas intenções -, ou inserindo vídeos propriamente ditos. As *tags* de classificação mais comuns¹¹² dos vídeos postados na comunidade são: ‘bebê’, ‘gato’, ‘cachorro’, ‘família’, ‘Japão’, ‘filme’, ‘música’, ‘água’ e ‘vídeo’. No entanto, como vemos, essas *tags* revelam que os assuntos mais comuns estão ligados ao lazer, à vida afetiva, aos amigos, à família, entre outros, o que denota um uso da imagem não tão preocupado em interpretar a realidade visível que os cerca, questionando-a ou buscando contrapô-la com outras realidades para além de sua pequena “aldeia”.

Apesar dessa funcionalidade de vídeo, o foco da comunidade *flickr*, é mesmo a fotografia apresentada de forma não multimidiática. Os grupos voltados especificamente para vídeo têm menos membros que os de fotografia. Vemos, portanto, que existe uma possibilidade de diálogo e produção fotográfica relacionada a outros meios mas ainda não tão explorada na comunidade.

¹¹² Dado obtido no site <http://www.flickr.com/explore/video/> no dia 26.07.09.

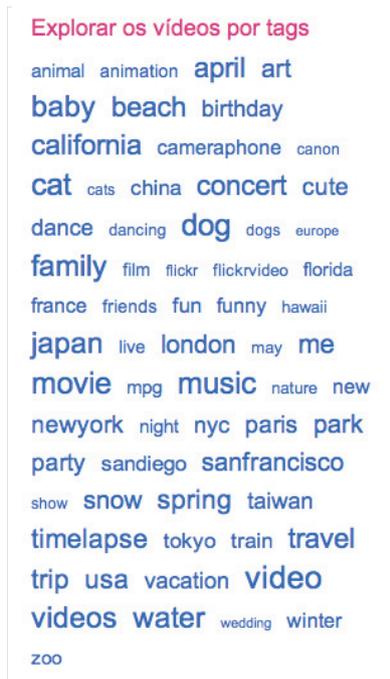


Fig. 98: Tags mais populares dos vídeos postados no flickr - <http://www.flickr.com/explore/video/>, acessado no dia 26.07.09.

Sobre as situações complexas citadas anteriormente, podemos dizer que elas são um reflexo da sociedade contemporânea. Se as identidades são consideradas fluidas, assim também acontece com a cultura e a arte. Priscila Arantes ressalta que : “A atividade perceptiva e sinestésica começou a ser valorizada como forma de conhecimento do mundo.” (2005, p.118). E dentro desse contexto ela defende uma estética digital que seja também, por sua vez, fluida e interativa.

[...] é a partir da interface com o interator que a obra pode se manifestar. À semelhança da *poiésis* aristotélica, que se refere à maneira como a arte, por meio da ação do artista, “imita”, o processo criativo da natureza, a *interpoiésis* (isto é, intercriação/interação), como a denomino, refere-se à maneira como as artes em mídias digitais engendram seus processos criativos a partir de seus fluxos informacionais. (ARANTES, 2005, p.171)

Vemos, portanto, que as mídias digitais e as possibilidades tanto do digital quanto do virtual podem representar um grande avanço para as artes de um modo geral e para a linguagem fotográfica – que é aqui nosso objeto de investigação. No entanto, esse relacionamento entre o manipulador e a máquina ainda deve evoluir, pois as possibilidades de interação não são inerentes à natureza digital dessa relação, mas sim decorrentes dos usos que os manipuladores fazem dela. Por isso, apenas por meio do diálogo é que se conseguirá ultrapassar as restrições impostas pelo aparelho e buscar uma estética plural, fluida e interativa – como propõe Priscila Arantes -, condizente com as

dinâmicas de nossa sociedade e que seja, efetivamente, fonte geradora de conhecimento e não apenas repetição de estereótipos aos quais já estamos habituados.

4.1.3. Os diálogos entre o fotógrafo e o mundo visível, entre o fotógrafo e suas imagens internas e entre o espectador e a fotografia

Para que o diálogo entre o fotógrafo e o mundo visível seja realmente *diálogo*, ele pressupõe, também, o diálogo entre o fotógrafo e suas imagens internas, daí a necessidade de falarmos sobre eles em conjunto. “[...] fotografar é um ato pessoal e intransferível, resultante da imprescindível interação entre o fotógrafo e o conteúdo da cena abordada.” (GURAN, 1999, p.18). Somente a partir do nosso próprio imaginário, povoado pelas nossas experiências individuais, é que podemos interpretar a realidade que nos cerca, buscando compreendê-la. O fotógrafo funciona como uma “antena do universo”, como diz Luis Humberto.

Na verdade, a produção de cada um de nós é decorrente de um universo de referências – todas bem determinadas – que se recombina de modo inconsciente, temperadas pela decantação de nossas vivências e pelos desejos e expectativas formados em nosso espírito, mutável o tempo todo pelas circunstâncias que os envolvem. (HUMBERTO, 2000, p.99)

Por isso é que não podemos falar em uma única realidade. A realidade é fragmentada pelos modos de ver. “Sua natureza fragmentária (da fotografia) permite o desvendamento de microrrealidades, em uma reordenação do real a partir dos nossos modos particulares de ver e sentir” (HUMBERTO, 2000, p.100). Susan Sontag defende que a fotografia é justamente esse ‘modo de ver’ e não a visão em si. E como os modos de ver estão ligados às percepções subjetivas do fotógrafo, temos a sensação de que “[...] a realidade é ilimitada e o conhecimento não tem fim. [...] A câmera define para nós o que permitimos que seja ‘real’- e empurra continuamente para adiante as fronteiras do real.” (SONTAG, 2008, pp.137, 138).

Muitas vezes, antes de apertar o botão da máquina, o fotógrafo já tem a imagem na sua cabeça. Essa imagem se forma em sua mente porque foi estimulada por algo que lhe chamou atenção. E nesse momento é que se dá o diálogo do fotógrafo com o mundo visível, que só pode ser compreendido no diálogo com suas imagens internas, fruto de seu

imaginário e de suas experiências. O que se dá aí é uma experiência estética. Naquele instante (mais à frente definiremos melhor esse instante), que cronologicamente pode ter sido ínfimo, algum aspecto do mundo visível revelou-se de uma nova maneira para aquele fotógrafo, num embate entre o visível e seu imaginário interior. Esse instante é, portanto, mais poético do que cronológico. Ele não tem duração, pois a duração pertence à dimensão horizontal e, portanto, cronológica. Esse instante é profundo, por isso é desvinculado do tempo tradicional e ligado à dimensão vertical. O poeta argentino Roberto Juarroz, relaciona a sua poesia a esse tempo ‘atemporal’. Chama-a de “Poesia Vertical” e em seus poemas nos dá um vislumbre do que é essa dimensão.

Um tempo presente pode ser mais presente que outro tempo presente, como um agora com mais tempo. Não obstante, todo presente é uma fuga. Teria o tempo formas secretas de se interromper ou de se deter, com atos de uma duração distinta? A poesia crê perceber esses instantes heréticos. Talvez ali resida parte de seu destino maior: reconhecer essas pequenas ilhas de presente que *caem* como uma lúcida rajada no centro do ser.¹¹³ (JUARROZ, 2005, p.467)

Segundo Heidegger, a essência¹¹⁴ de algo se encontra em sua representação: “O ser do ente é procurado e encontrado no estar-representado [*Vorgestelltheit*] do ente.” (HEIDEGGER, 2002, p.113). E representar, para o filósofo, é um “[...] pôr diante de si e para si” (2002, p.115), é conceber o mundo como imagem. É essa essência que procuramos. Não aquela que busca uma verdade única, que reduz o mundo à apenas uma possibilidade de interpretação, mas a essência que se apresenta na imagem do mundo e, portanto, compreendida a partir de uma forma subjetiva e individual, de acordo com a percepção de quem está aberto a enxergá-la.

Percebemos, então, que quando existe um diálogo do fotógrafo com o mundo visível, que acontece acompanhado de um diálogo seu com suas imagens mentais, o fotógrafo sente a necessidade de apreender aquele instante para, num momento posterior de contemplação, desvelá-lo e tentar compreendê-lo. Susan Sontag afirma que “As fotos retratam realidades que já existem, embora só a câmera possa desvelá-las.” (2004, p.138). E para desvelá-las, é preciso capturá-las para sua posterior contemplação e reflexão. Apenas a imagem permite essa contemplação posterior.

¹¹³ “Un tiempo presente puede ser más presente que otro tiempo presente, como um ahora con más tiempo. Sin embargo, todo presente es una fuga. ¿Tendrá el tiempo formas secretas de interrumpirse o detenerse, con atos de una duración distinta? La poesía cree percibir esos instantes heréticos. Tal vez allí resida parte de su destino mayor: reconocer esos islotes de presente que caen como una lúcida plomada en el centro del ser.”

¹¹⁴ Entendemos que o que chamamos aqui de ‘essência’ refere-se ao ‘ser’ de Heidegger. A aparência, ou seja, o que se apresenta à nossa percepção no mundo visível, é o que Heidegger chama de ‘ente’.

As imagens oferecem aos seus receptores um espaço interpretativo: são símbolos “conotativos”. [...] O vaguear do olhar é circular: tende a voltar para contemplar elementos já vistos. Assim, o “antes” torna-se “depois”, e o “depois” torna-se “antes”. [...] Ao circular pela superfície, o olhar tende a voltar sempre para os elementos preferenciais. Tais elementos passam a ser centrais, portadores de significado. Deste modo, o olhar vai estabelecendo relações significativas. O tempo que circula e estabelece relações significativas é muito específico: tempo de magia. [...] No tempo da magia, um elemento explica o outro, e este explica o primeiro. O significado das imagens é o contexto mágico das revelações reversíveis. (FLUSSER, 1998, p.28)

Para Heidegger, a expressão ‘temos a imagem de algo’ significa que “[...] a própria coisa está diante de nós, tal como está no seu estado para nós.” (2002, p.112). O filósofo dá continuidade ao seu pensamento, ao dizer que, quando o mundo se torna imagem, a posição do homem concebe-se como mundividência. E ele alerta para o equívoco de que a palavra ‘mundividência’ possa sugerir um contemplar passivo do mundo pelo sujeito, o que não é a intenção do filósofo nem a nossa, quando defendemos a necessidade do diálogo na prática fotográfica. Ao contemplarmos o mundo passivamente, assumimos a posição de *Narciso* e não de *Alice*, como já afirmamos anteriormente. Para Heidegger, ‘mundividência’ significa ‘intuição de vida’, o que quer dizer que:

“[...] o homem trouxe a sua vida, enquanto *subjectum*, para a primazia do centro de referência. Tal significa que o ente só vale como algo que é, enquanto e na medida em que está envolvido e remetido para esta vida, ou seja, na medida em que é vivenciado [*er-lebt*] e se torna vivência [*Erlebnis*].” (HEIDEGGER, 2002, p.117)

Portanto, o homem só consegue contemplar ativamente o mundo visível através de imagens quando dele faz parte e o vivencia. A experiência do mundo, por sua vez, pressupõe o fator estético, que desperta no homem - enquanto sujeito que contempla e enquanto objeto que faz parte do mundo contemplado - a sensibilidade necessária para reconhecer o aceno da essência do mundo na realidade aparente. Conforme afirma Susan Sontag, a fotografia converte o mundo num objeto de apreciação estética (2004, p.126). É apenas esteticamente que a contemplação se realiza - e, conseqüentemente, também é esteticamente que se realizam o diálogo entre o fotógrafo e o mundo visível e o diálogo entre o fotógrafo e suas imagens mentais. Arlindo Machado, cita o autor Ronaldo Entler ao dizer que essa experiência estética da qual falamos “[...] deixa de ser exclusivamente a manifestação de um saber ou um sentimento e se assume como um universo pleno de movimentos, onde esse sujeito age ao mesmo tempo em que se transforma.” (ENTLER, 2000 *apud* MACHADO, 2001, p. 102)

Essa dinâmica influencia a forma como a fotografia decorrente desse diálogo será vista, interpretada e contemplada pelo espectador num momento posterior. Minor White, em seu artigo *O olho e a mente da câmera*¹¹⁵, diz que “Sentir e fotografar aquilo que nos faz vibrar não assegura que outros sentirão o mesmo.”¹¹⁶ (WHITE, 1952 in FONTCUBERTA, 2003, p.242). E estaríamos nos contradizendo se acreditássemos no contrário. Assim como se dá com o fotógrafo, que interpreta a realidade de acordo com a forma em que se deu o encontro dessa com o seu imaginário e suas experiências, também o espectador, ao contemplar uma fotografia, será atingido por ela conforme o seu embate com as imagens mentais e as vivências do contemplador. Ele poderá ressignificar aquela imagem, vendo outro lado da mesma “realidade” que ali está impressa no papel¹¹⁷. Para Minor White, “[...] só na imagem mental existe a possibilidade de que ocorra uma função metafórica.” (1963, in FONTCUBERTA, 2003, p.250).

A interpretação da fotografia pelo espectador é, portanto, subjetiva e metafórica - no sentido em que ela é compreendida e ganha significado próprio através de associações e comparações daquilo que é visível em sua superfície com as imagens internas resultantes das experiências individuais de quem a vê. E isso só é possível porque o fotógrafo reteve um determinado instante dando-lhe a oportunidade de ser contemplado num segundo momento. Com a fotografia em mãos, o espectador pode sentir, pensar e criar novas interpretações e significados para o que antes era aparentemente indiscutível. Ao apontar o que de novo e diferente se escondia na paisagem visível, o fotógrafo muitas vezes não tem, como preocupação principal, reter o tempo, que parece se esvaír sem controle, mas apenas recriar uma realidade específica, a partir de algo corriqueiro que ele resgata de seu cotidiano, conferindo-lhe novo significado.

A fotografia, portanto, revela ao espectador um mundo que só faz sentido para ele de acordo com a sua vivência; de acordo com os mecanismos de projeção e identificação que partem do espectador em relação àquela imagem que se coloca a sua frente. Portanto, a interpretação de uma imagem diz mais sobre o próprio espectador do que sobre a imagem. Nesse caso, a fotografia deixa de ser um espelho real, como se pensava na época

¹¹⁵ *El ojo y la mente de la cámara* (1952) in FONTCUBERTA, 2003.

¹¹⁶ “Sentir y fotografiar aquello que nos hace vibrar no asegura que otros sentirán lo mismo.”

¹¹⁷ Segundo Norval Baitelo: “O tempo da imagem registrada sobre materiais permanentes permite o tempo lento da contemplação. [...] O tempo lento é o tempo da decifração.” (BAITELLO, 2005, p.33)

de sua descoberta e se transforma em um “[...] espelho de alguma parte de nós mesmos.”¹¹⁸ (WHITE, 1963 *in* FONTCUBERTA, 2003, p. 253)

Percebemos, então, a importância desses diálogos na fotografia (fotógrafo-mundo visível, fotógrafo-imagens internas e espectador-fotografia) para concebê-la como fonte de conhecimento do mundo e de si mesmo. Segundo Luis Humberto, “A fotografia transcende seu valor como registro. Composta de visões de vida, ela revela nossos mundos íntimos em suas belezas e perversões. Põe à mostra nossa sensibilidade ou rudeza, revela nossos mistérios e segredos, zelosamente acobertados.” (2000, p.101)

No entanto, esses diálogos só se concretizam enquanto forma de conhecimento se acolherem, no cerne de sua dinâmica, a contemplação. Esse é o diferencial entre adotarmos uma postura individualista ou uma postura voltada à comunidade; entre escolhermos o caminho de *Narciso* ou o de *Alice*.

