

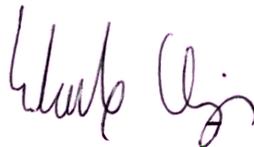
AUTORIZAÇÃO PARA USO DE OBRAS



Atribuição - Não comercial

Através deste instrumento, autorizo a utilização gratuita da obra *Coletivo fotográfico contemporâneo e prática colaborativa na pós-fotografia* para download, assim como para cópia, distribuição, exibição do trabalho protegido por direitos autorais. Os trabalhos derivados feitos com base nele, deverão possuir crédito ao autor e propósitos não comerciais.

Recife, 25 de fevereiro de 2013.



(Eduardo Queiroga)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PPGCOM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**Coletivo fotográfico contemporâneo
e prática colaborativa na pós-fotografia**

Eduardo Queiroga

Recife

2012

Eduardo Queiroga

**Coletivo fotográfico contemporâneo
e prática colaborativa na pós-fotografia**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação do Prof. Dr. José Afonso da Silva Junior.

Recife

2012

FOLHA DE APROVAÇÃO

Autor do Trabalho: Eduardo Queiroga

Título: "Coletivo fotográfico contemporâneo e prática colaborativa na pós-fotografia".

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação do Professor Dr. José Afonso da Silva Júnior.

Banca Examinadora:

José Afonso da Silva Júnior

Nina Velasco e Cruz

Sílas José de Paula

Recife, 24 de fevereiro de 2012.

*Não é a madeira do tabuleiro e das pedras
que torna o xadrez um jogo.*
Vilém Flusser

Para Daniel, Pedro e Renata.
Por tudo e mais um pouquinho.

Agradecimentos

Ao meu orientador José Afonso, por suas sugestões preciosas, seu cuidado e sua dedicação, por sua amizade.

Aos professores Paulo Cunha e Nina Velasco, que trouxeram tão importantes discussões na banca de qualificação.

Aos integrantes dos coletivos estudados, que se dispuseram a colaborar com informações, que atenderam aos pedidos das entrevistas, que têm proporcionado tantas e tão amplas questões para o campo da fotografia. Em especial a Pio Figueiroa, Rafael Jacinto, Carol Lopes, João Kehl e Héctor Mediavilla.

À revista Zmâla, que facilitou o acesso a suas publicações.

Às instituições que acolheram e incentivaram esta pesquisa: UFPE e Facepe.

A todos os demais amigos – fotógrafos, professores, alunos, pesquisadores – com os quais pude dialogar, testar ideias, enxergar contradições, amadurecer o trabalho. Contribuições que, mesmo não ocupando espaço nas referências bibliográficas, são importantíssimas para o resultado final, sem as quais tal trabalho não seria o que é. Os subcapítulos 2.4 e 2.5 resultam de um frutífero trabalho com Isabella Valle.

Aos meus pais, Amélia e Paulo, e a meus irmãos, Roberta e Paulo, por todo o incentivo e torcida.

Resumo

Esta dissertação trata do “coletivo fotográfico contemporâneo”, modelo que surge com maior intensidade nos anos 2000 e se difere de outras experiências que agruparam fotógrafos ao longo da história – a exemplo de agências fotográficas e fotoclubes. Avança sobre o redimensionamento do lugar do sujeito na fotografia, colocando novos modelos de financiamento e processo de criação. Insere questões importantes na prática fotográfica e comunicacional, como as relacionadas ao lugar da autoria no processo fotográfico e alteração de elementos identitários, expandindo o campo de atuação e de domínios cognitivos, conjunturais e conceituais para o fotógrafo contemporâneo. Exploramos a relação entre subjetividade e objetividade na fotografia e recuperamos as práticas colaborativas já mapeadas, para melhor perceber o lugar do sujeito nessa linguagem tão permeada pela referência à automaticidade, além de esclarecer as características de cada modelo. Buscamos esmiuçar o cenário atual, os preceitos da cultura de convergência, da criação em rede, rizoma, autoria, pós-fotografia e fotograficidade, para percebermos como se dá uma mútua influência entre as tecnologias e seus usos sociais, modificando nossa forma de comunicar e fotografar. Nossa premissa: tais reconfigurações da sociedade, estimuladas pela digitalização e mediação por computador, operam diversas aberturas importantes para o surgimento dos coletivos. Operamos o estudo de caso e análise de obras de dois coletivos – Cia de Foto (brasileiro) e Pandora (espanhol) – adotando como método a observação não participante com entrevistas semiestruturadas.

Palavras-chave: Fotografia. Fotojornalismo. Coletivo fotográfico contemporâneo. Autoria. Rede.

Abstract

This dissertation deals with the “contemporary photographic collective”, model that appears with greater intensity in the years 2000 and is different from other experiences gathering photographers throughout the history - such as photo agencies and photo clubs. It advances toward the resizing of the place occupied by the author in the photography realm, introducing new models of funding and creative process. It brings important questions to the photographic and communicational practice, as those related to the place of the authorship in the photographic process and the change of the identity elements, expanding the cognitive, conjunctural and conceptual domains and field of expertise of the contemporary photographer. We explore the relationship between subjectivity and objectivity within photography and retrieve the previously mapped collaborative practices, in order to better understand the place of the author in that language so infused by the reference to the automaticity, and to clarify the characteristics of each model. We seek to scrutinize the current scenario, the precepts of convergence culture, network creation, rhizome, authorship, post-photography and photographicity, in order to understand how a mutual influence between technologies and their social uses occurs, modifying our way of communicating and photographing. Our assumptions: such society reconfigurations, stimulated by the digitalization and computer-mediation, create several important opportunities for the rise of the collectives. We performed the case study and analysis of works from two collectives - Cia de Foto (Brazilian) and Pandora (Spanish) - adopting the non-participant observation method with semi-structured interviews.

Keywords: Photography. Photojournalism. Contemporary photographic collectives. Authorship.

Sumário

Introdução	10
1. Objetividade, subjetividade e grupos na fotografia	18
1.1 Objetividade	20
1.2 Inscrição do sujeito	29
1.3 As experiências colaborativas na fotografia	32
1.3.1 Fotoclubes	32
1.3.2 Agências fotográficas	35
1.3.3 Farm Security Administration	39
1.4 O fotógrafo individual	41
2. O cenário pós-fotográfico	44
2.1 Cultura de convergência	47
2.2 Rizoma	49
2.3 Inteligência Coletiva	52
2.4 Pós-fotografia	56
2.5 Criação em rede	67
2.6 O irreversível e o inacabável	71
2.7 Novos arranjos	74
3. O coletivo fotográfico contemporâneo	76
3.1 O termo	77
3.2 Individualidades diluídas	79
3.3 O universo dos coletivos contemporâneos	85
3.4 Cia de Foto	88
3.5 Caixa de sapato	96
3.6 Eleições	100
3.7 Colectivo pero no siempre	106
Considerações finais	111
Bibliografia	116
Anexos	121

Introdução

*São muitas as razões que nos levam a produzir um
trabalho e grande parte dessas razões está além
de nossas intenções conscientes*

Lúcia Santaella

Certa vez quis comprar uma câmera fotográfica “de verdade”, não uma daquelas Instamatic de plástico da Kodak – hoje meu conceito de câmera de verdade também inclui as de plástico, caixa de fósforo ou uma de grande formato, mas naquela época minha percepção era um tanto mais limitada. Como não tinha dinheiro suficiente, comprei livros sobre fotografia. Foram vários manuais básicos ou títulos do tipo “Aprenda fotografia em 10 lições práticas”. Era assíduo frequentador da pequena prateleira dedicada ao assunto na saudosa Livro 7. Queria, assim, aprender sobre esse campo que, àquela altura, não me parecia ter a complexidade e riqueza que vim perceber depois. Estamos falando ainda do período escolar, às vésperas do vestibular. A escolha pelo curso de Jornalismo já foi influenciada em parte pela possibilidade de atuar nesse campo fotografando, em parte pelo gosto pela leitura e escrita e por uma experiência com um jornal de escola.

Daí para a frente, meu envolvimento com a fotografia seguiu vários rumos, alguns deles bem distantes entre si, muitas vezes paralelamente um ao outro. Trabalhei como repórter fotográfico, formei agência, atuei no mercado publicitário, fiz exposições, desenvolvi projetos de documentação. Tive muitas alegrias e também muitas tristezas ligadas à fotografia. Publiquei em veículos nacionais e internacionais. Fiz muitos amigos, conheci muita gente e tive contatos superficiais com uma infinidade de outras pessoas. Ao longo dos últimos 20 anos – um pouco mais, na verdade – vi e

fotografei os assuntos mais diversos, alguns dos quais preferiria que não existissem. Também acumulei experiências com o ensino e com a utilização da fotografia como ferramenta de transformação sociocultural: foram muitas oficinas, projetos e cursos para os mais diversos públicos, incluindo o FotoLibras¹, onde tenho o grande privilégio de aprender muito com os educadores, multiplicadores e jovens que frequentam o curso. As aulas no bacharelado em Fotografia também me proporcionaram um exercício permanente com a linguagem fotográfica.

A minha ligação com a fotografia tem se dado, portanto, de muitas maneiras, por muitos ângulos diferentes, o que tem me proporcionado experiências das mais gratificantes. Seja no contato com o meio fotojornalístico, seja participando de eventos ou nas conversas com amigos, um fenômeno que acompanhei com certa proximidade foi o aparecimento de um modelo novo de trabalhar a fotografia. Uma temática muito presente no dia a dia da atividade, mas pouco explorada como objeto de pesquisas acadêmicas. O coletivo fotográfico me parece trazer questões importantes para a reflexão sobre a fotografia na atualidade e a presente dissertação objetiva colaborar para o entendimento desse fenômeno, assim como sobre suas articulações com outros aspectos da fotografia e da contemporaneidade. Da mesma forma que observava algo que parecia ser novo, também era – e continua sendo – muito comum o discurso de que não se trata de novidade, mas de algo que sempre existiu, mas com outros nomes. No meio fotográfico a temática dos coletivos é quase sempre envolvida por uma discussão polêmica que inclui elogios e críticas, não raro beirando a descompostura.

Coletivos artísticos, de um modo geral, não são novidade. Grupos que compartilham ideias, espaço, estrutura de produção, ou simplesmente trocas simbólicas e afetivas. Sua história remonta à época logo após a Revolução Francesa, tendo no grupo conhecido por Boémia um dos principais exemplos. Eram pintores, escritores e outros artistas que levavam uma vida diferente da sociedade que estava se consolidando naquele momento de crescimento das cidades, de fortalecimento dos ideais modernos. Esse grupo que tentava ficar à margem do comportamento burguês foi o responsável pelo sentido da expressão “vida boêmia” que usamos até hoje, que tem um pé na noite,

¹ O Projeto FotoLibras utiliza a fotografia participativa com jovens surdos, com a primeira turma formada em 2007. Visite www.fotolibras.org para mais informações.

no gosto pela música e pela poesia.

De lá para cá, muitos movimentos seguiram caminhos parecidos, agrupando poetas, músicos ou atores. Hoje podemos perceber alguns fenômenos que trazem os coletivos para as discussões mais atuais. Um deles é o ativismo, o caráter político de diversos grupos contemporâneos. O outro é o surgimento dos coletivos fotográficos, que acontece com mais força nos últimos dez anos. Nos dois casos podemos apostar numa influência – de mão dupla – do uso das novas tecnologias, no aproveitamento das, e em resposta às, novas configurações da sociedade imersa na cultura de convergência.

Para alguns campos do fazer comunicacional e artístico, a prática coletiva é imperativa. É o caso do cinema, do teatro, da dança: são linguagens onde é difícil imaginar produções inteiramente individuais, pois demandam especialidades, tarefas específicas e, até mesmo, volume maior de mão de obra. Isso também é percebido em produções para televisão, que envolvem equipes – pequenas ou grandes, mas sempre equipes. Mesmo nas artes plásticas, na pintura, por exemplo, a discussão sobre a organização em torno de coletivos é algo datado, pertencente a um passado distante². Não pretendemos aqui nos aprofundar nessas experiências em outros campos, mas podemos pontuar um aspecto importante: a necessidade de observarmos quando um grupo se junta para dividir tarefas ou estrutura e aquele que busca um compartilhamento de todo o processo, de um resultado comum, sem distinção dos integrantes.

Já na fotografia, percebemos que até mesmo a presença do sujeito, o reconhecimento do fotógrafo no ato fotográfico é algo polêmico e mal resolvido. Ao longo de toda a história da fotografia, o lugar do sujeito na linguagem nunca foi um consenso, já mudou de acordo com interesses os mais diversos (ROUILLÉ, 2009). Se a subjetividade é colocada em questão – ou simplesmente e categoricamente deixada à margem –, perceber um fazer coletivo traz camadas suplementares de indefinições e consequentes necessidades de negociações.

O estudo da fotografia é algo relativamente recente. Somente nas últimas

2 Cabe aqui um parêntese: embora a aceitação e valorização já aconteça de maneira naturalizada, ainda se pode falar de uma marginalização desses grupos também nessa área. No entendimento empírico há um reconhecimento do fazer coletivo no campo das artes plásticas, mas esse entendimento não é unanimidade. Muitos coletivos artísticos afirmam sofrer uma discriminação. Ver o dossiê na Revista Dasartes, disponível em http://dasartes.com/site/index.php?option=com_content&view=article&id=101&Itemid=33.

décadas do século XX surgiu uma série de livros, que se tornaram clássicos e ontológicos da reflexão e estudo sobre fotografia³. Ao longo desses anos, o interesse vem aumentando, assim como o volume de publicações, teses, artigos e eventos dedicados à linguagem. O número de pesquisas e assuntos pesquisados acompanha esse crescimento, mas ainda são poucos os registros que tratam da produção coletiva, do fazer em grupo. Esta pesquisa se propõe a contribuir no preenchimento de tais lacunas, o que, em termos práticos, significa uma maior dificuldade na coleta de dados, uma vez que não existem muitas fontes disponíveis que tratem diretamente do objeto. Nosso esforço se dá num movimento centrípeto de tentar atrair temas para elucidar o objeto que está no centro de nossos interesses: o coletivo fotográfico contemporâneo. Para falar dos coletivos, deveremos investigar e traçar articulações com outros campos e assuntos circundantes. Rizoma, criação em rede, cibercultura, inteligência coletiva e autoria são alguns desses conceitos e temáticas que abordaremos em articulação com a fotografia. Em alguns momentos precisaremos desviar um pouco o nosso foco para buscar aproximações que sejam esclarecedoras das premissas abordadas.

Não nos parece correto, em tempos de convergência, de pós-modernidade, de articulações em rede e hibridações, tentar compartimentalizar os espaços, os processos. Entendemos que há uma crescente interconexão, que as barreiras estão sendo derrubadas ou simplesmente estão ficando mais porosas. Há uma possibilidade de mistura dos conteúdos antes separados hermeticamente. Sem deixar de levar isso em conta – na verdade, sem deixar de acreditar nisso como algo importante –, priorizaremos algum recorte, na medida em que aumentar o contraste entre campos ou funcionalidades se mostrar como melhor caminho metodológico para se tratar as questões aqui levantadas. Ou seja, enxergamos melhor alguns aspectos específicos, importantes para a discussão, quando ampliamos alguma diferença entre eles e definimos melhor os limites de cada um. A fotografia abarca uma grande diversidade de usos, aplicações e relações. Serve aos objetivos mais distintos e possibilita vivências variadas. É um retângulo de papel fotográfico, é uma linguagem, é uma técnica. Está presente no álbum de família, na galeria de arte, no jornal e no inquérito policial. É

³ Antes disso existiram contribuições importantes, algumas delas referenciais no atual estudo (ver bibliografia). Mas só no final do século XX é que o volume torna-se realmente significativo, a ponto de podermos encarar a fotografia como campo de teoria.

importante que separemos, em alguns momentos, essas especificidades.

Mas fica desde já o alerta que não estamos aqui defendendo um mundo de fronteiras tão demarcadas, com diferenças tão inviabilizadoras de toda uma gama de possibilidade que as misturas podem ocasionar. Não haveria sentido em falar de processos coletivos e defender segregações num mesmo texto. Quando for preciso então tratar de delimitações, trabalharemos com as seguintes distinções: fotógrafo e artista; arte e comunicação.

Embora em alguns momentos as fronteiras não sejam tão definidas – em outros nós iremos invadir terrenos vizinhos propositalmente em busca de conceitos que podem trazer um melhor entendimento das questões colocadas –, é importante delimitar de que fotografia queremos tratar prioritariamente. Acreditamos na diferença entre a fotografia feita pelo artista e a arte feita pelo fotógrafo. Mesmo que os resultados das duas situações sejam fotográficos, veremos que neste trabalho estaremos, em grande parte, envolvidos, preocupados com o processo, muito mais do que com a técnica ou com o produto final. Sendo assim, existem delimitações entre a fotografia feita pelo fotógrafo – mesmo que do campo da arte – e o artista: aqui estamos falando de formação, de ligações culturais que estão presentes até mesmo na autorreferencialidade. André Rouillé (2008) insiste nessa diferenciação afirmando que “o fotógrafo é o herdeiro de uma cultura e de uma ética visual e profissional”, afirmando que nem todos que fotografam são fotógrafos. Entendemos que a distinção passe por um trabalho – consciente ou inconsciente – sobre a linguagem. Para Rouillé, existe uma terceira categoria, a da arte-fotografia, assim com hífen no sentido de ser uma liga, de ser um produto terceiro da junção de dois elementos: ele vai buscar na ideia de liga metálica, de dois metais que são misturados para formar um diferente, novo.

Sem querer estender muito nesse ponto, mas considerando importante deixar mais clara essa diferenciação, existem os artistas que usam a fotografia como suporte ou material do seu trabalho, mas que a utilizam a partir de um cabedal acumulado no campo da arte. A contemporaneidade traz uma hibridação entre os campos e não queremos aqui nadar contra a correnteza ou assumir posição conservadora em relação a uma mistura entre linguagens. O intuito de separação é apenas metodológico para alcançarmos as questões que consideramos mais ricas e importantes.

Outra delimitação que fazemos é que nos interessa observar o campo da fotografia aplicada à comunicação. Pode parecer estranho ter feito a ressalva anterior falando de arte e agora dizer que não nos interessa observar esse campo. É que, em muitos momentos, arte e comunicação – ou mais propriamente, a relação da fotografia com essas áreas – se confundirão ou estarão sobrepostas. Teremos considerações envolvendo ambas as relações, mas isso acontecerá apenas como um procedimento cujo objetivo é trabalhar conceitos que não foram abordados ainda por pesquisadores da fotografia mais voltados para a comunicação.

Com o objetivo principal de contribuir para um melhor entendimento sobre o fenômeno do surgimento do modelo aqui chamado de “coletivo fotográfico contemporâneo”, precisaremos atacar algumas questões, resumidas no seguinte problema: como e por que são formados os coletivos fotográficos contemporâneos? Para isso, consideramos a necessidade de investigar o lugar do sujeito na fotografia – como pensar num sujeito coletivo sem antes entender como se dá a relação entre subjetividade e objetividade numa linguagem tão marcada pela técnica, automaticidade e mecanicidade? Por muito tempo, mesmo após o reconhecimento do sujeito na fotografia, mesmo quando içado à condição de autor, isso se dava apenas de maneira individual.

Também fizemos um levantamento, delimitação e exemplificação das experiências colaborativas mais importantes envolvendo agrupamentos de fotógrafos, na busca por identificar suas principais características, que consideramos importante na comparação com os aspectos observados nos coletivos contemporâneos. Estudamos as agências fotográficas, os fotoclubes e o Farm Security Administration (FSA). É possível falarmos num modelo que traz diferenças em relação a outras iniciativas? Existe mesmo um novo modelo ou trata-se de um nome novo para uma prática antiga? O primeiro capítulo traz, então, os antecedentes de pesquisa: o lugar do sujeito na fotografia e as práticas colaborativas anteriores.

Um outro caminho percorrido seguiu na direção da investigação sobre o cenário que propiciou e influenciou o surgimento dos coletivos contemporâneos. A fotografia não é mais a mesma, assim como a sociedade não é mais a mesma. O segundo capítulo, portanto, traz uma maior densidade conceitual e teórica, cujo objetivo

é nos permitir visualizar os diferentes aspectos presentes neste cenário de convergência, articulação em rede, criação coletiva e novas tecnologias e como isso estimula ou influencia as possibilidades associativas. Tais aspectos presentes na sociedade mediada pelo computador não fundaram as práticas colaborativas, obviamente, mas potencializaram as possibilidades de interação. A digitalização tem operado mudanças não apenas do ponto de vista técnico, mas toca diretamente o modelo de visualidade de nossa sociedade.

Um desafio aqui encontrado foi o de trazer conceitos que consideramos realmente úteis para a compreensão do fenômeno nas suas várias articulações sem que, no entanto, nos deixássemos tomar um infindável número de possíveis ramificações. Como veremos, numa confirmação de diversos pontos levantados ao longo do trabalho, há um imbricamento de questões: novas ligações se formam a todo instante. Alguns dos caminhos que surgem são muito instigantes, mas precisamos em vários momentos limitar o alcance de nossos percursos, ou nos arriscaríamos a sair completamente do rumo. Se é um capítulo mais denso, com um cabedal mais concentrado de conceitos e autores, é porque avaliamos ser de suma importância a articulação com tais teorias e reflexões.

Uma vez preparado o terreno, entramos mais diretamente na caracterização e análise dos coletivos fotográficos contemporâneos, buscando dar conta desde a terminologia – com as dificuldades e contradições existentes – até os aspectos de diferenciação em relação às demais práticas estudadas anteriormente. Foi dedicado algum tempo de pesquisa na procura por um termo que pudesse ser usado na nomeação do modelo estudado. Terminamos por trazer do campo da prática o termo “coletivo fotográfico contemporâneo”, que será esmiuçado no terceiro capítulo. Mas é importante que façamos uma observação já agora sobre o uso da palavra “contemporâneo”.

Existem ao menos três significados para esse termo. O primeiro deles dá conta do compartilhamento de um tempo, de uma época. Duas coisas são contemporâneas entre si quando pertencem a um mesmo tempo. Nesse sentido é impossível dizer que algo é contemporâneo em si (ARAÚJO; CRUZ, 2011). Além disso, podemos apontar para uma utilização em relação ao presente atual ou como uma postura, uma forma de fazer arte. (idem). Embora em alguns momentos o termo possa unir mais de um desses

significados, daremos preferência a usá-lo em referência ao entendimento como postura e não na sua condição de cronologia – a menos que esteja claro estar se referindo ao compartilhamento de uma mesma época entre duas coisas. O uso de palavras como moderno ou pós-moderno também acompanham essa abordagem, levando em conta as camadas de significação que vão além de sua conceituação temporal-cronológica. Para falar de tempo, usaremos termos como atualidade ou nos referiremos a anos ou épocas.

Na busca por afinar nosso foco sobre o fenômeno estudado, traremos uma comparação mais detalhada com as práticas precedentes, estudadas no primeiro capítulo. Acreditamos que tal resgate muito nos facilitará no esforço por melhor entender o fenômeno. Por se tratar de um objeto contemporâneo ao estudo, algo que acontece e se modifica ao mesmo tempo em que é feita a pesquisa, optamos pelo estudo de caso como procedimento metodológico, uma vez que não temos como influenciar os resultados. Estudamos dois coletivos: o paulista Cia de Foto e o espanhol Pandora. Vários trabalhos foram analisados com o intuito de relacionar, testar e confrontar os conceitos apresentados.

O rizoma de Deleuze e Guattari (1995) certamente é o conceito que melhor se relaciona ao fenômeno dos coletivos e é também o maior inspirador para este estudo. Acreditamos que muitas novas ligações e rupturas surgem a partir daqui. Buscamos articulações com diversos autores, conceitos e experiências com o desejo de melhor perceber como e porque são formados os coletivos. Empreendemos esforços em várias direções e trouxemos para a discussão diversas ideias que consideramos importantes para tal empreitada. Mas sabemos da impossibilidade de esgotar um tema que se constrói a partir de reconfigurações e de misturas.

Nesta conjuntura, as aberturas a novas ligações são mais importantes, as questões podem ser mais ricas que as respostas, a busca e o caminho serem tão bonitos quanto o destino. Assumimos as possibilidades de linhas de fuga como parte do processo.

Capítulo 1

Objetividade, subjetividade e grupos na fotografia

*La historia de la fotografía puede ser contemplada
como un diálogo entre la voluntad de acercarnos a
lo real y las dificultades para hacerlo.*

Joan Fontcuberta

Antes de nos debruçarmos sobre o coletivo, que é nosso objeto de pesquisa, faz-se necessário observarmos como o sujeito esteve mais ou menos presente no discurso fotográfico – independentemente se um sujeito individual ou coletivizado. A fotografia, por si só, não pode ser tomada como uma linguagem mais ou menos objetiva, ao contrário do que aconteceu ao longo de sua história. Não é a técnica ou o aparato que vai trabalhar em tal delimitação. Algo que nos parece claro hoje, mas veremos que a abertura para a participação do homem, para sua valorização no ato fotográfico não foi o entendimento dominante. Pelo contrário, a fotografia ganhou espaço e importância através da defesa da condição de “espelho do real” ou de produto de uma máquina. Veremos como o alinhamento aos preceitos industriais e modernos, que durou cerca de um século, trouxe dividendos à fotografia. A ligação direta com o referente, a transparência da fotografia, seu valor indicial será destacado por estudiosos importantes para a teoria da fotografia, ainda nas últimas décadas do século XX, algo – essa aderência ao referente (BARTHES, 1984) – pertencente à sua natureza mais elementar. Se a existência de um sujeito no processo foi muitas vezes contestada, precisamos primeiro esclarecer como se dá a relação – até mesmo a simples aceitação – de subjetividade, para depois podermos avançar numa ampliação que envolve um fazer em grupo. Voltaremos, então, aos princípios do que conhecemos por fotografia e até

mesmo um pouco antes do seu surgimento.

De lá para cá, ao longo desse período, a história da visualidade – e aqui vamos tratar com mais ênfase da fotografia – passou por momentos em que a subjetividade era mais ou menos valorizada. Num movimento pendular, ora a fotografia era defendida como uma técnica objetiva, ora se tentava valorizar e destacar a importância do homem na produção da obra fotográfica. “Dependendo da época, das circunstâncias, usos, setores ou dos profissionais envolvidos, era um ou outro aspecto que prevalecia” (ROUILLÉ, 2009, p.27). Ainda hoje, não raro, nos deparamos com referências mais fortes ao dispositivo do que ao fotógrafo, como responsáveis pela imagem final.

A câmara obscura tem os seus princípios óticos conhecidos desde mais de 2000 anos atrás. Aristóteles, Leonardo Da Vinci e Kepler, dentre outros, especularam sobre o fenômeno que projeta no fundo de uma caixa escura, uma imagem invertida da cena exterior, proporcionada pela luz que atravessa um pequeno orifício. Mas foi na Idade Média que a câmara obscura se popularizou, não apenas como uma experiência óptica, mas como um aparato de entretenimento, um instrumento de auxílio a desenhistas e pintores, ou, mais importante, modelo de visualidade. Entre os séculos XVI e XVIII, a câmara obscura assume importância ao delimitar e definir as relações entre observador e mundo. Ela não é apenas um entre vários instrumentos ou opções visuais. Mais que isso, a câmara obscura produz uma operação de individualidade, definindo o observador como “isolado, fechado e autônomo em seu confinamento escuro, retirado do mundo” (CRARY, 1990). Desta forma esse aparato cumpre uma função decisiva de separar o ato de ver do corpo físico do observador, de descorporificar a visão.