A sociedade de consumo em que vivemos hoje nos impõe um ritmo de vida fabril, que Guy Debord chama de tempo pseudocíclico: “O tempo pseudocíclico não só se baseia nos traços naturais do tempo cíclico mas também cria novas combinações homólogas: o dia e a noite, o trabalho e o descanso semanais, a volta dos períodos de férias.” (1997, p.104). O autor completa seu pensamento ao dizer que o tempo pseudocíclico consumível é o tempo espetacular, tempo em que “[...] a realidade do tempo foi substituída pela publicidade do tempo.” (1997, p.106).

Esse tempo espetacular não privilegia a contemplação, pois a contemplação requer um tempo desvinculado do consumo e voltado à reflexão. E a reflexão hoje é tida como perda de tempo. Sem a contemplação, a linguagem fotográfica acaba por cair numa produção frenética e sem sentido, como a que vemos hoje no *flickr*, por exemplo. Segundo Susan Sontag:

A razão final para a necessidade de fotografar tudo repousa na própria lógica do consumo em si. Consumir significa queimar, esgotar – e, portanto, ter que se reabastecer. À medida que produzimos imagens e as consumimos, precisamos de ainda mais imagens; e mais ainda. (SONTAG, 2004, p.195)

A reflexão e a contemplação requerem a vivência de um tempo que não é regulado cronologicamente, mas vivido na profundidade do instante poético. Enquanto formos vítimas não questionadoras da publicidade do tempo, ou seja, da forma imposta pelos meios de comunicação de como devemos vivenciar e partilhar esse tempo, nosso

¹¹⁸ “[...] espejo de alguna parte de nosotros mismos.”

relacionamento com as imagens e, conseqüentemente, com o mundo, se dará, apenas, por meio das dinâmicas do consumo.

Os meios de comunicação, por exemplo, grandes mediadores entre as imagens e os espectadores, não nos dão o tempo de leitura dessas imagens. E para não comprometer seu entendimento, acabam optando pelas imagens clichês que não exigem um esforço de contemplação e reflexão - são consumidas rapidamente, devoradas sem interpretação. E nós, enquanto espectadores e produtores de imagens, acabamos por sustentar tudo isso para não ficarmos de fora da engrenagem do tempo espetacular e das dinâmicas de consumo, porque o consumo é um dos elementos que mais determina os mecanismos de identificação com valores e grupos sociais em nossa sociedade.

E assim, sem a contemplação, corremos o risco de vivenciar o mundo e o relacionamento com nós mesmos e com os outros de forma *voyeurística*, iludidos de que esta é a única forma de reter as fugazes “experiências” de vida. No fundo, não vivemos a vida e, na tentativa de retê-la, tentamos consumi-la numa profusão absurda de imagens produzidas minuto a minuto. Susan Sontag nos revela que essa relação *voyeurística* com o mundo acaba por nivelar o significado de todos os acontecimentos. Se voltarmos ao pensamento de Heidegger, essa situação nos condena ao *ente*, afastando-nos do *ser*. Para *ser* temos que participar, temos que estar dentro do mundo e entendê-lo contemplando-o como imagem, percebendo a nós mesmos como sujeitos que observam e como objetos que são observados.

Sontag ressalta que nós consumimos imagens num ritmo cada vez mais rápido e alerta: “As câmeras são o antídoto e a doença, um meio de apropriar-se da realidade e um meio de torná-la obsoleta.” (2004, p.196). Portanto, temos na câmera uma possibilidade de ampliar nossos conhecimentos e usá-la pautando-nos por uma prática dialógica que valorize a contemplação. Ou temos a possibilidade de nos afundarmos cada vez mais num número maior de imagens não questionadoras do mundo, diminuindo suas possíveis visibilidades e, conseqüentemente, nossas próprias experiências de vida.

As ferramentas das comunidades virtuais, da mesma forma que a câmera, podem potencializar os usos da fotografia, tanto para um caminho quanto para o outro. Luis Humberto, por exemplo, vê com otimismo as novas tecnologias. Segundo ele, elas podem ser “[...] novos intermediários entre a sensibilidade do homem e sua possibilidade de criação.” (2000, p.19). Como afirmamos anteriormente, a linguagem fotográfica na internet hoje se encontra em transformação. Devemos acompanhar de perto como se dará a sua evolução para entender o caminho escolhido pelos usuários da rede. No entanto, já

temos aqui vários direcionamentos que podem nos levar ao enriquecimento dessa linguagem e que se ligam, todos eles, ao conceito de contemplação embasado no instante poético bachelardiano.

4.1.4. A contemplação e o instante poético bachelardiano

Bachelard, em seu livro *A intuição do instante* contrapõe as ideias de Bergson e Roupnel sobre o tempo. O primeiro se volta ao entendimento do tempo como duração, enquanto o segundo entende o tempo pelo instante. Acreditamos que o tempo da fotografia, em seus diálogos, bem como o tempo da contemplação é o tempo do instante poético, sobre o qual também fala Bachelard.

Mas antes de falarmos sobre o instante *poético* propriamente, devemos falar sobre o *instante*. Entender a fotografia pela lógica do instante requer pensar o tempo. Antes mais ligada à apreensão da realidade, a fotografia permanecia principalmente no domínio do espaço. A partir do momento em que se percebe o caráter subjetivo da fotografia e se dá, também, o desenvolvimento das técnicas fotográficas, permitindo a captura de fragmentos de segundo, surge a fotografia moderna e a linguagem fotográfica passa a se relacionar mais com o tempo do que com o espaço.

O domínio sobre o instante mudou o rumo da fotografia, conferindo-lhe o perfil e a importância que ela tem hoje e consolidando definitivamente a figura do autor no processo fotográfico. Até o começo deste século, para se obter uma foto era necessário um tempo de exposição de muitos segundos e um equipamento relativamente pesado. O fotógrafo, na prática, dividia a autoria intelectual da imagem com o fotografado, que fazia a pose ou com a “produção”, que determinava o que ia ser registrado e como. A partir do surgimento de câmeras mais leves como a Ermanox e mais tarde a Leica, e de filmes mais rápidos, o fotógrafo ganhou liberdade de atuação e a fotografia, como um todo, novo caminho estético. (GURAN, 1999, p.52)

Esse é um passo muito importante porque fez com que a fotografia tivesse mais domínio sobre o tempo e, ao ligar-se ao tempo, a fotografia se liga à dimensão daquilo que não se pode perceber imediatamente no mundo visível; que pressupõe o diálogo com as imagens internas do fotógrafo - no momento do ato fotográfico -, ou do espectador com a imagem - no momento de decifrá-la. Maurício Lisovsky acredita que é “[...] no

âmbito do tempo que a fotografia, através da fotografia moderna, vai encontrar um invisível que lhe é próprio.” (2008, p.26)

No livro de Bachelard, vemos que Roupnel propõe que “[...] o tempo é uma realidade encerrada no instante” (2007, p.17), e que “[...] o mundo é o sempre-presente e, de um modo radical, o instante” (2007, p. 9). Essa última afirmação de Roupnel nos remete ao “ser-aí” de Heidegger. Para o filósofo, o homem existe enquanto um ser no mundo e no tempo, que faz parte da História e vivencia experiências de seu tempo. A partir do ser-aí heideggeriano, chegamos à verdadeira essência do homem. Ou seja, a partir da vivência do próprio tempo, conseguimos enxergar além da aparente realidade, concebendo o mundo como imagem e, portanto, passível de contemplação. De modo contrário, existimos apenas em aparência – ente – e, portanto, não *somos*.

Como já afirmamos aqui, Susan Sontag acredita que as fotos retratam realidades que já existem, embora só a câmera possa desvelá-las. Edward Weston também acredita na fotografia como possibilidade de desvelamento das aparências do mundo visível. Segundo ele,

A fotografia [...] oferece ao fotógrafo a possibilidade de olhar em profundidade a natureza das coisas, e de apresentar ao sujeito em termos de sua realidade básica. Permite a ele revelar a essência do que está frente a sua objetiva, com tal clareza de percepção que o espectador pode chegar a encontrar a imagem recriada mais real e compreensível que o próprio objeto.¹¹⁹ (WESTON, 1943, *in* FONTCUBERTA, 2003, p.205)

Ao desvelar a realidade através da fotografia, por meio do congelamento do tempo e sua posterior contemplação, produzem-se “[...] novos cânones da beleza, mais inclusivos” (SONTAG, 2004, p. 127). São mais inclusivos na medida em que aceitam a interpretação subjetiva do mundo visível e, conseqüentemente, aceitam uma beleza mais plural, não discriminatória, como era a beleza relacionada ao belo tradicional. Ao invés de uma beleza estigmatizada pelos cânones renascentistas da proporção, da harmonia e da ordem, a beleza fotográfica é “[...] esse algo indefinível que tem o poder de enriquecer a um grupo de pessoas relativamente pequeno, a nível fortemente emocional, no momento da percepção.”¹²⁰ (HEISE, 1928, *in* FONTCUBERTA, 2003, p.133). Seja essa percepção

¹¹⁹ “La fotografía [...] ofrece al fotógrafo la posibilidad de mirar en profundidad la naturaleza de las cosas, y de presentar al sujeto en términos de su realidad básica. Le permite revelar la esencia de lo que está frente a su objetivo, con tal claridad de percepción que el espectador puede llegar a encontrar la imagen recreada más real y comprensible que el propio objeto.”

¹²⁰ “[...] ese algo indefinible que tiene el poder de enriquecer a un grupo de personas relativamente pequeño, a nivel fuertemente emocional, en el momento de la percepción.”

realizada pelo observador, em sua contemplação da imagem, ou pelo fotógrafo, no ato fotográfico, quando percebe *algo* além da aparente banalidade do cotidiano.

Segundo Benjamin, “[...] o observador sente a necessidade irresistível de procurar na imagem a pequena centelha¹²¹ do acaso, do aqui e agora, com a qual a realidade chamuscou a imagem.” (BENJAMIN, 1996, p.94). Essa necessidade também se manifesta no fotógrafo que, por sua vez, busca a centelha do acaso no cotidiano do mundo visível. E, ao deparar-se com essa centelha, ele – fotógrafo ou contemplador – encontra-se no campo da estética, mais especificamente, do prazer estético.

Minor White, define esse momento de prazer estético como um momento em que a fotografia se transforma em um “[...] espelho que se pode atravessar”, convidando o espectador a agir assim como a personagem *Alice*, de Lewis Carroll.

O momento em que a fotografia se transforma em um espelho que se pode atravessar, seja quando a estamos contemplando ou recordando, deve sempre permanecer um segredo, porque a experiência ocorre dentro do indivíduo. É pessoal, é uma experiência privada, inefável e intraduzível.¹²³ (WHITE, 1963, in FONTCUBERTA, 2003, p.251)

Para retomar a discussão anterior, ressaltamos que tanto o prazer estético, sobre o qual falamos acima, quanto a contemplação estão atrelados ao tempo. E, segundo Bachelard, o tempo só pode ser percebido pelo instante. Para o filósofo, a duração seria “[...] uma poeira de instantes” (2007, p.37). No entanto, o autor de *A máquina de esperar*, Maurício Lissovsky, questiona esse conceito de instante defendido por Bachelard. Segundo ele, “O instante seria a marca de uma filosofia e de uma ciência instantâneas fruto de uma inteligência interesseira, que está limitada à ação.” (2008, pp. 36, 37).

Diante da afirmação de Lissovsky, cabe aqui deixar claro que não se deve confundir o instante com o instantâneo. O instantâneo, na fotografia, está ligado ao aspecto técnico, fruto da evolução das câmeras fotográficas e que permitiu a tomada instantânea, diminuindo o tempo necessário de exposição da película fotográfica à luz e - destacando sua importância - ajudando na consolidação da linguagem fotográfica

¹²¹ A centelha da qual fala Benjamin, nos lembra bastante o seu conceito de aura: “Em suma, o que é a aura? É uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais próxima que ela esteja” (BENJAMIN, 1996, p.101)

¹²³ “El momento en que la fotografia se transforma en un espejo que se puede atravesar, ya sea cuando se la esté mirando o recordando, debe siempre permanecer un secreto, porque la experiencia ocurre dentro del individuo. Es personal, es una experiencia privada, inefable e intraducible.”

moderna. No entanto, pautar o ato fotográfico pelo instantâneo é deixar-se levar apenas pelas questões técnicas e correr o risco de se transformar num servo do aparelho, como alerta Flusser. Para que isso não aconteça, devemos observar que o instante pode ser de outra dimensão que o instantâneo, principalmente quando nos referimos ao instante poético - sobre o qual Bachelard fez questão de se aprofundar no pós-fácio de seu livro *A intuição do instante*, deixando mais claro, assim, a diferença entre o instante físico e o instante poético.

Em seu livro *Semiótica*, Pierce fala sobre o instantâneo:

As fotografias, especialmente as do tipo ‘instantâneo’, são muito instrutivas, pois sabemos que sob certos aspectos são exatamente como os objetos que representam. Esta semelhança, porém, deve-se ao fato de terem sido produzidas em circunstâncias tais que foram fisicamente forçadas a corresponder ponto por ponto à natureza. Sob esse aspecto, então, pertencem à segunda classe de signos, aqueles que o são por conexão física. (PEIRCE, 2008, p. 65)

Para o autor, portanto, o “instantâneo” na fotografia diz respeito ao seu caráter indicial e não simbólico que, conseqüentemente, desconsidera a experiência do instante. Ou seja, Pierce só poderia entender o instante como ligado ao aspecto físico e cronológico, diferente do aspecto simbólico e plural defendido por Bachelard em seu instante poético.

Quando Lissovsky fala sobre o fato de o instante estar “limitado à ação”, ele complementa a sua crítica:

Ainda que simpatize com o esforço de Bachelard em valorizar o instante, há duas coisas que me incomodam em sua tese. A primeira, é que o único lugar atribuível ao instante é o lugar de inaugurar uma ação, jamais de consumá-la. [...] A segunda é esta assimilação do instante primordial a um ato de “decisão”, como se esse não pudesse ser precedido pela intensa agonia da indecisão. Afinal, que melhor exemplo de experiência pela duração do que a indecisão? Dura-se na indecisão; na indecisão o tempo pesa. [...] Minha ‘intuição do instante’ é que podemos remetê-lo à experiência da duração. Para que tal remissão seja bem-sucedida, devemos pensar o instante imanentemente, e não como uma exterioridade que se abate sobre o contínuo (LISSOVSKY, 2008, p.39)

Lissovsky parece entender tanto a duração quanto o instante em suas correspondências meramente cronológicas ou materiais, não metafísicas. Bachelard diz que “O instante não contém uma duração em seu seio.” (2007, p.51). Ele ainda diz que o instante é fecundo, pois “[...] a ele se acrescenta uma novidade temporal convenientemente adaptada ao ritmo de um progresso.” (2007, p.84). O instante, portanto,

carrega a aura da originalidade que permite a um contemplador – do mundo ou de uma imagem – deslumbrar-se com a beleza que encontra. Beleza, essa, que é fruto de uma interpretação própria da realidade, gerada pela impressão material que ressoa em seu imaginário, confrontando-se com ele e gerando uma experiência estética.