Com a câmara obscura, passa-se a entender que a imagem - sempre ligada ao olho, que sempre foi percebida como uma função fisiológica - pode ser formada independentemente do sujeito. Ela estará lá, projetada no fundo da câmara, estando ou não o observador no seu interior. Crary (1990, p. 47) cita experiência sugerida por Descartes em sua “Dioptrica”, em que um olho de um homem recém-morto - na falta deste, de um boi ou de outro animal de grande porte - deve ser retirado do seu corpo e posicionado no furo da câmara obscura. Descartes detalha os procedimentos para adaptar o globo ocular ao dispositivo e afirma que um olho morto e até mesmo de um boi, separado de seu corpo, projetará imagens no interior da câmara escura: a imagem

como formação mecânica, não mais dependente de um organismo vivo ou humano.

No início do século XIX, ainda antes do surgimento da fotografia, Goethe utiliza a câmara obscura numa outra experiência. Nela, um observador fixa seu olhar sobre o círculo de luz que entra pelo furo da câmara. Em seguida o furo é fechado e o olhar permanece voltado para a parte escura. O que se forma é uma imagem circular, inicialmente amarela e depois avermelhada. Uma imagem não projetada na caixa, mas criada pelo organismo do observador. Essa experiência ótica descrita por Goethe aqui apresenta uma noção de visão que o modelo clássico é incapaz de explicar. A subjetividade corporal do observador, que havia sido excluída no conceito da câmara obscura, se torna primordial na condição de observador (CRARY, 1990). As experiências trabalham uma ideia de separação entre imagem e observador. A imagem do mundo é formada independentemente do observador, assim como a imagem se forma no interior do observador independente do mundo exterior.

1.1 Objetividade

O embate entre objetividade e subjetividade, a máquina versus o homem, dura até os dias de hoje e não foi inaugurado pela fotografia, como bem pudemos perceber nos exemplos acima citados. Mas a fotografia alimentou esse debate e foi fortemente influenciada por ele. Ela surge num momento de alinhamento com a modernidade. É sincrônica ao aparecimento das grandes cidades, da industrialização, da serialização das coisas – não apenas dos objetos, mas dos procedimentos, das ideias etc. Os modernos operam uma anulação da subjetividade em nome do desenvolvimento, do progresso. A fotografia responde a esses anseios e os reforça. Surge na esteira de um movimento que enxergava na retirada do homem a causa para o aumento da eficácia e da exatidão. Aos olhos daquele momento, a máquina demonstrava mais perfeição do que o inexato da mão humana. Os caminhos a serem percorridos respondem a necessidades e possibilidades – ou limitações – de cada época.

Como nos lembra Gisele Freund, “qualquer invenção é condicionada, por um lado, por uma série de experiências e conhecimentos anteriores e, por outro, pelas necessidades da sociedade” (FREUND, 1995, p. 37). Mais importante do que a existência de uma tecnologia é o uso social que é dado a ela: como a sociedade

responde, interpreta e se apropria de uma invenção, que vem como resposta a necessidades diretas de cada época. Vilém Flusser toca neste aspecto por outro viés. Para ele, existem duas classes dividindo a sociedade: “os que usam as máquinas em seu próprio proveito e os que funcionam em função de tal proveito” (2002, p.21). Cada momento histórico traz consigo problemas e questionamentos que exigem soluções novas.

Em 1786, uma invenção que fez muito sucesso foi o fisionotrafo (FREUND, 1995, p.28). Consistia num aparato que, se utilizando de braços pantográficos, possibilitava a produção de imagens de perfis com considerável rapidez e fidelidade. Mais um exemplo de um anseio mecanicista, matemático e de produção em série da sociedade europeia do final do século XVIII. O fisionotrafo é precursor da fotografia tanto como sistema de reprodução múltipla como pelas suas pretensões de oferecer uma verdade mecanicamente transcrita, uma garantia de autenticidade. A busca por uma objetividade mecânica terá um papel fundamental na forma como a fotografia irá se estabelecer, a começar pelo anúncio de sua invenção.

A fotografia tem registrada como data de criação o dia 19 de agosto de 1839. Essa data é emblemática na medida que se refere ao momento em que o governo francês anuncia a compra da patente da invenção do daguerreótipo, um dos processos pioneiros de fixação de uma imagem formada a partir da exposição à luz, ao sol. Naquele momento havia várias pesquisas em andamento nesse sentido. Na verdade, a ação da luz sobre determinados compostos, como por exemplo o escurecimento dos sais de prata, já era conhecido e experimentado há muito tempo. A busca se dava, em geral, pela técnica que permitisse que esse escurecimento fosse interrompido e que a imagem resultante fosse durável. O que Louis Daguerre conseguiu naquele ano, mais do que a invenção propriamente dita do processo que fazia referência ao seu nome, foi negociar a patente com a França, em troca de pensão vitalícia para ele e para a família de seu sócio, Niepce, já falecido àquela altura. O anúncio, que marcou o início da história oficial da fotografia, aconteceu amparado pela Academia de Ciências, que destacava o lado objetivo, maquínico de tal invenção.

Essa história poderia ser contada de outros pontos de vista. Por exemplo, pela visão de um outro inventor da época, também francês, chamado Hippolyte Bayard, que

já havia chegado a resultados concretos na sua busca por fixar uma imagem formada a partir de um material sensível à luz. O processo de Bayard produzia imagens em positivo, semelhante ao que outro pesquisador, na Inglaterra, Henry Fox Talbot, veio a registrar com o nome de talbótipo: a grosso modo, num processo negativo-positivo, imagens poderiam ser reproduzidas em papel emulsionado, num método mais semelhante ao que conhecemos como fotografia analógica do que o daguerreótipo, que era uma placa metálica, de difícil sensibilização e manipulação, além de impossível reprodução. As placas de daguerreótipo “precisavam ser manipuladas em vários sentidos, até que se pudesse reconhecer, sob uma luz favorável, uma imagem cinza-pálida. [...] Não raro, eram guardadas em estojos, como jóias” (BENJAMIN, 1994, p.93). Ou seja, 1839 não marca a invenção da fotografia, mas, mais propriamente, o anúncio pelo governo francês de um processo em detrimento de vários outros que aconteciam paralelamente. Vale lembrar que até o Brasil teve sua contribuição a dar nessa pluralidade, com as pesquisas do franco-brasileiro Hercules Florence, reconhecido hoje como a primeira pessoa a se utilizar do termo “photographie”, em 1833 (KOSSOY, 1980).

O intuito de fazermos esse resgate histórico é, apenas, o de clarear algumas relações que influenciam o surgimento e valorização de determinados fenômenos em detrimento de outros; é o de percebermos, reforçarmos como o cenário de uma época propicia o surgimento de algumas tecnologias, que, ao mesmo tempo, num processo dialógico, passa a estimular esse mesmo ambiente social. Se a fotografia carrega até hoje um peso de objetividade, isso pode ser em parte explicado pelo discurso que defendia a nova invenção como traço do real, como ausência do homem, algo consonante com os ideais de modernização e industrialização vigentes em meados do século XIX, que acreditava que a máquina trazia mais exatidão e eficiência aos processos de produção. Veremos, mais adiante, que esse entendimento ganha reforços de outras naturezas, como, por exemplo, um viés que teoriza a partir da relação com o referente. Naqueles tempos iniciais, no entanto, a fotografia ganhou espaço quando foi oferecida como espelho do real, como imagens produzidas diretamente pelo sol, sem a interferência do homem. O primeiro livro de fotografia da história, de Fox Talbot, traz essa referência já em seu título, *The pencil of nature*: as calotípias ali presentes foram

impressas pela natureza, não são obra da mão de um desenhista ou gravurista (LEFÈVRE, 2003). Se grande parte dos manuais credita a Daguerre a invenção da fotografia – e não apenas os manuais, pois até o dia mundial da fotografia é o 19 de agosto – isso se deve ao fato de que houve uma polarização dos dois processos, um se aliando mais às ciências e o outro, às artes. A ciência defendia Daguerre e a Academia de Belas Artes se alinhava a Bayard. Surgiu o embate entre a precisão científica e o indefinido dos contornos artísticos, entre o metal e o papel, o ofício e a criação, a utilidade e a curiosidade (ROUILLÉ, 2009).

Os dois discursos, as duas defesas coexistiram num mesmo tempo, mas uma delas, a da objetividade, teve mais força por conta dos anseios vigentes. Bayard nos deixa um documento dessa disputa “perdida” pelo campo da arte. Ele protagoniza um episódio que inaugurou o autorretrato fotográfico e que jogava com o peso da representação nesta linguagem que surgia. Já naquele momento, o valor de prova da fotografia é posto em questão. Ele faz circular por Paris um retrato onde ele aparece fingindo-se afogado. No verso, um texto⁴ relata que aquele cadáver que vemos é o do Sr. Bayard, criador da técnica que temos em mãos, inventor engenhoso, vítima de uma injustiça pela Academia, que reconheceu e pagou muito a Daguerre, mas disse não poder fazer nada por Bayard, que até chama a atenção para o fato de que a cabeça e as mãos já começam a apodrecer - aparecem mais escuras na imagem. Bayard se sente depreciado, afogado economicamente (ALBARRÁN, 2010). O processo criado por ele não era menos científico ou mais artístico, mas, no que se estabeleceu uma polarização, os argumentos que se seguem direcionam para um ou outro polo. “Cada tecnologia suscita questões relativas à sua consistência enunciativa específica que, em última instância, se articula com a produção discursiva de uma sociedade num determinado

4 “Le cadavre de monsieur que vous voyez ci-derrière est celui de M. Bayard, inventeur du procédé dont vous venez de voir les merveilleux résultats. À ma connaissance, il y a à peu près trois ans que cet ingénieux et infatigable chercheur s’occupait des perfectionnements de son invention. / L’Académie, le roi et tous deux qui ont vu ses dessins, que lui trouvait impartais, les ont admirés comme vous les admirez en ce moment. Cela lui a fait beaucoup d’honneur et ne lui a pas valu un liard. Le gouvernement, qui avait beaucoup trop donné à M. Daguerre, a dit ne pouvoir rien faire pour M. Bayard et le malheureux s’est noyé. Oh! Instabilité des choses humaines! Les artistes, les savants, les journaux se sont occupés de lui pendant longtemps et aujourd’hui qu’il y a plusieurs tours qu’il est exposé à la morgue, personne ne l’a encore reconnu, ni réclamé. Messieurs et Dames, passons à d’autres, de crainte que votre odorat ne soit affecté, car la tête du monsieur et ses mains commencent à pourrir, comme vous pouvez le remarquer” (FRIZOT apud ALBARRÁN, 2010).

momento” (PARENTE, 1996, p.15).

São muitas as qualidades dessa nova invenção que podem ser alinhadas aos ideais vigentes em meados do século XIX.

A fotografia – que reproduz mais rapidamente, mais economicamente, mais fielmente do que o desenho, que registra sem omitir nada, que dissimula as imprecisões da mão, que, em resumo, troca o homem pela máquina – impõe-se imediatamente como a ferramenta por excelência, aquela que a ciência moderna necessita. E continuará sendo assim até a Segunda Guerra Mundial (ROUILLE, 2009, p. 109).

Daguerre, ao falar de sua criação, anunciava que “qualquer um pode tomar as visões mais detalhadas mediante um processo físico-químico que outorga à natureza a capacidade de reproduzir-se” (NEWHALL, 2006). Talbot, como já vimos, também retira de si e credita à natureza a criação das imagens contidas em seu livro *The pencil of nature*. Esse entendimento de que a imagem era formada pela luz, no interior de um dispositivo mecânico, pelas leis da física e da química, de modo automático, onde a participação do homem é (quase) nula, está presente não apenas naqueles momentos iniciais: exemplos desse tipo de manifestação serão registrados ao longo de toda a história da fotografia, em maior ou menor grau, dependendo do contexto.

Um fenômeno responsável por uma enorme popularização da fotografia foi a produção da *carte de visite*. Patentada por André-Adolphe-Eugène Disdéri, em 1854, eram cópias fotográficas feitas a partir de negativos de vidro, montadas em cartão, com dimensões reduzidas, por volta de 6 x 9 cm. O tamanho não era um detalhe menor. A grande ideia que trouxe fama e fortuna a seu criador foi, através de câmeras especialmente construídas para isso, passar a produzir oito ou mais retratos em apenas uma chapa de vidro. Com isso cada chapa era copiada para o papel e bastava recortar cada retrato e colar no cartão para produzir rapidamente um grande número de fotografias, que eram vendidas a baixo custo e assim se podia atingir uma enorme clientela. As relações entre fotografia e serialização vão muito além da possibilidade de cópias. No processo de produção das *carte de visite*, o fotógrafo ocupava a posição de um simples peão, um operário numa linha de produção compartimentada e repetitiva (TAGG, 2005, p.67). Mesmo no campo das Belas Artes, já pelos idos de 1880, a

fotografia era usada num caráter mais funcional: impressões de homens e mulheres nus, como forma de economizar com modelos vivos. Outros fotógrafos se ocupavam de produzir clichês de cenas urbanas ou paisagens também com o propósito de auxiliar pintores e desenhistas nas suas criações. Eram aplicações auxiliares na produção de quadros, gravuras ou esculturas⁵.

Para André Rouillé (2009), a fotografia é plural, sempre foi. Mas surgiu e se desenvolveu diretamente inserida na dinâmica da sociedade industrial nascente, o que vai determinar seus desdobramentos e funcionalidades. Uma vez que foi forjada por esta sociedade, “a fotografia, no decorrer de seu primeiro século, como destino maior conheceu apenas o de servir, de responder às novas necessidades de imagens da nova sociedade. De ser uma ferramenta” (idem, p. 31). A fotografia respondeu e reforçou as necessidades dessa sociedade, assim como qualquer outra relação entre tecnologia e seus usos sociais. A fotografia é, por excelência, a imagem da modernidade, ao ultrapassar um limite: até então, na produção de imagens, nunca a mão do homem havia sido abolida. Essa fronteira era transposta em meio a um turbilhão de significados. Por um lado a câmara obscura era responsável pela nitidez da projeção. Por outro lado, o processo químico de fixação não tirava nem colocava nada à cena retratada. A junção dessas propriedades físico-químicas era capaz apenas de reproduzir, de capturar, não havia criação, interpretação, apenas um espelhamento do real, segundo os pensamentos que conseguiam maior eco. Tais características são vistas mais como qualidade do que como defeito. Enquanto o desenhista transmite para o papel apenas uma seleção daquilo que documenta – por limitações que vão da técnica ao que “consegue” ver –, o fotógrafo é mais exato, mais completo, o que traz para a fotografia uma grande funcionalidade de documentação. Rouillé faz um extenso esmiuçamento das várias maneiras como a fotografia esteve ligada aos ideais industriais e da modernidade, onde o caráter automático, serializado, maquínico tinha maior destaque do que o aspecto humano, criativo ou subjetivo. Essas ligações passam pelas cidades, pelo expansionismo, pelo mercado – como no citado exemplo de Disdéri e suas *carte de visite* –, pela democracia

5 Alguns desse pintores que fotografaram cenas para serem reproduzidas em seus quadros hoje são mais referenciados pelas fotografias que fizeram do que por suas pinturas, como é o caso de Eugene Atget (ROUILLÉ, 2009, P.38). Isso reforça o pensamento de que a presença da subjetividade não está na técnica ou no dispositivo, mas sim no contexto social que dá suporte a esse entendimento.

– um valor moderno ao qual a fotografia se vê associada. A fotografia ignora a transcendência, traz para o plano das coisas triviais do mundo profano os valores sagrados do céu: a imagem deixa de ser fruto do gênio criador humano e sensível, para uma produção de uma máquina sem alma.

Durante cerca de um século, irá perdurar o valor de dessubjetivação, essa retirada da importância do sujeito na produção fotográfica, cujo resultado é chamado por Rouillé de fotografia-documento: “refere-se inteiramente a alguma coisa palpável, material e preexistente, a uma realidade desconhecida, em que se fixa com a finalidade de registrar as pistas e reproduzir fielmente a aparência” (ROUILLÉ, 2009, p. 62). A fotografia-documento tira partido de uma ligação direta entre as coisas e as imagens. Uma característica presente na fotografia, que trata do aspecto mais indicial, de uma ligação física entre referente e o signo. Ou seja, o valor de documento da fotografia tem como base o dispositivo⁶ em si – e respectivos processos cientificamente objetivos englobando a física e a química –, o modelo epistemológico da câmara obscura – que isolou imagem e observador –, as ligações com preceitos da modernidade, mas teve em estudos mais recentes uma sobrevida, uma reafirmação de sua instância referencial, que, se não tinha esse objetivo, pelo menos contribuía para o poder de verdade, de real da fotografia. Barthes dedica grande espaço a essa ligação imagem-referente.

“O que intencionalizo em uma foto [...] não é nem a Arte, nem a Comunicação, é a Referência, que é a ordem fundadora da Fotografia” (BARTHES, 1984, p. 115). “Eis soldados poloneses em repouso em um campo” [referindo-se a uma fotografia de Kertész, de 1915] “nada de extraordinário, a não ser isso, que nenhuma pintura realista me dariam: eles estavam lá; o que vejo não é uma lembrança, uma imaginação, uma constituição [...] mas o real no estado passado: a um só tempo o passado e o real” (BARTHES, 1984, p.124). O noema “isso-foi” de Barthes – segundo ele mesmo o que resume o objeto do livro inteiro - é tido até hoje como um dos pilares da ontologia fotográfica. Em outra passagem, reforça: “a fotografia sempre traz consigo

6 O conceito de dispositivo de Maurice Mouillaud aponta para a ideia de uma matriz que age sobre as práticas sociais, comandando não apenas a ordem dos enunciados, mas a postura do leitor (2002, p.32). Os dispositivos impõem suas formas ao texto – por ele entendido como qualquer forma de inscrição – e se encaixam uns nos outros. Tal linha de pensamento nos remete a Vilém Flusser, que usa o termo “aparelho”, afirmando que este é programado para funções e estão subordinados a aparelhos superiores (2002). Flusser também fala da função codificadora do canal distribuidor.

seu referente [...] estão colados um ao outro” (p.15). A análise barthesiana privilegia a característica de índice da fotografia, afirmando ver somente o referente. Uma transparência ou invisibilidade da fotografia, que é atravessada pelo olhar do leitor – *spectator* –, este, talvez, o único possível sujeito no processo. O livro de Barthes, sua última obra antes de falecer, foi escrito em 1980 e se transformou num dos pilares da teoria fotográfica, contribuindo para reforçar um valor de verdade, de prova, que tem nessa ligação direta – sem interferência do homem – entre imagem e objeto fotografado seu maior argumento. Barthes defende que existem mecanismos para conferir verdade a uma linguagem, faz-se uso da lógica ou do juramento. Já a fotografia seria indiferente a esse tipo de recurso: “ela não inventa; é a própria autenticação; os raros artifícios por ela permitidos não são probatórios” (ibidem, p. 128).

Escrito três décadas antes de *A camera clara*, um outro texto que foi por muito tempo referenciado – e ainda recentemente usado como apoio e não de maneira crítica em pesquisas – é o de André Bazin, cujo título já antecipava o papel que tomou para si no campo das reflexões sobre as imagens: “Ontologia da imagem fotográfica”⁷. Ele trata de uma libertação da pintura pelo advento da fotografia, baseada não no aperfeiçoamento material, mas numa satisfação completa por uma reprodução mecânica do real. “Todas as artes se fundam sobre a presença do homem; unicamente na fotografia é que fruimos da sua ausência” (BAZIN, 1983). Se Bazin chega a defender que a fotografia deveria ser considerada como do campo das ciências naturais, tão forte é sua relação com a natureza, maior do que com as ciências humanas, Barthes (1984) dedica todo o seu último livro publicado em vida a essa característica de ligação com o real. Em outros livros, Barthes traz um apagamento do sujeito não apenas na fotografia, mas na linguagem de um modo geral. Ou seja, o seu pensamento aborda a construção da autoria, colocando em questão, até, a construção do autor a partir da obra. Embora ele tenha demonstrado uma preocupação mais geral em outros textos, “*A câmara clara*” reforça uma ideia de ausência do sujeito no ato fotográfico.

Outros autores, no entanto, trabalham com perspectivas diferentes. John Tagg (2005) entende que a combinação entre fotografia e evidência na segunda metade do século XIX estava estreitamente ligada à aparição de novas instituições e novas práticas

7 Publicado em 1958.

de observação e de arquivo. Para ele o poder não está na câmara, mas no Estado que faz uso dela, que garante a autoridade das imagens que constrói como prova ou registro da verdade⁸. A condição “ontológica” de um reflexo do real, não é assim tão direta, óbvia, natural. Foi negociada, necessitou de um aprendizado, de uma aceitação. O autor detalha os primeiros usos da fotografia como documento num julgamento judicial⁹. Duas constatações exemplares valem ser citadas. Por um lado, os responsáveis pelo julgamento não estavam habituados a considerar as imagens fotográficas como constatação de algo, como deixa claro um dos presentes ao questionar se não haveria nada melhor a fazer do que amontoar as pessoas com cartões postais. Por outro lado, Cameron, sanitarista responsável pelo uso das fotografias como prova, se valia de seu conhecimento técnico num nível acima da plateia para preencher lacunas de informação que a fotografia não era capaz de trazer. Com isso ele conduzia o discurso ora para uma argumentação que destacava o caráter realista, ora para possíveis interpretações e percepções mais subjetivas. Estamos em 1896. Somente na virada do século é que são desenvolvidos procedimentos técnicos para a codificação da análise de fotografias como elementos de prova. A qualidade vinculante entre fotografia e realidade é constituída não apenas pelo aparato, pelo grau de definição, mas pela autoridade que é investida por instituições como polícia, ministérios, justiça, tribunais.

Já Dubois , que pretende “atingir a fotografia” no sentido de um discurso teórico mais amplo (1994, p.59), leva a discussão para as outras categorias da semiótica peirceana. Ele afirma que a fotografia é índice, em “primeiro lugar”, para depois então adquirir sentido (símbolo) e tornar-se parecida (ícone). O processo e as pessoas envolvidas devem estar incluídos no fotográfico. “Com a fotografia, não nos é mais possível pensar a imagem fora de seu modo constitutivo, fora do que a faz ser como é” (DUBOIS, 1994, p.59), devendo estar aí incluída, nessa constituição, o ato da produção, da distribuição e da recepção. Este autor amplia os elementos constitutivos da fotografia, envolvendo o ato produtor como gerador de significação.

8 “No se trata del poder de la cámara, sino del poder de los aparatos del Estado local que hacen uso de ella, que garantiza la autoridad de las imágenes que construye para mostrarlas como prueba o para registrar una verdad.” (TAGG, 2005, p.84).

9 Durante plano de desocupação de um bairro de Leeds, quando uma seleção de fotografias é apresentada ao Parlamento, com o propósito de reforçar uma autoridade e um reconhecimento das argumentações. Ver TAGG, 2005, cap.5.

Podemos entender a forte influência de autores como Barthes que, tão recentemente, reforçaram a condição de uma fotografia meramente indicial, mas sabemos que esses conceitos eram contemporâneos a outros que defendem maneiras diversas de encarar tais ligações. Décadas antes, nos anos 1930 e 1940 ou mesmo na virada do século XIX para o XX, diversos movimentos, no campo da produção, já apontavam para uma valorização do fotógrafo como sujeito produtor da imagem. Revistas ilustradas já destacavam a participação de alguns fotógrafos em suas edições, se valendo de uma fama, de um valor agregado que esses autores carregavam. A *Life*, por exemplo, é lançada em 1936 manifestando sua prioridade para a imagem resultante de um pensar e sentir, uma revista “para ver e ter o prazer de ver; para ver e ser surpreendido; para ver e aprender” (KOBRE, 2011, p.437). Iniciativas como a agência Magnum – agência francesa, fundada em 1947, falaremos dela com mais cuidado adiante – surgiam com o propósito maior do reconhecimento do fotógrafo e dos direitos autorais.

1.2 Inscrição do sujeito

O declínio da imagem-documento acontece quando o fotógrafo reivindica a inscrição de sua subjetividade em sua obra, abrindo espaço para a imagem-expressão: “o elogio da forma, a afirmação da individualidade do fotógrafo e o dialogismo com os modelos são seus traços principais” (ROUILLÉ, 2009, p. 161). Para este autor, o melhor exemplo dessa reorientação foi Robert Frank, que entre 1955 e 1956, apoiado pela Fundação Guggenheim, cruza os EUA recusando “à mínima imposição externa”, assentando “a soberania do 'eu' do fotógrafo”, colocando “a imagem sob o domínio exclusivo de sua subjetividade, de sua 'inspiração', de sua 'alma'” (ROUILLÉ, 2009, p.171). Agora se faz necessária uma escrita fotográfica, uma forma trabalhada por um autor. Segundo Souza, “com Robert Frank, começou a perder força a herança ideológica da objetividade que se havia introduzido no discurso fotodocumental e (foto)jornalístico” (2000, p.148). A “fotografia-expressão” vem se contrapor à “fotografia-documento” no que ela tinha de negação da subjetividade – tanto do fotógrafo, quanto da relação com os modelos e as coisas fotografadas. Para Rouillé, “é o inverso desses elementos que caracteriza com exatidão a fotografia-expressão: o elogio

da forma, a afirmação da individualidade do fotógrafo e o dialogismo com os modelos são seus traços principais. A escrita, o autor, o outro” (ROUILLÉ, 2009, p.161).

Já vimos que, em meados do século XIX, logo após o surgimento e registro das primeiras experiências bem sucedidas de fotografia, técnicas diferentes se alinham a parcelas divergentes da sociedade, causando uma polarização entre a função mais objetiva ou mais subjetiva da imagem. Importante reforçar, mais uma vez, que não nos parece correto defender um ou outro lado, uma ou outra característica. A fotografia inclui todas essas possibilidades. Pode ter funções de documentação ou de expressão, pode ser indicial ou simbólica (ou os dois). Se um ou outro aspecto foi mais valorizado ou mesmo serviu de base para fundamentações teóricas que marcaram uma época, foi exatamente porque, dependendo dos anseios da sociedade, das pessoas envolvidas, das limitações estruturais e tecnológicas, dos interesses da indústria, era o que o momento permitia “ver”. Essas potencialidades seriam atualizadas de acordo com os estímulos ou limitações de cada tempo.

Não vamos aqui arrolar todos os movimentos da história da fotografia, todas as idas e vindas para cada um desses “polos”. Mas vale a pena lembrar do pictorialismo, movimento surgido no final do século XIX, que, visando garantir à fotografia o status de obra de arte, protagonizou uma espécie de manifesto “antifotográfico”, que negava o mecanicismo, a exatidão, a nitidez, a reprodutibilidade. O pictorialismo se caracterizava pela escolha de técnicas e materiais que proporcionassem desfoque ou texturas diferenciadas em relação à fotografia comumente feita, além da manipulação e intervenção dos negativos e das cópias, com o intuito de inserir a mão do artista, o olho, o humano no processo e devolver uma característica de “obra-prima”, de não reprodutível, original. Ora, se um dos “pecados artísticos” da fotografia era a possibilidade de reprodução indiscriminada, nada mais natural, num movimento que visa a aceitação artística, que a busca por quebrar essa característica.

Esse movimento pendular entre maior presença do homem ou da máquina permeou e continua fazendo parte de toda a história da fotografia, até os dias de hoje. Ora teve mais espaço a ideia da natureza se colocando diretamente nas imagens, em outros momentos o fotógrafo era apenas uma engrenagem da máquina de capturar o real sem falhas, ou as várias fases em que a subjetividade foi içada a níveis superiores. A

reabilitação do homem como centro do ato fotográfico e a necessidade do diálogo com o fotografado – com a possibilidade de interferência deste na construção da fotografia – chegam sincronicamente às primeiras vacilações das mitologias industriais e modernas, abrindo espaço para percepções intermediárias, possibilidades de hibridações e rearranjos estruturais e formais. Um novo horizonte que permitiria não apenas redefinições do lugar do sujeito no ato fotográfico, como até a implantação de novas configurações desse sujeito: uma primeira abertura, talvez, para a aceitação do fazer coletivo.

As polarizações que aconteceram em torno da técnica e do dispositivo, bem como os estudos que traziam de forma determinante o aspecto mais indicial – Ontologia da imagem fotográfica, de André Bazin, em 1958; A câmara clara, de Roland Barthes, em 1980, entre outros –, deixavam de fora a possibilidade de uma conciliação entre homem e máquina e a “fecundidade” dessa posição intermediária. Precisamos experimentar tempos pós-industriais e as transformações sociais respectivas para percebermos novas potencialidades a serem exercidas. Hoje é impossível se pensar a produção de subjetividade distanciada de sistemas maquínicos. “Nenhum campo de opinião, de pensamento, de imagem, de afectos, de narratividade pode, daqui para a frente, ter a pretensão de escapar à influência invasiva da 'assistência por computador', dos bancos de dados, da telemática etc” (GUATTARI, 1996, p.177). Guattari chega a indagar-se se a própria essência do sujeito não estaria ameaçada por esta nova “máquino-dependência” da subjetividade. Para ele, as máquinas são “formas hiperdesenvolvidas e hiperconcentradas” de alguns aspectos de nossa própria subjetividade, não tendo sentido algum que o homem queira desviar-se delas, das máquinas. Flusser também nos alerta para essa ligação entre a tecnologia e o homem: “sempre se supôs que os instrumentos são modelos de pensamento. O homem os inventa, tendo por modelo seu próprio corpo. Esquece-se depois do modelo, 'aliena-se', e vai tomar o instrumento como modelo do mundo, de si próprio e da sociedade” (2002, p.73). Aprofundaremos as mudanças e as possibilidades trazidas pelas novas tecnologias no capítulo 2.

1.3 As experiências colaborativas na fotografia

Como vimos, a fotografia teve – e tem até hoje em alguns setores – entendimentos divergentes no que diz respeito à aceitação do sujeito no seu ato constitutivo. Não há unanimidade, nem ao longo da história, nem entre os praticantes, nem entre os estudiosos. Uns defendem um espaço menor de subjetividade, outros atacam. Poucos falam de um equilíbrio, de uma convivência pacífica. Se entender o sujeito como parte integrante do fazer fotográfico não é algo assim tão natural e direto, o fazer colaborativo também é cheio de nuances e, muitas vezes, não passa de um ajuntamento de fazeres individualizados e estanques.

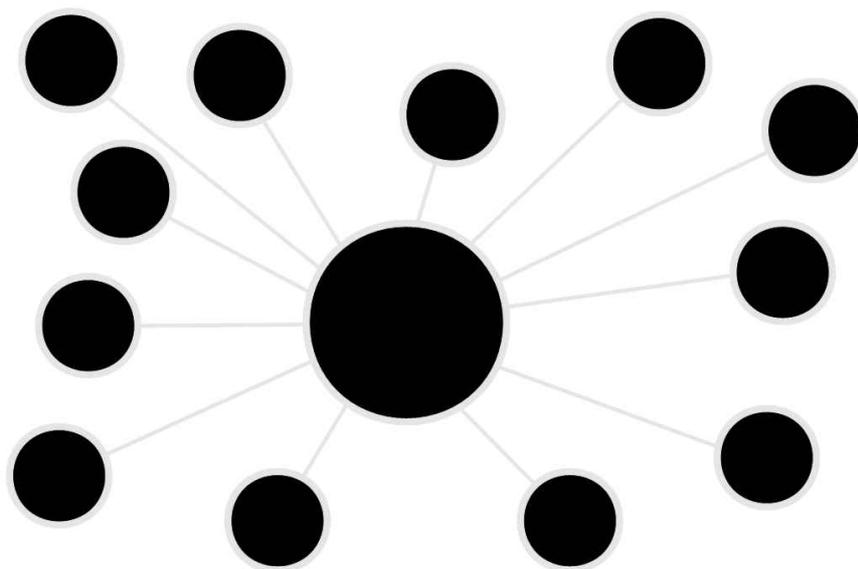
Na nossa busca por caracterizar os coletivos fotográficos contemporâneos, precisamos nos debruçar sobre outras iniciativas que agruparam fotógrafos a partir de objetivos em comum. Muitas vezes as polêmicas giram em torno de referências a essas iniciativas. A pesquisadora e jornalista Simonetta Persichetti em seu blog Trama Fotográfica (2008), por exemplo, levanta o assunto e é seguida por 31 comentários de fotógrafos, coletivos e professores, muitos deles bastante extensos e trazendo opiniões que chamam os coletivos de modismo ou de se tratar de uma estratégia de marketing, para dizer o mínimo. Faz-se importante então, uma busca por delinear as características das experiências precedentes, para uma posterior análise comparativa.

Ao observarmos a história (SOUZA, 2000; TAGG, 2005; NEWHALL, 2006), é possível levantar algumas iniciativas que agruparam fotógrafos de maneira organizada. Deixando de lado movimentos e “escolas”, podemos destacar o surgimento dos fotoclubes e sociedades fotográficas, ainda na metade do século XIX; as agências e cooperativas fotográficas, que, como veremos adiante, podem ser divididas em subcategorias. Tomaremos licença também para incluir o Farm Security Administration (FSA) como outro importante modelo de produção fotográfica coletivizada, como forma de ampliar a discussão.

1.3.1 Fotoclubes

Os fotoclubes surgem já no século XIX e reúnem amantes da fotografia em suas mais variadas relações com a linguagem: profissionais, amadores ou técnicos. São sociedades fechadas. Um dos principais catalizadores desse movimento é o desejo de

e levar a atividade fotográfica a um nível superior, de se diferenciar daquele “usuário comum” que começava a aparecer com mais frequência, registrando suas viagens, sua família. Vale lembrar que era um momento de disseminação de câmeras mais fáceis de manusear, bem como o aparecimento de filmes e serviços que permitiam que qualquer um fotografasse, a exemplo da Kodak com seu slogan: “você aperta o botão e nós fazemos o resto”. “O movimento fotoclubista surgiu como uma reação amadorista à massificação da produção fotográfica predominante” (COSTA; SILVA, 2004, p.22). No início tiveram forte alinhamento com a corrente pictorialista e foi um fenômeno internacional. No Brasil, surgiu nas principais capitais e em algumas cidades maiores do interior e foi responsável por uma fatia importante da produção fotográfica nacional – principalmente no contexto da fotografia moderna brasileira.



Desenho 1: os fotógrafos (círculos menores) estão ligados ao fotoclube, mas mantém uma individualidade entre si e os objetivos estão voltados para o centro do clube, sem ligações externas, necessariamente.

Nomes como Thomaz Farkas, Geraldo de Barros e German Lorca são alguns exemplos provenientes do interior de fotoclubes como o Bandeirante, certamente o mais importante no país, fundado em 1939 – em funcionamento até hoje. O experimentalismo

– iniciando com o pictorialismo, mas passando até pelo surrealismo e outras influências que eram trazidas do que se fazia no exterior – era uma característica desses grupos e resultou em renovações e novas pesquisas técnicas e estéticas. A troca de informações entre os integrantes era outro ponto forte. Mas o que o caracterizava como um clube fechado, ou seja, a busca por uma diferenciação em relação a “outros fotógrafos” era responsável por um marcante traço de competitividade interna. Além de concursos, salões e outras formas de disputa, foram registrados até duelos fotográficos, onde um integrante desafiava um outro rival para tirarem a limpo qual dos dois era melhor fotógrafo: as regras eram definidas e os resultados eram julgados por uma banca (idem, p.24).

O movimento fotoclubista aglutinou fotógrafos, gerou troca de informações e amadurecimento das produções, estimulou a experimentação, com forte intercâmbio entre clubes – tanto nacionalmente quanto internacionalmente – e foi responsável por um grande número de salões, exposições e publicações. Mas, permeando tudo isso, “a vida do fotógrafo no interior dos fotoclubes era marcada pela competição. Havia uma hierarquia que classificava os sócios dos clubes em categorias, segundo o seu nível de aperfeiçoamento” (idem, p. 23). Como é característica de um clube, embora promova a junção de muitos fotógrafos, a individualidade é mantida – ou até exacerbada, como nos traços competitivos observados. As atenções voltam-se para o centro do clube, mas as ligações externas são feitas isoladamente. Se essas organizações surgem com o intuito primeiro de se diferenciar das demais práticas fotográficas, não é difícil de constatar que esse aspecto de distanciamento e exclusividade, de deixar demarcados os limites, permeia todo o conceito e funcionamento dos fotoclubes.

Não devemos confundir esse modelo com associações e sindicatos, que não são aqui analisados com maior profundidade pois já trazem nos seus objetivos uma maior distância em relação às questões que estamos trabalhando. Embora, legalmente, uma associação possa ser qualquer entidade sem fins lucrativos que reúna pessoas em torno de objetivos em comum, uma definição que poderia muito bem comportar um coletivo, as associações de fotógrafos atuam mais comumente no viés da defesa dos interesses profissionais de uma categoria, como é o caso das várias Associações de Repórteres Fotográficos (ARFOC) espalhadas pelo país, em geral ligadas ou trabalhando em

parceria com sindicatos. Estes, por sua vez, possuem uma denominação mais diretamente ligada aos direitos profissionais. Tais escopos fogem completamente da proposta da atual pesquisa. Algumas agências fotográficas, no entanto, surgem também com objetivos de defesa de direitos e valorização dos fotógrafos, porém no viés produtivo ou de mercado e de articulação da linguagem.

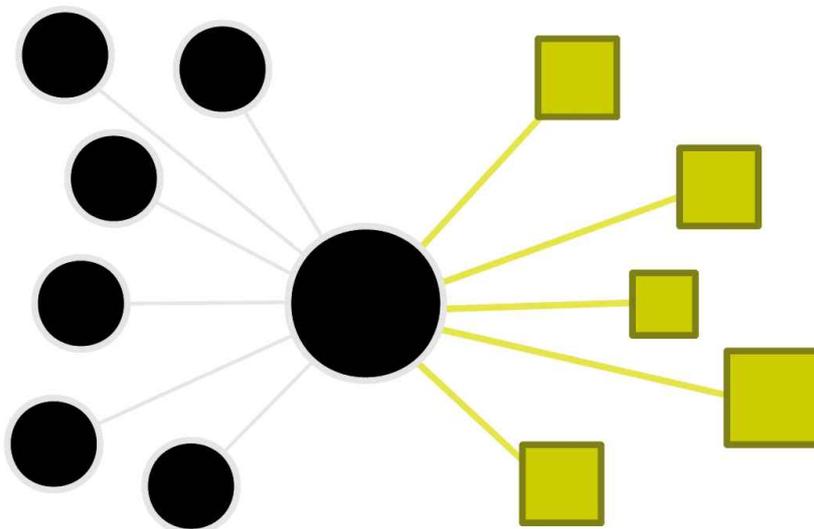
1.3.2 Agências fotográficas

Os primeiros registros de agências fotográficas remontam ao final do século XIX (KOBRE, 2011), mais precisamente com George Grantham Bain, em 1895. Bain, que era fotógrafo e redator de jornal, inicia a Bain News Photographic Service, em NY a partir da ideia de acumular fotografias e vendê-las a assinantes. Ele catalogava e indexava fotografias que comprava de correspondentes e jornais de várias partes do país. Fazia reproduções dessas imagens e enviava as cópias para sua lista de assinantes. Seu negócio expandiu rapidamente e em 1905 ele já havia comprado mais de um milhão de fotografias. Era um modelo focado na distribuição: comprava, reproduzia e distribuía. O ponto chave aqui era a circulação. Não havia uma preocupação com a produção, não temos referências aos fotógrafos responsáveis pela produção das imagens. Estes eram apenas fornecedores de uma cadeia muito maior. Várias outras experiências seguiram esse mesmo modelo de distribuição, a ponto de agências de notícias começarem a incorporar o produto “fotografia” em seu menu de serviços oferecidos aos clientes assinantes.

Já no século XX, é possível estabelecermos três principais categorias de experiências sob a designação de agências fotográficas (HUMBERTO, 1983). A primeira delas é representada pelas agências internacionais, grandes corporações globalizadas, que fazem circular um volume monstruoso de imagens, originadas e dirigidas a todas as partes do mundo. É um formato de trabalho que se assemelha à experiência precursora de George Bain, citada anteriormente. O que interessa é o potencial comercial da imagem, que está centrado no assunto, na agilidade, nos valores de noticiabilidade. O fotógrafo não tem muita importância nessa relação: o que conta é o produto ou serviço e ganha a imagem que chegar primeiro. Nesse modelo é comum o uso de fotógrafos freelancers ou mesmo amadores e inclui a compra esporádica de

imagens. Como exemplos, podemos citar a Agence France Presse (AFP) ou a Reuters.

Um segundo modelo é o das agências vinculadas a veículos de comunicação, que comercializam o subproduto de suas editorias de fotografia, as sobras diárias, o excedente do volume produzido para os jornais, revistas e portais do grupo. Enquanto na categoria anterior o fluxo se dá em mão dupla, pois a agência capta material ao redor do mundo para então distribuir aos assinantes, no modelo vinculado aos veículos o fluxo segue uma lógica centrífuga de mão única, tendo como o centro o veículo produtor das imagens. O objetivo é dar maior rentabilidade aos investimentos de produção, ampliar a possibilidade de retorno.



Desenho 2: Os fotógrafos, aqui representados por círculos pequenos, estão ligados à agência (círculo grande), que faz a mediação com o mercado (quadrados), num modelo linear ou arborescente.

Algumas dessas agências, com o aumento de volume de circulação de suas imagens, ampliaram seu relacionamento com o mercado mesclando características das duas primeiras categorias, fundando um modelo híbrido que é vinculado a grupos de comunicação e operam nessa lógica de comercialização de produção própria, mas que aproveitam a articulação com a rede de assinantes para captar imagens de interesse de seus veículos e incorporam tais imagens na sua oferta. São agências “nacionais” como a

Agestado, ou Folhapress. Embora tenha parte de seu volume de negócios representado por uma lógica de captação/distribuição, optamos por enquadrá-la na segunda categoria pois o que predomina é o direcionamento do veículo ao qual está vinculada. Por exemplo, essas empresas não fornecem – nem compram – material para os concorrentes diretos de seus veículos: continuam sendo estruturas internas, condicionadas à comercialização do subproduto, subordinadas ao grupo do qual fazem parte.

Por fim temos a experiência das agências formadas por fotógrafos, muitas delas organizadas no modo de cooperativas. Estas trazem em seus objetivos uma maior valorização e reconhecimento do fotógrafo e de sua atividade, colocam em pauta, conseqüentemente, questões de respeito ao direito autoral. O principal exemplo é a francesa Magnum, fundada em 1947 por fotógrafos como Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, David Seymour “Chim” e George Rodger. O surgimento da Magnum, inspiradora até hoje de muitas outras iniciativas, se confunde com a história de Capa, reconhecido como o maior fotógrafo de guerra de todos os tempos.

Húngaro, nascido com o nome de Endre Friedman – que depois virou André –, Capa foge para a Alemanha por problemas políticos em seu país natal. Com a ascensão de Hitler, sendo neto de judeus, foge novamente, dessa vez com destino à França. Sua vontade era ser jornalista, mas a língua era uma barreira. Daí inicia a carreira de fotógrafo. É com Gerda Taro, sua companheira de vida e de fotografia, que surge a ideia de um fictício Robert Capa, fotógrafo americano cujo nome era de fácil memorização e não remetia a uma nacionalidade específica. Alex Kershaw explica que Endre e Gerda decidiram formar uma sociedade com três integrantes, onde ela era secretária e representante comercial, ele era o laboratorista e os dois eram funcionários de “um rico, famoso e talentoso (além de imaginário) fotógrafo americano chamado Robert Capa”, que estaria visitando a França (KERSHAW, 2004, p.28). Eles passam a comercializar seus trabalhos em nome desse personagem, o que valorizava o serviço e criava um distanciamento entre o ato fotográfico e os procedimentos comerciais. É dessa época a fotografia do soldado espanhol morto¹⁰, tão famosa quanto polêmica – existem versões que defendem ser uma farsa ou encenação. Gerda morre durante a cobertura da Guerra

10 Uma das fotografias mais famosas de Robert Capa é a de um miliciano na Guerra Civil Espanhola, supostamente fotografado no momento em que levava um tiro das forças inimigas (1936). Uma grande polêmica se instaurou sobre essa imagem, que teve sua autenticidade questionada.

Civil Espanhola e Endre assume de vez seu novo nome, com o qual entraria para a história do fotojornalismo.

Essa história de Endre e Gerda, com um trabalho colaborativo, sob uma assinatura conjunta, é um embrião para várias das questões que estariam permeando não apenas a existência da agência Magnum, como também das práticas coletivas mais atuais. Olhando com o distanciamento do tempo, a conclusão mais direta é de que foi uma estratégia que driblava as dificuldades causadas por suas nacionalidades, imprimindo uma marca e possibilitando a valorização de seu trabalho.

É de Robert Capa que emana o desejo maior de criação de uma estrutura que permitisse lutar pelo reconhecimento dos fotógrafos, que possibilitasse a administração dos direitos autorais, garantida pela posse dos negativos. Até então, era praxe que o filme fosse entregue ao jornal ou revista assim que fosse exposto, onde seria revelado e arquivado, sem que o fotógrafo tivesse domínio nem retorno sobre as utilizações posteriores. A Magnum surge com esses objetivos, formando uma espécie de blindagem que asseguraria uma independência de produção dos fotógrafos, associada a uma logística de comercialização que garantisse retorno suficiente para o seu sustento financeiro. É um modelo de viabilização comercial focado na valorização da atividade fotográfica e do fotógrafo.

Ainda hoje o modelo da Magnum inspira novas iniciativas. A agência Noor, sediada na Holanda é um exemplo. Formada por fotógrafos que já ocupavam boas colocações no mercado mundial, ela surge em 2007, com reconhecida referência na agência francesa de Capa¹¹.

Assim como citamos o caso das agências ligadas a veículos, que existem como forma de rentabilizar os excedentes de produção, uma outra prática comum no meio fotográfico é o do banco de imagens. É natural que um fotógrafo ou uma agência acumule um acervo de imagens, produzidas ao longo de sua existência. Fotógrafos, jornais, agências, todos eles possuem seus próprios arquivos fotográficos, podendo negociar tais imagens para o uso publicitário, editorial ou corporativo. Existem empresas especializadas nesse tipo de material, trabalhando exclusivamente com

¹¹ Ver entrevista com Stanley Greene, fundador da Noor. Na ocasião ele também faz uma crítica ao modelo de “supermercado de imagens”. Em <http://afdeautofoco.blogspot.com/2008/11/agncia-noor-entrevista-com-stanley.html#links>.

fotografias de arquivo: os bancos de imagens, fotoarquivos ou stockphotos. Não analisamos esse outro formato pois ele está completamente focado no produto, na fotografia, e não no fotógrafo. Ele não nos remete a uma relação entre fotógrafos. Pode ser confundido com o primeiro modelo de agência, aquele focado na distribuição. O Sambaphoto (www.sambaphoto.com), o Kino (www.kino.com.br) e o LatinStock (www.latinstock.com.br) são alguns exemplos de fotoarquivos atuantes no Brasil.

1.3.3 Farm Security Administration

Nesta nossa busca por observar modelos que agruparam fotógrafos, gostaríamos de citar também o Farm Security Administration (FSA), que não é agência nem fotoclube, mas que foi um importante exemplo de produção fotográfica coletiva, responsável por um denso capítulo da história da fotografia americana. É curioso que essa sigla se refira a um programa do New Deal¹², localizado mais especificamente no Departamento de Agricultura. Sob a direção de Roy Stryker, empregou fotógrafos como Walker Evans, Dorothea Lange e Gordon Parks, entre muitos outros, que tinham a tarefa de viajar pelo interior dos EUA, registrando as pessoas, as construções, as paisagens, os costumes, a miséria, enfim, nas palavras de seu diretor, “apresentar a América para os americanos”. Acabou por ser uma das maiores coleções/produções de fotografia dos EUA, hoje arquivada na Biblioteca do Congresso, com mais de 160 mil imagens.

Os fotógrafos do FSA seguiam para campo com uma extensa pauta definida por Stryker, que chegava a pormenores como “imagens de homens, mulheres e crianças que tenham verdadeira fé nos Estados Unidos”. Era Stryker também o primeiro a ver os filmes revelados e editá-los de acordo com sua visão. Ele é acusado de ser, ao mesmo tempo, o criador e o destruidor de um grande volume de imagens: se existe todo esse material arquivado, outro tanto foi para o lixo, destruído logo após ser revelado e editado. As fotografias produzidas eram destinadas à imprensa, a peças do governo e também para o público em geral, que poderia adquirir essas imagens para uso pessoal. “Como escreveu Stryker: 'o volume total, e é um volume assombroso, tem uma riqueza

¹² Uma série de programas do governo Roosevelt, com o intuito de recuperar a economia americana da Grande Depressão, após o Crash da Bolsa de Valores (1929), que incluía ações de vários tipos, como diminuição da jornada de trabalho, fixação do homem no campo, reestruturação de pequenos agricultores que foram à falência, entre outras.

e uma distinção que não se desprende simplesmente das próprias imagens individuais¹³ (TAGG, 2005, p.220). Foi um projeto de documentação de uma envergadura sem precedentes na história, que agrupou diversos fotógrafos em torno de um objetivo específico e foi responsável por um acervo valioso de documentação. Mesmo proporcionando um resultado coletivizado, a equipe era pautada e dirigida por uma personalidade reconhecidamente centralizadora. Os fotógrafos do FSA tinham o projeto como um cliente ou empregador: não havia integração entre eles, recebiam pautas e as executavam de maneira independente.

Embora essas experiências abordadas tragam grupos de fotógrafos trabalhando em objetivos comuns, em todas elas podemos observar a permanência de um fazer individualizado na ponta do processo. Mesmo que a comercialização, ou a articulação logística, ou os objetivos temáticos ou políticos sejam coletivizados, na outra ponta existe a figura do indivíduo fotógrafo, responsável pelo produto final, entendido como autor das imagens – mais ou menos valorizado dependendo da situação.

Temos aí, então, uma primeira diferença entre o nosso objeto de pesquisa – o coletivo fotográfico contemporâneo – e as demais iniciativas: o entendimento tácito entre os integrantes de que há um maior peso das discussões e amadurecimento dos trabalhos via troca de ideias e de críticas. Mais do que isso, o reconhecimento das contribuições do grupo na composição da obra. O resultado final é percebido como fruto dessa interação e troca. O grupo tem uma participação ativa nos resultados, é assim que o processo é entendido. O que nos remete a perceber um foco no processo e não na estrutura ou no resultado: não é necessariamente uma razão social, um organograma ou um produto que vão definir o coletivo. A resposta de “o que” não passa pelo “como” não. Abordaremos o processo mais adiante. Essa diferença pode passar por acúmulos ou sobreposições. O coletivo dá alguns passos adiante: ele pode ter um tratamento similar a uma agência no que se refere à infraestrutura ou cadeia comercial, mas soma a isso o compartilhamento do fotográfico, afasta ideias de individualidade, tão presentes no que é mais comumente associado aos que fazem fotografia, aos fotógrafos.

13 Quando Tagg cita Stryker, há uma nota de rodapé fazendo referência a “Stryker, 'The FSA Collection of Photographs', p.7, sem maiores detalhes da obra citada. Ahamos por bem manter tais referências, embora não nos tenha sido possível localizá-la.

1.4 O fotógrafo individual

A fotografia é percebida como uma atividade individual por diversos vieses. “Tirar fotos é uma técnica ilimitada de apropriar-se do mundo objetivo e também uma expressão inevitavelmente solipsista do eu singular” (SONTAG, 2004, p. 138). Embora várias das conceituações da autora pudessem ser estendidas conceitualmente à prática coletiva, encontramos em diversos momentos de sua obra uma referência direta ao fazer individual. A extensa pesquisa sobre o modelo de visualidade vigente no início do século XIX, empreendida por Crary (1990), nos dá uma chave para o entendimento de que naquele momento se promoveu uma redefinição da relação entre observador e mundo, colocando o primeiro como isolado, fechado e autônomo, em seu confinamento escuro. Embora não seja a questão central de sua obra – o autor defende, inclusive, que existem mais diferenças do que semelhanças entre os modelos epistemológicos da câmara obscura e a fotografia –, ela ilumina sobre um aspecto importante para pensarmos a individualização do fazer fotográfico.

Podemos encontrar, em paralelo ao que já foi colocado, diversas outros aspectos que atuam reforçando uma ideia de individualidade na fotografia, os quais vêm sendo revistos, muito em função da atuação de grupos que questionam a noção de autoria individual. Porém foram – e continuam sendo – responsáveis por uma percepção que passa primeiramente por um fazer individual. Citemos alguns, sem a intenção de esgotarmos o assunto. Existe o entendimento cotidiano de que o autor de uma fotografia é aquele que “aperta o botão”. Se o dispositivo é acionado – e na maioria das vezes operado, regulado, carregado – por um único indivíduo, recai sobre esse sujeito o reconhecimento pelo produto fotográfico. Embora a legislação que rege o direito autoral no Brasil – lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 – admita a coautoria¹⁴, é comum que contratos e licenças façam menção apenas a um autor.

O crédito coletivo também é confundido com a falta de crédito. Não raro, nos encontros, debates, ou mesmo em publicações especializadas, a assinatura em conjunto é apontada como um retrocesso em relação a uma conquista histórica importante da

¹⁴ A lei dá cobertura apenas a pessoa física, o que significa que um grupo não pode ser reconhecido como autor na condição de grupo. Mas é possível que várias pessoas físicas compartilhem a autoria de uma obra, como é comum na música, por exemplo.

categoria dos fotojornalistas: a obrigatoriedade do crédito¹⁵. Não deixa de ser curioso observar isso num meio onde o uso de pseudônimo é prática corrente. O despreparo para uma autoria coletiva também pode ser percebido nos editais de concursos e normas de instituições. Por exemplo, o coletivo paulista Cia de Foto¹⁶ passou, ao menos, por duas situações que atestaram essa necessidade de adaptação. Ao serem convidados para integrarem a Coleção Pirelli-Masp de fotografia, uma das mais conceituadas coleções do país, foram solicitados a identificar a autoria de cada foto isoladamente, com o nome do integrante “responsável” por cada imagem. Não havia, na comissão curadora da coleção, abertura para uma atuação – e assinatura – coletiva. O desfecho foi a negação da participação da Cia. Hoje a Coleção Pirelli-Masp possui obras da Cia, pois modificaram seu regulamento, admitindo a participação de grupos.