Bachelard se aprofunda ainda mais em sua definição de instante, alargando-a ao conceito de instante poético. Para o filósofo, o instante poético é como um instante complexo e que “[...] para atar, nesse instante, simultaneidades numerosas, [...] o poeta destrói a continuidade simples do tempo encadeado.” (2007,p.100). Por isso que, para entender o instante poético, não podemos ter como referência o tempo cronológico ou de uma duração horizontal. Dizemos horizontal, porque o tempo do instante poético, segundo Bachelard, é aquele cuja “[...] meta é a verticalidade, a profundidade ou a altura (2007, p.100).

Gustavo de Castro propõe que os conceitos de verticalidade e horizontalidade devam ser entendidos não como direções, mas como dimensões. A dimensão horizontal está ligada à superfície, à aparência. A dimensão vertical, à subjetividade. Segundo Castro, ambas se complementam, ou seja, fazem parte da mesma realidade, o que quer dizer que “[...] a superfície contém profundidade” (CASTRO, 2007, p.48).

Na fotografia podemos entender essas dimensões ao analisar o diálogo entre o fotógrafo e o mundo visível e o fotógrafo e suas imagens internas, por exemplo. O primeiro diálogo é da dimensão horizontal, enquanto o segundo, da dimensão vertical ou profunda e, portanto, mais interpretativa e, principalmente, subjetiva. E, como afirmamos anteriormente, o primeiro tipo de diálogo não pode ser entendido sem o acompanhamento do segundo, assim como a dimensão vertical não pode ser entendida separadamente da horizontal.

Para que as duas dimensões se complementem, é necessário que exista, segundo os pensadores da complexidade apontam, uma “[...] visão transversal da realidade em que, simultaneamente, deve ser levado em conta a parte e o todo de cada objeto pesquisado.”(CASTRO, 2007, p.49). Essa visão transversal é, como propõe Gustavo de Castro, o espaço do *Aberto*: “Aberto é aquilo que não restringe, não impede, não tem limite [...]”. (2007, p.50). Voltando à fotografia, não podemos esquecer que nas dinâmicas dialógicas que propusemos aqui a visão conjunta da parte e do todo pressupõe uma contextualização e o entendimento de que aquilo que é fotografado é recortado do restante da realidade visível segundo a escolha subjetiva do fotógrafo. Por sua vez, o fotógrafo, para realizar esse recorte, deve estar *aberto* ao aceno do inusitado no cotidiano,

deve permitir deixar-se levar pela contemplação e pela experiência estética do instante em que reconhece esse aceno, não importando se esse instante, cronologicamente, é longo ou curto. O que define esse instante é a *profundidade* da experiência subjetiva, determinada pela *aisthesis*, sobre a qual já falamos aqui, e que, segundo Maria Beatriz Medeiros, significa um “[...] estar aberto ao sensível do mundo.”

Ao admitirmos estar abertos ao sensível do mundo, podemos nos sentir como parte desse mundo, vivenciando-o, assim como propõe Heidegger. Dessa forma, podemos entender o mundo para além da representação, levando em conta, também, a interpretação e as formas individuais de ver, compreender e sentir. Essa dinâmica, portanto, se relaciona com dimensão vertical e profunda proposta por Bachelard. Segundo Castro:

Em Bachelard, a verticalidade é *um princípio de ordem*, um ‘axioma’, *uma lei de filiação, uma escala ao longo da qual experimentamos os graus de uma sensibilidade especial*. Isso quer dizer que a verticalidade é o eixo fundamental da vida: *a vida da alma, todas as emoções finas e contidas, todas as esperanças, todos os temores, todas as forças morais que envolvem um porvir*. Tudo aquilo que realmente vale a pena *tem uma diferencial vertical*. (2007, p.55)

Se Lissovsky entendesse a duração sobre a qual fala por uma perspectiva vertical, desvinculada de seu aspecto cronológico, veria que sua tese de que devemos entender o instante de forma inseparada do contínuo, poderia concordar com a teoria do instante poético bachelardiano. O autor tanto entende a duração sob seu aspecto cronológico que, ao assumir como hipótese que o instante exista, ele faz uma crítica àqueles que não acreditam no instantâneo, baseando-se apenas em critérios técnicos:

Assumo, por ora, que existe o instante. [...] Para que ele prevaleça é preciso recusar primeiro o argumento falacioso de que não existe instantâneo, pois toda exposição fotográfica ‘dura’ alguma coisa. Essa duração objetiva, no entanto, é verdadeiramente uma abstração: uma abstração cronométrica. Nossa acuidade perceptiva é limitada. A fotografia transpôs esse limiar da indiscernibilidade na década de 1870. (LISSOVSKY, 2008, p. 40)

O instante poético não se refere a “acuidades visuais” ou progressos da fotografia e suas câmeras. No entanto, também não é totalmente desprovido de duração. O instante poético tem uma duração própria, que é a duração da experiência estética. No instante em que o contemplador reconhece o aceno do inusitado no mundo visível, não importa sua duração cronológica horizontal, mas sim sua duração vertical, profunda e subjetiva. Esse instante pode ter durado, cronologicamente, apenas alguns segundos, menos até, mas a duração da intensidade da experiência estética individual por ele proporcionado é o que

realmente conta. Esses instantes “[...] removem o ser da duração comum.” (BACHELARD, 2007, p.105). Ao reconhecer esse aceno do mundo, relacionando-o com o seu imaginário individual, o contemplador e o fotógrafo demonstram a sua sensibilidade poética.

É justamente isso o que acontece na fotografia. O próprio Lissovsky afirma que “O ‘decisivo’ em Cartier-Bresson, diz menos respeito a um momento da evolução das formas no tempo, mas à implicação de uma escolha no ato fotográfico [...] O aparelho fotográfico é o ‘mestre do instante’, ‘questiona e decide ao mesmo tempo’.” (2008, p.77) Essa escolha no ato fotográfico depende do fotógrafo, da experiência vivida no instante do aceno metafísico. Quando o autor usa as palavras de Cartier-Bresson sobre o aparelho ser o ‘mestre do instante’ nós, ao contrário, propomos que quem deve ser o mestre desse instante é o fotógrafo que manipula o aparelho e que, sob o efeito do instante poético, vivenciando sua experiência, “questione e decida ao mesmo tempo”, criando novas visibilidades para a realidade. O homem, fotógrafo ou espectador, age como sujeito e objeto de forma quase instintiva, despertado por um instante poético. A duração cronológica desse instante e dos que se seguem a ele não importa. Até porque essa duração é ínfima cronologicamente, e por isso é tão importante levarmos em conta o papel da intuição e do envolvimento do fotógrafo com o ambiente a ser fotografado. São eles que acabam por determinar o momento do clique.

E é justamente por trabalhar sobre o momento, que a fotografia hoje se faz única na função de representar a realidade. O momento fotográfico, nunca é demais lembrar, é o momento intuído. A fotografia é uma fatia muito rápida da realidade. Mais rápida, aliás, do que pode perceber conscientemente o olho humano. Por isso mesmo, escolher o momento exato só é possível a partir do envolvimento do fotógrafo com a cena que se desenrola no visor. (GURAN, 1999, pp. 52, 53)

Mesmo com a fotografia digital, em que o papel de pós-produção tem um grande peso, o instante poético ainda é – ou deveria ser – o momento em que nasce a imagem final. É no instante poético que o fotógrafo concebe a imagem mentalmente, não no momento da manipulação digital. Na pós-produção a imagem já foi concebida, está na mente do fotógrafo, e esse apenas se utiliza das possibilidades da manipulação digital para fazer os ajustes necessários que o permitirão chegar à imagem desejada presente em seu imaginário. Se a imagem não foi pré-concebida pelo fotógrafo, interiormente, ele corre o risco de ceder às possibilidades do aparelho, nesse caso o *software* de edição, e acabar por produzir um fruto de uma experimentação técnica e não de sua criação

subjetiva. Por isso a importância do instante poético como elemento fundante e precedente do ato fotográfico.

Esse instante, então, pressupõe o diálogo do observador/fotógrafo tanto com o mundo visível quanto com suas imagens mentais. E só assim poderia ser, portanto, um instante poético. Minor White diz que “Ao não existir um equivalente exato para a palavra poético em fotografia, sugeriremos a palavra visão, querendo significar com ela não somente ver fora, mas também ver dentro.”¹²⁴ (WHITE, 1963 *in* FONTCUBERTA, 2003, p.251)

A decisão no instante poético, portanto, não pode ser reduzida a um simples ato. Ela é o reflexo de uma experiência estética que tem uma duração desvinculada da duração cronológica. Bachelard, ao relacionar o instante ao ato, o faz baseado na ideia de vontade, “[...] na consciência que se empenha em decidir o ato” (2007, p.26). Consciência que pode até mesmo agir de forma inconsciente, se é que podemos dizer isso, por ser tomada pela experiência estética, da ordem da intuição. Essa vontade ou consciência empenhada na decisão do ato constitui a ação.

Então, a ação que, segundo Bachelard, “[...] se desenvolve por trás do ato entra já no domínio das consequências lógicas ou fisicamente passivas.” (2007, p.26). O ato, portanto, está ligado principalmente ao aspecto físico. Na fotografia seria o simples apertar do botão. Já a ação engloba tudo aquilo que se desenrola antes do ato, levando até esse momento. A ação se desenrola no instante poético.

Retomando outra crítica de Lissovsky, o autor diz que o instante seria o lugar de inaugurar uma ação, mas jamais de consumá-la - ato. No entanto, o autor se esquece de que os instantes se sucedem. Se num primeiro instante há a decisão e a vontade - a ação que precede o ato -, o instante seguinte pode se concretizar no ato em si. Bachelard reconhece a importância da ação, necessária para dar consistência ao ato, o que não quer dizer que ele desconsidere o ato. E assim, entendemos porque Bachelard, baseado nas ideias de Roupnel, defende que o instante encerra uma contemplação ativa e não passiva, o que também corrobora o pensamento de Heidegger sobre a forma que devemos conceber o mundo como imagem, contemplando-o sem deixar de fazer parte dele.

Veremos então que a vida não pode ser compreendida numa contemplação passiva: compreendê-la é mais que vivê-la, é efetivamente impulsioná-la. Ela não corre ao longo de uma encosta, no eixo de um tempo objeto que receberia como

¹²⁴ “Al no tener un equivalente exacto para la palabra poético en fotografía, sugeriremos la palabra visión, queriendo significar con ella no sólo ver afuera sino también ver adentro.”

um canal. É uma forma imposta à fila dos instantes do tempo, mas é sempre num instante que ela encontra sua realidade primeira. (BACHELARD, 2007, p. 27)

No caso da fotografia podemos falar do instante em que o fotógrafo reconhece o aceno do mundo, ou seja, o instante em que nasce a sua vontade, e do instante seguinte em que temos o ato: o apertar de um botão. São dois instantes distintos. No primeiro o fotógrafo visualiza mentalmente a sua foto, que ainda não existe. No segundo momento, ao apertar o botão, ele concretiza sua vontade e não há mais nada que ele possa fazer. “Portanto, fotografar é efetivar um reconhecimento antecipado: aquilo que é visto não pode mais ser fotografado, porque já passou.” (GURAN 1999, p.18). O próprio Lissovsky fala sobre essa dinâmica quando se refere ao fetiche fotográfico:

O fetiche fotográfico não é outra coisa que não o *a posteriori* da espera. O seu “retorno” do futuro para o passado, daquilo que na espera uma fotografia *terá sido*. Nesse percurso em direção ao clique, imagina Durand, as fotografias se fazem imagem-pensamento: ‘é este desequilíbrio (esta claudicação temporal) que a fotografia tenta pensar e tornar visível, imagem de um pensamento dentro do instante onde ela busca retornar sobre ela mesma, capturar ela mesma.’ [...] É na abertura para o futuro que a fotografia ainda pensa. (LISSOVSKY, 2008, p.210)

Lissovsky afirma que “Na duração da espera, o tempo devém instante”. (2008, p.60). Mais uma vez vemos que o autor toma a duração por seus aspectos cronológicos, pois considera que o tempo só é instante quando no momento da espera. Toda espera tem uma duração, que pode ser medida pelo tempo cronológico ou não. Mas não é isso o que importa para o instante poético. A partir desse ponto de vista, toda espera é um instante, seja uma espera longa ou extremamente rápida. A duração cronológica dessa espera e, conseqüentemente, do instante poético, é determinada por quem a sofre.

Queremos deixar claro que a aceitação do instante poético não quer necessariamente acabar com a duração. Bachelard, citando Roupnel, considera a duração uma “poeira de instantes”, como já expusemos aqui. Ou seja, existe uma duração formada por uma sequência de instantes, no entanto, Bachelard ressalta que “[...] a duração depende sempre de um ponto de vista. [...] A memória, guardiã do tempo, guarda apenas o instante; ela não conserva nada, absolutamente nada, de nossa sensação complicada e factícia que é a duração.” (2007, pp.38, 39)

Lissovsky atribui um caráter paradoxal ao instante e se utiliza das palavras de Philippe Dubois para isso:

“[...] a noção de instante (único, pontual, etc.), tantas vezes dada como consubstancial à própria ideia que se tem do ato fotográfico, é de fato uma noção

menos evidente e menos simples do que parece, em particular porque não exclui uma certa relação com a duração, nem a existência de uma grande mobilidade interior. (1994, p. 166 *apud* LISSOVSKY, 2008, p. 43)

Também acreditamos que o instante poético não exclui a duração, mas essa é uma duração não cronológica. Se observarmos no livro *O ato fotográfico* de Dubois, ele diz:

[...] o fragmento de tempo isolado pelo gesto fotográfico, a partir do momento em que é capturado pelo dispositivo, tragado pelo buraco (pela caixa) negro (a), passa de uma só vez, definitivamente, para o ‘outro mundo’. E começa a jogar uma temporalidade contra uma outra. Abandona o tempo crônico, real, evolutivo, o tempo que passa como um rio, *nosso* tempo de seres humanos inscritos na duração, para entrar numa temporalidade nova, separada e simbólica, a da foto: temporalidade que também *dura*, tão infinita (em princípio) quanto a primeira, mas infinita na imobilidade total, congelada na interminável duração das estátuas. A pequena porção de tempo, uma vez saída do mundo, instala-se para sempre em algo como o *fora-de-tempo da morte*. Parada (definitiva) em imagem. (DUBOIS, 2006, p.168)

Dubois se refere aí a uma temporalidade que abandona o tempo crônico e evolutivo para entrar numa dimensão mais simbólica, ou seja, numa dimensão de interpretações e ressignificações, de duração subjetiva, assim como também é a duração do instante poético. A partir dessa reflexão, podemos supor que ao recortar um fragmento do tempo, ou seja, ao capturarmos um instante, podemos retê-lo e, assim, ter a possibilidade de contemplá-lo. Susan Sontag afirma que as “[...] fotos podem ser mais memoráveis do que imagens em movimento porque são um nítida fatia do tempo, e não um fluxo. [...] Cada foto é um momento privilegiado convertido em um objeto diminuto que as pessoas podem guardar e olhar outras vezes.” (2004,p.28). Dessa forma, apropriando-se desse fragmento, entramos em contato com uma pequena fração do tempo, do ser e do mundo, que, no cotidiano sem pausas, passa despercebida, não contemplada – já que a reflexão e a contemplação são cada vez mais colocadas em segundo plano frente ao imediatismo dos acontecimentos.