Um outro episódio envolveu um dos principais prêmios mundiais de fotojornalismo, o World Press Photo – WPP. Um ensaio produzido pela Cia de Foto foi premiado, porém toda a veiculação, publicação, exposição do material seguiu com o crédito de apenas um integrante, desrespeitando o fato de que aquele material é resultado de um esforço colaborativo – outros concursos solicitam inscrição individual para fins legais, mas reconhecem e creditam os resultados para o grupo. Personagens de filmes, novelas e romances reforçam a ideia de um ser independente, individual – beirando o egoísmo ou a solidão em muitos casos. Existe toda uma visão romantizada em torno do fotógrafo, detentor de um olhar mágico, que dispara sua câmera condensando informação e emoção num único clique. Esse tipo de imagem reforça um ideário de individualidade.

Como vimos, o sujeito ora está mais ausente, ora está mais presente no fazer fotográfico e mesmo quando está presente, aparece de forma mais individualizada. Até quando falamos de experiências que agrupam diversos fotógrafos, percebemos uma forte tendência à manutenção dessa condição de isolamento. Pelas experiências estudadas, consideramos que o modelo “agência” é o que possui mais pontos de contato com o “coletivo contemporâneo”, suas estruturas de funcionamento se confundem em

15 Na verdade essa obrigatoriedade é extensiva a todas as imagens, conforme a lei citada acima, porém é no campo do fotojornalismo onde há uma maior adesão e respeito a tal norma, direito muitas vezes reforçado por acordos sindicais específicos.

16 Nesta pesquisa faremos um estudo de caso mais aprofundado sobre a Cia de Foto.

alguns casos. Não raro veremos agências funcionando como coletivos e vice-versa. Mas a observação dos outros modelos aqui analisados nos facilita um foco mais seletivo. O fotoclube trouxe a pesquisa estética e a renovação para a fotografia. São fotógrafos com características e paixões diferentes, trocando ideias e influências, num constante amadurecimento e crescimento da linguagem fotográfica. Mas, ao mesmo tempo, eles mantêm um forte traço competitivo e individualista. Além disso, as relações externas não acontecem, via de regra, pelo fotoclube, mas também numa relação direta entre o fotógrafo e o mercado, ou mesmo não há esse desdobramento – o caso de amadores que produzem para si e não possuem clientes ou não participam de exposições.

Traremos um maior detalhamento comparativo entre agências e coletivos, mas antes é necessário que conheçamos o cenário no qual surge o novo modelo, pois acreditamos que ele é um ingrediente importante nessa receita.

Capítulo 2

O cenário pós-fotográfico

Using the camera only to provide answers and not questions is to underestimate what the camera can do

Fred Ritchin

Escrevemos o Anti-Édipo a dois. Como cada um de nós era vários, já era muita gente

Gilles Deleuze e Félix Guattari

A sociedade vem mudando. Os paradigmas da imagem – e da fotografia – também acompanham essas mudanças. A fotografia hoje é outra, em relação àquela das primeiras horas. Quais foram essas mudanças? Qual esse novo cenário que se apresenta? Iremos destacar e relacionar alguns aspectos que consideramos importantes na formação de um pano de fundo fundamental para o surgimento de novas articulações no campo da imagem, do fazer fotográfico coletivizado. “A imagem não se reduz a sua visualidade [...]; participam processos que a produzem e pensamentos que a sustentam, [...] cada sociedade necessita uma imagem à sua semelhança” (FONTCUBERTA, 2010, p.12).

O lugar do sujeito na fotografia, como vimos, é algo que muda a cada época: primeiro ele é deixado de fora, substituído pela máquina; depois se inscreve como proprietário de um olhar único, pessoal. Hoje há uma expansão nos limites do nosso entendimento sobre a fotografia: ela deixa de ser um recorte de tempo e espaço na forma como foi até então pensado, insere no seu fazer tempos expandidos, relativiza essas definições¹⁷, só para ficar nas mais elementares. Colocando em perspectiva sujeito

¹⁷ As anamorfoses cronotópicas de Arlindo Machado, a fotografia imersiva ou de 360 graus, a

e processo, podemos afirmar que o coletivo fotográfico contribui para uma expansão do lugar do sujeito, algo que acontece sincronicamente à diluição do autor na arte contemporânea, por exemplo, ou em paralelo à liberação do polo emissor¹⁸, do ponto de vista da cibercultura, como veremos mais adiante. Se alguns autores fazem fotografia lançando mão de imagens produzidas por outros fotógrafos, os coletivos operam nessa inclusão de outros sujeitos já na sua organização e articulação com o meio.

A aparição do sujeito na fotografia, com maior ou menor importância, é comparada a um movimento pendular por Rouillé (2009). A nosso ver, trata-se não de um movimento do pêndulo de um relógio, que se desloca em uma trajetória determinada, em um compasso, um ritmo, um vaivém milimetricamente programado: ele não vai nem mais nem menos além do que aquele percurso definido. É melhor a imagem de uma criança num balanço de um parquinho, onde ela se joga, de uma maneira bem mais livre, em movimentos que vão de um lado para o outro, sem uma rigidez, sem um limite. Na verdade ela está brincando com o limite, ela está experimentando até onde vai, ora mais alto, ora com menos impulso. O fenômeno que aqui abordamos também desenha trajetórias que se definem enquanto são desenhadas. Também não queremos cair no erro de encarar as inovações como substituições da tradição. Novas teorias, novas tecnologias se alimentam das anteriores, num rico processo de negociação e mútua influência. Para Michel Callon, “o mundo novo resulta de um empreendimento coletivo feito de vontades e interesses individuais que negociam e, gradualmente, constroem uma casa comum” (2010, p.72).

O século XXI convive com o surgimento de um modelo de articulação que lança novas questões para o campo da fotografia. Um fenômeno que, assim como os outros abordados nesse trabalho, estão intimamente ligados, influenciados ou estimulados pelas práticas sociais vigentes, pela interrelação direta com as tecnologias em voga e, principalmente, com os usos sociais dessas tecnologias. Estamos falando dos coletivos fotográficos contemporâneos. A prática do coletivo insere questões no que se

articulação com áudio, são apenas alguns exemplos de um fazer fotográfico que extrapola as definições precedentes. A fotografia 360 graus revê, por exemplo, até mesmo conceitos como o punctum de Barthes ou de enquadramento.

18 A liberação do polo emissor é uma das leis fundadoras da Cibercultura, segundo André Lemos (2005), e tem como característica a passagem de um modelo de massificação da comunicação, onde a emissão é concentrada na mão de poucos (o paradigma de um-todos), para uma democratização que possibilita uma maior participação de todos na difusão de conteúdos comunicacionais (a lógica de todos-todos).

refere a uma expansão do lugar do sujeito na fotografia da contemporaneidade. O sujeito antes não existia, depois passa a ser o proprietário de um olhar transcendental, pessoal, mágico. Agora ele amplia esse raio de operação para a inserção de vários olhares, de vários momentos, de tempos diferentes, estamos expandindo esses limites. A fotografia quebra a relação com o recorte – de um tempo, de um espaço –, ela relativiza todos esses limites e essa expansão atinge também o papel do sujeito, na forma de vários sujeitos sendo inseridos no ato. O coletivo é uma dessas possibilidades – outras práticas contemporâneas também atuam nesse sentido. O coletivo é uma atualização de um virtual (de um devir), que também é refletido em outras formas do fazer fotográfico contemporâneo.

No nosso entendimento, o fenômeno que estudamos não poderia ter surgido em um cenário diferente desse que se descortina no final do século XX e início do século XXI: uma sociedade pós-industrial, fortemente estimulada pelos usos sociais de novas tecnologias, onde as articulações em rede tomam proporções – e apropriações – antes não imaginadas. Aqui nós não podemos ficar pensando em tecnologia como um deslumbramento do aparato, do novo gadget, do novo aplicativo, mas sim tecnologia como algo mais amplo. Se o advento da escrita ou da imprensa trouxe mudanças em praticamente todas as esferas sociais, a digitalização e a consequente interconexão tem operado transformações fabulosas em nossas maneiras de trabalhar, de sociabilizar, de criar, de aprender e de pensar. Uma interconexão que acontece entre pessoas, mas também entre linguagens. Apenas para ficar em um exemplo, lidamos com texto, foto, som, matemática, tudo em um só aparato tecnológico. Quando trazemos tudo para um denominador comum¹⁹, potencializamos as formas de integração e de apropriação, de troca e de conexão. “A sucessão da oralidade, da escrita e da informática como modos fundamentais de gestão social do conhecimento não se dá por simples substituição, mas antes por complexificação e deslocamento de centros de gravidade” (LÉVY, 2010, p. 10).

¹⁹ Ressalva importante: aqui nos referimos a um denominador comum em relação ao elemento constituinte dos processos, ao fato de transformarmos imagem, som, texto, tudo em informação digital, que pode ser processada por um mesmo equipamento. Há uma unificação do “material”, o que permite uma multiplicidade inimaginável de resultantes.

Consideramos importante tornar mais nítida a imagem deste cenário contemporâneo, que acreditamos estimular o surgimento, com maior intensidade, dos coletivos fotográficos. Traremos para a discussão alguns conceitos. As práticas colaborativas abordadas no capítulo anterior – agências e fotoclubes - estão para a lógica do industrial assim como os coletivos contemporâneos estão para a lógica pós-industrial, da cibercultura, ou mesmo da pós-fotografia.

2.1 Cultura de convergência

Estamos observando grandes transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais. Henry Jenkins (2009) considera que um conceito consegue dar conta de tais transformações: a convergência. Para ele, não devemos dar ouvidos simplesmente à ideia de unir múltiplas funções num só aparelho, como é comumente citado o termo, mas devemos pensar a convergência como um “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (idem, p. 29). Não é nos aparelhos onde ocorre a convergência, mas nos cérebros dos consumidores e nas interações sociais que eles promovem com os outros. Há uma reconfiguração de nossa relação com as mídias, tanto no âmbito de consumo quanto de produção, incentivando a inteligência coletiva e possibilitando novas formas de participação e colaboração. “A convergência exige que as empresas de mídia repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing” (idem, p.46). Isso diz respeito à ideia de cultura participativa, em que o consumidor não é mais aquele ser passivo, que absorve os conteúdos nele despejados, mas sim o que tem uma atuação interativa, que participa da definição das regras e dos conteúdos, que adquire um poder de diálogo.

Essas mudanças estão relacionadas às novas tecnologias, tendo a internet como uma de suas principais forças. Fernandes Jr (2009) afirmou que “é impossível pensar a comunicação, e particularmente a fotografia, sem considerar a evolução tecnológica que move o motor das nossas sensações. Não podemos dissociar a tecnologia e as consequências que elas provocam em nossas percepções”. Para Crary (1990), existe uma relação direta entre dispositivos técnicos, visualidade e formas de pensamento. Arte

e ciência devem ser entendidas como parte de um mesmo campo de conhecimento e prática. Não podemos dissociar um do outro: o dispositivo constrói o observador e vice-versa.

A câmera obscura, por exemplo, nos séculos XVII e XVIII, era não apenas um artefato que auxiliava pintores e desenhistas na produção de seus trabalhos, mas servia também de modelo epistemológico para explicações sobre o funcionamento do olho humano ou mesmo para racionalizações do pensamento vigente. Trazendo para os nossos dias, não podemos pensar as novas configurações nas práticas do fotojornalismo sem observar a sincronicidade com a cultura digital, com a reorganização em rede da sociedade, com as mudanças trazidas, principalmente, pelas possibilidades da comunicação mediada por computador. Assim como nos estudos empreendidos por Crary sobre o século XIX, podemos entender que há uma mudança no regime da visualidade sendo operada pelas pressões e influências – mútuas – da cultura de convergência.

Segundo Castells (2003, p. 56), “a Internet está transformando a prática das empresas em sua relação com fornecedores e compradores, em sua administração, em seu processo de produção”. Além disso, a Internet também pode ser relacionada a um aumento na vida social com a família e os amigos. “Se alguma coisa pode ser dita, é que a Internet parece ter um efeito positivo sobre a interação social e tende a aumentar a exposição a outras fontes de informação” (idem, p.102). A formação de redes, embora uma prática antiga, foi energizada pela Internet. “Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura” (CASTELLS, 2002, p. 565). Importante destacar que essas mudanças acontecem não apenas no âmbito da divulgação de trabalhos, na difusão de conteúdos ou na comunicação interpessoal, mas alcançam e influenciam novas lógicas de relacionamento, de pensamento e de produção.

O conceito de rede mistura diferentes níveis de significação e complexidade. Ele tanto comporta a conexão de elementos em interação, como também a imbricação de estruturas de conexão, umas pelas outras, assim como a interligação entre sistemas complexos. Podemos falar de redes formadas por redes secundárias e assim por diante.

As redes “não são definidas por seus limites externos, mas por suas conexões internas” (KASTRUP, 2010, p. 80), não possuem superfície ou fronteiras definidas. Suas conexões e interconexões podem se reconfigurar em possibilidades múltiplas. Não devemos aqui, para efeito do nosso estudo, permitir uma imagem de rede como algo estático, predefinido, fechado. A rede se faz nas ligações entre os “nós”, nas linhas que ligam os pontos.

2.2 Rizoma

Não podemos avançar numa discussão que envolve redes, pontos ligados por linhas, nós, sem tocarmos no conceito de rizoma, desenvolvido por Gilles Deleuze e Félix Guattari, em sua obra “Mil platôs” (1995). Embora o conceito de rizoma seja comumente ligado às reflexões sobre redes, é importante reforçarmos aqui duas ressalvas: primeiro, não podemos, deve-se repetir, pensar a rede como algo dado, estático, onde necessariamente pontos específicos devam ser ligados eternamente (isso seria um grande desvio e até oposição aos princípios do rizoma); segundo, o rizoma é importantíssimo como pano de fundo para abordarmos as características da sociedade contemporânea, objeto também deste capítulo. Os autores enumeram certas características aproximativas do rizoma. A primeira delas é o princípio de conexão, que estabelece que “qualquer ponto de um rizoma pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo” (idem, p. 15). Este modelo traz em si diferenças à figura da raiz ou da árvore, que possui um centro e uma ordem, onde os pontos seguem uma hierarquia ou uma cronologia, uma linearidade. No modelo rizomático as conexões não seguem o princípio de causa e efeito, não seguem desdobramentos estabelecidos por uma ligação prévia, mas as ligações e a forma como elas se modificam a partir do contato é determinado mesmo pela interação entre os pontos. O segundo princípio, o da heterogeneidade, permite que, além da conexão de um ponto qualquer com outro ponto qualquer, essas ligações não remetam necessariamente a naturezas mesmas: “ele põe em jogo regimes de signos muito diferentes” (ibidem, p. 32). O rizoma não tem começo nem fim, nem é feito de unidades de medidas, mas de variedades de medidas. Este é o princípio de multiplicidade. “Uma multiplicidade não tem nem sujeito nem objeto, mas somente determinações, grandezas, dimensões que não podem crescer sem que mude a

natureza” (ibidem, p. 16).

Um rizoma pode ser quebrado em qualquer ponto e retomado segundo uma ou outra de suas linhas, de acordo com o quarto princípio, o da ruptura a-significante. Todo rizoma é estratificado, territorializado, mas traz em si também “linhas de desterritorialização” que permitem fugas. Sempre que uma linha segmentar é quebrada, através das linhas de fuga, opera-se uma ruptura no rizoma. Porém essas linhas de fuga também fazem parte do rizoma. “Faz-se uma ruptura, traça-se uma linha de fuga, mas corre-se sempre o risco de reencontrar nela organizações que reestratificam o conjunto” (ibidem, p.18). Por fim os autores trazem os princípios de cartografia e de decalcomania, que são opostos entre si. O rizoma não pode ser objeto de reprodução, daí a figura do mapa, cartografia, com suas construções, sua contribuição para a “conexão dos campos”, em oposição à lógica do decalque, que repete algo dado. O rizoma é mapa e não decalque. “O mapa é aberto, é conectável em todas as suas dimensões, desmontável, reversível, suscetível de receber modificações constantemente” (ibidem, p.22). O mapa, e esta é uma das principais características do rizoma, tem múltiplas entradas enquanto que o decalque faz referência sempre a algo já estabelecido, a uma repetição, a um seguir, reproduzir. É interessante observarmos que Deleuze e Guattari colocam a decalcomania como um princípio e não apenas como uma oposição à cartografia. Isto porque “é preciso sempre projetar o decalque sobre o mapa” (ibidem, p. 23), mas não de uma forma simétrica: ele injeta redundâncias, reproduz os impasses e os pontos de estruturação.

O rizoma, pois, se faz nas ligações entre um ponto qualquer e outro ponto qualquer, nas linhas que ligam esses pontos, mas também nas linhas de fuga, na multiplicidade cuja variabilidade também interfere na natureza própria do todo. “Um platô está sempre no meio, nem início nem fim. Um rizoma é feito de platôs” (ibidem, p. 33). Virgínia Kastrup reforça essa ideia: “o rizoma não possui limites definidos, não é uma forma, mas condição de existência das formas. É um tipo de 'estrutura' na qual os elementos encontram-se reunidos numa simultaneidade não unificável” (2010, p. 84).

O rizoma se opõe ao modelo de árvore ou raiz, estruturado, hierárquico, centrado. As agências fotográficas conforme definidas no capítulo 1 estão para o modelo de árvore assim como os coletivos contemporâneos estão para o rizomático,

conforme observaremos mais detalhadamente adiante.

Os conceitos de rede e de rizoma possuem alguns pontos de contato. Vistos de determinado ângulo, as semelhanças podem parecer em maior proporção que as diferenças. Não podemos, no entanto, encará-los como sinônimos. A rede também é formada por 'nós' ligados por linhas – isso parece um rizoma. Mas, na figura mais comumente desenhada das redes, esses pontos seguem uma sequência, possuem níveis, hierarquia – opa, isso não é um rizoma. Para Kastrup a rede é uma encarnação, uma versão empírica e atualizada do rizoma (2010, p. 84).

A rede está presente na sociedade há muito tempo. As redes ferroviária, telefônica, de esgotos, elétrica, de estradas, são alguns exemplos que estão presentes na nossa forma de entender o mundo, de construí-lo. “As redes são por demais reais”, nos diz André Parente (2010, p.91), que continua mais adiante: “elas sempre tiveram o poder de produção de subjetividade e do pensamento. Mas era como se as redes fossem dominadas por uma hierarquização social que nos impedia de pensar de forma rizomática” (idem). Para o autor, as redes estão na sociedade, no capital, no mercado, na arte e na guerra, até mesmo no tempo, no espaço e na subjetividade. Citando Foucault, Deleuze e Guattari, Parente nos remete ao entendimento de que a subjetividade depende cada vez mais de sistemas maquínicos: “as diversas técnicas de comunicação e informação formam um inconsciente maquínico que interage e transforma, hoje, os inconscientes econômicos, psicológicos, linguísticos (ibidem, p. 96). A abertura das redes, a explosão de apropriações e significações, isso se dá pela imbricação das tecnologias e comunicação. Não podemos perder de vista que as máquinas trazem em si a subjetividade daqueles que as constroem, como são estimuladoras de novas subjetividades. Os aparatos respondem a necessidades apontadas pela sociedade, mas são redefinidas pelos usos sociais, são reinterpretadas durante o uso. A dinâmica coletiva estabelece usos nem sempre em concordância com o que foi projetado, planejado.

Os coletivos fotográficos contemporâneos surgem num cenário fortemente influenciado pela cultura de convergência, em que as transformações nas relações com os meios de comunicação afetam não apenas essas relações mais diretas, mas nossa maneira de interação social, de organização produtiva e de ligações internas e externas.

O rizoma certamente é modelo imprescindível para o entendimento dos coletivos, que se beneficiam do compartilhamento de conhecimento e do sentimento de comunidade.

2.3 Inteligência Coletiva

Um dos primeiros autores a sistematizar um estudo, ainda nos anos 1980, sobre as modificações da sociedade mediada pelas novas tecnologias no interior das comunidades virtuais foi Howard Rheingold, quando trata das mentes coletivas populares e dos seus impactos no mundo material. Em meio a termos muitas vezes herdados da ficção científica, percebemos, já na base do que depois viria a ser a Internet, uma valorização e desenvolvimento de atos de cooperação como características principais dessas comunidades.

Num mundo competitivo emergem grupos de indivíduos que cooperam entre si por reconhecerem que há coisas que só podem ganhar através da união. Determinar os bens coletivos de um grupo é um modo de procurar os elementos que transformam elementos isolados numa comunidade (RHEINGOLD, 1996, p.26).

A mente coletiva pode ser entendida como um processo contínuo de resolução de problemas de indivíduos por um grupo. Rheingold estudou profundamente os precursores dos hoje conhecidos grupos de discussão ou comunidades virtuais, naquela época movidos por um “verdadeiro casamento de altruísmo e interesse próprio” (idem, p. 79). Ele conta, por exemplo, como, lá pelos idos de 1986, às voltas com um problema caseiro com sua filha de dois anos, conseguiu uma resposta satisfatória de um tal Dr. Flash Gordon, apelido de um usuário da WELL²⁰, muito mais rapidamente do que a resposta do pediatra, também acionado pelo mesmo problema. Algumas descrições do funcionamento dessas comunidades, ou mesmo da tecnologia envolvida, dão sono até para os atuais internautas mais iniciantes. Em tempos de aplicativos complexos (para a nossa época, logo ultrapassados), que contemplam som, imagem, simulação, tudo na mobilidade de telefones celulares, tablets ou notebooks, as teleconferências dos anos 1980 ou 1990 parecem coisa de um passado muito mais distante. Mas o que Rheingold

²⁰ Um sistema de teleconferência por computador que permitia a troca de correspondência privada via correio eletrônico e também participação em conversas públicas (chats) com usuários espalhados pelos EUA.

traz de mais importante são os princípios que transformam nossas relações profissionais, sociais e cognitivas. Estão ali os conceitos norteadores do que viria a se estabelecer na cibercultura²¹, como as mudanças nos paradigmas comunicacionais, lógica de interconexão, reconfiguração de práticas sociais. Estamos falando, entre outras coisas, da mudança de uma cultura de massa – orientada pelo modelo um-todos – para uma cultura de rede ou de convergência – que opera na lógica da circulação, interdependência, complementariedade, participação.

Para Lévy (2000, p.11) “o atual curso dos acontecimentos converge para a constituição de um novo meio de comunicação, de pensamento e de trabalho para as sociedades humanas”. A inteligência coletiva coloca em sinergia os conhecimentos, imaginações e desejos dos que estão conectados. Tira proveito do quanto cada um dos pontos pode contribuir na construção de um todo. Uma rede de informações e de conhecimento cujas ligações podem redirecionar a novas formas de aprendizado e de conteúdo. Quebra o paradigma do especialista, aquele que detém um conhecimento, numa lógica de exclusão – que se divide entre os que possuem e os que não possuem o conhecimento – em favorecimento de uma construção de conhecimento de maneira mais ilimitada, interdisciplinar e diversa (JENKINS, 2009, p. 87).

Compartilhar uma informação passa a fazer mais sentido do que guardá-la para si. É, muitas vezes, no processo que permite a troca onde está a verdadeira importância, não mais apenas num volume cristalizado. Vejamos o exemplo da Wikipedia, uma enciclopédia online alimentada de maneira colaborativa. Ela se estabelece por um sistema que permite a troca de informações, a complementação, o aprofundamento, mais do que pelo peso dos autores ou consultores, na maioria das vezes anônimos – ou, pelo menos, não tão ilustres. A Wikipedia traz em si o antídoto para seu próprio “veneno”. Os críticos apontam para a falta de um corpo de consultores reconhecidamente especialistas sobre os verbetes, como acontece numa enciclopédia tradicional, como principal fator negativo de tal experiência, pois não dá respaldo aos

21 O termo ciberespaço vem da ficção científica de William Gibson e é definido por Lévy como “o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores” (o autor também usa o termo em substituição a 'rede'). Porém cabe um alerta: não devemos resumir o ciberespaço à internet. É o conjunto das redes, interligadas por computador, que forma o ciberespaço. Cibercultura é um neologismo e especifica “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 17).

conteúdos veiculados. Já os defensores atentam para o fato de que os erros podem ser facilmente corrigidos, em tempo real, e para todos os usuários, algo que não é possível numa publicação impressa, onde algum erro ainda é consultado décadas depois, caso o livro esteja disponível.

Numa mesma dinâmica, o fotógrafo detentor de todo o conhecimento necessário para a obtenção do produto final deixa de ser tão importante. O aproveitamento de ligações com outras especialidades mostra-se mais enriquecedor do que ser o depositário exclusivo do reconhecimento pelo que faz. Permitir essas articulações pode ser bem mais proveitoso do que anulá-las. O que está em jogo – ou a melhor parte do jogo – é o processo, as alterações que se dão no “meio do caminho”, no *intermezzo*, no entrelugar. É como Jenkins aborda a convergência, em geral, de uma maneira redutora, tomada como a junção de várias aplicabilidades num só dispositivo. Para este autor, a convergência acontece no cérebro das pessoas, nas suas atividades, “é mais do que uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos [...] a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final” (2009, p. 43). Jenkins afirma que a saída para a sobrevivência está em trabalhar junto, coletivamente.

Podemos entender esse ambiente de interconexão, essa lógica de formação de redes, essa abertura para práticas colaborativas como um campo fértil para o aparecimento e fortalecimento dos coletivos fotográficos? Esta é a premissa com a qual estamos trabalhando.

A cibercultura é definida por André Lemos (2005) como “uma nova relação entre as tecnologias e a sociabilidade, configurando a cultura contemporânea” e suas leis fundadoras são: liberação do polo emissor – qualquer um pode produzir e distribuir conteúdo –, princípio de conexão em rede – tudo e todos estão interligados – e reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais.

A fotografia estabelece uma relação dialógica com esses princípios, reconfigurando suas práticas. Os coletivos respondem diretamente a esses princípios. As possibilidades de associação entre fotógrafos que surgem neste contexto incorporam novas discussões no fazer fotográfico. Nossa premissa é de que o surgimento dos coletivos fotográficos com mais ênfase na última década está ligada diretamente às

reconfigurações de nossa sociedade estimulada pelas novas tecnologias. Reforçamos que esse cenário atual estimula o estabelecimento, ou a intensificação, de algumas ligações e articulações. A cultura de convergência trabalha sobre a lógica de uma inteligência coletiva, algo que não surgiu recentemente. Lévy destaca que

podemos acompanhar o surgimento de uma inteligência coletiva da humanidade global desde o século XVI. Esse movimento se acelera na última década do século XX, com o início da unificação política do planeta, o sucesso das abordagens liberais, a fusão da comunidade universitária e da indústria, a explosão do ciberespaço e a virtualização da economia (LÉVY, 2010a, p. 188).

O crescimento do ciberespaço, porém, não garante o desenvolvimento de uma inteligência coletiva – pois não se trata de um determinismo: é possível o isolamento, a dominação ou exploração. O ciberespaço é uma espécie de ferramenta que permite a conexão de várias comunidades diferentes em grupos inteligentes, articuladores de um conhecimento coletivo. A rede conectada por computadores (também tablets, celulares etc) é um dos muitos circuitos de comunicação que estimulam a coletividade.