Somente a fotografia é capaz de fixar um momento fugidio, em constante transformação. E quando esse momento se esvai, não há nada que o faça voltar. No entanto, a contemplação de uma imagem por aquele que vivenciou o momento, pode fazê-lo “voltar”, na dimensão do prazer estético e das imagens internas. Luis Humberto diz que “Fotografar é reduzir a complexidade a um momento do tempo [...]. Diante do mesmo fato visível, cada indivíduo reage de modo diverso.” (2000, p.45). De modo que, para o autor, esse instante em que reduzimos a complexidade, “[...] acontece quando se

dá o encaixe entre os significados descobertos no objeto de nosso interesse e alguma coisa preexistente dentro de nós.” (2000, pp. 45, 46). Ou seja, quando existe um diálogo entre o mundo visível e o mundo interno do fotógrafo ou do observador.

A fotografia, portanto, se apresenta como forma de capturar essa ínfima porção de tempo, que, congelada, pode ser minuciosamente observada. Luis Humberto também afirma que:

Por sua natureza fragmentária, a fotografia permite-nos a reavaliação de uma realidade, pela recuperação de valores perdidos na invisibilidade do convívio cotidiano. A fotografia lida – o tempo todo – com o corriqueiro e o preexistente, comprometida com a constante reinvenção dos espaços e com a construção de uma poética do banal. (HUMBERTO, 2000, p. 41)

Acreditamos que a fotografia é uma forma de conhecimento. No entanto, para compreendermos melhor essa afirmação, devemos entender como se dá a apreensão do instante. O que faz com que o fotógrafo queira eternizar um determinado momento e não o anterior ou o imediatamente seguinte?

Ao escolher um determinado instante, o fotógrafo entra na dimensão vertical do tempo; de um tempo interrompido e que desvela um ponto específico da aparente realidade. O fotógrafo, assim como o poeta, encontra simultaneidades que juntam seus estímulos externos, vivenciados no mundo, com as suas imagens mentais ou interiores preexistentes. Para perceber essa simultaneidade é necessário se valer da sensibilidade, deixar-se levar pela experiência vivida esteticamente. Walker Evans, fotógrafo americano que documentou a sociedade americana durante a época da Grande Depressão, dizia que o seu trabalho se tratava de um tipo de fotografia “documental transcendental”, uma fotografia “[...] fruto do contato entre a realidade externa e o espírito interno”¹²⁵ (FONTCUBERTA, 2003, p. 45).

É a voz interior do fotógrafo que reconhece o novo no cotidiano e que nos torna capazes de ver e ouvir o que o Universo tem a nos mostrar além da aparência visível do real. O mesmo processo ocorre com as outras artes e por isso defendemos que não há dúvidas de que a fotografia é, também, uma forma de arte. “A arte é a escuta dessa voz interior. [...] Ela nos conduz ao sítio primordial de nosso Ser e ao Lugar imenso no qual estamos no Universo inteiro” (BACHELARD, 2007, pp. 96, 97). O que torna a arte

¹²⁵ “fruto de un contacto entre la realidad externa y el espíritu interno”

original, por sua vez, é a maneira como o artista expressa essa voz interior, a maneira como ele capta as impressões sutis do mundo que o rodeia.

A meta dos melhores fotógrafos, assim como a de todos os verdadeiros artistas, não é só a de produzir uma imagem, mas de gravar em seu positivo a impressão que sentem diante da presença do tema e transmiti-la aos demais. [...] Em um sentido amplo todos os artistas são impressionistas. Não retratam o objeto em si, mas o que têm consciência de ver.¹²⁶ (CAFFIN, 1901, *in* FONTCUBERTA, 2003, p. 97)

Assim como o pintor se utiliza de pincel e tinta, o fotógrafo usa a câmera como forma de expressão. Ela é a sua técnica. Por isso a importância de conhecer suas funcionalidades e conhecer a linguagem fotográfica, pois, no momento em que algo se revela a nós no cotidiano, se não dominarmos a técnica, não nos deixamos levar pela sensibilidade.

E, assim, a fotografia seria apenas uma técnica que permitiria apreender os momentos importantes para nós, apenas por sua função social, e não pela experiência que essa situação provoca. Não seria movida por uma sensibilidade despertada por aquele momento, mas, sim, pela vontade de eternizar um instante que constituirá parte da memória meramente iconográfica do fotógrafo. Entendida dessa maneira, a fotografia se comporta como um espelho fiel do real. Sem a sensibilidade não vivenciamos a experiência. E, mais adiante, ao tentarmos lembrar o momento eternizado na fotografia, ela não nos dirá nada além do que se pode ver nos aspectos formais e físicos ali mostrados: as pessoas, suas roupas, suas posições. As fotos posadas de casamentos, batizados, aniversários, nada mais são do que um registro de um evento, para quem não vivenciou aquela experiência. Registro não criativo e não sensível, mas social.

Apesar de dotada de certa característica estética, como já ressaltamos aqui fazendo uso das palavras de Bourdieu, essa “fotografia social”, preocupada com o fortalecimento dos laços sociais e das identidades móveis, não pode ser encarada como forma de geração de conhecimento pelo sensível, assim como falávamos anteriormente da fotografia baseada numa estética do instante, da experiência e ligada à voz interior do fotógrafo. Ela se posiciona mais como uma fotografia preocupada com a duração cronológica, com o registro e a possibilidade da preservação formal da memória e não

¹²⁶ “La meta de los mejores fotógrafos, así como la de todos los verdaderos artistas, no es solo la de producir una imagen, sino la de grabar en su positivado la impresión que sienten ante la presencia del tema y transmitir ésta a los demás. [...] En un sentido amplio todos los artistas son impresionistas. No retratan el objeto mismo, sino lo que tienen conciencia de ver.”

sensorial. Desprovida da experiência do instante, essa imagem não desperta reflexão; não convida à contemplação. As análises feitas sobre ela são superficiais, formais e, portanto, não podem chegar à essência – como propõe Heidegger - da aparência ali capturada.

Como já explicamos aqui, para o filósofo Heidegger, a imagem que se pauta por uma estética da experiência, que se relaciona com as imagens interiores do fotógrafo e de seu contemplador são mais que uma mera representação. A imagem de algo pode ser mais real que seu próprio referente, por revelar-lhe o que existe além da aparência constituindo-se, assim, numa forma de conhecimento mais *profunda*.

Fazer-se imagem de algo quer dizer pôr o ente mesmo, no modo como está no seu estado, diante de si, e, enquanto posto desta forma, tê-lo constantemente diante de si. Mas falta ainda uma determinação decisiva na essência da imagem. ‘Temos a imagem de algo’ não quer apenas dizer que o ente nos é em geral representado, mas que ele, em tudo aquilo que lhe pertence e que nele está reunido, está diante de nós como sistema. [...] Imagem do mundo, compreendida essencialmente, não quer, por isso, dizer uma imagem que se faz do mundo, mas o mundo concebido como imagem. (HEIDEGGER, 2002, pp.112, 113)

A fotografia, portanto, é um meio que possibilita o conhecimento pelo sensível, assim como outras formas de arte, unindo razão e poesia na apreensão do instante possibilitando sua posterior contemplação. A imagem é entendida como forma de conhecimento, como um dos elementos que faz parte da nossa vivência e experiência. “O conhecimento é um processo cumulativo de experiências que atravessa o tempo” (HUMBERTO, 2000, p.28). É exatamente isso que faz a fotografia, congela um momento, uma experiência vivida para que ela resista ao tempo e assim possa ser contemplada mais tarde, despertando a reflexão e abrindo o caminho para o saber.

A imagem contemplativa é aquela também realizada na síntese do instante, que reflete a identidade do fotógrafo, não essa identidade móvel e instável tão característica de nossa sociedade pós-moderna, mas a identidade do ser; a identidade fundante.

O que se observa hoje com o desenvolvimento tecnológico das câmeras digitais, celulares, álbuns e comunidades virtuais voltadas para fotografia é a predominância de uma fotografia superficial que acompanhe o ritmo das constantes mudanças. E assim, o que se tem como resultado da facilidade em tirar uma foto, expô-la para os amigos na internet e substituí-la constantemente por fotos mais recentes, é que não apenas a fotografia se tornou um produto de consumo, mas também o instante passou a ser consumido e não contemplado.

O tempo, desvinculado do espaço – tornado produto -, passa a ser consumido constantemente. Não podemos parar e, assim, não conseguimos viver o instante poético de Bachelard, mas o instante pós-moderno que se constitui numa experiência fugaz e superficial que, quando a percebemos, ela já passou, já está datada e outra experiência nos chama. Esse instante nos lembra o conceito de tempo real de Druckery, exposto anteriormente, em que o autor nos alerta para o perigo de entrarmos em um ciclo de consumo de imagens sem pausas, levando a um acúmulo de informação sem reflexão.

Esse instante, portanto, não se estende verticalmente, mas horizontalmente - cronologicamente. E como sua duração é ínfima, ele se apresenta, na verdade, como um ponto sem profundidade. É apreendido somente como forma de promover uma interação social no futuro, mostrando ao outro todas as experiências “intensamente” vividas e construindo uma identidade multifacetada de um indivíduo em constante movimento. É aí que entra a fotografia. Ela serve como registro desses momentos voláteis, experimentados superficialmente e que duram somente até o próximo momento importante para a construção de uma de suas identidades, quando, então, a identidade anterior será descartada.

No *flickr* vemos uma dinâmica de substituição frenética de imagens, que seja capaz de acompanhar as mudanças constantes de postura e identidades sofridas pelo sujeito pós-moderno, contemporâneo ao que Bauman (2001) chama de a época da modernidade-líquida.

Os grupos voltados ao culto da *lomografia* (já citada aqui), por exemplo, que se pautam por uma fotografia do acidental e que chegam a apresentar resultados interessantes, na verdade têm seu interesse ligado ao espírito fluido da pós-modernidade, de identidades e momentos fugazes e sem profundidade. Basta observarmos o que propõem como suas dez regras básicas¹²⁷: 1) Leva a tua *Lomo* onde você for; 2) Fotografe a qualquer hora do dia ou da noite; 3) A *Lomografia* não interfere na sua vida, ela é parte dela; 4) Aproxima-te o mais 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.

Suas imagens não provêm de uma captação do instante em que a realidade entra em contato com a voz interior do fotógrafo, mas sim de um instante que possa ser lido e compreendido rapidamente, para que o próprio fotógrafo e os demais possam consumi-las

¹²⁷ Regras disponíveis em: <http://lomos.com.br/blog/lomografia-as-10-regras-basicas/>. Acessado em 22.07.09

e se convencerem daquela configuração identitária momentânea. Esse processo acaba por se transformar em um ciclo, pois, devido à sua efemeridade, não se abrem brechas à reflexão e acabamos por perder a visibilidade sobre o mundo e sobre nós mesmos. E sem visibilidade não compreendemos, não temos referências, o que nos leva a correr contra o tempo (outra vez) em busca de novas visibilidades para o mundo e para nós; para nossa identidade. E, assim, seguimos contribuindo para a consolidação de uma sociedade rasa e frágil, incapaz de ser vivenciada imgeticamente e incapaz de entrar em contato consigo mesma - vide o tipo de comentário que em geral as imagens suscitam na comunidade *flickr*, por exemplo. Esses comentários não levam em conta sua capacidade de captarem o mundo e de revelarem algo sobre ele mas reduzem-se a detalhes formais ou técnicos dessas imagens.

Por isso, defendemos aqui, acima de tudo, que o caminho a ser tomado pela linguagem fotográfica nas comunidades virtuais e na internet se apoie na experiência do instante poético (tal como o descreve Bachelard) e que promova o encontro do ente com o ser (como propõe Heidegger). Assim, poderemos perceber os múltiplos caminhos possíveis de interpretação da realidade e possibilitar um maior entendimento do mundo como um todo, provando que é possível, sim, unir razão e poesia na construção do conhecimento. Dessa forma, através da fotografia, o homem não precisaria abdicar de sua sensibilidade para progredir, podendo, assim como o acredita Hölderlin, habitar a terra de forma poética e, enquanto poeta, “[...] refazer o mundo por imagens, por eflúvios, por afeto” (BARROS, 2007, p.23).

4.2. Exemplos de sites e comunidades virtuais voltadas para fotografia.

Ao procurar sites e comunidades virtuais voltadas para fotografia na internet, vemos que, além dos já mencionados, existe também um grande número de fóruns e *blogs*, o que mostra que os usuários de internet têm se valido da possibilidade de emitir opiniões e postar material na rede para se pronunciar. Mas assim como fizemos com o *flickr*, nós procuraremos analisar alguns desses sites, fóruns, comunidades e *blogs* de grande uso na internet para melhor compreensão de como as ferramentas e o espaço de manifestação aí disponibilizados estão realmente sendo usados.

A comunidade virtual fotolog (www.fotolog.com.br), pertence ao grupo *Google* e é um exemplo de uso da fotografia com fins apenas sociais. À diferença do *facebook* e do *orkut*, em que o principal meio de comunicação é pela escrita, os membros do *fotolog* usam fotografias para montar seus perfis e estabelecer contatos em rede. O exemplo mais comum de uso desse *site* é o de perfis que postam imagens próprias, tiradas em momentos privados, ou em festas e eventos com outros amigos com algum comentário explicando um pouco sobre a foto. Qualquer outro usuário do *site* pode comentar a foto. O site também dá a possibilidade de adicionar amigos e criar grupos.

Um dado interessante que vemos logo na página principal do site é o ‘*Fotolog Star*’. Essa funcionalidade chama os usuários com o slogan: *Become Famous!* (Fique famoso). Ao clicar no banner, o usuário tem a possibilidade de enviar uma foto sua com uma pequena descrição. Essa foto aparecerá durante 24 horas na página principal e em mais duas outras páginas da comunidade, sempre dentro do *banner* do *Fotolog Star*. O usuário deve pagar para isso a quantia de R\$ 4,99. O mais incrível é que existe uma galeria mostrando quem foi *Fotolog Star* nos últimos sete dias, e lá encontramos 42 membros¹²⁸.