Opera-se, a partir desses pressupostos, uma alteração na nossa relação com o saber. A aquisição, a necessidade, o acúmulo do conhecimento se dá em outros eixos. Há, cada vez mais, a necessidade de renovação – ou atualização – de nossas habilidades. Se outrora uma profissão podia ser passada de pai para filho e ser desempenhada por uma mesma família ao longo de gerações, hoje é cada vez mais comum que um indivíduo mude de profissão durante a sua vida produtiva. Que dirá outras habilidades mais corriqueiras. Trabalhar não mais significa repetir um conhecimento adquirido durante toda uma carreira. Trabalhar hoje está mais ligado a uma ideia de circulação, criação, renovação, aprendizado e ensino de novos saberes. Por outro lado, “o ciberespaço suporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam numerosas funções cognitivas humanas” (LÉVY, 1999, p. 159), a saber: memória, imaginação, percepção, raciocínios. Bancos de dados, programas de simulação, dispositivos de leitura e captação, inteligência artificial, mecanismos de busca associados a histórico de participação, entre muitos outros exemplos, são tecnologias intelectuais presentes no ciberespaço, assim como a escrita, o uso da mitologia, ou os rituais estiveram relacionados a outras épocas. Numa sociedade onde a transmissão de

conhecimento se dá pela oralidade, cânticos ou narrações cumprem papéis que incluem a memória e a absorção da informação. Já a cultura escrita trouxe a descontextualização entre emissor e receptor, que, não mais necessariamente, compartilhavam um mesmo espaço ou tempo – e, com isso, teve de incorporar características de uma universalidade, de não mais depender desse contexto antes presente na cultura oral, por exemplo. Não se trata, como já foi dito, de pensar em termos de substituições. O mito e a escrita coexistem também no ciberespaço.

As possibilidades do conhecimento por simulação e o imbricamento entre realidade e simulação vão trazer mudanças reestruturadoras no nosso relacionamento com o mundo, com o tempo e com o espaço. Além da reorganização da cadeia de produção, circulação e consumo do saber, de bens culturais, vivenciamos uma revisão de conceitos que passam pela realidade, com grandes consequências para alguns dos usos da fotografia e principalmente para o entendimento desta linguagem. Hoje, a partir de fórmulas e simuladores, é possível antecipar desde resultados financeiros complexos, até mesmo a ação de ventanias sobre estruturas metálicas ou mesmo a visualização da ação do envelhecimento a partir de retratos de pessoas – com o cruzamento de características hereditárias, costumes alimentares e cuidados médicos. As tecnologias intelectuais, das mais antigas às mais recentes, agem na ampliação das potencialidades de articulação de ideias, recuperação de dados armazenados, velocidade de cálculo e processamento. Toda tecnologia intelectual já pressupõe uma inteligência coletiva, pois as construções já partem de um conhecimento previamente acumulado ou repassado. Seja no conteúdo em si, seja nos processos e mecanismos. “O pretense sujeito inteligente nada mais é que um dos micro atores de uma ecologia cognitiva que o engloba e restringe” (LÉVY, 2010, p. 137).

2.4 Pós-fotografia

Para Santaella (2005), é possível estabelecermos três paradigmas da imagem, a partir das transformações operadas no modo de produção: o pré-fotográfico, o fotográfico e o pós-fotográfico. O uso dos termos “pré” e “pós” nos remete invariavelmente para uma ideia de tempo, de ordem das coisas, de sequência, mas é importante para a nossa pesquisa frisarmos que eles dizem respeito a paradigmas e não a

épocas ou eras históricas. Os três paradigmas podem coexistir, podem se sobrepor ou se prolongar uns sobre os outros, mas o surgimento de cada um deles influencia nossa relação com as imagens. Ou seja, não tratam de épocas distintas, porém de formas de entendimento diferentes na nossa relação com as imagens, o que acreditamos fazer diferença no presente estudo.

O pré-fotográfico engloba todas as imagens produzidas artesanalmente e que dependem, por isso, da habilidade manual de um indivíduo. Como exemplos podemos citar as imagens na pedra, desenho, pintura, gravura e escultura. Este paradigma traz como característica o objeto único, resultante de um processo que acontece aos poucos: pincelada após pincelada, no caso da pintura. Existe aqui uma importância da composição material da imagem. “Nessa imagem instauradora, fundem-se num gesto indissociável, o sujeito que a cria, o objeto criado e a fonte de criação” (2005, p. 299).

No fotográfico, nós podemos perceber a dependência de uma máquina de registro e a respectiva necessidade de objetos reais preexistentes: são imagens produzidas por conexão dinâmica e captação física de fragmentos do mundo visível. A fotografia, o cinema, a TV, o vídeo e a holografia são representantes desse paradigma. Santaella destaca a fotografia como resultado da combinação entre câmara obscura e um suporte sensível à luz, linha de pensamento que se orienta pelo entendimento de uma captura automática, que retira do processo a habilidade humana e reforça uma visão de objetividade. A autora nos fala de um “ato de tomada”, como “instante decisivo e culminante de um disparo, relâmpago instantâneo. Dado este golpe, tudo está feito, fixado para sempre. Enquanto a imagem artesanal é, por sua própria natureza, incompleta, inacabada” (2005, p. 300). Veremos mais adiante como François Soulages (2010) defende a articulação entre o irreversível e o inacabável como singularidade da fotografia – ou fotograficidade, nos seus termos. Mas existem sim o golpe e a tomada de decisões irreversíveis, um ato que não pode ser retomado – pode até ser tentado novamente, mas como um novo ato.

Já o terceiro paradigma, o pós-fotográfico, trata das imagens sintéticas ou infografias, aquelas inteiramente produzidas por computação, imagens numéricas, binárias, fruto de uma programação, que podem até ser confundidas com uma fotografia, mas que trazem em si esta característica fundamental: são simulações. Nela

não há a relação física com o material, como no caso das artesanais do pré-fotográfico, nem com o referente, como no fotográfico. “As imagens infográficas ou sintéticas inauguram uma nova era na produção de imagens com características radicalmente diversas das imagens de projeção ótica, dependentes da luz, que vai da fotografia até o vídeo” (SANTAELLA, 2005, p. 297).

O modo de produção de cada um desses paradigmas traz consequências para toda a cadeia que envolve armazenamento, agente produtor, natureza da imagem, relação da imagem com o mundo, meios de transmissão e papel do receptor. Ou seja, podemos perceber distinções nesses paradigmas também nas outras esferas da produção, circulação e recepção das imagens. Se o pós-fotográfico se caracteriza por uma “derivação da visão via matriz numérica”, enquanto o fotográfico traz a “autonomia da visão via próteses óticas” (SANTAELLA, 2005 p. 302), o seu agente produtor não mais captura o real, mas age sobre ele, é um sujeito manipulador e não mais pulsional.

O meio de produção é determinante nesta concepção, suas características se desdobram em consequências nas outras esferas já citadas. Mas essas modificações não surgem apenas no interior de cada paradigma. Não devemos pensar em termos de substituição, mas bem sabemos das alterações operadas a partir de cada novo modelo. Os modos de produção do paradigma pré-fotográfico foram modificados após o surgimento da fotografia. Assim como a fotografia também mudou com o advento do pós-fotográfico. Podemos observar com razoável clareza as modificações no papel do produtor, bem como na relação da imagem com o mundo. Mas não apenas nisso. Silva Junior nos dá uma visão de algumas dessas mudanças, mais focadas no campo do fotojornalismo, mas que podem ser ampliadas para a fotografia como um todo. “A capacidade de se adaptar, adquirir gramáticas, trabalhar em cooperação e em rede, interagir com sistemas que não exclusivos da fotografia, parece ser a chave a ser acionada para o enquadramento profissional da fotografia de notícia” (2011, p.113). Não é apenas um ou outro aspecto que se modifica, mas nossa relação com a imagem, a forma como a produzimos e a percebemos.

As mudanças acontecem num mesmo tempo e de forma articulada, interligada. Não nos é possível analisar separadamente as influências que o surgimento da imagem de síntese operou sobre a produção de fotografias, uma vez que isso acontece em meio a

modificações em todos os outros processos sociais e culturais. Mas poderíamos afirmar, com segurança, que seriam muitas e grandes essas influências.

	<i>Pré-fotográfico</i>	<i>Fotográfico</i>	<i>Pós-fotográfico</i>
<i>Meios de produção</i>	expressão da visão via mão	autonomia da visão via próteses óticas	derivação da visão via matriz numérica
	processos artesanais de criação da imagem	processos automáticos de captação da imagem	processos matemáticos de geração de imagem
	suporte matérico	suporte químico ou eletromagnético	modelos, programas, simulação, virtualidade
<i>Papel do agente</i>	imaginação para a figuração	percepção e prontidão	cálculo e modelização
	gesto idílico	captura do real	agir sobre o real
	olhar do sujeito	olho da câmera e ponto de vista do sujeito	olhar de todos e de ninguém
<i>Natureza da imagem</i>	figuração por imitação	capturar por conexão	simular por variações de parâmetro
	cópia de uma aparência imaginarizada	registro do confronto entre sujeito e mundo	substrato simbólico e experimento
<i>Imagem e mundo</i>	aparência	duplo	simulação
	metáfora	metonímia	metamorfose
	ideal de simetria	ideal de conexão	ideal de autonomia
<i>Papel do receptor</i>	contemplação	observação	interação
	nostalgia	reconhecimento	imersão
	aura	identificação	navegação

Tabela 1: No quadro acima trazemos um resumo das características de cada paradigma. Santaella faz um detalhamento bem mais extenso. Optamos por destacar alguns aspectos que se relacionam mais diretamente com a nossa pesquisa.

A imagem de síntese abre o horizonte das imagens para a simulação. A digitalização, por sua vez, ajuda a destruir algumas “mitologias” do processo fotográfico. “A crença mais ou menos generalizada de que a câmera não mente, de que a fotografia é, antes de qualquer coisa, o resultado imaculado de um registro dos raios de luz refletidos pelo mundo [...] está fadado a desaparecer rapidamente” (MACHADO, 2005, p. 312). Por um lado temos o aumento da possibilidade de uma manipulação

“mais fina”, pois passa a ser exercida ao nível do pixel, do menor ponto constituinte da imagem. Por outro lado, observamos a trivialidade com que essa ação de manipulação e retoque passou a ser exercida no âmbito amador, caseiro, com a ampliação do acesso a essas tecnologias – mais baratas, mais presentes no dia a dia, mais próximas de todos. Este novo estado de proximidade com a manipulação da imagem, quebra completamente a crença na fotografia como reflexo do real, espelho imparcial dos acontecimentos. Além do que, mais importante para a direção que apontamos nosso estudo, amplia e torna familiares as possibilidades de interferência no processo fotográfico. O que nos interessa aqui não é a discussão sobre a “verdade” da fotografia, mas a inserção do sujeito comum nas várias fases e a ampliação da participação no fazer fotográfico.

Quando falamos na explosão das redes informacionais e telemáticas, nas práticas mediadas por computador como estímulo a algumas mudanças culturais, nesta cultura permeada pelas novas tecnologias, estamos tratando deste fenômeno de digitalização, das possibilidades que são trazidas quando passamos a lidar com os vários tipos de informação – sonora, escrita, visual – a partir de um mesmo elemento constituinte, o bit ou a informação numérica.

“A fotografia não vive [...] uma situação especial nem particular: ela apenas corrobora um movimento maior, que se dá em todas as esferas da cultura, e que poderíamos caracterizar resumidamente como sendo um processo implacável de 'pixelização' [...] e de informatização de todos os sistemas de expressão, de todos os meios de comunicação do homem contemporâneo” (MACHADO, 2005, p. 311).

A fotografia passa a ser outra, quando passamos do paradigma do fotográfico para o do pós-fotográfico. Perde-se certa ingenuidade, porém ganha-se num aprofundamento de algumas articulações que passam a ser melhor exploradas nas suas potencialidades. A pixelização, como citado por Machado, ou a digitalização – a transposição de toda informação para uma base digital – faz a questão da manipulação fotográfica virar uma ação corriqueira, acessível e acessada por leigos, não mais um trabalho para especialistas, que dominem procedimentos específicos, refêns de estruturas também específicas: laboratórios fotográficos, ampliadores, técnicas de retoque etc. Isso reconfigura nossa relação com o estatuto de verdade tão defendido

durante boa parte da história da fotografia e responsável pela difusão desta linguagem em alguns círculos e usos, que tinham na mecanicidade da técnica seu maior trunfo. Diminui o peso da automaticidade, assim como a concentração do processo na mão de um único autor. Mesmo que ainda se pense no fotógrafo como o acionador do obturador – algumas digitais nem mesmo possuem esse dispositivo – abre-se mais uma brecha para a produção coletiva.

Mas o fenômeno de digitalização – da sociedade e que alcança a fotografia – também redefine conceitos caros aos produtores de imagens, artistas ou não: cópia e original passam a não fazer tanto sentido na fotografia digital. Nesta, tudo é cópia. Mesmo um arquivo “original” é transferido de um lugar a outro através de cópias: do cartão de memória para o computador, do computador para o backup e assim sucessivamente. É possível lidarmos com a até então estranha situação de termos vários exemplares de um original, que é a lógica do backup ou cópias de segurança²². Na fotografia analógica, a reprodução de uma imagem acarretava no salto entre “gerações” da imagem, com distinções, mesmo que imperceptíveis, entre o original e a cópia, a cópia e a cópia da cópia. No digital, as cópias são sempre idênticas.

A fotografia operou um salto parecido, no campo da imagem, como o que significou o advento da escrita: a fotografia promoveu a descontextualização entre o observador e a cena. Claro, outros tipos de ilustração já faziam isso, de maneira mais aproximada à metáfora da escrita, mas a fotografia carregava o discurso de uma ligação física com o referente. A digitalização quebra esse entendimento ao transformar a fotografia num mosaico de milhões de pixels que podem ser trabalhados individualmente, rearrumados e passam a ser apenas informações numéricas, sem essa ligação física exposta anteriormente.

Outra característica do meio digital é a não linearidade e interatividade. Se um LP é pensado numa ordem certa das faixas, lado A e lado B, compondo um conjunto com começo-meio-fim, em tempos de MP3 ou CD ouve-se as músicas aleatoriamente, permitindo com mais facilidade que pessoas diferentes tenham experiências diferentes.

²² Backups são cópias de segurança feitas em mídias diferentes, preferencialmente arquivadas em locais distintos (fisicamente), como medida para se evitar a perda de um arquivo importante. Mais do que uma situação teórica, a cópia de segurança é condição primordial de segurança e conservação dos arquivos digitais, fazendo parte de todo e qualquer fluxo do fotógrafo digital. O original único passa a ser exceção, uma possibilidade que está mais para um descuido do que para uma regularidade.

A experiência de um álbum online de fotos, como o Flickr²³, por exemplo, é muito diferente de um álbum físico, com folhas de papel-cartão, fotografias coladas, com papel de seda separando uma página da outra. No formato digital, é possível visualizar seguindo uma ordem que vai das fotos mais recentes para as mais antigas, ou acompanhando sequências definidas por aquele que organizou o álbum, ou através da navegação por palavras-chave. Uma foto pode ser ligada a outra por um comentário de outro usuário, ou pelo simples uso de tags²⁴ em comum. Vemos aqui o princípio do hipertexto, onde um ponto de uma imensa rede pode ser ligado a outro ponto – rizoma – e essas ligações criam significações na medida em que são formadas. Incluem, igualmente, linhas de fuga.

Fred Ritchin, em seu livro “After photography” (2010), aborda as mudanças ocorridas na pós-fotografia. A fotografia cria novas realidades, o mundo nunca é o mesmo depois de fotografado. Por outro lado, quando as imagens substituem o mundo – esta é uma das discussões trazidas pelo autor –, a fotografia perde muito da sua razão de existir (ibidem, p. 23). Ritchin usa diversos casos colhidos na mídia para se aprofundar em alguns dos paradoxos, se não criados, ao menos trazidos à tona ou exacerbados pela digitalização. Citando uma fotografia de capa da revista National Geographic, onde uma pirâmide foi “levemente” deslocada para permitir um melhor resultado visual, ou mesmo o caso de O. J. Simpson, que aparece mais escuro na revista Time, passando por uma série de outras situações onde aconteceram manipulações da imagem na etapa de pós-produção²⁵, afirma que, em determinadas situações, parece estar havendo uma diminuição da importância tanto do fotógrafo profissional quanto até mesmo do assunto, por conta dos processos atuais de manipulação. Muitas vezes são modificações banais em relação às escolhas feitas pelo fotógrafo e que compõem o repertório e a

23 Plataforma online de gerenciamento e compartilhamento de imagens muito popular entre fotógrafos amadores e profissionais, que permite a criação de galerias, álbuns, inserção de tags, publicação de comentários e outras maneiras de interação. Através do sistema de contatos e de marcações, o usuário pode acompanhar a publicação de material de outro usuário ou mesmo formar recortes pessoais nos trabalhos alheios.

24 Tags, palavras-chave e outros recursos são formas de vincular as imagens a palavras que podem remeter a outras imagens.

25 O conceito de pós-produção é entendido como a etapa de tratamento da imagem. Está perdendo o sentido uma vez que esta etapa é parte integrante do processo de produção de uma imagem digital, mas continua sendo usado pelo meio profissional, englobando todo o trabalho de revelação digital, tratamento e até manipulação (fusão, acréscimo ou retirada de elementos da imagem etc).

construção do discurso fotográfico: enquadramento, foco, ângulo etc. Estas questões são objeto de resistência nas gerações acostumadas ao entendimento de uma fotografia produzida pela sensibilização de sais de prata a partir da ação da luz. Talvez para as novas gerações, criadas completamente mergulhadas nos princípios da digitalização, essa discussão, mais do que ultrapassada, será incompreensível. Voltamos a afirmar: a fotografia não perdeu o estatuto de objetividade com o advento da digitalização. Bayard, com seu auto-retrato “afogado” (vide capítulo 1) já jogava às favas qualquer ligação com o real. Para Ritchin, o ceticismo em relação à confiança na fotografia como instrumento da verdade traz vantagens e desvantagens.

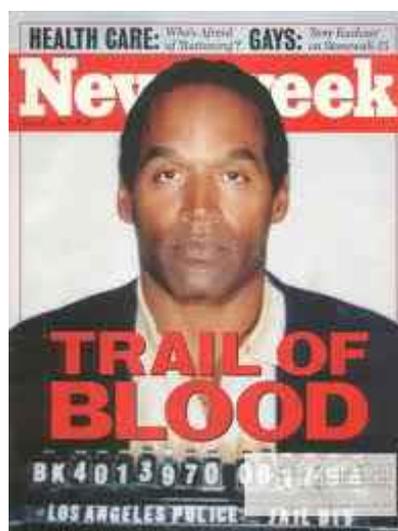


Ilustração 1: O uso de vinheta – cantos escurecidos – e alteração de contraste e brilho dão outra conotação à fotografia de origem policial.

Perde espaço em algumas aplicações, mas permite que a linguagem amadureça, expandindo suas possibilidades de discurso, deixando de lado uma câmera que tem apenas o poder de provar, colocando em seu lugar a possibilidade de criar. Modifica-se a relação de poder e de geração de conhecimento – não estamos aqui afirmando que a importância do fotógrafo no processo de criação fotográfica começa a ser observada com o advento da digitalização, na verdade esta valorização remonta a muitas décadas antes, como bem sabemos. Um paradoxo, entre tantos outros, é que de um lado a

digitalização pode dar mais uma contribuição na ruptura com a fotografia objetiva, mas, por outro lado, relativiza o conceito de autoria, ao intensificar um processo composto por uma rede de funções, conhecimentos, habilidades e pessoas diferentes, onde a apropriação e reorganização é parte integrante. Há um deslocamento do ponto de gravidade, estimulado, também, pelas possibilidades abertas no momento em que agora lidamos com imagens baseadas em pixels.

Estamos ainda aprendendo a lidar com tais mudanças, ao mesmo tempo em que novas articulações se tornam possíveis. Citando o caso Brian Walski²⁶, Ritchin afirma que não houve uma alteração na informação, não houve uma mudança no relato do acontecimento, ao contrário de outras situações, conhecidas como photo ops (opportunities)²⁷, para concluir que há uma preferência generalizada na mídia (jornalística) em publicar fotos “verdadeiras” de eventos artificiais, não aceitando a relação oposta, que seriam fotografias construídas de fatos reais (ibidem, p. 35). Situações forjadas unicamente com o objetivo de serem fotografadas são permitidas, aceitas. Para o autor, eis aí mais um paradoxo. Tais manipulações, tanto as que atuam no fato em si, quanto as acontecidas no momento da revelação digital, estão ligadas a uma busca pela “imagem perfeita”, possivelmente influenciada por outros campos, como a televisão, o cinema ou a publicidade. Convive-se, cada vez mais, com imagens bem produzidas, esteticamente bem trabalhadas, com boas soluções de luz. Elas estão nos anúncios das revistas, nos outdoors, nos livros, na internet. É possível, por exemplo, perceber que até mesmo utilizações mais “caseiras”, como os perfis nas redes sociais ou apresentações escolares, já acompanham uma preocupação por um resultado visual mais acurado. Aparelhos celulares trazem, além de suas câmeras acopladas, aplicativos

26 Em 2003, o fotógrafo Brian Walski foi demitido do Los Angeles Times pois um leitor percebeu que a fotografia de sua autoria, publicada na capa do jornal, era resultado da fusão de duas imagens. Guerra do Iraque, um campo onde um soldado britânico manda que um homem com criança no colo se mantenha abaixado. A cena é a mesma, mas o fotógrafo cola parte da foto em que o soldado está “mais expressivo”, com a foto onde o homem está “melhor”, em busca de uma imagem onde os dois personagens principais estejam mais bem representados.

27 As photo ops são as situações onde uma “cena” é combinada para dar oportunidade à produção de imagens para imprensa. Por exemplo, o aperto de mão de dois líderes mundiais reunidos na Casa Branca: a assessoria combina um momento para produção de imagens que irão ilustrar as matérias sobre o encontro, que acontece a portas fechadas. Outro exemplo são as simulações de ações militares nas guerras “espetacularizadas”, como as recentes do Golfo ou do Afeganistão. Esses episódios são exaustivamente cobertos pela mídia, embora envolvam um grau de manipulação da notícia maior do que no caso citado de Brian Walski.

simplificados para tratamento das imagens. Quem, ao saber que está sendo fotografado numa festa de aniversário, não passa a mão no cabelo, ou corrige a postura num ato quase que automático?²⁸ Encenamos um personagem para o álbum de família, organizamos situações para registro e difusão pela imprensa, compomos nossas fotos incluindo elementos e deixando outros de fora, mas ainda estranhemos quando alguns tipos de manipulação são feitas depois do acionamento do obturador, depois do momento do clique.

Ilustração 2: A foto maior é resultado da montagem de partes das duas imagens menores. Esse artifício foi percebido por um leitor do Los Angeles Times, onde o material foi publicado, rendendo a demissão do fotógrafo Brian Walski.

A mídia surge para explorar um mundo, que muda simplesmente pelo fato de ser observado por ela. Novas invenções acontecem em resposta a novas necessidades da sociedade, mas, além de alterar esta mesma sociedade, atua diretamente na criação de novas demandas. As câmeras fotográficas digitais profissionais passaram a produzir vídeos para atender a uma demanda dos fotógrafos, ou os fotógrafos começaram a produzir vídeos em resposta a uma nova possibilidade apresentada pela indústria? Nenhuma das duas opções ou as duas opções juntas: esta seria a resposta certa, mesmo que um tanto paradoxal.

28 Como disse Barthes: “ora, a partir do momento que me sinto olhado pela objetiva, tudo muda: ponho-me a 'posar', fabrico-me instantaneamente um outro corpo, metamorfoseio-me antecipadamente em imagem. (BARTHES, 1984, p.22).

Ritchin faz referência ao curador John Szarkowski que, em 1978, afirmou existirem duas categorias nas quais a maior parte das fotografias poderiam ser incluídas: a de espelho (da personalidade dos fotógrafos) ou a de janela (para o mundo). Uma dicotomia entre a expressão e a exploração (RITCHIN, 2010, p.69). Além da metáfora do espelho e da janela, o ambiente digital faz emergir uma outra, a do mosaico (ibidem, p. 70), mais relacionada à lógica de hipertexto. Não mais um objeto tangível, mas um ladrilho efêmero feito de pixels, onde cada um desses pequenos elementos pode ser reconfigurado, permitindo aberturas a outras articulações.

O pesquisador e fotógrafo catalão Juan Fontcuberta trata desses assuntos e articulações à sua maneira, sempre permeada por anedotas ou acontecimentos pessoais. Ele, que defende que a fotografia digital deveria ser chamada de outra coisa, pois traz muito mais diferenças em relação à fotografia chamada analógica do que similaridades, destaca que a fotografia nasceu como consequência de uma determinada cultura visual, a qual ela mesma contribuiu para fortalecer e impor²⁹, remetendo às influências mútuas entre sociedade, aparatos técnicos e linguagem, já tratados no presente trabalho. O autor destaca alguns efeitos da junção entre a fotografia e o computador, entre eles a interatividade ou criação compartilhada “rápida e fácil entre artistas, obras e público. O artista deixa de oferecer uma obra petrificada, fóssil, para, em troca, facilitar um diálogo aberto com o espectador” (FONTCUBERTA, 1997, p.151), forçando uma revisão de um “autoritário” conceito de autoria. Esta revisão não está atrelada apenas a uma divisão de tarefas e à inclusão de outros atores ao processo de produção, o que para muitos significa um enfraquecimento da função-autor. Fontcuberta, que tem um interesse forte em discutir as relações ambíguas entre fotografia e verdade, fala também da transferência da credibilidade, que antes estava depositada no testemunho fiel de uma objetividade mecânica do aparato, agora nas mãos do fotógrafo autor. A fotografia como uma representação visual atrelada ao ponto de vista do sujeito que opera a câmera, ou que é responsável pelo resultado final.

Se Ritchin aborda a questão da manipulação destacando o paradoxo da fotografia real de um fato irreal, Fontcuberta trata de três instâncias onde acontecem as

29 Tradução livre para “la fotografía nació como consecuencia de una determinada cultura visual a la que ella misma contribuyó a fortalecer e imponer” (FONTCUBERTA, 1997, p.146)

manipulações: nos âmbitos da mensagem, do objeto e do contexto. A fotomontagem, que se insere na instância da manipulação da mensagem, é um recurso utilizado desde muito tempo, para fins políticos ou artísticos, entre outros, e nem sempre é uma ferramenta a serviço da distorção. É “condição sine qua non da criação” (ibidem, p. 126). Fez parte da base de alguns movimentos, como os dadaístas. Segundo o autor, a tecnologia digital, neste sentido, não inventou nada de novo, porém tornou muito mais fácil e mais rápido. As manipulações do objeto e do contexto parecem não despertar maiores interesses ou celeumas. Se o autor afirma que “toda fotografia é uma ficção que se apresenta como verdadeira” (idem, p. 15), reforçando que não há exceções – toda a fotografia é pura invenção –, a chave está em amadurecer essa relação entre imagem fotográfica e verdade. O caminho está em perceber as mudanças que atingem não apenas o estatuto da imagem, como seu processo de criação e sua articulação com outros meios e mensagens. “O mundo torna-se um grande teatro, já não há divórcio entre realidade e representação. As conferências de imprensa, as convenções políticas, os acontecimentos esportivos, as grandes comemorações, até algumas guerras, foram convertidas em elaboradíssimas dramaturgias” (idem, p. 178).

As facilidades trazidas pela manipulação digital, mais acessível, trouxe mudanças na esfera da recepção. Se a manipulação sempre existiu, a diferença agora é a familiarização do público com essas técnicas, tendo como consequência uma “nova consciência crítica por parte dos espectadores” (FONTCUBERTA, 2010, p.64). Numa outra linha de ataque, a tecnologia digital desmaterializa a fotografia e abre perspectivas para a difusão e interação coletiva.

2.5 Criação em rede

Criador e criação: não dá para falar de um dissociado do outro. Ou, melhor dizendo, um não existe sem o outro. Entre os dois está o processo criativo. Michel Foucault (1992), quando se debruça sobre a questão “o que é um autor?”, nos remete à relação entre obra e autor: “o que é essa curiosa unidade que se designa com o nome de obra? De que elementos está composta? Uma obra não é aquilo que foi escrito por aquele que é um autor?”(idem). A função-autor, por sua vez, ainda acompanhando as ideias de Foucault, não é definida simplesmente pela atribuição de um discurso a seu

produtor, mas é resultado de operações complexas, que envolvem a própria legitimação deste produtor como autor. Em outras palavras, nem tudo o que um artista produz é criação artística e, embora duas pessoas diferentes possam usar processos parecidos e chegar a resultados semelhantes, dois produtos, parecidos na forma ou no processo, podem ter estatutos diferentes. “O que importa quem fala?”, instiga, inspirado em Beckett (idem). Foucault também nos fala de acúmulos e desdobramentos, a função-autor vai além de sua própria obra, uma vez que ela resvala em outras criações. A criação que resulta em e é resultado de ligações – conscientes e inconscientes, anteriores e posteriores – com outras criações, indivíduos e fenômenos.

Entendemos que a autoria seja resultado de uma construção histórica, uma espécie de marca que engloba toda essa complexidade citada por Foucault. Exige negociações e legitimações. Teve grande impulso na necessidade legal de determinar a origem de textos, principalmente com o aumento da circulação proporcionado pela imprensa, uma vez que o escrito estabelece uma quebra de vínculo entre quem fala e quem ouve – ou emissor e receptor. Na fotografia, que possui desde o início uma relação com a indústria – seja nos ideais, seja na mecanicidade –, o reconhecimento da autoria também se dá por questões legais-comerciais. Tagg (2005, p.145) nos mostra como primeiro a fotografia é equiparada a um meio de natureza mecânica que, por isso, não pode ter o seu resultado entendido como fruto de uma propriedade intelectual. Ou seja, a fotografia era excluída do “círculo encantado” que unia a individualidade, a criatividade e a propriedade. O fotógrafo era visto como um operário e a fotografia como uma criação de uma máquina, desprovida de direitos como sujeito ante a lei. A conversão de uma máquina sem alma em meio para expressão criativa de um sujeito acontece através da pressão econômica da indústria fotográfica: as relações de produção exigiam que o servil fotógrafo fosse considerado um artista e criador.

A autoria na fotografia também é fruto de tais negociações e construções, mas geralmente é determinada pelo operador da câmera, por aquele que coloca o olho no visor e o dedo no disparador. Mas como pensar dessa maneira num mundo com tantas conexões e num processo que abrange tantas etapas e ligações externas? É possível resumir a autoria a apenas um ator?

Cecilia Almeida Salles, principalmente em sua obra “Redes de criação” (2008), defende que nunca estamos sozinhos quando criamos. O processo de criação passa por uma lógica de rede, que é formada por referências, pesquisa e estudo, mas que também tem seus “nós” na forma de conversas com amigos, críticas, sonhos, acaso e erros. Assim, existem inúmeros “nós” nessa rede, ligados entre si: são elementos de interação. Encontros, combinações, que permitem os fenômenos de organização. As interações são infinitas e formam um conjunto complexo. São desdobramentos possíveis, como possíveis sempre são novas versões de uma obra “acabada”.

Como afirma Rubens Fernandes Junior,

ao mergulharmos no universo do processo criativo, nos deparamos com uma rede de interações e de conexões, da qual não é possível detectar com muita precisão o exato momento que detonou a escolha do detalhe que vemos exuberante na imagem finalizada. Encontramo-nos quase sempre no meio do caminho dessa complexa trama inventiva da qual nunca acessamos o verdadeiro percurso da criação (2011).

Um percurso em que é difícil – ou impossível – determinar onde está localizado seu início e o seu fim. Temporal e conceitualmente falando, as possibilidades de combinação são infinitas. Um escritor traz na sua obra, por exemplo, mesmo que inconscientemente, referências a leituras acumuladas durante toda uma vida. Ao mesmo tempo o processo de revisões pode ser interminável, onde cada passagem pelo texto pode remeter a ajustes, correções de percurso, exclusões de trechos: “publicamos para não passar a vida corrigindo” (CARLYLE, apud SALLES, 2008, p. 21). Da mesma forma que não há um “expediente” para a criação, ela acontece a todo o tempo, mesmo que o artista organize horários específicos para trabalhar e use algumas dinâmicas para deflagrar o processo de produção de uma obra em determinados momentos, ou mesmo atendendo a encomendas com prazos fixados.

Tomando por base a análise que Salles faz do processo de criação em rede (SALLES, 2008), relacionando às especificidades da fotografia, destacaremos alguns aspectos que consideramos relevantes para a discussão aqui proposta. Na fotografia, muitas vezes as possibilidades dadas parecem se repetir, já preexistir, porém é na forma com que elas se associam entre si e com todo seu entorno que a obra transforma-se em algo próprio e complexo. A criação é fruto de trabalho, de ideias, de escolhas que

transformam. “A obra não é fruto de uma grande ideia localizada em momentos iniciais do processo, mas está espalhada pelo percurso” (SALLES, 2008, p.36). O ponto central é entender a criação como uma rede de conexões formada por pessoas, por tempos, por espaços. Nunca estamos sozinhos quando criamos.

O processo criativo também é formado por esperas. Há o tempo do autor, o tempo da obra, o tempo do material: matérias-primas diferentes exigem tempos diferentes e abrem espaço para novas interferências, que podem agir de maneira desordenada, simultânea ou aleatória, sem ordens determinadas. A intervenção do acaso, do erro ou do imprevisto podem redirecionar a condução do processo e resultar em uma obra diferente do inicialmente planejado: “aceitar a intervenção do imprevisto implica compreender que o artista poderia ter feito aquela obra de modo diferente daquele que fez” (idem, p.22). Isso significa dizer que não é o procedimento que faz a obra. Ou que as tendências trazidas pelo processo – o virtual – pode dar lugar a resultados distintos. As relações embutidas no processo criativo trazem em si potencialidades múltiplas que podem se concretizar de maneiras díspares, todas elas encerrando uma aceitação possível como obra.

O local também traz suas influências. Na fotografia isso pode acontecer por conta das condições de luz presentes no local de trabalho ou mesmo de termos o local como constituinte da imagem, como no caso das paisagens ou fotografias de arquitetura. A lógica de rede, de interligações também está presente na pesquisa e na busca por referências externas, naturais ao processo criativo. São aberturas – conscientes ou não – que propiciam um pensamento relacional, uma criação que não seria possível sem a participação do outro. O lugar da criação não é a imaginação de um só indivíduo, mas locais múltiplos de criatividade onde todos interagem. Mesmo que um fotógrafo trabalhe só, confinado em seu estúdio, por exemplo, e seja responsável por todas as etapas envolvidas na produção de uma imagem – planejamento, iluminação, captação, tratamento do arquivo, pós-produção, finalização (ou revelação, ampliação, para processos analógicos) – mesmo que ele fique à frente de todas as tarefas que culminam na fotografia final, mesmo assim observaremos uma participação de outros atores, em geral reconhecidos como referências ou influências.

Salles é uma autora do campo da estética e chega a suas conclusões a partir do acompanhamento do processo criativo de escultores, desenhistas e escritores. Seria possível tomar tais ideias também para a fotografia “não artística a priori”, como a fotografia documental? No nosso entendimento tais conceitos e estrutura de pensamento são perfeitamente observáveis na lida documental ou fotojornalística. O fotógrafo dessas áreas também estão sujeitos a influências externas, referências, limitações, exigências e outras variáveis como tempo e condições climáticas. Já os coletivos, esses parecem tensionar e explorar tais variáveis, trazendo para o centro de seus processos a potencialidade das diversidades.

2.6 O irreversível e o inacabável

Qual a especificidade da fotografia? O que a torna específica? Para Soulages (2010), que trabalha o conceito de “fotograficidade” – ou o que é fotográfico na fotografia –, a resposta para esta questão está na “surpreendente articulação do irreversível e do inacabável – irreversível obtenção do negativo e inacabável trabalho com o negativo” (p. 123). Mas o autor não alcança tal articulação sem antes investigar o que ele chama de “três realidades” da fotografia: as condições de possibilidade de uma foto³⁰, suas condições de produção e suas condições de recepção.

Uma vez que a recepção depende dos sujeitos receptores, de sua história pessoal, de sua bagagem e interpretação, não poderíamos obter “afirmações universalizáveis, válidas para qualquer recepção de qualquer foto” (p. 125). Para Soulages, então, não é no estudo das condições de recepção onde está a chave para o entendimento da fotograficidade. Sobre as condições de possibilidade de uma foto, é preciso que nos debrucemos sobre o objeto a ser fotografado, sobre o sujeito que fotografa e sobre o material fotográfico. O autor trata da impossibilidade do objeto-essência, do objeto como oportunidade de encenação, da busca pelo objeto-problema e da ilusão do objeto realidade. Sobre o sujeito que fotografa, é singular demais para poder ser generalizável – como no caso da recepção. Soulages defende que também não é a partir das condições de possibilidade que se pode especificar a fotografia. A

³⁰ Soulages se refere a “foto” quando se trata da materialidade, da imagem material resultante de um processo fotográfico. Usa “fotografia” quando quer se referir ao procedimento, à técnica ou à arte fotográfica.

fotograficidade está, pois, nas condições de produção de uma foto. Está no processo e nas articulações que este traz em sua essência. “A fotograficidade designa a propriedade abstrata que faz a singularidade do fato fotográfico” (p. 129), que permite pensarmos não apenas na fotografia real, mas também na fotografia possível, a ser realizada.

O cerne da questão está não no objeto a ser fotografado, nem no receptor da foto, nem no sujeito que fotografa, mas na relação entre a matriz inicial e o produto que dela resulta, uma relação que contém infinitas possibilidades. Soulages afirma que podemos analisar a fotografia a partir de uma abordagem humanista – o vivido pelo sujeito fotógrafo – ou a partir do processo fotográfico. Nos dois casos, há um corte, uma divisão em duas etapas: o tempo do homem com a câmera e o tempo do homem no laboratório; ou, do ponto de vista materialista, da primeira exposição até a secagem do negativo (primeira etapa) e da exposição à secagem da cópia. Embora o autor se refira ao processo analógico, com todos os banhos (revelador, fixador, lavagens etc), o esquema apresentado é perfeitamente transportável para o processo digital, onde teremos a produção do arquivo e o trabalho com o arquivo. Essa divisão é crucial para tratarmos da irreversível obtenção do negativo e do inacabável trabalho com o negativo. A fotograficidade está na articulação dessas duas características. “A fotografia é, pois, a articulação entre o que se perde e o que permanece” (p. 132).

A primeira etapa é caracterizada pela impossibilidade de reversão. Podemos fazer novas tomadas, repetir o tema, refazer uma foto, mas nunca voltar ao filme virgem. “Uma vez realizado, o ato fotográfico é irreversível, não se pode mais agir como se ele não existisse” (p. 131). Aqui estamos tratando da obtenção do negativo ou do arquivo matriz, levamos em conta o processo analógico ou digital, respectivamente. Já o trabalho com o negativo, a segunda etapa, é marcada pela possibilidade inacabável de novas abordagens. É possível retrabalhar um negativo infinitamente. Não estamos aqui nos atendo a questões materiais de deterioração, afinal nossa busca é por traços conceituais. Também não se trata aqui do potencial de reprodutibilidade, tão caro à fotografia. Não estamos falando de produzir cópias fieis, mas sim de podermos fazer fotos totalmente diferentes a partir de um mesmo negativo e esse potencial é inacabável. A imprensa, o molde, o carimbo ou a gravura, todos esses processos já permitem uma reprodução, mas aqui estamos falando da obtenção de resultados diferentes a partir de

uma mesma matriz. Seja pela escolha da matriz a ser trabalhada (um entre tantos negativos ou arquivos “clificados”), seja pelo reenquadramento ou corte da imagem, seja pelos diferentes procedimentos e materiais utilizados no processo, abrimos para um leque de possíveis resultados.

É possível percebermos pontos de contato entre as articulações trazidas por Cecília Almeida Salles (2008) e a ideia de fotograficidade de Soulages, que afirma:

no trabalho do inacabável da fotografia, podem intervir não só o fotógrafo criador do negativo, mas qualquer pessoa, ou um outro fotógrafo, um curador de exposição, um criador de livro, um diretor de teatro, em resumo, qualquer mediador, ou melhor, qualquer receptor que, por sua vez, é o intérprete e o recriador da foto (2010, p. 146).

Os conceitos de perda e permanência, as condições de retrabalho por outras pessoas e não apenas o fotógrafo responsável pela captação inicial, são muito importantes para algumas das relações características dos coletivos fotográficos. O inacabável permite novos desdobramentos, novas ligações, linhas de fuga, retrabalhadas por outros atores do processo: outros fotógrafos, tratadores de imagem, curadores etc. Aqui são elencados também os fatores como as referências externas, as críticas, os acasos e erros, como potencialidades de desvios e de novos caminhos a serem trilhados. A distância entre uma foto pensada, planejada e o resultado final; o entendimento de que muitas outras obras poderiam ser alcançadas a depender das ligações geradas no interior do processo criativo. Pontos que se ligam a outros e cujo processo se constrói nestas ligações.

Um termo muito utilizado na história da fotografia e nos manuais técnicos é o de “imagem latente”. Refere-se à imagem formada pela exposição dos sais de prata, mas que ainda não foi revelada. Um registro que está lá, mas ainda não pode ser visualizado e corre o risco de se perder – um filme exposto pode ser velado (queimado pela luz) ou simplesmente ter uma nova exposição, alterando a sensibilização anterior. Para Soulages, mais do que uma imagem latente, um filme ou um arquivo matriz traz em si uma infinidade de imagens possíveis, pelas variáveis já abordadas aqui.

O importante é perceber que nunca lidamos com autores isolados, ou imagens isoladas. É sempre na relação que se encontram as principais questões. É preciso relacionar a fotografia ao longo de todo seu processo com sujeitos, com objetos, com contextos, com histórias, com os “nós” que marcam essa coletividade na sua criação.

Todas as etapas de escolha ao longo dessa construção, seja antes, durante ou depois da “finalização” de uma imagem fotográfica, “abrem-nos para infinitos de infinitos” (SOULAGES, 2010, p.151).

2.7 Novos arranjos

Procuramos, nesse capítulo, iluminar o cenário, naqueles aspectos que consideramos serem mais importantes para tratar do objeto de nossa pesquisa, o surgimento dos coletivos fotográficos contemporâneos. A fotografia vem passando por diversas transformações. Mudanças que acontecem no campo do fazer, mas também em suas faculdades ontológicas. Novos arranjos são necessários nas mais variadas esferas, da produção à circulação, do financiamento à gestão.

O fotojornalismo, por exemplo, está saindo das redações. Este gênero, embora sejam vários os exemplos práticos de experiências 'independentes' – como agências e revistas com equipes terceirizadas, autônomas –, é entendido e estudado no seu vínculo com o veículo. Agora novas formas de organização vêm se firmando com mais força, como também alternativas de financiamento, a exemplo do crowdfunding³¹. Os coletivos fotográficos também agregam características de reestruturação organizacional, num diálogo com os princípios de uma cultura de convergência.

A tecnologia talvez não seja o elemento que fundamenta a existência dos coletivos, mas certamente está presente nas trocas simbólicas, afetivas e mesmo organizacionais da base desses grupos. A digitalização – e sua inserção na fotografia – é muito mais do que uma mudança apenas de ordem técnica ou de procedimento. Traz consequências e rearranjos no que se refere à posição do sujeito no fazer fotográfico, no estatuto de autoria, nas construções de significados e no conceito de obra. A digitalização age na sociedade como um todo e intensifica as relações em rede. O conceito de rizoma, um ponto sendo ligado a outro ponto, as linhas de fuga, tudo isso

31 Crowdfunding – financiamento por multidão, numa tradução direta – é uma forma de viabilidade financeira que ganhou força principalmente com a explosão das redes sociais e mecanismos baseados na internet. Qualquer pessoa pode apresentar seus projetos e arrecadar doações coletivas, em geral estimuladas por algum tipo de recompensa, que pode ser simplesmente o resultado material do projeto. Shows de bandas internacionais, por exemplo, podem ser viabilizados por um grupo que resolva comprar antecipadamente lotes de ingressos. Isso tem permitido diversas ações independentes de grandes financiadores ou de órgãos oficiais. Para mais detalhes, acessar: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/fenomeno-do-crowdfunding-ganha-forca-no-brasil>.

permeia a ideia de hipertexto e, por prolongamento ou apropriação, à ideia de uma hiperfotografia. Realidade e representação passam a ser encaradas mais na forma como se relacionam do que como campos distintos. O conceito de rede e as relações rizomáticas são anteriores ao advento da internet e das chamadas novas tecnologias, mas não podemos deixar de perceber o quanto foram energizadas e intensificadas nesses novos meios mais interativos e menos lineares.

O cenário que envolve a cultura de convergência, que estimula a inteligência coletiva, que potencializa as trocas, que reconfigura as relações de poder e de conhecimento, que facilita e torna familiares reordenações e apropriações, esse cenário é o pano de fundo para o que caracteriza o coletivo fotográfico contemporâneo, no que se diferencia de outras iniciativas precedentes de agrupamentos de fotógrafos. Esse cenário age diretamente na expansão de pontos de abertura. Torna porosas as barreiras, constrói dutos de comunicação entre áreas, funções e atuações distintas. Na fotografia, tais expansões e deslocamentos surgem, também, na forma dos coletivos.

A liberação do polo emissor, a percepção das várias participações externas no processo de criação, a ideia de uma fotograficidade que se articula no inacabável – e, conseqüentemente, reconstruído, ressignificado, apropriado por terceiros –, tudo isso forma um ambiente propício para a inclusão de novos sujeitos no fazer fotográfico.

Capítulo 3

O coletivo fotográfico contemporâneo

*Não chegar ao ponto em que não se diz mais EU,
mas ao ponto em que já não tem qualquer
importância dizer ou não dizer EU*

Gilles Deleuze e Félix Guattari

Nos capítulos precedentes, lançamos mão de todo um percurso que consideramos crucial para o entendimento dos coletivos fotográficos na atualidade: desde a relação entre sujeito e fotografia, até conceitos que tratam das articulações em rede, do processo criativo que se utiliza dessas articulações, dos paradigmas da pós-fotografia e da hiperfotografia, fortemente influenciados pelas possibilidades de reconfigurações, manipulações e revisões de antigos modelos epistemológicos e organizacionais.

Agora entraremos mais a fundo na conceituação dos coletivos, na diferenciação deles em relação aos outros modelos – agências, fotoclubes etc. Buscaremos responder a questões chave de nossa pesquisa que passam por investigar as causas do surgimento desse novo modelo, com maior intensidade na primeira década dos anos 2000, bem como articular com os conceitos dos capítulos anteriores. Faremos isso atentos à nossa premissa de que o cenário pós-fotográfico, imerso em uma cultura de convergência, potencializador da lógica do rizoma em oposição a estruturas lineares ou arborescentes, responde por um papel estimulante na abertura para esse horizonte de um fazer coletivizado da forma como estamos estudando. Não uma coletivização de estruturas ou de objetivos em comum, não apenas – embora também – uma saída comercial ou organizacional, mas uma coletivização em níveis ainda mais amplos, atingindo esferas de criação. Analisaremos a organização e o trabalho de dois coletivos: o Cia de Foto e o

Pandora. O primeiro é brasileiro, com sede em São Paulo e o segundo é espanhol, com sede em Barcelona.

3.1 O termo

A denominação “coletivo fotográfico contemporâneo” traz em si alguns problemas³². A decisão de usá-la parte do fato de ser um termo que já aparece no campo da prática. Ou seja, optamos por nos apropriarmos de um termo já existente e utilizado em alguns círculos, porém ainda sem maiores delimitações. Se fizemos ao longo de todo o texto a escolha pela terminologia, precisamos deixar claro que ele deve ser entendido no conjunto e nas suas relações com o meio. Vejamos as contradições que podem ser levantadas e que comumente o são em instâncias cotidianas ou empíricas. O termo “coletivo” permite confusões com outras formas coletivas de fazer fotografia. Não seriam as agências também coletivos de fotografia? Não necessitamos de muita pesquisa para encontrar um sem número de argumentações, em geral em oposição aos coletivos contemporâneos, que seguem este raciocínio. Eles não estão errados em afirmar que uma agência fotográfica como a Magnum e tantas outras são formas coletivas de fazer fotografia. Já mostramos algumas como as agências fotográficas ou os fotoclubes³³. No entanto observamos que os processos coletivizados nesses casos estão restritos à comercialização das obras, ao compartilhamento de infraestrutura ou organização política, não atingindo o fazer fotográfico propriamente dito.

O uso da palavra “contemporâneo” também trará alguns problemas uma vez que, etimologicamente falando, contemporâneo significa estar em um tempo ou época comum ao outro: duas pessoas podem ser contemporâneas - ou seja, habitam o mesmo tempo uma da outra; ou também quando dizemos que algo é contemporâneo a nós, seja alguém ou algum fenômeno, estamos nos referindo ao fato de ele existir agora, neste tempo ou nesta época em que estamos. Ou seja, tudo é contemporâneo em relação a outra coisa. Por outro lado, o uso recorrente de expressões agrega novos significados ou,

32 Ao longo de todo o texto, optamos por usar a palavra coletivo apenas em relação ao modelo que aqui estamos estudando. Seria inviável sempre que tratássemos deste modelo usar o termo inteiro (coletivo fotográfico contemporâneo). Sendo assim, quando nos referimos a outras formas coletivas, usamos expressões como 'grupos', 'iniciativas' etc. A palavra “coletivo” sendo usada isoladamente e fazendo referência a um grupo ou modelo deve ser subentendida na sua ligação com a prática estudada nesta pesquisa apenas.

33 Ver capítulo 2.

pelo menos, cria camadas de significações que extrapolam a etimologia, o seu sentido primeiro. É neste sentido que utilizamos o termo “contemporâneo”. Não estamos aqui utilizando seu significado temporal, mas conceitual. Não significa que todas as formas de produção fotográfica contemporânea – atuais – estejam abarcadas no nosso estudo e na conceituação de que pretendemos dar conta. Estamos nos apropriando de um termo já utilizado empiricamente, mas devemos entender que ele nos remete a um conceito específico que vai além dos conceitos isolados de cada palavra que o compõe. Quando falamos de “coletivo fotográfico contemporâneo”, estamos nos referindo a um modelo específico, objeto de nosso estudo e cuja delimitação e investigação é o objetivo deste trabalho.

Feita a ressalva, avancemos em nossa busca, mas não sem antes tornarmos a questão um pouco mais complexa. Devemos pensar o coletivo não como uma técnica, não como um resultado, não como uma organização formal, mas como processo. Podemos encontrar coletivos formalizados como empresas, organizações não governamentais (ONGs) ou cooperativas. O que importa aqui é a trama que envolve o fazer. Tagg (2005, p.45) nos dá uma interessante visão de compartimentalização da produção através do circuito artista-galerista-crítico-museu, bem como das normatizações e padronizações (normas técnicas, protocolos, hábitos, divisões de trabalho etc). Ou seja, há uma junção de atores não apenas quando reunimos grupos interessados em trabalhar juntos, mas também nos processos e organizações mais cotidianas. Quando entramos num mercado e seguimos normas técnicas, protocolos ou mesmo hábitos, já estamos incorporando formatos estabelecidos por outrem.

Compartimentar os processos, criando novas etapas na produção de um bem – ou serviço – está na base do método industrial: do mais simples ao mais complexo objeto, a produção acontece seguindo uma cadeia de etapas, em geral executadas por operários distintos, que detêm conhecimento apenas de sua parte no processo. Os louros da produção – seja na forma de lucro ou de reconhecimento – ficam concentrados nos proprietários da fábrica ou da ideia, quando falamos da lógica industrial-capitalista. Algo similar ao que acontece quando tomamos por exemplo a produção, coletiva por natureza, de uma obra cinematográfica: ela não poderia acontecer sem a articulação de todas as especialidades envolvidas ao se construir um filme, mas existe aquele que

detém o reconhecimento ou a assinatura pelo resultado geral, normalmente o produtor ou o diretor. Ou quando voltamos ao formato da agência, o reconhecimento recai sobre o fotógrafo que está na ponta do processo, o idealizador e produtor da imagem.

Ou seja, o compartilhado, interligado com outros atores, já estaria presente não apenas nos grupos que são formados, mas também por qualquer indivíduo que siga o modelo capitalista-industrial ou que atenda a normas técnicas, legislações e outras formas de regulamentação impostas. Sem deixar de levar em conta os aspectos abordados por Salles (2008)³⁴, que nos remete ao processo criativo permeado pela noção de rede. Mas isso não significa dizer que tudo é coletivo, que há colaboração em todos os processos e, por isso, não haveria sentido em falar numa diferenciação entre o fotográfico de um indivíduo ou de um grupo, nem que não haveria distinção entre as várias formas de criação na coletividade. Mesmo nos processos ditos individuais é possível identificarmos uma série de fatores e construções compartilhadas, mas isso não significa nivelar indistintamente todos os modelos como formas colaborativas de produção e reflexão. A diferença, por exemplo, não está no fato de existir um tratador de imagem no meio da cadeia produtiva de fotógrafos, mas do papel que esta função desempenha na criação, no fazer, e, principalmente, no reconhecimento como parte integrante do resultado. Podemos – e devemos – manter distinções entre a criação dita individual, o modelo de uma agência e o de um coletivo contemporâneo, mesmo que em todos os casos existam compartilhamentos, colaborações e divisão de tarefas. Quando a função é subordinada a um autor central e quando ela é colaborativa? Quando há trocas em mão dupla, de maneira equilibrada e quando há apenas o atendimento a uma encomenda?

3.2 Individualidades diluídas

A nosso ver, a pesquisa empreendida nos permite afirmar existir diferenças significativas entre as diversas formas de agrupamentos entre fotógrafos, podendo considerar especificidades características do modelo que aqui denominamos de “coletivo fotográfico contemporâneo”. Iniciemos pela seguinte delimitação:

1. Grupos de fotógrafos - que podem ter entre seus integrantes especialistas de outras áreas como design, tratamento de imagens, jornalismo, artes visuais;

34 Ver capítulo 2.

2. Onde há um reconhecimento da participação e da importância de cada um dos componentes não apenas na elaboração do produto final, mas no que há de fotográfico nesta elaboração;

3. Têm como elemento de aglutinação não apenas objetivos – comerciais, produtivos, profissionais – em comum, mas também o viés da afetividade, o compartilhamento da experiência;

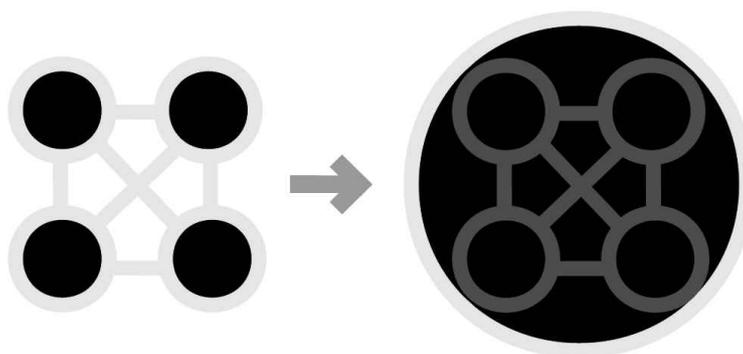
4. Caracterizam-se por uma forte presença da discussão e da crítica durante o processo de produção – do planejamento à finalização – em que as individualidades são diluídas em prol da construção de uma identidade coletiva, independentemente se a obra resultante é assinada com ou sem referência a um fotógrafo específico;

5. Atreiam alternativas de articulação com o universo externo que também se dão de maneira coletiva. Tais alternativas passam por modos de financiamento (crowdfunding, editais etc), mas também pelas demais articulações com o universo exterior ao grupo, como novas conexões ou espécies de linhas de fuga.