¹²⁸ http://flog.fotolog.com.br/fotologstar_gallery - site acessado no dia 29.07.09.

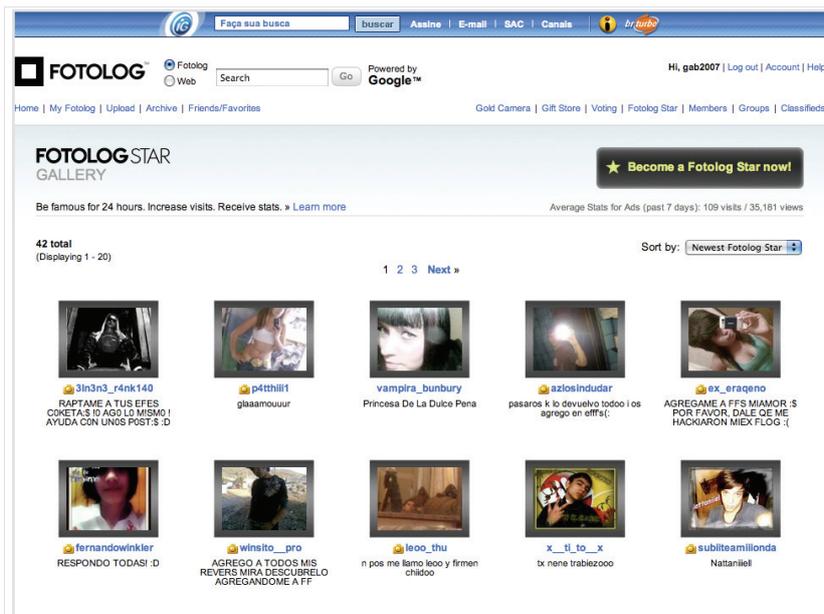


Fig. 99: Página da galeria do *Fotolog Star*



Fig. 100: Página de usuário do *fotolog*
http://www.fotolog.com.br/vampira_bunbury/24326206 - acessado em 29.07.09.

O *fotolog* também permite a criação de grupos com interesses em comum. Existem 12.967 grupos¹²⁹ classificados em várias categorias. A categoria com maior número de grupos é a ‘Pessoas e Estilos de Vida’, com 4.519 grupos. Essa categoria também é composta das subcategorias: ‘Corpos’, ‘Emoções’ e ‘Amigos’, entre as quais a de ‘Emoções’ contém maior número de grupos. Voltando às categorias, a segunda que

¹²⁹ Todos os dados sobre grupos foram obtidos no dia 30.07.09.

contém maior número de grupos é a de ‘Entretenimento’, seguida, respectivamente, pelas de ‘Arte Fotográfica’, ‘Vestuário e Moda’, ‘Arte, Cultura e Sociedade’, ‘Esportes’, ‘Animais e Natureza’, ‘Lugares e Viagens’, ‘Escolas e Associações’, entre outros.

A comunidade também indica quais são os grupos mais populares dentro de cada categoria. Dentro da categoria ‘Pessoas e Estilos de Vida’, o grupo mais popular é o ‘*Piercingplace*’ (‘Lugares com *piercing*’). Na categoria ‘Vestuário e Moda’, o grupo mais popular é voltado à personagem *Hello Kitty*, e na categoria ‘Arte Fotográfica’, o grupo que mais se destaca é o ‘Olhos’. Portanto, percebemos que os usuários se utilizam das categorias e grupos como forma de criar um relacionamento social baseado principalmente na exploração da própria imagem. A postura dos usuários aqui é, portanto, justamente aquela que mencionamos de *Narcisos*.

Outra comunidade virtual voltada para fotografia é o *Devian Art* (www.devianart.com). Na verdade, o site é voltado para várias formas de arte, como ‘Filmes e Animação’, ‘Arte Tradicional’, ‘Artesanato’, ‘Designs e Interfaces’, ‘Arte de Desenvolvimento de Jogos’, ‘Literatura’, ‘Desenhos e Quadrinhos’, ‘Mangás’ e, também, ‘Fotografia’. Os membros podem adicionar amigos, montando a sua rede social, e também podem participar de grupos, apesar de não ser esse o foco principal da comunidade. O *Devian Art* se apresenta como uma espécie de ‘vitrine’ para que o usuário possa expor seus trabalhos em seu portfólio pessoal e possa colocá-los a venda ou deixá-los disponíveis para *download*, se quiser. O foco do *site*, portanto, não é o estabelecimento de laços sociais, apesar de eles existirem, mas servir como uma ferramenta de propaganda de trabalhos considerados artísticos por seus realizadores. Na comunidade os membros também podem comentar os trabalhos uns dos outros, no entanto, os comentários são quase sempre de elogios expressados por meio de adjetivos.

O *Devian Art* parece estimular uma busca pela popularidade dos trabalhos expostos. Na página principal do *site*, ficam expostos os trabalhos mais populares (mais vistos) postados nas últimas 8 horas. As páginas de cada categoria também exibem as fotos mais populares, refletindo uma preocupação da comunidade. Quanto mais populares, mais admirados e mais facilmente vendidos são os trabalhos. Não há discussão sobre a fotografia. Os objetivos aqui são apenas os de consumo e publicidade.

Outro tipo de *site* voltado para fotografia e que é muito utilizado são os fóruns. Entre eles, o mais conhecido em âmbito mundial é o *Photo.Net* (www.photo.net), que na verdade é um *site* com outras funcionalidades além do fórum, mas essa é a mais usada do *site*. Um fórum muito conhecido no Brasil é o *Brfoto* (www.brfoto.com.br). Esse é um

exemplo de fórum mesmo, em que as perguntas mais comuns são relacionadas a dúvidas técnicas ou de equipamentos, e por isso não nos aprofundaremos numa análise desse fórum.

No *Photo.Net* existem várias categorias de fóruns, voltadas a questões técnicas, de equipamentos e sobre outros temas gerais relacionados à fotografia. As categorias com maior participação são a ‘Crítica Fotográfica’ e a ‘Nikon’ (lista completa de categorias: <http://photo.net/community/>)¹³⁰. A categoria de ‘Crítica Fotográfica’ tem uma proposta interessante de permitir que o usuário classifique sua foto, de acordo com algumas *tags* determinadas e que os demais usuários a comentem. As *tags* com maior número de fotos em ordem decrescente são: ‘Paisagens’, ‘Retratos’, ‘Natureza’, ‘Street’, ‘Viagens’, entre outras. Apesar da proposta ser interessante, muitas dessas fotos submetidas à crítica não chegam a receber nem, ao menos, um comentário.

Outra categoria do fórum é a ‘Discussão da Foto da Semana’. Nessa categoria, pelo tempo que a foto fica disponível aos comentários, durante uma semana, percebe-se uma maior participação dos usuários. Aí também podemos encontrar alguns comentários superficiais, no entanto, grande parte deles se aprofunda um pouco mais em suas análises, tanto em relação a questão técnica quanto em relação a interpretação particular da imagem. O interessante é notar que, em alguns casos, o fotógrafo responde aos comentários e desenvolvem-se comentários paralelos entre usuários distintos, que trocam ideias entre si. Essa troca enriquece o debate sobre a foto, traz à tona várias formas de compreendê-la, bem como maneiras diferentes de explorá-la tecnicamente e contribui para um melhor entendimento daquela realidade recortada na imagem.

Uma foto postada no dia 16 de março de 2009 tem uma discussão bem interessante que questiona seu conceito, além de questões técnicas como a composição e a iluminação, por exemplo. Um dos usuários, Landrum Kelly, ressalta o tom crítico da foto, chamando atenção para seu título, *Education*: “Sim, isso é educação – educação de como manipular mulheres. Tal pai, tal filho – ensinando por meio do exemplo, tipicamente. O filho aprende olhando como o pai faz, usando mulheres e depois jogando-as fora.”¹³¹. Logo em seguida o autor da foto confirma a interpretação do usuário, dizendo

¹³⁰ Site acessado em 29.07.09.

¹³¹ Yes, this is education - education as to how to manipulate women. Like father, like son - teaching by example, typically. The son picks it up from watching how Dad does it, using up women and then throwing them away. - opinião do usuário Landrum Kelly, disponível em (<http://photo.net/photo-of-the-week-discussion-forum/00Slug>)

que ele conseguiu captar o conceito que o fotógrafo quis passar. O mesmo usuário, então, volta a dialogar com o fotógrafo:

Para mim essa imagem não defende tanto uma posição política particular como representa a realidade: essa é a maneira pela qual as pessoas realmente usam pessoas (e alguém pode achar um jeito de reverter isso, para que sejam as mulheres que usem as cordas, se alguém assim o escolher). Consequentemente, o ponto não é discutir a favor ou contra o feminismo aqui, mas reconhecer que de alguma forma a foto é sobre manipulação, e eu não quero dizer manipulação digital, etc., mas o CONCEITO de manipulação (nesse caso de um homem manipulando uma mulher, mas em outro caso possivelmente o reverso, ou algum outro tema, como banqueiros de Wall Street ou publicitários da Madison Avenue manipulando consumidores, etc. *ad infinitum*). [...] ela (a foto) “fala” sobre “educação” de uma maneira não didática.¹³²



Fig. 101: **Education**. Foto de Andi Popescu, postada em 16 de março de 2009
<http://photo.net/photo-of-the-week-discussion-forum/00Slug>

O *Photo.Net* ainda disponibiliza uma área de Galeria com fotos dos membros do *site*, aonde cada membro pode ter um portfólio. As fotos podem ser avaliadas pelos outros usuários e são classificadas de acordo com as avaliações recebidas. Existem ainda áreas voltadas para técnicas fotográficas e equipamentos. Os editores do *site* também fazem suas escolhas e as exibem em galerias classificadas sob algumas categorias, como ‘Documental’, ‘Linhas Abstratas’, ‘Paisagens’, ‘Verão’, ‘Shows’, ‘Abstrato’, entre

¹³² To me this image does not so much advocate a particular political position as represent a reality: this is the way people do in fact use people (and one might find a way to reverse it so that it is women wielding the strings if one so chose). Therefore the point is not to argue for or against feminism here, but it is to recognize that in some sense the photo is about manipulation, and I do not mean digital manipulation, etc., but the CONCEPT of manipulation (in this case of a man manipulating women, but in another case possibly the reverse, or some other theme, such as Wall Street bankers or Madison Avenue advertising types manipulating consumers, etc. *ad infinitum*), [...] it “talks” about “education” in a non-didactic way.” Disponível em (<http://photo.net/photo-of-the-week-discussion-forum/00Slug>)

outros. Existe, ainda, um projeto fotográfico mensal, com um tema proposto pelo *site*, do qual qualquer usuário pode participar. O usuário deve postar uma imagem inédita, que não faça parte do *site* ainda e ao fazer parte do projeto do mês, ela pode sofrer os comentários de outros usuários.

O *site* se propõe a ser uma ferramenta útil na discussão sobre a fotografia, com uma postura voltada mais para o debate do que para a formação de comunidades e laços sociais. Existem fóruns e avaliações e não grupos de interesse e formação de redes de contatos. No entanto, é preciso ainda haver uma troca de ideias maior entre os usuários para que se possa realmente aproveitar suas funcionalidades. Muitos membros apenas postam fotos, esperando comentários e avaliações, mas não dão a contrapartida de comentar e deixar a sua opinião sobre as fotos de outros. Eis aí um bom exemplo de possível enriquecimento da linguagem fotográfica, porém, cabe a cada usuário escolher o caminho a seguir dentre as possibilidades oferecidas.

Existem ainda *sites* que exibem portfólios de fotógrafos. O *Masters of Photography* (<http://www.masters-of-photography.com/>), por exemplo, se volta apenas ao trabalho de fotógrafos consagrados, como Ansel Adams, Eugene Atget, Brasaï, Robert Doisneau, Walker Evans, Roger Fenton, William Klein, Robert Mapplethorpe, Sebastião Salgado, Fox Talbot, Garry Winogrand, entre vários outros. Já o *Photography-Now* (http://photography-now.net/international_photography_index/), exhibe tanto um portfólio de fotógrafos consagrados quanto de fotógrafos contemporâneos. Esses *sites* apresentam a vantagem de tornar mais acessível as obras de grandes fotógrafos atuais e consagrados para um maior número de pessoas.

O *site Zone Zero* (www.zonezero.com) tem como foco principal os portfólios de fotógrafos contemporâneos e a área ‘Galeria’, onde são publicados ensaios fotográficos sob a curadoria dos editores do site. Muitos desses fotógrafos exibidos no portfólio não são tão conhecidos, mas encontram ali um espaço para divulgar seus trabalhos – que são classificados segundo as seguintes categorias: ‘Paisagem’, ‘Retrato’, ‘Nu’, ‘Experimental’, ‘Documental’, ‘Street’ e ‘Vários’. O *site* não possui funcionalidades que permitam o comentário das fotos por outros usuários. Ele ainda disponibiliza alguns artigos, centralizados na área ‘Magazine’.

Um *site* chamado *Burn* (www.burnmagazine.org) também tem a proposta de receber ensaios e imagens de fotógrafos contemporâneos não muito conhecidos. Os ensaios são o foco principal do site e permitem comentários por outros usuários. Existe uma área também de fotos selecionadas, igualmente abertas a comentários. O *site* não

funciona como uma comunidade, ou seja, não se adicionam membros formando uma rede social e não existem grupos de interesse, apenas a discussão das imagens e ensaios publicados por meio dos comentários. Todas as fotografias e ensaios passam pela curadoria de um membro da *Magnum*, o fotógrafo David Alan Harvey. Aqui vemos uma proposta de discussão sobre fotografia que é bem utilizada. O fotógrafo pode contextualizar seu ensaio, com um texto, da forma que achar mais conveniente e pode também fazê-lo com cada foto individualmente. Os comentários geralmente são diretos e relevantes e podem conter tanto elogios quanto críticas. Abordam as questões técnicas, principalmente, mas dão muita atenção ao aspecto conceitual também.

Além desses exemplos mostrados aqui, existem ainda uma infinidade de *blogs* e *sites* de fotógrafos individuais ou de grupos de pessoas interessadas em fotografia¹³³, que trazem notícias de eventos, descobertas de novos fotógrafos, artigos, curiosidades, trabalhos próprios, entre tantos outros tópicos. Existe, portanto, uma possibilidade de pegarmos o caminho ‘Através do espelho’, ou melhor, através da tela do computador, que permita um relacionamento proveitoso com a fotografia, de forma a enriquecer a linguagem fotográfica. No entanto, não é sempre esse tipo de uso que verificamos nos *sites*, *blogs*, *fóruns* e comunidades voltadas para fotografia. Um uso mais consciente das possibilidades que temos ao alcance de nossas mãos e dentro de nossas próprias casas levaria a um maior entendimento e enriquecimento da linguagem fotográfica contemporânea e, conseqüentemente, a um maior entendimento de que a fotografia é uma forma de interpretação e de conhecimento tanto do mundo quanto de nós mesmos. Assim, retomamos, mais uma vez, a proposta de Flusser, de que se pense em uma filosofia da fotografia, por ser essa, talvez, segundo o autor, a única forma de uma “[...] reflexão sobre as possibilidades de se viver livremente num mundo programado por aparelhos.” (FLUSSER, 1998, p.96).

¹³³ Alguns exemplos de *blogs* e *sites* brasileiros voltados para fotografia: Trama Fotográfica (www.tramafotografica.wordpress.com), Câmara Obscura (www.camaraobscura.fot.br), Fotoclube f/508 (www.fotoclubef508.wordpress.com), Pictura Pixel (www.picturapixel.com), MyClix (www.myclix.com.br/blog), entre outros.

5. CONCLUSÃO

Ao propor uma pesquisa sobre as configurações da linguagem fotográfica na internet, nos voltamos principalmente às dinâmicas de uso da fotografia em comunidades virtuais, ambiente onde verificamos a existência de um acúmulo de imagens cujo aumento contínuo nos chamou atenção. Nesse cenário de produção desenfreada de imagens, em que tanto as máquinas fotográficas quanto, e principalmente, os meios de distribuição e compartilhamento de fotografias tornaram-se mais acessíveis, procuramos investigar as possíveis alterações nos padrões estéticos da fotografia bem como em sua função como elo social.

Assim, começamos por uma perspectiva histórica da fotografia para entendermos o que levou ao surgimento de uma linguagem fotográfica própria, bem como quais são suas características. Esses dados são extremamente importantes na investigação da linguagem fotográfica contemporânea, inclusive por nos fornecer alguns parâmetros comparativos. A perspectiva histórica também nos ajudou a encontrar as recorrências de determinados usos e práticas da fotografia entendida como símbolo e não como índice ao longo da evolução da linguagem fotográfica de modo a conseguirmos propor caminhos para uma linguagem que se encontra, hoje, em plena transformação e cujos resultados ainda não sabemos quais serão.

Além das comunidades virtuais, outros sites que controlam a venda, distribuição, e uso de fotografias são os bancos de imagens. Por isso, dedicamos um capítulo para a investigação de cada um desses ambientes. Como surgiram, como funcionam, quais as dinâmicas promovidas por seus usuários, etc. Buscamos, durante toda a pesquisa, dar relevância ao papel desses usuários, pois são eles que, sendo fotógrafos profissionais ou amadores, fazem uso da fotografia na contemporaneidade. Dentre as dinâmicas investigadas, aquela que mereceu maior atenção foi a relacionada ao estabelecimento de identidades, promotora dos laços sociais na rede, e como essa preocupação excessiva com o aspecto identitário levou a um esquecimento do papel simbólico da fotografia como forma de conhecimento e de promoção de uma estética fotográfica mais plural.

Por fim, diante desse cenário, e comparando-o aos exemplos que temos, na história da fotografia, de percepções da linguagem fotográfica de forma mais subjetiva (que gera conhecimento e se distancia do pensamento indicial de espelho do real), propusemos o diálogo e a contemplação como caminhos possíveis para que a linguagem fotográfica continue sua evolução rumo a uma compreensão cada vez maior de seu poder interpretativo da realidade visível. Para isso, fizemos uso das teorias de Bachelard sobre o instante poético. De modo contrário, diante da enorme produção acéfala de imagens,

vemos que a linguagem fotográfica pode acabar se encaminhando na direção de uma dinâmica que apenas reforce conceitos e visibilidades estereotipados da realidade, sem questionamento – situação favorável ao funcionamento dos meios de comunicação atualmente, que promovem imagens de leitura rápida e, conseqüentemente, uma estética padrão e não plural.

Assim, levantamos duas perguntas finais que podem ajudar na reflexão de propostas que vão de encontro a um caminho mais expressivo da fotografia: 1) Como as comunidades virtuais podem levar ao diálogo e à contemplação? 2) Como as imagens de comunidades virtuais podem ser uma alternativa à padronização estética das imagens dos bancos de imagem tradicionais?

5.1 Como comunidades virtuais podem levar ao diálogo e à contemplação?

Vimos que a linguagem fotográfica na internet passa por grandes transformações que acompanham não apenas as mudanças tecnológicas mas sociais também. Diante dessas transformações percebemos que se abrem tanto um caminho que entende a fotografia apenas como reforçadora da atual compreensão que temos sobre o mundo visível, baseada em antigos clichês, quanto um caminho que concebe a fotografia como forma de conhecimento das múltiplas visibilidades possíveis da realidade, fruto da interpretação subjetiva daqueles que entendem o mundo como imagem e usam a fotografia nesse processo. A escolha do segundo caminho, como defendemos ao longo de toda a pesquisa, nos leva não apenas a uma realidade mas também a uma estética mais plural, estimulando a troca de informações, de conhecimentos e o questionamento entre pessoas e grupos diferentes. Para tomarmos o segundo caminho, propusemos aqui a escolha de uma relação com a fotografia que promova o diálogo e a contemplação.

O diálogo proposto deve se estabelecer de cinco formas. Primeiramente, supomos que para ocorrer o diálogo entre o fotógrafo e o mundo visível deve existir uma predisposição desse ator em estar aberto (sensivelmente) a captar o aceno do inusitado no cotidiano do mundo visível e essa abertura, para existir, depende do tempo de contemplação, mas não um tempo cronológico como fizemos questão de ressaltar, mas um tempo que é entendido pelo instante poético bachelardiano, de duração vertical (como propõe o filósofo), particular e subjetiva, de acordo com a experiência daquele que o vivencia. Por isso, esse diálogo entre o fotógrafo e o mundo visível não pode existir dissociado do segundo diálogo proposto nesta pesquisa: aquele entre o fotógrafo e suas imagens internas. É esse processo que vai determinar como o fotógrafo vai imprimir a sua interpretação da realidade material na fotografia, por meio de suas escolhas. Nessa relação, chamamos atenção para o papel da experiência. Segundo Heidegger, o homem só se configura como um *ser* a partir do momento em que ele se entende como parte desse mundo, vivenciando suas experiências no tempo e no espaço desse mundo. E, assim, ao conceber o mundo como imagem, na tentativa de compreendê-lo, o homem, numa contemplação ativa – pois contempla-o ao mesmo tempo em que faz parte dele -, tem o mundo diante de si, podendo interpretá-lo subjetivamente a partir de seu papel de sujeito e objeto nessa relação.

Isso nos leva ao terceiro tipo de diálogo que propusemos: aquele que acontece entre o fotógrafo e o aparelho. Para conseguir imprimir a sua interpretação subjetiva da realidade na fotografia, o fotógrafo deve saber manipular o aparelho, fazendo dele um aliado, subvertendo-o e não se rendendo às possibilidades de uso que ele aparentemente oferece. Caso contrário, teremos uma imagem que denota o deslumbramento com as possibilidades do aparelho, muitas vezes fruto do uso não refletido dessas possibilidades.

O quarto diálogo pressupõe uma participação e uma troca de informações entre os próprios fotógrafos. Esse diálogo é importante para o fortalecimento de todos os outros. Abordamos, então, as possibilidades desse diálogo nas comunidades virtuais que se apresentam, em sua concepção inicial utópica, como ágoras virtuais do mundo contemporâneo. No entanto, ao analisarmos o *flickr* e os comentários trocados entre seus usuários encontramos um mau uso das ferramentas de comunicação que disponibiliza. O teor desses comentários não ultrapassa a esfera do superficial, de análises técnicas de aspectos indiciais das fotos. Ali, em sua maioria, os membros da comunidade se esquecem dos aspectos simbólicos das imagens. O que se vê é uma troca de elogios por meio de um emprego excessivo de adjetivos cujo objetivo principal é demonstrar admiração para, assim, também atrair admiradores. E, nesse ciclo, os usuários buscam seguir determinados padrões estéticos – entre eles encontramos características de um estilo que o *The New York Times Magazine* chamou de *flickr style* – para garantir a inserção no grupo, fortalecendo suas identidades, chamando a atenção dos outros membros da comunidade e, conseqüentemente, atraindo comentários, favoritações que tornem seu perfil popular e aumente a sua rede de laços sociais. Encontramos nesse processo uma dinâmica em ciclos, pois a consequência dessa preocupação é a atração dos comentários que exemplificamos acima. E assim a dinâmica se reinicia.

Essa postura leva a uma produção fotográfica narcísica cujo único objetivo é seguir um determinado padrão que garante a popularidade dentro da comunidade e o fortalecimento das identidades e laços sociais. Não por acaso, um dos tipos de fotografia mais comuns no *flickr* é o autorretrato, assim como já mostramos aqui com vários exemplos. Ao seguir esse caminho, os usuários deixam de lado o papel interpretativo e simbólico da fotografia, reforçando um aspecto indicial que acaba por levar a um reforço dos estereótipos.

Dessa forma, percebemos que o último tipo de diálogo que apresentamos, aquele entre a fotografia e o espectador, acaba não acontecendo. Ao invés de estimular a decifração e questionar a realidade visível, a fotografia voltada a um objetivo narcísico e

individual reforça os clichês, e, portanto, não necessita do tempo da contemplação para ser decifrada. Ela é lida de maneira rápida, imediata. Não há troca nem diálogo. Não há contemplação, apenas imposição. Queremos deixar claro que não defendemos nesta pesquisa uma postura elitista de que a manifestação fotográfica de amadores, bem como a ampliação do uso da fotografia seja o causador dessa situação. Como afirmamos, segundo Bourdieu, qualquer uso fotográfico, por mais social que seja, não é completamente desprovido de uma intencionalidade estética, pois de certa forma, representa a vivência de uma determinada experiência. Daí a importância do diálogo, pois somente por meio dele podem ser entendidas essas intencionalidades, mesmo aquelas não decifradas rapidamente, fora de um padrão determinado.

Devido à força desse fator social nas práticas fotográficas das comunidades virtuais como o *flickr*, o diálogo e a contemplação, nesses ambientes, dificilmente irá suprimir a função social da fotografia. Essas práticas (dialógica, contemplativa e social) devem, portanto, acontecer simultaneamente. No entanto, vimos aqui que a mera preocupação em usar a imagem para estabelecer laços sociais pode nos levar pelo caminho dos reflexos inebriantes de Narciso, fazendo com que nos afundemos em nossas próprias imagens e não percebamos as demais nuances do mundo visível. Por isso, o primeiro passo para que as comunidades virtuais possam estimular o diálogo e a contemplação na linguagem fotográfica em rede parece ser o de resgatar o aspecto solidário tão comum às comunidades virtuais do final da década de 70 e início da década de 80, como vivenciado por Rheingold.

Nessa época era mais fácil monitorar o uso das redes sociais. Algumas centenas de pessoas, concentradas principalmente nos Estados Unidos, experimentaram essas ferramentas em seu início e chegavam a consolidar as relações construídas na rede em ambiente *offline* com encontros reais, estreitando os laços sociais e de amizade, o que, por sua vez, ajudava no fortalecimento do caráter solidário das comunidades. Com a expansão do uso de computadores e da internet, milhões de pessoas em todo o mundo passaram a estar *online* constantemente e, conseqüentemente, passou a ser mais difícil extrapolar essas relações virtuais para o mundo real. As relações se tornaram mais fluidas, menos intensas e mais efêmeras, como também aponta Bauman. E assim, a solidariedade entre os membros dessas redes perdeu cada vez mais força. E por caráter solidário entendemos aqui não apenas a ajuda que pode ser oferecida a um outro usuário da comunidade, mas, principalmente o respeito e apreciação por suas opiniões e diferenças.

Solidariedade no sentido de entender que além de um espaço que possibilita a expressão pessoal, as comunidades virtuais são, principalmente, um espaço de troca.

O fortalecimento de uma identidade¹³⁴ muitas vezes se confunde, nessas comunidades, com o fortalecimento da individualidade. Castells defende que:

Afirmção de identidade não significa necessariamente incapacidade de relacionar-se com outras identidades [...], ou abarcar toda a sociedade sob essa identidade (por exemplo, o fundamentalismo religioso aspira converter todo mundo). Mas as relações sociais são definidas *vis-à-vis* as outras, com base nos atributos culturais que especificam a identidade. (CASTELLS, 2008, p. 58)

É por isso que as ferramentas dessas comunidades são chamadas de *colaborativas*. Elas já disponibilizam todas as funcionalidades para que possam ser assim caracterizadas e, para tanto, dependem apenas do uso que é feito delas. O usuário de internet está descobrindo que as dinâmicas de comunicação características do século XX, em que havia um centro emissor da mensagem para receptores passivos, estão desaparecendo. Em seu lugar, surge um sistema de comunicação em que o receptor também é produtor e não recebe mais passivamente a mensagem, mas a interpreta individual e coletivamente. Nesse sistema, a mensagem é segmentada, adapta-se “[...] às ideologias, valores, gostos e estilos de vida. Assim, devido à diversidade da mídia e à possibilidade de visar o público-alvo, podemos afirmar que no novo sistema de mídia, a mensagem é o meio. Ou seja, as características da mensagem moldarão as características do meio.” (CASTELLS, 2008, p.425)

Essa dinâmica justifica o fato de afirmarmos que as comunidades virtuais podem contribuir com o diálogo e a contemplação para o desenvolvimento da linguagem fotográfica dependendo do uso que seus membros atribuam a elas. A partir do momento em que os usuários de comunidades virtuais se apoderarem das possibilidades de expressão descentralizadoras que as redes oferecem e perceberem como podem alterar a forma de interpretar e compreender o mundo visível através de sua própria produção – seja por meio de textos, imagens, produtos audiovisuais, etc. –, as dinâmicas participativas de comunicação se consolidarão, e os próprios meios terão de se adaptar a essa nova realidade.

¹³⁴ Manuel Castells sugere uma boa definição de identidade no contexto da sociedade em rede que analisamos e que também é analisado por ele: “Por identidade, entendo o processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjunto de atributos, a ponto de excluir uma referência mais ampla a outras estruturas sociais.” (2008, pp. 57, 58)

Para tanto, devemos, novamente, nos lembrar de Flusser, que alerta para a necessidade de sabermos manipular o aparelho de forma a não sermos controlados por ele. Vimos que diante do deslumbramento que muitos revelam frente às possibilidades tecnológicas das câmeras e *softwares* de edição e da ampla distribuição e circulação da imagem nos *sites* e comunidades da internet, as práticas fotográficas por vezes sucumbem às facilidades da reprodução desenfreada e sem apelo à reflexão, gerando cifras como as que vemos na página inicial do *flickr* (em torno de 6.000 *uploads* de fotos por minuto)¹³⁵. Por isso devemos superar essa fase do fascínio inicial para conseguir vislumbrar as concretas possibilidades expressivas que temos em nossas mãos, usando as ferramentas disponíveis nas comunidades virtuais como aliadas na construção de uma linguagem fotográfica que se apresente, também, como forma de conhecimento por meio da imagem.