Não há uma fórmula fechada, em que cada componente ou característica apareça em porções previamente definidas. Nem tampouco a necessidade de que todas as características citadas façam parte da composição ou organização de um coletivo contemporâneo. Mas veremos como tais aspectos se relacionam na formação de um modelo que traz diferenciações – e por isso não pode ser confundido – em relação a experiências precursoras.

Para falar de um coletivo, partimos do pressuposto óbvio de se tratar de um grupo. Mas algo importante no primeiro ponto é o fato de este grupo não ser, necessariamente, formado apenas por fotógrafos e sim trabalhar com a possibilidade de agregar outras especialidades, tendo essas funções específicas um papel fundamental na construção da obra fotográfica final. Estamos falando de designers, tratadores de imagens ou diretores de audiovisual, que são áreas afins, que lidam com imagens, que já manipulam fotografia nas suas respectivas áreas. Mas estamos falando também de experiências em que funções administrativas também são arroladas na “composição” da obra. A diferença em relação a outros grupos é que essas funções não são compreendidas apenas como atividades “meio”, como funções necessárias às

organizações, mas com uma abertura para a absorção desses profissionais no núcleo do grupo.



Desenho 3: No coletivo, todos os integrantes se ligam uns aos outros, formando um corpo onde as individualidades não são o mais importante.

Esses exemplos dizem respeito diretamente ao segundo ponto listado, que trata do reconhecimento como ingrediente de um coletivo. Laboratoristas, tratadores de imagens, designers, administradores, todas essas funções podem fazer parte – e é comum que façam – de agências, por exemplo. Ou mesmo no fluxo organizacional de um fotógrafo individual, que usa os serviços de um laboratório ou de um birô de impressão – com pós-produção, tratamento. Mas não há o reconhecimento de que esta função específica esteja atrelada ao processo criativo, seja parte integrante da criação. O mais comum é que ela seja parte de uma engrenagem movida pelo fotógrafo-autor, que seja uma função que atende ao pedido de um fotógrafo, que segue suas ordens e não que haja uma contribuição efetiva na criação da obra. Nos coletivos contemporâneos a integração de diversos atores e funções diferentes acontece também no fazer fotográfico, diferentemente do que é visto em outras organizações onde isso fica restrito a atividades comerciais ou estruturais. Como no caso da agência francesa Magnum, que foi criada como uma espécie de redoma, distanciando os fotógrafos da relação

comercial e burocrática, dando a eles maior liberdade de criação e aprofundamento nos temas fotografados. Há um compartilhamento da estrutura comercial, mas a criação é mantida na mão de indivíduos, que em muitos exemplos nem se falam entre si.

Aumentemos o contraste entre os dois modelos, para facilitar a delimitação. Na agência nós temos um agrupamento de diferentes especialistas, enquanto que no coletivo contemporâneo há a busca por uma sinergia que tire proveito das potencialidades de cada um, porém na formação de uma inteligência coletiva. Nos dois grupos os conhecimentos específicos são utilizados, porém a grande diferença é que quando isso é feito de maneira integrada o resultado pode ser maior do que simplesmente a soma dos valores isolados. Se derivarmos um pouco para um exemplo exterior à fotografia, poderíamos observar a diferença entre uma orquestra sinfônica e um grupo de jazz. Claro que é possível encontrar exemplos que fujam ao que vamos trazer aqui, mas, em geral, teríamos de um lado uma hierarquia estruturada – com papéis bem definidos entre compositor, partituras, regente, músicos, solistas etc – e de outro o improvisado, a alternância entre papéis, numa composição bem menos linear. Os dois grupos são capazes de criações magníficas, contam com indivíduos geniais e fizeram história no campo da música. Mas são modelos muito diferentes em suas maneiras de organização e de criação. De Masi fala da criação de “gênios coletivos compostos de sujeitos individuais não necessariamente geniais” (DE MASI, 2003, p. 585). O segredo seria instaurar

“um clima favorável, que multiplica e enriquece a troca de informações em todos os níveis, elimina as ameaças e os medos, potencializa a coragem de tentar e errar, atrai do exterior os melhores cérebros, protege os participantes com personalidades mais fracas e os ajuda a permanecer no grupo, determina a sintonia e a 'extensão de onda' comum, graças às quais é mais fácil colher as mais sutis intuições, que frequentemente se revelam resolutivas” (idem, p.590)

Estas características estão em conformidade com o conceito de inteligência coletiva, que é, segundo Jenkins (2006), um dos pilares da cultura de convergência. Neste conceito³⁵, que se contrapõe à ideia de especialista, cada pessoa tem algo a contribuir para a construção do conhecimento, as questões são mais interdisciplinares, fronteiras de conhecimento são quebradas e a hierarquia (quando existe) entre os participantes tende a ser mais flexível ou mais simplificada (com menos níveis e diferenciações).

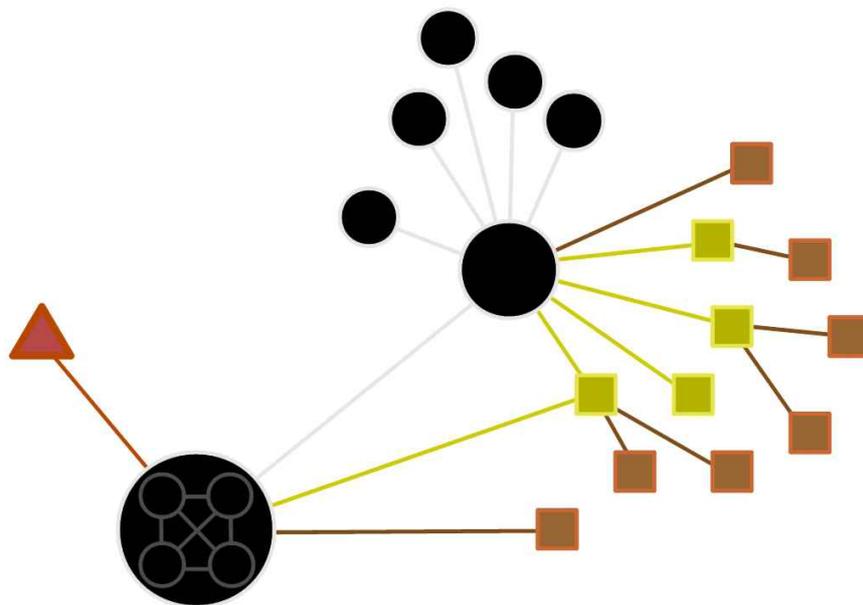
35 O conceito “inteligência coletiva” é de Pierre Lévy (2000).

Como afirma Ronaldo Entler, os coletivos “exploram em profundidade aquele que parece ser o maior potencial desse tipo de experiência: a criação colaborativa” (2011). Eles trazem para dentro de seus círculos a lógica de uma criação em rede, aceitando e tirando proveito das ligações possíveis, reverberando no seu interior as “características aproximativas do rizoma”, com todas as suas inerentes articulações com pontos externos. “Seu caráter complexo e múltiplo se define pelo 'fora', porque sempre encontram suas 'linhas de fuga', mas essas linhas continuam sendo parte do rizoma, num movimento de 'desterritorialização' e 'reterritorialização' ” (idem).

Tais linhas de fuga e ligações externas, não raro, acontecem na forma de trabalhos desenvolvidos em conjunto com outras equipes – estendendo para fora do coletivo seu método de funcionamento – ou através da participação efetiva em debates conceituais ou políticos. Eduardo Brandão (2008) destaca um diferencial para ele crucial: a discussão e a crítica são incorporadas ao trabalho durante a fase de produção, enquanto que no processo individual, isso só passa a estar presente depois da obra finalizada. “Com essa capacidade de produzir conexões, sua atuação política pode ser efetiva, sem ser necessariamente escandalosa ou panfletária” (ENTLER, 2011). O coletivo fotográfico contemporâneo não é um movimento político cuja bandeira seria a revisão do estatuto do autor. “Mesmo que os coletivos aceitem e estimulem esse debate, mesmo que isso defina algumas de suas práticas [...] e, por fim, mesmo que tomemos o problema da autoria como foco desta reflexão, é importante evitar tal exagero” (ENTLER, 2011). A discussão sobre autoria não é o objetivo da criação de um coletivo, mas acaba sendo incorporada naturalmente às questões levantadas por essa prática. Sua organização interna, abertura para a crítica e para o diálogo em todas as fases do planejamento e da produção, abertura para o reconhecimento dos vários atores como coautores, quebra a estrutura que orbita em torno de um gênio criador – ou que, pelo menos, o tem numa das pontas da cadeia.

Os coletivos estão para a lógica do rizoma assim como as agências estão para o modelo arborescente. A figura da árvore estabelece uma estrutura hierárquica e estável, com ramificações estabelecidas dentro de uma ordem prévia e rígida. O rizoma se forma pelas ligações e sempre que alguma conexão é quebrada, opera-se uma ruptura, uma linha de fuga. Essas rupturas, porém, ao contrário do que se poderia imaginar, também

fazem parte do rizoma, formam-se aí, novas ligações. Movimentos de desterritorializações e reterritorializações (DELEUZE & GUATTARI, 1995).



Desenho 4: O círculo maior representa o coletivo, que possui no seu interior outros círculos menores representando os seus integrantes. Eles formam um só corpo: há uma diluição de suas individualidades. Este, por sua vez, se liga a atores externos (galerias, produtoras, clientes, outros fotógrafos etc) de diversas formas.

Todo grupo é formado a partir de afinidades, que podem acontecer como compartilhamento de objetivos comerciais ou de pesquisas estéticas. Quando entendemos que o coletivo contemporâneo atua num viés mais amplo de articulação, é natural que a afetividade também seja um componente importante de aglutinação. Ao observar o funcionamento desses grupos, percebemos que existe uma espécie de amálgama que vai além de relações profissionais ou comerciais. Alguns chegam a assinar coletivamente, deixando de lado qualquer referência específica àqueles que estiveram diretamente envolvidos no desenvolvimento de um projeto. Em outros casos, embora o crédito de um trabalho seja dado a um indivíduo – ao fotógrafo responsável – há um reconhecimento de que o trabalho não seria o mesmo se não fosse a participação indireta do coletivo.

Na tabela a seguir trazemos de modo esquemático alguns dos aspectos que tratamos ao longo da pesquisa como distinção entre os dois modelos.

<i>Agência fotográfica</i>	<i>Coletivo fotográfico contemporâneo</i>
Lógica industrial	Lógica pós-industrial
Árvore	Rizoma
Criação individual	Criação em rede
Modelo um-todos	Modelo todos-todos
Paradigma do fotográfico	Paradigma do pós-fotográfico
Especialista	Conhecimento compartilhado

3.3 O universo dos coletivos contemporâneos

Para observarmos os coletivos, lançamos o olhar para publicações e encontros que enfocam este modelo, de forma a trazer uma visão mais geral deste universo, útil para a contextualização dos grupos que estudamos mais detalhadamente. A convivência direta com o meio, o acompanhamento, mesmo que de forma empírica, da atuação dos diversos grupos no mercado, bem como em festivais, palestras e publicações, também foram muito importantes na busca por contradições ou confirmações dos dados coletados. Abaixo uma breve descrição de dois eventos, uma revista e um livro-catálogo que nos serviu para desenharmos o mapa atual do fenômeno:

Encontro de Coletivos Fotográficos Ibero-Americanos

São Paulo, 2008, reuniu 10 coletivos de sete países. Composto por palestras, debates, exposições e desenvolvimento de projetos, foi o



primeiro evento enfocando especificamente os coletivos fotográficos contemporâneos. Ver www.laberintodemiradas.net/encontro.

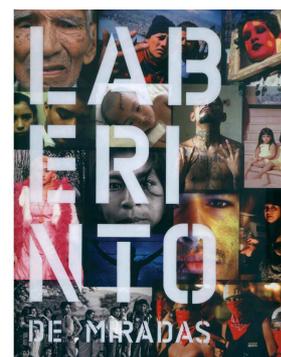
Encuentro de Colectivos Fotográficos Euroamericanos

Madri e Soria (Espanha), 2010, reuniu 20 coletivos de 20 países (alguns coletivos possuem mais de um país em sua formação). Teve como objetivo criar um espaço de reflexão e dar dimensão à forma de trabalho desses grupos. Site: <http://www.fotoeco.es>.



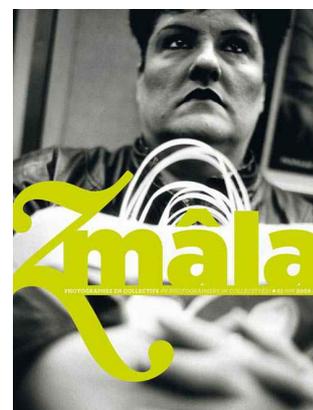
Laberinto de Miradas

Livro catálogo de projeto de mesmo título, que levou uma série de exposições a diversos países das América Latina e da Europa. O projeto aborda a fotografia documental Iberoamericana por três vieses, sendo um deles o dos coletivos fotográficos. Possui o curador e idealizador Claudi Carreras em comum com os dois encontros aqui listados.



Zmâla

Revista francesa, com tiragem anual, especializada nos coletivos fotográficos. Até o momento de redação desta dissertação, foram lançados três números, em 2009, 2010 e 2011. Além de artigos enfocando trabalhos desenvolvidos pelos grupos, traz informações mais objetivas no sentido de “quem é quem”. Dá um espaço maior aos



coletivos franceses. Acesse www.zmala.net, para conhecer um pouco mais.

Através da sobreposição das listas de coletivos apresentados por cada um desses espaços, chegamos a 51 coletivos. Esse volume de grupos permite uma primeira constatação que sugere a necessidade de melhor delimitação do modelo. A listagem incluiu escolas e projetos sociais que foram anexados à exposição Laberinto de Miradas, que fogem do formato aqui estudado. A inclusão da Zmâla, embora importante pelo enfoque especializado que ela traz, implicou na inclusão de um número maior de coletivos franceses. Constatados esses desvios, optamos por aplicar um filtro que levasse em conta os grupos mais referenciados, que foram citados por pelo menos três das quatro fontes consultadas. Sendo assim, enxugamos para nove coletivos: Blank Paper (Espanha), Cia de Foto (Brasil), Kameraphoto (Portugal), Mondaphoto (México), Nophoto (Espanha), ONG (Venezuela), Pandora (Espanha), Sub Coop (Argentina) e Supay Photo (Peru)³⁶. Desses, apenas um foi fundado antes de 2003, o que confirma nossa premissa de surgimento com maior intensidade nos últimos 10 anos.

Tal constatação é importante na medida em que trabalhamos com a premissa de que os coletivos surgem num cenário fortemente influenciado pela cultura de convergência (JENKINS, 2006). A crescente digitalização que a sociedade vive permite que diversos processos e linguagens sejam trazidos para um denominador comum no que diz respeito às plataformas de trabalho. Num mesmo dispositivo, seja um computador ou um celular, podemos trabalhar som, imagem, texto. Quando dizemos trabalhar, estamos nos referindo a captar, editar, transmitir. Estamos falando em não apenas consumir, mas também em produzir ou interferir. Nada disso foi inventado pela internet ou pelos tablets. Se hoje “rede social” é sinônimo de alguns sites, portais ou aplicativos ambientados na web, é apenas uma forma de expressão, completamente amparada pela ideia de rede social presente nos círculos presenciais-físicos-tradicionais, como clubes, escolas, igrejas, bairros etc. Ou seja, reconfiguramos nossas relações sociais a partir das possibilidades de interação que se abrem com esses novos ambientes e tecnologias.

³⁶ Para conhecer mais sobre os coletivos não detalhados na pesquisa: www.blankpaper.es/; kameraphoto.com; mondaphoto.com; nophoto.org; organizacionnelsongarrido.com; www.sub.coop; www.supayfotos.com.

A cultura da atualidade, permeada pela interatividade e digitalização, é ambiente propício para o desenvolvimento de inteligências e formas de produção coletivas. Seja na Wikipedia, seja no Facebook, nos deparamos com um volume incalculável de conteúdo totalmente produzido, disponibilizado, publicado, editado pelos próprios usuários. Veículos tradicionais buscam acompanhar tais características desenvolvendo plataformas onde a interatividade seja possível. Ou mesmo incorporando aos seus produtos conteúdos produzidos pelos leitores/espectadores.

Os coletivos fotográficos atuam nesta mesma lógica de compartilhamento, trazendo para dentro de seus processos a permeabilização das fronteiras entre as várias funções desempenhadas pelos seus participantes. Se a industrialização trabalha na compartimentalização – um produto é fruto da ação interdependente de vários atores que atuam isoladamente nas suas várias especialidades – o coletivo age no sentido inverso em que tais limites são diluídos, muitas vezes confundidos. “Interatividade. Hipertextualidade. Convergência. São conceitos e práticas postos no cenário das comunicações nos últimos anos. A mudança chave, nesse percurso de mudanças pode ser percebida, em termos gerais, na mudança da relação com os meios de comunicação” (SILVA JUNIOR, 2011). Saímos do modelo de comunicação massificada do “um-todos” para o de interatividade melhor definido pela lógica do “vários-vários”.

3.4 Cia de Foto

O coletivo paulista Cia de Foto foi fundado em 2003, inicialmente num modelo que se aproximava mais ao de uma agência fotográfica tradicional, com maior foco no fotojornalismo diário. Pio Figueiroa e Rafael Jacinto contam que já havia algo se formando desde 2000 numa direção que podemos chamar de embrionária em relação ao formato que a Cia adotaria depois. Eles participaram da equipe que trabalhou nas edições piloto do jornal Valor Econômico³⁷. Já era possível identificar ali alguns aspectos que surgiriam com mais clareza no modelo de ação amadurecido posteriormente na Cia. “Eu e o Pio já ensaiávamos o que seria um trabalho coletivo dentro do próprio jornal. Se estávamos tranquilos, íamos juntos às pautas, fazíamos pausas em cafés e livrarias, buscávamos referências, trocávamos pautas, cobríamos um

³⁷ Jornal diário especializado em economia, fundado em 2000, que chegou com um projeto gráfico e de imagem arrojado em relação ao segmento, cuja maior referência até então era a Gazeta Mercantil (que não trabalhava com fotografia nem cor).

ao outro quando tinha um *freela*, assinando como tal” (JACINTO, 2011). A prática de um fotógrafo “dar cobertura” a outro não é tão rara no meio fotojornalístico. Como vimos, estava lá no início do percurso de Robert Capa, fundador da agência Magnum³⁸, quando ele e sua companheira Gerda Taro produziam sob o mesmo pseudônimo. Ou também acontece quando, numa pauta importante, um fotógrafo tem algum problema e usa uma foto cedida por um colega para suprir sua lacuna. Assim como o uso de pseudônimos ou nomes artísticos em substituição ao seu nome de nascença também é uma prática comum. Essa observação é importante uma vez que uma das resistências sofridas pelos coletivos se materializa num discurso contra o crédito coletivo, com argumentos de que isso seria um retrocesso em relação a conquistas importantes da categoria, como a obrigatoriedade de referência ao autor da imagem nos veículos jornalísticos.

A experiência na criação do que seria a fotografia do novo jornal foi um importante laboratório também para o que eles viriam a fazer “em oposição” ao jornal. Tentemos explicar melhor. O jornal iria ser lançado, havia uma busca por criar algo inovador, existia uma liberdade de se inventar um modelo que não precisaria ser uma reprodução das redações já existentes. Na equipe, profissionais experientes, numa mescla que envolvia desde um modelo de competição interna bastante comum nos veículos tradicionais até fotógrafos em busca de formatos diferentes de trabalho. “Isso se deu em um regime isento das obrigações e dos prazos de uma publicação diária, pois era uma época em que o Valor não ia para rua. Acho que foi ali o despertar da vontade de 'projetar' em fotografia mais que executar um dia a dia profissional previsível” (FIGUEIROA, 2011). Passada a fase piloto, agora com o jornal “na rua”, circulando, perde-se um pouco da liberdade e há um enquadramento nas práticas usuais, na reprodução de fórmulas aprovadas.

A Cia de Foto é formalizada em 2003 para funcionar como uma editoria de fotografia terceirizada do Valor Econômico. Mas essa fase dura apenas seis meses, quando a equipe de prestadores é reincorporada ao jornal e a agência, agora resumido aos sócios fundadores, vai buscar seu rumo. Vale a ressalva: aqui a Cia de Foto ainda funcionava no modelo que neste trabalho estamos considerando como agência, diferentemente do formato que eles viriam a atuar depois, alinhado ao que chamamos de

38 Ver capítulo 1.

coletivo contemporâneo. Estamos no primeiro semestre de 2004, quando João Kehl entra para o grupo. Inicialmente foi chamado para ser assistente num contrato que duraria cerca de três meses. “João simbolizava quase que o objetivo de se criar a Cia. Ele refletia um potencial que a gente tinha mas, até então, tratávamos sem muito método ou pertinência. João começou a significar a possibilidade de desenvolvermos o exercício da linguagem como expressão pessoal” (idem).

Em pouco tempo as dinâmicas internas foram se ajustando num formato de trabalho que integrava os fotógrafos em um compartilhamento maior dos projetos, a ponto de perder o sentido a manutenção dos nomes individuais acima do grupo. “No começo, éramos uma junção de diferentes pontos de vista, mas a nossa sinergia se tornou tão grande que, atualmente, a gente se confunde sobre quem é o autor das fotos. Tudo é decidido em conjunto, ficamos o dia todo juntos”, conta Rafael Jacinto (ELIAS, 2008). Essa prática de fotografarem juntos trouxe um “problema fundamental” para a assinatura do trabalho, como nos explica Pio Figueiroa:

dividíamos qualquer demanda que surgia. Nessa época, a Cia de Foto acontecia mesmo no momento do clique fotográfico. [...] Então produzir fotos na Cia de Foto, sobre o regime que nascia ali, não poderia promover [uma] forma convencional de assinatura. Uma foto não deveria mais ser creditada a um trabalho individual. Veio então a decisão consequente pelo crédito coletivo.

O regime ao qual Pio se refere é o do crédito autorial individual, que permite um reconhecimento no mercado através de um nome e sobrenome associado à imagem. Ele chega a afirmar que não guarda trabalhos significativos da época anterior ao coletivo.

Em dezembro de 2006 a Cia de Foto recebe Carol Lopes, que entra para suprir uma necessidade do grupo de ter uma pessoa mais especializada no tratamento das imagens. Alguém que ampliaria a pesquisa dentro do coletivo voltada para a pós-produção e o tratamento, sendo formada e contribuindo para um método de captação e fluxo das imagens já iniciado na Cia. “Carol demorou um ano para ter um bom nível técnico, e mais dois para começar a somar com uma contribuição autoral. Nesse momento ela virou sócia do grupo. Isso se deu, inclusive, para lhe garantir os direitos patrimoniais do que estava sendo criado”, conta Pio, levantando um aspecto importante quando se fala em autoria coletiva, uma vez que as leis que regem esse campo do

direito³⁹ recaem sobre a pessoa física, sem espaço para grupos formal ou informalmente compostos.

Hoje a Cia de Foto é formada por um núcleo de criação fixo, composto por Carol, João, Pio e Rafael, todos sócios, além de uma equipe de apoio composta por uma coordenadora da área comercial, uma gerente e um assistente de fotografia. Mas o coletivo mantém uma série de articulações externas, algumas de longa data, com outros profissionais, agências ou agentes dos mercados onde atuam. Algumas destas parcerias são “quase fixas” tamanha a quantidade de projetos em comum.

A Cia de Foto não se basta como coletivo. Nossas pesquisas sempre envolvem mais gente. É bem difícil um projeto que seja realizado somente pelos quatro integrantes. Por exemplo, toda pesquisa que envolve música tem a parceria autoral de Guab, um amigo DJ. Outra relação intensa que temos é com alguns pesquisadores como Ronaldo Entler, Lívia Aquino, Claudia Linhares Sanz, Maurício Lisovsky, com quem nos identificamos com as pesquisas. (FIGUEIROA, 2011)

O núcleo central é responsável por todas as decisões e direcionamentos do coletivo. Fotografam juntos, discutem projetos, definem o posicionamento do grupo frente aos vários mercados onde atuam. Embora os papéis se alternem, é possível identificarmos algumas áreas de atuação mais específicas de cada integrante. São aproveitamentos das aptidões particulares ou mesmo do interesse de cada um. Mas não se trata de uma divisão rígida, são direcionamentos, apenas. Um integrante pode ter funções completamente diferentes dependendo do projeto. Ou pode até não participar de determinados trabalhos. Não existe um organograma fixo, linear, como na maioria dos modelos organizacionais. Há uma constante participação com opiniões e críticas, independente de sua função. Rafael destaca: “tudo isso é muito misturado. Somos sócios. Todos têm direito de opinar em tudo, independente dessa obrigação mais direta ou da porcentagem da sociedade”.

Como dito ao longo do texto, é muito importante destacar que a tabela a seguir não tem o intuito de enquadrar os participantes em funções específicas, uma vez que eles se revezam e muitas vezes participam de todas ao mesmo tempo, mas de pensarmos como o coletivo pode potencializar as qualidades individuais de cada componente em busca de um resultado comum.

39 No Brasil, o direito autoral é regido pela lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Embora seja admitida a coautoria, ou seja, uma obra pode ser produto de mais de um autor, não é reconhecida a autoria de grupos ou instituições. Apenas pessoa física pode ser autor protegido por tal legislação.

	Conteúdos ou áreas de maior contribuição ou interesse
Carol Lopes	Tratamento de imagem, pós-produção, atuação nos projetos expositivos e posicionamento no mercado de arte.
João Kehl	Fluxo da produção fotográfica, pesquisa na pós-edição, direcionamento financeiro.
Pio Figueiroa	Articulação com a pesquisa teórica e com o campo da arte. Porção de instabilidade no coletivo. Juntamente com Rafael, cuida do posicionamento mais geral do grupo.
Rafael Jacinto	Papel de estabilizar o grupo, responsável pelo posicionamento e valorização frente ao mercado. Domina a parte tecnológica e de edição de vídeo. Como integrante fundador, cuida do posicionamento mais geral do grupo.

A Cia de Foto atua nos mercados editorial, de publicidade e de arte. Os trabalhos publicitários são responsáveis pela maior fatia do faturamento e, consequentemente, são o que sustenta o grupo financeiramente. A coordenadora da área comercial e sua assistente são responsáveis pelo atendimento a agências, captação e administração dos trabalhos neste meio. A Cia também atende ao mercado de filmes publicitários com direção de cena e direção de fotografia. Neste caso são representados pela ParanoidBR, uma produtora que reúne 17 diretores no Brasil, responsável por toda a parte comercial administrativa relacionados a esse nicho específico. Em publicidade, já atendeu a clientes como Itaú, Nikon, Vivo, Nike e Brastemp. Para o meio editorial, tem atendido com mais ênfase veículos estrangeiros, como Newsweek, Times, National Geographic e Colors. No mercado de arte, são representados pela Galeria Vermelho e possuem um histórico repleto de mostras nacionais e internacionais, além de terem uma forte participação em eventos e debates sobre fotografia, demonstrando uma busca constante por uma pesquisa teórica e conceitual sobre fotografia. Seus projetos visam, em muitos casos, trazer discussões sobre o próprio ato fotográfico ou questionamentos acerca do papel da imagem no mundo contemporâneo. “Dentro da Cia, temos uma cultura de tratar a Cia como nosso principal cliente, ou seja, tudo o que produzimos,

produzimos primeiro pra gente. Todo resultado é fruto de uma negociação e só vai pro mundo depois de uma certa "aprovação interna" (KEHL, 2011).