O *flickr*, por exemplo, poderia estimular mais a discussão em torno da fotografia. A exemplo do que faz o *Photo.Net*, se uma comunidade como o *flickr* escolhesse algumas fotos entre as que são expostas no *interestingness* todos os dias, e propusesse um debate em torno daquela imagem por uma semana, por exemplo – para que os usuários tivessem tempo de observá-la e interpretá-la –, o entendimento e o olhar desse usuário sobre a imagem gradativamente evoluiria. Outra possibilidade que poderia ser melhor explorada no *flickr* é o *The Commons*. Sem tirar a possibilidade de que qualquer um possa comentar as fotos de acervos públicos, muitas delas contendo obras de mestres da fotografia, o *site* poderia trazer explicações e interpretações de teóricos da arte e da fotografia, o que agregaria também mais informações relevantes à imagem e ao usuário da comunidade.

Essas são algumas pequenas e simples sugestões, em uma rápida observação sobre as funcionalidades do *site*, que talvez pudessem incentivar o usuário comum a desenvolver seu relacionamento com a imagem. O *flickr* já possui uma interface acessível e de fácil entendimento por parte do usuário, diferentemente do *Photo.Net*, que usamos aqui para comparação. Uma interface não intuitiva dificulta o uso da ferramenta e impede que o membro da comunidade virtual desfrute de todas as possibilidades que ela tem a oferecer. Já falamos aqui sobre a importância da interface para a subversão e o uso consciente dos aparelhos tecnológicos, ainda mais em um mundo em que não apenas a fotografia é mediada pela internet, mas grande parte de nossos relacionamentos sociais.

No entanto, essa observação mais técnica representa apenas o ápice do problema de como usar as comunidades virtuais para estimular a evolução da linguagem fotográfica

¹³⁵ Dado obtido na home do *site flickr* (www.flickr.com) em 18.10.09: 6.997 *uploads* no último minuto.

com base no diálogo e na contemplação. Essas ferramentas do *flickr* citadas acima como exemplo já existem, apenas a forma de usá-las é que sofreria alguma alteração e faria alguma diferença, que, por sua vez, se manifestaria em um maior entendimento das diferentes formas de interpretar o mundo visível.

E talvez este seja o maior aprendizado que as comunidades virtuais possam oferecer ao desenvolvimento da linguagem fotográfica tal como defendemos aqui: o entendimento de que as realidades são diferentes dentro de um mesmo mundo visível; de que podemos e devemos respeitar o diferente e as diversas formas de olhar. É aí que voltamos ao nosso ponto de partida que diz respeito à solidariedade. Se mantivermos o respeito e soubermos apreciar opiniões diferentes das nossas, construindo um diálogo, trocando ideias e despertando reflexões, poderemos contribuir para uma realidade cujo conhecimento seja mais plural e descentralizado.

Não queremos exigir aqui que o fotógrafo amador e usuário das redes sociais pratique a fotografia apenas se for detentor de uma base teórico-filosófica voltada à área. Já deixamos claro que essa prática – a fotográfica - não tem como se desvincular de seus usos sociais. No entanto, se o usuário passar a se preocupar com a recepção de sua imagem por outros membros, sabendo que a sua experiência de mundo é mostrada naquela fotografia como uma forma diferente de interpretação da realidade e se, de maneira solidária, respeitar outras formas de ver de diversos outros usuários, ele acabará contribuindo, mesmo que não intencionalmente, para o desenvolvimento da linguagem fotográfica de forma a estimular o diálogo e a contemplação. E para seguir esse caminho, podemos tomar como exemplo uma dinâmica muito própria à fotografia doméstica e familiar: a de contar histórias.

Armando Silva, em seu livro *Álbum de família: a imagem de nós mesmos*, ao estudar esses objetos durante a sua tese de doutorado, nos relata diversas situações ocorridas durante sua pesquisa com famílias colombianas em que se estabelece um verdadeiro ritual familiar para a visualização do álbum, em que todos se reúnem e alguém mostra as imagens enquanto conta histórias relacionadas a elas. Não se trata apenas de observar a imagem como um espelho do real – como reflexo. Existe um contexto que confere significado às imagens, que convida todos os interlocutores daquela história a atravessarem o espelho da realidade aparente da fotografia e descobrirem o que existe por trás dela. Trata-se de uma experiência: a experiência de ver o álbum em conjunto e compartilhar histórias referentes a um determinado contexto social.

Os usuários de comunidades virtuais podem, da mesma forma, convidar seus contatos, seus amigos virtuais a compartilhar histórias com eles, contextualizando suas imagens, conferindo a elas novos significados e gerando novas experiências, dentro de um ambiente social, afinando-se com ideia de Bourdieu de que a fotografia, em seus usos sociais, não se desvincula totalmente de um caráter estético. Diante do deslumbramento tecnológico muitos ainda não perceberam que experimentar o mundo não quer dizer registrar cada momento da vida para que eles não desapareçam. Quer dizer contextualizar as experiências e o cotidiano, ou seja, contar histórias e, assim, entender o mundo como imagem, como propõe Heidegger, dentro da perspectiva que apenas *somos* quando nos percebemos como sujeitos que experienciam o espaço e o tempo desse mundo e, ao entendê-lo como imagem, também entendemos que fazemos parte dele – e dessa imagem. Daí a importância da experiência e, conseqüentemente, da contextualização; da história.

Contar histórias pressupõe uma experiência estética que permite enxergar além das aparências do mundo visível. E assim, a contemplação ativa e não passiva, ganha importância, como propõe Bachelard, desvinculada do aspecto cronológico, e ligada à experiência. Se vivenciarmos o mundo apenas através de imagens repetitivas baseadas em clichês e estereótipos, com medo de que, de outra maneira, os momentos se esvançam, acabaremos por não experimentá-los tão plenamente quanto pretendíamos e apreenderemos apenas seus reflexos e não os momentos propriamente ditos. No entanto, se nossas imagens forem fruto da experiência estética contextualizada socialmente, fruto da vivência do instante poético como expusemos no corpo desta pesquisa – caso em que podemos até vislumbrar a elaboração e exposição de ensaios fotográficos conceituais e conjuntos de imagens que fortaleçam uma nova visão da realidade nessas comunidades –, aí sim poderemos atravessar o espelho da realidade, desvelando-a. E poderemos convidar os espectadores de nossas imagens a fazerem essa travessia conosco na busca por sua interpretação própria da imagem e do mundo visível, promovendo o diálogo e a contemplação.

5.2 Como as imagens de comunidades virtuais podem ser uma alternativa à padronização estética das imagens dos bancos de imagem tradicionais.

Manuel Castells afirma que no novo sistema de mídia as características da mensagem podem moldar o meio. Portanto, com a disponibilização de funcionalidades, *sites* e comunidades virtuais na internet que potencializam a participação de qualquer usuário da rede, tornando-o produtor sem a necessidade de sair de casa, ou seja, em emissor no novo sistema de comunicação, essa transformação tende a se consolidar. No entanto, ainda falta uma maior conscientização de uso e de apropriação dos poderes de expressão e troca de ideias proporcionada pela internet e pelas novas tecnologias. E, claro, falta também torná-la mais acessível às diversas camadas da população. Por mais que o seu uso tenha aumentado exponencialmente nos últimos anos em todo mundo, ainda existe uma legião de excluídos desse bazar – como coloca Bauman – não apenas cultural mas também digital.

A inclusão tem sido um esforço comum entre diversos projetos mundo afora. No Brasil temos vários exemplos, como o projeto *Imagens do Povo* coordenado por João Roberto Ripper no Rio de Janeiro; o projeto *Viva Favela* realizado pela ONG *Viva Rio* também no Rio de Janeiro; o projeto *Coque Vive* em Recife, o projeto *Libertas* em Brasília, entre tantos outros. De um modo geral, esses projetos buscam fazer com que pessoas socialmente excluídas produzam imagens que falem da sua realidade, sob seu ponto de vista, seja através de fotografia ou de vídeos. E a internet tem se mostrado um excelente meio de divulgação para esses trabalhos, mostrando a estética da favela e da prisão, por exemplo, de um ponto de vista diferente daquele dos meios de comunicação, livre dos estereótipos e ligado às experiências de quem vivencia essas realidades.

O *Imagens do Povo* (www.imagensdopovo.org.br) “[...] desenvolve ações nas esferas da educação, comunicação e cultura com intuito de democratizar o acesso à linguagem fotográfica, apresentando a fotografia como técnica de expressão e visão autoral da sociedade.”¹³⁶ O projeto foi criado em 2004 como parte da proposta sócio-pedagógica do Observatório das Favelas. Seu objetivo é ser um centro de documentação e formação de fotógrafos documentaristas. “Os participantes são estimulados a desenvolver uma concepção fotográfica crítica que perpassa a produção das imagens, visando

¹³⁶ Disponível em: <http://www.imagensdopovo.org.br/ip/paginas/index.asp?id_pagina=1>. Acessado em 19.09.09.

contribuir para o respeito aos direitos humanos e a construção de uma sociedade mais justa.”¹³⁷ O foco, portanto, é sobre um trabalho autoral que valorize a história e as práticas culturais da comunidade do fotógrafo. No próprio *site* temos acesso a um banco de imagens próprio que permite a compra das fotografias mediante escolha das imagens e solicitação do orçamento.



Fig. 102: **Primeiro turno das eleições de 2008**
Nova Holanda Maré – Rio de Janeiro
Foto de: AF Rodrigues



Fig. 103: **Dia de calor na Maré**
Parque Maré – Rio de Janeiro
Foto de: AF Rodrigues

O fotógrafo AF Rodrigues, autor das fotos acima, tem um perfil no *flickr* (www.flickr.com/photos/af_rodrigues/) e é o fundador de um grupo chamado ‘Fotografia Documental’ (www.flickr.com/groups/517568@N25/)¹³⁸ na comunidade, que conta com 440 membros de várias nacionalidades além da brasileira. Na descrição de seu grupo, o fotógrafo usa uma frase de João Roberto Ripper, que coordena o *Imagens do Povo*: “O documentarista é, sobretudo, um fotógrafo que rompe com a hipócrita imparcialidade jornalística.”

Apesar da proposta do grupo, percebemos que a maioria dos usuários, mesmo aí, também se restringem aos comentários superficiais, adjetivados e de caráter indicial sobre as fotos. As últimas postagens de AF Rodrigues, mostram fotografias tiradas do movimento “Grito dos Excluídos” que no dia 07 de setembro de 2009, dia da comemoração da independência do Brasil, realizou uma passeata no Rio de Janeiro. O movimento é organizado em toda América Latina e acontece por meio de eventos locais que podem ser acompanhados pelo *site* <http://www.gritodosexcluidos.com.br/>. Ao procurar na internet a cobertura do evento por algum meio de comunicação de grande porte, não encontramos nada. O resultado de nossas buscas acaba apontando para o *site* do movimento e outros *sites* de pouca expressividade, reforçando o papel da cobertura de

¹³⁷ Disponível em: <http://www.imagensdopovo.org.br/ip/paginas/index.asp?id_pagina=1>. Acessado em 19.09.09.

¹³⁸ Ambas as páginas do *flickr* – a do perfil e do grupo de AF Rodrigues – foram acessadas em 19.09.09

uma realidade local por quem faz parte dela, longe dos interesses de grandes empresas de comunicação, cujo objetivo é, na grande maioria das vezes, o consumo.



Fig. 104: **Grito dos excluídos 2009**
Foto de: AF Rodrigues



Fig. 105: **Grito dos Excluídos 2009**
Foto de: AF Rodrigues

O projeto Viva Favela (www.vivafavela.com.br) foi criado em 2001 e se estrutura em um portal de notícias sobre as favelas, abordando temas como cotidiano, cultura, esportes, emprego, economia, serviços, entre outros. Eles contam com uma equipe de jornalistas e correspondentes comunitários – moradores de favelas capacitados a atuarem como repórteres e fotógrafos. O projeto tem como metas “[...] a inclusão digital, a democratização da informação e a redução da desigualdade social. [...] E o resultado mostra que há muito mais para se contar sobre as favelas do que histórias de violência e narcotráfico.”¹³⁹ O projeto não está presente no *flickr*, mas possui uma comunidade no *orkut* (www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=33684890) e um perfil no *twitter* (<http://twitter.com/vivafavela>).

Já o projeto *Coque Vive* (www.coquevive.org)¹⁴⁰ de Recife, realizado principalmente pela Universidade Federal de Pernambuco juntamente com algumas outras organizações, tem como objetivo melhorar a imagem da comunidade do Coque na cidade. Por ser um lugar com alta taxa de criminalidade, os meios de comunicação geram estereótipos sobre o lugar, usando termos como “a gente perigosa do coque” e reforçando a discriminação da sociedade recifense em relação às pessoas que lá vivem.

[...] o projeto tem atuado junto aos jovens do bairro oferecendo cursos de formação crítica e oficinas de capacitação para o manuseio técnico-expressivo das mídias. Busca-se por meio dessa formação, crítica e técnica, estimular o surgimento de estratégias de comunicação alternativas capazes de ofertar novos

¹³⁹ Disponível em: < <http://novo.vivafavela.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inoid=41350&sid=72>>. Acessado em 19.09.09

¹⁴⁰ Acessado em 19.09.09

conteúdos sobre o Coque produzidos, agora, pelos seus próprios jovens (jornal comunitário, *fanzines*, vídeos, fotos, *blogs* etc).¹⁴¹

A produção fotográfica dos que participam do projeto pode ser visualizada na galeria de fotos do *site* que leva o usuário a perfis criados no *flickr*, um para cada uma das galerias mostradas no *site* – nove, ao todo. As fotos que são expostas nos perfis, de um modo geral, atraem menos comentários do que as postadas em grupos, pois o grupo é o local de encontro na comunidade. Por isso, infelizmente, vemos que as fotos do projeto *CoqueVive* praticamente não têm comentários, o que reforça a prioridade dada à dinâmica social no *flickr* e que, para se desenvolver, requer um *know how* de como transitar na comunidade para estabelecer os laços sociais.

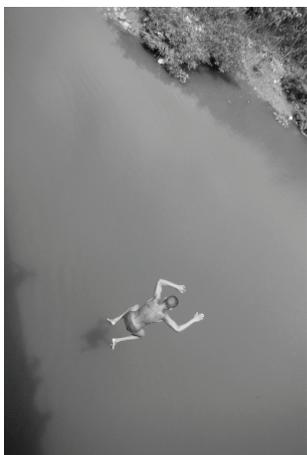


Fig. 106: **Sapo**
www.flickr.com/photos/olharsobrecoque/2729654673/



Fig. 107: **Sem título**
www.flickr.com/photos/olharsobrecoque/1247905091/

O projeto *Libertas* foi realizado pelo fotógrafo Humberto Lemos, do fotoclube f/508, que promoveu uma oficina fotográfica com menores detentos do CAJE (Centro de Atendimento Juvenil Especializado) em Brasília (www.fotoclubef508.com.br/post.php?id=125), conseguindo, inclusive, uma ordem judicial que permitiu levar seus alunos a uma exposição fotográfica em cartaz em um museu da cidade durante o período das aulas. O resultado desse projeto são imagens que mostram muito da personalidade e do imaginário subjetivo de cada participante, nenhuma delas ligada a um contexto de violência, tão reforçado pela mídia.

As 550 imagens produzidas pelos alunos, que atuaram como fotógrafos livres de qualquer censura, foram tomadas pelo grupo como base para criação de narrativas visuais, com a intenção de mobilizar “o pensar” crítico do cotidiano nesta

¹⁴¹ Disponível em: <<http://www.coquevive.org/base.php?p=coquevive&s=oprojeto>>. Acessado em 19.09.09.

instituição. No olhar compartilhado propiciado pelo ato fotográfico, em nenhuma das fotos produzidas é retratada a violência. Acreditamos, assim, ter encontrado diversos estímulos que levaram a repensar, refletir e redimensionar as relações estabelecidas entre o eu e o outro, entre alunos com diferentes características e necessidades de aprendizagem. No diálogo desencadeado durante o processo de produção e leitura das fotografias, foram reveladas características e especificidades que aproximam e distinguem os sujeitos que estão envolvidos e interagindo nesse processo.¹⁴²

O projeto conta, além da divulgação no *site* do f/508, com uma divulgação no *flickr*, em um álbum no perfil do fotoclube f/508. Assim como no caso das fotos da comunidade do Coque, as fotos do projeto *Libertas*, por estarem expostas fora de um grupo no *flickr*, acabam não recebendo muitos comentários. Ainda assim, esse caso constitui mais um exemplo que busca essa comunidade virtual como forma de tornar de conhecimento público um trabalho ou projeto realizado numa esfera local (www.flickr.com/photos/fotoclubef508/sets/72157617869383755/). As fotos abaixo são de dois detentos do CAJE, alunos dessa oficina, e mostram, como dissemos anteriormente, ao invés do contexto da violência, um olhar que busca, aparentemente, na primeira foto, a liberdade - do pássaro João de Barro que, ao contrário do detento, pode escapar da prisão dos arames - e, na segunda foto, busca aquilo que está além das restrições físicas da cadeia, em uma visão que se volta ao que está do outro lado de uma janela - uma visão através da janela -, reforçando um conceito ligado à passagem para um mundo diferente daquele em que a fotógrafa está inserida.



Fig. 108: **Sem Título**
Foto de: Gabriel



Fig. 109: **Sem título**
Foto de: Aline

Esses são apenas alguns projetos de inclusão dentre vários outros existentes. No entanto, apesar das excelentes iniciativas, a inclusão, apesar de necessária, não é o

¹⁴² Disponível em: <<http://www.fotoclubef508.com/post.php?id=125>>. Acessado em 19.09.09.

suficiente para promover uma expansão dos usos da rede que supere a situação de deslumbramento tecnológico inicial em que vivemos. As ações em ambiente digital devem extrapolar cada vez mais as fronteiras do virtual, e se integrarem à vida real. Assim, espera-se que o usuário se torne cada vez mais ciente de seu poder de expressão e se enxergue enquanto cidadão, desenvolvendo o espírito crítico necessário para questionar a imposição da imagem de leitura rápida, ligada a uma estética que nada tem a ver com a sua história e experiência de vida. A partir de então, ele, talvez, poderá até vir a não mais se identificar com as imagens repetitivas e estereotipadas, pois elas não lhe dirão nada, já que essas imagens são usadas, principalmente pelos meios de comunicação de forma massificada, descontextualizada e para fins meramente ilustrativos.

Numa visão utópica, o funcionamento dessa dinâmica poderia gerar um ciclo em que o usuário, ao se fortalecer como cidadão, tornar-se-ia ciente de seu papel participativo na sociedade, e quanto mais ele questionasse, mais os próprios meios de comunicação se sentiriam obrigados a responder a esses questionamentos e a se adaptarem às novas demandas, chegando ao ponto em que os meios de comunicação se inspirassem no comportamento do consumidor e não o contrário. Mas, claro, essas são suposições bastante utópicas mas, esperamos, não impossíveis.

As transformações estão apenas começando, e podem nos levar a uma mudança de estética da imagem que contemple também aquilo que não é perfeito, aquilo que faz parte do cotidiano das pessoas comuns, uma estética um pouco mais “suja” ou até mesmo um pouco mais “fantástica”, mais real que a realidade, fruto de formas mais plurais e descentralizadas de interpretar a realidade. As ferramentas já estão aí. Apesar das mudanças que podem vir a sofrer, devemos permanecer atentos ao nosso papel enquanto usuários delas e prezar por um uso dos aparelhos que dê voz às nossas expressões sem cedermos ao deslumbramento das possibilidades disponíveis. Essa postura se refletiria num uso consciente do aparelho, que promoveria o externamento de nossas imagens endógenas, imprimindo a nossa interpretação subjetiva sobre a realidade.

Dessa forma talvez a participação dos usuários comuns de internet, como os membros da comunidade *flickr*, pudesse fazer frente à prática de bancos de imagem tradicionais como o *gettyimages*, por exemplo, que tentam cooptar as tentativas de inovação na internet adequando-as ao seu padrão e aos seus interesses – que atendem de maneira geral, às demandas dos meios de comunicação de massa.

Num cenário de participação massiva, porém consciente, as imagens poderiam estar ligadas a uma prática que privilegiasse o diálogo e a contemplação sem se

desvencilharem de seu aspecto social – já que é por meio das vivências sociais que se concretizam as experiências de vida. Aí, sim, teríamos conseguido uma integração entre mundo real e mundo virtual.

Portanto, vemos que para que as comunidades virtuais sejam uma alternativa à padronização estética dos bancos de imagem tradicionais, a mudança deve começar pelas pessoas e o uso que fazem das comunidades e da imagem. As lógicas sociais de projeção, identificação e construção de identidades acabam por ditar o caminho do desenvolvimento da linguagem fotográfica na internet. Se nos ativermos às práticas solidárias características da época do surgimento das comunidades virtuais, e resistirmos à tentação narcísica de nos afundarmos em nossas próprias imagens por mero exibicionismo efêmero, talvez possamos promover um descentramento da produção de imagens veiculadas na sociedade. Caso contrário, é provável que fiquemos presos de um único lado do espelho, hipnotizados pelo reflexo aparente do mundo atrelado a uma fotografia entendida como espelho do real. Enquanto isso, Alice, na expectativa de uma postura que seja menos passiva e mais questionadora da realidade visível, que promova o diálogo com nós mesmos, com os outros e com o mundo, permanecerá do outro lado a nossa espera, mas nós não a enxergaremos.

Referências Bibliográficas

- ABRAÏZAR, Philippe e PICAUDÉ, Valérie. **La confusión de los géneros en fotografía**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2004.
- ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. **História da fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- ANDUJAR, Claudia. **Yanomami**. Curitiba: Dórea Books and Art, 1998.
- ARANTES, Priscila. **@rte e mídia: perspectivas da estética digital**. São Paulo: Editora Senac, 2005.
- BACHELARD, Gaston. **A intuição do instante**. Campinas: Versus Editora, 2007.
- BAITELLO Jr., Norval. **A era da iconofagia**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- BARROS, Manoel de. **Ensaio fotográficos**. 7ª edição. Rio de Janeiro: Editora Record, 2007.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2005.
- _____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. São Paulo: Ed.USP, 2007.
- _____. **The Great Family of Man**. From *Mythologies*, 1957. Disponível em: <<http://www.arts.ucsb.edu/faculty/budgett/classes/art19/familyman.pdf>>. Acessado em: 23 de julho de 2009.
- BECKER, Howard. **Visual sociology, documentary photography and photojournalism: it's (almost) all a matter of context**. *Visual Sociology*, V. 10, pp. 4-14, 1995. Disponível em: <<http://home.earthlink.net/~hsbecker>>. Acessado em: 21 de abril de 2008.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo, Brasiliense, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. **Un art moyen: essai sur les usages sociaux de la photographie**. Deuxième édition. Paris: Minuit, 1965.
- BOYD, D. M., & ELLISON, N. B. **Social network sites: Definition, history, and scholarship**. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11, 2007. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>. Acessado em: 22 de julho de 2008.
- BRUNO, Fernanda. **Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows**. in BRUNO, Fernanda e FATORELLI, Antônio. **Limiars da imagem**. Tecnologia e estética na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: MauadX, 2006.
- CALVINO, Ítalo. **Gli amori difficili**. Milano: Mondadori, 2002.
- CARTIER-BRESSON, Henri. **L'imaginaire d'après nature**. Cognac: Fata Morgana, 1996.

- CARVALHO, João. **Entrevista com Helga Stein**. FAPESP: NetArt, 2006. Disponível em <http://netart.incubadora.fapesp.br/portal/Members/vera_bighetti/document.2006-08-30.2308739953>. Acessado em: 13 de setembro de 2009.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura. Volume I. São Paulo: Paz e Terra, 2008.
- _____. **A Galáxia da Internet**. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CASTRO, Gustavo. CURVELLO, João José. DRAVET, Florence. **Os saberes da Comunicação**. Dos Fundamentos aos Processos. Brasília: Casa das Musas, 2007.
- CIVITA, Victor. **Mitologia**. Volume Segundo. São Paulo: Editora Abril, 1973.
- COSTA, Helouise. SILVA, Rodrigues. **A fotografia moderna no Brasil**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- COVELL, Jeffrey L. **GettyImages**. Disponível em: <<http://www.answers.com/topic/getty-images-inc>>. Acessado em: 24 de julho de 2009.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DRUCKERY, Timothy. Posthistoria/historia autónoma. In: Jorge Ribalta (org.). **Efecto real**: debates posmodernos sobre fotografia. Barcelona: Gustavo Gili, 2004. pp. 303-316.
- DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. 9ª edição. Campinas: Papyrus, 2006.
- ECO, Umberto. **História da Beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- EVANS, Walker. **American photographs**. 2ª edição. New York: Museum of Modern Art, 1962.
- FATORELLI, Antonio. A fotografia e o virtual. In: **Cinemais nº13**. Setembro/Outubro 1998. pp. 73-90.
- FLUSSER, Vilém. **Ensaio sobre a fotografia**: para uma filosofia da técnica. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1998.
- FONTCUBERTA, Joan. **Estética Fotográfica**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2003.
- FREUND, Gisele. **La fotografia como documento social**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2008.
- FRIZOT, Michel. **A new history of photography**. Milan: Könemann, 1998.
- GURAN, Milton. **Linguagem fotográfica e informação**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora Gama Filho, 1999.
- HEFFERNAN, Virginia. **Sepia No More**. The New York Times Magazine, 2008. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2008/04/27/magazine/27wwln-medium-t.html>>. Acessado em 15.09.09
- HEIDEGGER, Martin. **Caminhos na Floresta**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.

_____. **O princípio do Fundamento.** Lisboa: Instituto Piaget, 1957.

HUMBERTO, Luis. **Fotografia, a poética do banal.** São Paulo: Editora UnB, 2000.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface:** como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

JUARROZ, Roberto. **Poesía Vertical**, tomo 2. Buenos Aires: Emecé Editores, 2005.

KRAUSS, Rosalind. **O fotográfico.** Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2002.

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

_____. **Dicionário Histórico-Fotográfico Brasileiro.** Fotógrafos e Ofício da Fotografia no Brasil (1833 – 1910). São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2002.

LENMAN, Robin, MATTHEWS, David. **Photographic Agencies.** Disponível em: <<http://www.answers.com/topic/photographic-agencies>>. Acessado em: 24 de julho de 2009.

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

_____. **A Inteligência Coletiva.** Por uma antropologia do ciberespaço. 4ª.edição. São Paulo: Loyola, 2003.

LISSOVSKY, Mauricio. **A máquina de esperar.** Origem e Estética da Fotografia Moderna. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

LOPES, Denilson. **Delicadeza:** estética, experiência e paisagens. Brasília: Editora UnB: Finatec, 2007.

MACHADO, Arlindo. **O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges.** Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001.

MAGALHÃES, Ângela e PEREGRINO, Nadja. **Fotografia no Brasil:** um olhar das origens ao contemporâneo. Rio de Janeiro: Funarte, 2004.

MCLUHAN, Marshall **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1964.

MEDEIROS, Maria Beatriz. **Aisthesis:** estética, educação e comunidades. Chapecó: Argos, 2005.

MORELLI, Rinaldo. **Fotografia Abstrata.** Disponível em <<http://www.fotoclubef508.com/post.php?id=39>>. Acessado em: 13 de setembro de 2009.

NEWHALL, Beaumont. **The history of photography.** 5th edition. New York: Museum of Modern Art, 2006.

NIETZSCHE, Friederich. **Os pensadores.** São Paulo: Nova Cultural 1999.

_____. **O nascimento da tragédia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

OMAR, Arthur. **Biografia**. Disponível em <http://www.arthuromar.com.br:80/bio.html>. Acessado em: 12 de setembro de 2009.

_____. **Antropologia da face gloriosa**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 1997.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. 4ª edição. São Paulo: Perspectiva, 2008.

RENNÓ, Rosângela. **Artistas da USP: Rosângela Rennó**. São Paulo: Edusp, 1996.

RENNÓ, Rosângela. **Rosângela Rennó**. O arquivo universal e outros arquivos. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2003.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996.

RIO BRANCO, Miguel. **Silent Book**. São Paulo: Cosac & Naify, 1997.

RITCHIN, Fred. **In our own image**. The coming revolution in photography. New York: Aperture Foundation, 1999.

ROUILLE, André. **La photographie**. Paris: Éditions Gallimard, 2005.

SAMAIN, Etienne. **O fotográfico**. 2ª edição. São Paulo: Editora Hucitec, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. **Por que as artes e as comunicações estão convergindo?** 2ª edição. São Paulo: Ed. Paulus, 2007.

SILVA, Armando. **Álbum de família: a imagem de nós mesmos**. São Paulo: Editora Senac, 2008.

SONTAG, Susan. **Ao mesmo tempo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

_____. **Sobre a Fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Chapecó: Argos, 2004.

STEICHEN, Edward. **The Family of Man**. 10ª edição. New York: The Museum of Modern Art, 2006.

STEIN, Helga. **Andros Hertz**. Disponível em <http://www.projecto.com.br/andros/>. Acessado em: 13 de setembro de 2009.

_____. **Eu mesma.** Fotosite, 2007. Disponível em
<http://fotosite.terra.com.br/novo_futuro/barme.php?http://fotosite.terra.com.br/novo_futuro/ler_f_s_online.php?id=16>. Acessado em: 13 de setembro de 2009.

TACCA, Fernando de. **A imagética da Comissão Rondon.** Campinas: Papyrus, 2001.

TRACHTEMBERG, Alan. **Reading American photographs.** Images as History: Mathew Brady to Walker Evans. New York: Hill and Wang, 1996.

TURAZZI, Maria Inez. **Poses e trejeitos:** a fotografia e as exposições na era do espetáculo (1839 – 1889). Rio de Janeiro: Rocco, 1995.