Um mesmo trabalho pode transitar entre territórios nem sempre amigáveis da comunicação e arte, saindo de um projeto pessoal, para ilustrar uma matéria jornalística, compor um anúncio publicitário e posteriormente ser vendido numa galeria de arte. Como podemos ler no post intitulado “Transitando entre mercados”, publicado no blog da Cia em abril de 2011⁴⁰: “Nunca houve na gente a possibilidade de separar a relação de uma produção comercial de uma autoral. Aliás, a hora em que faltou dinheiro muita coisa deu errado, interferindo em nosso humor e em nossa capacidade criativa. O que acontece hoje em dia é que lidamos com diferentes meios, e todos eles são mercados!”. Ao mesmo tempo que a Cia tem participado de diversos eventos ao redor do mundo, tem atuado no território da web, produzindo conteúdo nos seus espaços próprios (site, blog, Flickr etc) e colaborando com outros ambientes, levantando questões, criticando ou dividindo opiniões. Como se “devolvessem” essa característica internalizada de discussão para outros territórios.

Isso que estamos chamando de “devolução”, como um caminho de volta, significa a aplicação de um princípio, que identificamos como pertencente ao cenário de convergência: a participação ativa dos vários atores, a discussão, a via de mão dupla. Os coletivos, da forma como estamos tratando aqui, surgem envoltos num ambiente em que perde-se o sentido pensar numa comunicação massificada, que segue apenas um sentido, o do um-todos. É uma característica não apenas dos coletivos, mas de toda a sociedade permeada pela cultura de convergência, essa lógica da colaboração, da interatividade, da contribuição e apropriação em mão dupla. Um fluxo em que a divisão emissor/receptor não é tão clara como já foi um dia. A Cia existe como um rizoma, resultado mesmo da ligação de vários pontos formados não apenas por pessoas, mas também por ideias, referências etc. E é também um ponto que se liga a muitos outros, externalizando seu modo de operação nas ligações que faz através das colaborações com blogs, debates, em trabalhos colaborativos e eventos.

Um exemplo disso foi o trabalho São Paulo de Muitos. No aniversário de 456 anos da cidade de São Paulo, em 2010, a editora da Revista da Folha, do jornal Folha de S.Paulo, convidou a Cia de Foto para ocupar duas páginas em homenagem à cidade

40 Ver <http://ciadefoto.com.br/blog/?p=4232>

aniversariante. Em vez de pesquisar material de arquivo ou mesmo de produzir um ensaio especial, eles lançaram o convite para que fotógrafos de qualquer lugar participassem desse espaço enviando fotografias sobre São Paulo. Em cinco dias, prazo para o fechamento da revista, receberam mais de 200 imagens. Todas elas foram publicadas não apenas na versão impressa, mas também na forma de vídeo disponível no site do jornal⁴¹. O DJ Guab, parceiro em muitos dos projetos do coletivo, compôs uma trilha especialmente para o vídeo. Ronaldo Entler, ao comentar essa ação, torna clara a ligação direta entre os coletivos e os princípios relacionados à cultura de convergência. “O coletivo já é em si uma rede, espécie de microcosmo análogo ao cosmo da internet, que por sua vez é análogo ao macrocosmo que chamamos de cultura” (ENTLER, 2010).

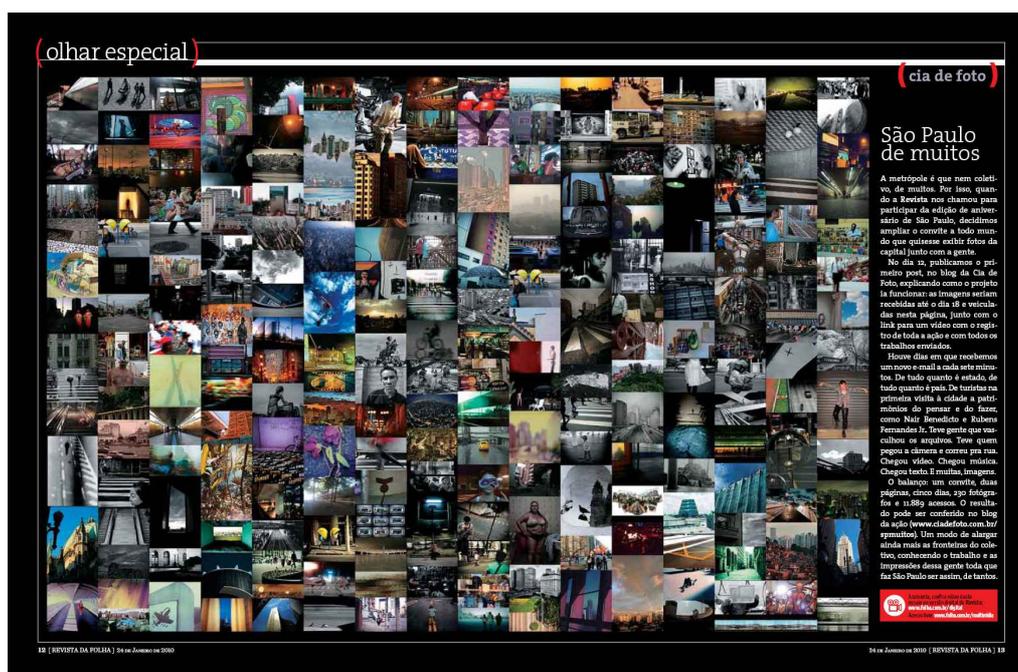


Ilustração 3: reprodução da página com o projeto São Paulo de Muitos – Cia de Foto

O DJ Guab também esteve presente em outro projeto da Cia que merece ser citado: Carnaval⁴². Desta vez não seria o ambiente editorial, de uma revista, que

41 A Cia de Foto criou um site específico para abrigar o SP de Muitos. Inclui todas as imagens, comentários e o vídeo publicado. Acesse: <http://ciadefoto.com.br/spmuitos>.

42 <http://www.ciadefoto.com/#1696669/CARNAVAL>

abrigaria a obra, mas sim o de uma galeria de arte. A captação das imagens foi feita na Bahia, em pleno carnaval, durante os desfiles de trios elétricos, símbolo dessa festa baiana, que arrasta multidões, massivamente fotografado e televisionado ano após ano. Mas, limitar este trabalho ao momento da captação seria reforçar uma visão da fotografia à qual todo o discurso e articulação dos coletivos procuram se contrapor. A obra passa realmente a existir nas intervenções e construções a partir da captação. O conjunto da obra é composto por imagens pinçadas dessa multidão extasiada, que, descontextualizadas pelo recorte e tratamento de imagem – dessaturadas, contrastadas, densas – não nos remetem de forma alguma ao carnaval baiano como estamos acostumados a ver.



Ilustração 4: Carnaval - Cia de Foto

São fotografias escuras, sem o colorido pasteurizado – e, em geral, de tons cítricos – dos blocos e as expressões nos rostos muitas vezes chegam mais perto de um

sofrimento do que da “irreverência e alegria”⁴³ tão disseminada pelos veículos de comunicação. A trilha que acompanha as imagens, envolvendo o ambiente da galeria, é uma tradução sonora da informação binária das fotografias. Não se trata de uma interpretação ou inspiração, mas de uma pesquisa diretamente no código fonte das imagens, se assim podemos dizer. Guab e Cia foram buscar nessa base digital comum às linguagens de cada um deles – música e fotografia, respectivamente – a matéria (imaterial) de trabalho. Mexem com questões relativas ao processo de digitalização, conforme visto no capítulo anterior, na sua essência. Tocam no ponto de que tudo isso que chamamos de convergência não se trata apenas de transpor meios – levar do impresso para o eletrônico – ou juntar funcionalidades num mesmo dispositivo – um smartphone que faz tudo. O pós-fotográfico modifica a nossa maneira de lidar com o fotográfico.

Os coletivos fotográficos contemporâneos atuam a partir de um paradigma pós-fotográfico (SANTAELLA, 2005), são hiperfotográficos (RITCHIN, 2010), seguem uma lógica hipertextual, não linear, com múltiplas possibilidades combinatórias na construção de discursos. No “São Paulo de muitos” esses links se formaram através da Internet – que possibilitou a rápida disseminação e conseqüente participação de tantos colaboradores em tão pouco tempo. Em “Carnaval”, temos o código digital como ingrediente primário para a elaboração da obra. São muitas as maneiras como o cenário atual influencia – num fluxo de apropriação mútua – a ação dos coletivos, não apenas no viés tecnológico mais direto e pragmático, mas, principalmente, conceitual. Eles “são” esse universo, estão impregnados e atuam diretamente nas reconfigurações da sociedade. As experimentações e reflexões passam também pelas suas próprias relações pessoais, fotográficas, afetivas.

3.5 Caixa de sapato

O projeto que, a nosso ver, traz mais articulações com as características aqui analisadas é o “Caixa de sapato”, cujo nome faz referência a algo comum nas famílias e grupos sociais, que é aquele amontoado de fotos da família, dos amigos, de pessoas próximas, muitas vezes guardadas numa caixa – de sapato ou não – embaixo da cama, na prateleira mais alta do armário, num cantinho da cômoda. São uma espécie de

43 Expressão pegajosa presente na quase totalidade das narrações das TVs e rádios durante o carnaval.

inventário da existência dessas afetividades, produzido por pessoas diferentes, na maioria das vezes sem nenhuma referência ao autor. Ali estão pessoas, situações, lugares e objetos retratados num tempo incerto, anexados à memória também num momento cujo registro temporal não segue a ordem cronológica dos acontecimentos reais. Algumas famílias organizam suas fotografias contendo informações mais objetivas, outras simplesmente acumulam imagens que formam ligações nem sempre reais, embaçadas pelas lembranças e pelos esquecimentos. Numa caixa de sapato, novas narrativas se formam, novas ligações surgem e outras desaparecem.



*Ilustração 5:
Caixa de Sapato - Cia de Foto*

No projeto da Cia de Foto, o que vemos é um imenso imbricamento de sentimentos e vivências, num relato cotidiano dos integrantes e do universo circundante do coletivo. Um universo de afetos e de coletividade fotografado também por uma coletividade. Estão lá os fotógrafos, a família, os amigos, a Cia de Foto, a rua, as viagens, as confraternizações, as alegrias, as tristezas, perdas e nascimentos. Algumas pessoas podem ser reconhecidas em várias das fotografias, em momentos diferentes, embora muitas outras não sejam reconhecíveis por conta de desfoque, borrados, de estarem em áreas escuras ou escondidas de alguma forma.

Neste trabalho, não é o viés estético que dá amarração ao conjunto. O Caixa de sapato é alinhavado pela abordagem temática. As situações retratadas vão de um prosaico passeio de final de semana na vizinhança a reuniões e celebrações entre amigos, passando por relações sexuais ou retratos mais posados. Várias são as cenas em banheiros, cozinhas, corredores. Estão lá o andar, o dormir, o acordar, o comer, o tomar

banho, o dançar, o brincar e até o urinar do mundo da Cia de Foto. São os fazeres cotidianos, aqueles sobre os quais não se fala muito, mas que passaram a ser tema da produção cotidiana de fotografias ainda com mais intensidade com o advento da digitalização⁴⁴ (ARAUJO; CRUZ, 2011).



*Ilustração 6: Caixa de Sapato
Cia de Foto*

Podemos comprar uma cópia impressa com fotografias do Caixa de Sapato, assistir a um vídeo ou mesmo reconhecer algumas das imagens em anúncios publicitários ou ilustrando matérias em revistas. Mas é o Flickr⁴⁵ o ambiente “original” deste projeto que exercita amplamente a quebra de fronteiras – não apenas entre os âmbitos público e privado, mas também entre áreas que vão da documentação à publicidade e mercado de arte. Observando o material no Flickr, não se percebe uma regra em relação à regularidade de publicação de novas imagens. Pode passar mais ou

44 A fotografia digital não é responsável pelo advento do registro íntimo ou privado. A temática cotidiana pode ser percebida nas produções fotográficas desde sempre e vários foram os avanços tecnológicos responsáveis por uma maior disseminação dessa prática. Sem estender muito, podemos citar o lançamento das câmeras Kodak no final do século XIX, entre muitos outros exemplos.

45 Já definimos o Flickr no capítulo 2. Para conhecer o Flickr do Caixa de Sapato, acesse: <http://www.flickr.com/photos/ciadefoto>.

menos tempo de intervalo entre uma fotografia e outra, mas o álbum continua sendo abastecido constantemente. As fotografias não recebem nenhum tipo de legenda ou identificação sobre as pessoas e situações retratadas, apenas uma numeração crescente. Em novembro de 2011 já acumulava mais de 400 fotografias. A primeira postagem foi de maio de 2008, embora algumas tenham sido produzidas anteriormente.

Quando assistimos ao vídeo⁴⁶ somos levados por uma narrativa – sequência, tempo, música – que não é a mesma do Flickr. Neste último, podemos ver da mais recente até as mais antigas (em data de publicação), mas também podemos seguir navegações aleatórias ou ligadas por tags em comum. Quando temos contato com séries de imagens, ao invés de uma imagem única, novos significados são construídos através da associação desses vários registros. Mesmo que eles não tenham ligação entre si. Mas, sem que percebamos, somos levados a conectar situações, pessoas e construímos histórias que, embora tenham um fundo biográfico, real, registro de existências, podem tomar traços ficcionais nesses novos enredos.

Assim como acontece nos arquivos familiares, não importam tanto os autores e muitas informações mais factuais se perdem ao longo do tempo, permanecendo os laços afetivos e as significações. Para Jaguaribe (2006, p. 112), “através de diários, cartas, fotografias, vídeos e souvenirs, sedimentamos as peças que compõem um enredo maior cujo final não podemos antever”. O trabalho da Cia traz uma experiência que passa pela própria externalização do ideário do coletivo fotográfico, em que as identidades individuais são diluídas em prol de um resultado plural, em que a afetividade é um importante ingrediente dessa aglutinação, em que a produção de conteúdo não se dá num espaço – geográfico e temporal – estanque. O coletivo vem quebrar algumas fronteiras do fazer fotográfico e essas questões estão presentes no Caixa de Sapato. Vida e trabalho estão juntos. Família, amizade e ambiente profissional se misturam. Permeados por objetivos em comum e laços afetivos. “O ponto claro de nossa pesquisa é a ausência de algo decisivo. É a formação de um espaço por uma duração e, o que queremos nesse trabalho, é confirmarmos uma construção de existência” (CIA DE FOTO, 2009).

46 Vídeo produzido em parceria com o editor Alex Carvalho, com trilha sonora de Guab, para o MAM-SP, em outubro de 2008. Para ver o vídeo: <http://www.youtube.com/watch?v=-dYnKUyoyg8>

Um outro aspecto interessante como proposição do Caixa de Sapato diz respeito à autoria e formação de redes. Existe, em sua essência, a presença de uma criação coletiva por parte dos integrantes do grupo. Um projeto que já parte do princípio de colaboração na sua concepção, mas que estimula um desdobrar deste fazer coletivo através de apropriações por outros artistas e fotógrafos. A Cia de Foto o deixou aberto para que qualquer pessoa possa usar as imagens deste ensaio em outros trabalhos, num movimento que remete às construções simbólicas que são feitas por cada pessoa ao ver um álbum de família. Uma artista baseada em Paris, Elisa V. Randow, produziu refotografias – fotografou algumas das imagens do Caixa de Sapato através da tela do computador, dando novos cortes, imprimindo novas texturas, causando ressignificações. Ações como essa, mesmo não sendo uma invenção recente, são práticas comuns tanto na arte contemporânea – em que se fala da diluição do autor –, quanto na cultura de convergência, que é fortemente influenciada pelas possibilidades de interação trazidas pelas novas tecnologias.

Interessante perceber que esse projeto também tem uma importância de pesquisa interna. Além de tensionar angústias inerentes à relação ali estabelecida, é também espaço para experiências estéticas, como afirma Carol Lopes: “O 'Caixa de Sapato' é um veículo que usamos muito para experimentações... testar uma luz, um grão, um enquadramento, um tratamento diferente”.

O Caixa de Sapato pode ser entendido como um laboratório, um ambiente onde se dá a experiência do fazer coletivo, permeado pelo afeto, em que o cotidiano é o principal ingrediente para a construção de significados, através de camadas de apropriações. Há aí uma produção de saber, que se dá em rede. Há uma escrita, que acontece não apenas pelos fotógrafos produtores das imagens, mas pelos que estão nelas, nos seus fazeres mais corriqueiros. O interesse que esse trabalho desperta no público não está na celebridade dos protagonistas – são pessoas comuns – nem no extraordinário dos acontecimentos – são eventos comuns. Está numa potência de vida.

3.6 Eleições

Um outro trabalho que consideramos importante para dar corpo às questões trazidas pelo coletivo e abordadas aqui é o “Eleições”, desenvolvido para o caderno

A ação envolvia uma complexidade muito maior nas camadas conceituais e de reflexão do que em termos de tecnologia e infraestrutura, embora o jornal não tenha perdido a oportunidade de destacar na legenda das imagens que os fotógrafos haviam utilizado um sistema de rádio para sincronizar os disparos⁴⁷. Ao incluir a atuação dos próprios fotógrafos e cinegrafistas de imprensa no campo da imagem, ficou aparente a prática recorrente neste tipo de cobertura em que, através de angulação e enquadramento, as imagens nos passam uma informação que não condiz com a real situação.

No ensaio enfocando a candidata Marta Suplicy, era possível ver a cobertura mais usual, produzida pelos repórteres fotográficos presentes ao evento: a candidata rodeada de crianças e eleitores, com faixas, cartazes e bandeiras, numa caminhada. Em outra foto, no entanto, vemos que essa imagem é uma farsa uma vez que essa “multidão” não passava de alguns poucos cabos eleitorais. É, num só instante, uma crítica aos políticos, aos jornais e aos fotógrafos, ao desbancar uma prática corrente da imprensa, quando o resultado estético e pré-formatado se sobrepõe à importância jornalística e ao conteúdo informativo. Este ensaio é citado por Alejandro Castellote, curador e pesquisador espanhol, em sua aula de encerramento do Encontro de Coletivos Fotográficos Ibero-Americanos, como uma das imagens mais inteligentes como proposta de uma nova produção fotográfica (CASTELLOTE, 2008).

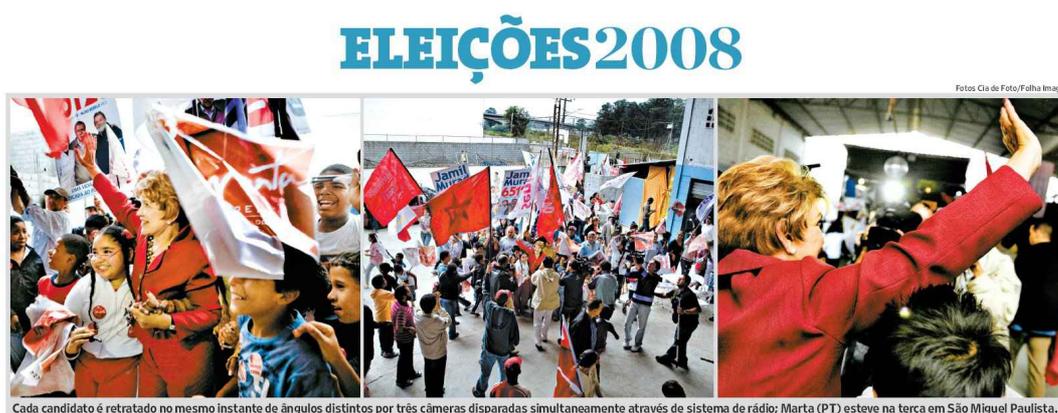


Ilustração 8: detalhe do ensaio com a candidata Marta Suplicy. Aqui também podemos observar o crédito coletivo.

⁴⁷ Esse fato é curioso pois remonta à necessidade constante de relacionamentos entre a tecnologia e a importância da ação.

Também podemos observar nesta publicação uma outra característica da Cia de Foto, já citada anteriormente porém ainda envolta em muita polêmica no meio fotojornalístico: a assinatura coletiva em todas as obras. Independentemente de quem esteja participando de um projeto, eles assinam sempre como coletivo, sem referência a nenhum nome de nenhum fotógrafo. “Ao negar a autoria individual da imagem, o grupo traz para seu processo de criação não apenas negociações referentes às questões técnicas e estéticas mas também posturas políticas e sociais. O grupo faz desse procedimento um espelho das relações sociais” (BRANDÃO, s/d). Interessante observar que isso acontece até mesmo quando um único integrante produz um trabalho em condições “isoladas”, fora do país. No entendimento mais tradicional da autoria fotográfica, num caso como esse, não haveria dúvida em afirmar que o autor seria aquele fotógrafo em viagem. No entendimento da Cia, porém, mesmo não havendo uma atuação mais direta ao longo do desenvolvimento de um projeto, as discussões e críticas estão presentes, compõem a base sobre a qual é construída a obra e não haveria como dissociar o resultado dessa participação colaborativa. É mais “honesto”, nas palavras de Rafael: “pensamos muito antes, realizamos as ideias progressivamente e qualquer imagem que seja produzida por nós é resultado disso”. Uma forma diferente de lidar com a criação, na contracorrente de toda uma tradição fotográfica que concentra no momento de acionamento do obturador da câmera o ato constituidor de uma obra.

A assinatura compartilhada também nos remete a um outro plano, que é o da criação de uma marca, de um selo. No início do coletivo, era comum que os clientes se dirigissem diretamente a um dos fotógrafos, cujo trabalho já conheciam, muitas vezes querendo que a encomenda fosse atendida especificamente por aquele profissional. “Para driblar essas exigências [...] a Cia foi impondo a assinatura coletiva, uma marca, um selo de garantia que atestava que o trabalho seria realizado da melhor maneira possível, independente de quem fotografasse” (KEHL, 2011). Quando nos debruçamos sobre a questão da autoria, percebemos que ela também se equipara à formação de uma marca, à construção de uma entidade: o autor.

Se no meio fotojornalístico é possível perceber um certo desencontro de opiniões envolvendo o crédito coletivo, podemos arrolar outros fatos da recente história da Cia de Foto que ilustram a necessidade de adaptação dos meios legitimadores para o

fazer coletivo. A Cia já teve um ensaio premiado no prestigiado concurso World Press Photo⁴⁸, mas, se algum internauta for ao site da fundação homônima procurar tal trabalho, não bastará colocar o nome do coletivo no sistema de busca. Se fizer isso, nada encontrará. É que, em 2006, para participar do prêmio, eles precisaram fazer sua inscrição em nome de apenas um dos integrantes, no caso João Kehl.

Numa outra instância, uma coleção de fotografia vinculada a um museu, foi preciso que fossem revistas regras para que o coletivo paulista passasse a fazer parte do acervo. Estamos nos referindo a uma das principais coleções de fotografia do Brasil, a Coleção Pirelli-Masp, pertencente a um museu de arte, ambiente – o das artes – geralmente citado como onde a discussão sobre criação coletiva já estaria ultrapassada, não faria mais sentido. Pois a Cia de Foto foi convidada a integrar a importante coleção com a condição de explicitarem a autoria individual de cada fotografia que passaria a fazer parte do acervo. O grupo argumentou que a criação era coletiva, que não havia autores individuais. Esperaram alguns anos para fazer parte da coleção, só depois de uma revisão das diretrizes que definiam as condições de ingresso de novas obras, que passaram a considerar a possibilidade de criação compartilhada.

A Cia teve seu momento quando “acontecia” de uma maneira mais ligada ao clique. Quando era na captação que eles concentravam sua criação. E ali experimentaram compartilhar o fotografar, sair para a rua e fazer coberturas juntos. Depois partiram para pesquisas no tratamento e pós-produção. Ampliaram a experiência para a fase posterior à captação. Num ato contínuo – ou em paralelo – intensificaram a pesquisa teórica e a reflexão, algo que permeia todo o processo, do planejamento à apresentação.

Observando a atuação do coletivo nos encontros de fotografia, debates, publicações e blogs, ou simplesmente ouvindo seus integrantes, é possível perceber como a pesquisa teórica e conceitual tem tido cada vez mais importância na dinâmica da Cia de Foto. Muitas vezes chamando para uma discussão em torno da assinatura coletiva ou sobre aspectos mais objetivos do processo de produção – até mesmo

48 Premiação concedida pela World Press Photo Foundation desde 1955, é um dos principais prêmios do fotojornalismo mundial, concedido anualmente, dividido em diversas categorias. Atua, ao mesmo tempo, no reconhecimento e no agendamento de coberturas relevantes, recebendo, numa única edição, mais de 100 mil fotografias, inscritas por cerca 6 mil fotógrafos de 125 países (SILVA JUNIOR, 2011b).

focando a questão do tratamento de imagem, de técnicas utilizadas – o coletivo aproveitou essas oportunidades para discutir questões da fotografia que passavam por dúvidas ou crises internas. Se aceitarmos a ideia de que se operou um desenvolvimento do formato “coletivo”, que não foi algo premeditado ou simplesmente a reprodução de uma fórmula externa, mas uma influência mútua e um envolvimento com as possibilidades que esse compartilhar apresentava, percebemos um movimento de intensificação das características já enunciadas. A reflexão acompanhou essa trajetória. Em muitos momentos eles foram colocados contra a parede, precisando defender suas escolhas perante públicos nem sempre comedidos. João Kehl afirma que, por conta da forte crítica recebida pelo coletivo, houve uma necessidade de “olhar com mais atenção e cuidado” para o que estavam fazendo e os “obrigou a construir argumentos fortes para defender [essa] postura” (2011).

Numa espécie de ciclo virtuoso, quanto mais participavam de debates, mais chances tinham de testar e exercitar suas referências, suas reflexões acerca da fotografia e do atuar coletivamente na fotografia. Segundo Pio, “as principais fontes de informação são as pesquisas em universidades, filmes e trabalhos de arte contemporânea. É muito difícil acessar trabalhos nas universidades. Exige uma busca diária”. Carol complementa:

Muitas vezes motivados por algum texto as ideias acabam surgindo. Vemos muita fotografia, filmes, revistas e exposições. Temos uma ampla biblioteca com livros de fotógrafos e teóricos que também é um lugar que sempre recorremos. Normalmente o processo se dá por alguma inquietação de alguém do grupo. Surgem as primeiras imagens, começamos a pensar, lemos, discutimos. Trazemos textos, escrevemos. O nosso ambiente de trabalho também colabora muito para essa interação de ideias. Trabalhamos todos juntos numa mesma sala super ampla. Com isso a troca de ideias acaba sendo constante (2011).

Essa opinião também é compartilhada por João Kehl, que ilustra o sentimento de um ambiente propício à criação da seguinte forma:

O ambiente de trabalho da Cia de Foto é muito dinâmico. Isso quer dizer que a todo instante, existem ideias e assuntos sendo discutidos. Costumamos falar que as ideias na Cia estão sempre vivas, meio que suspensas numa nuvem e são colocadas em prática quando se encaixam dentro de algum tema ou trabalho que começamos a desenvolver. Muitas vezes, uma ideia aparece meio sem lugar ou tempo definido e fica pairando nessa nuvem e só vai encontrar seu

lugar quando colocada em acordo ou oposição com uma nova ideia (2011).

Já havia lá antes do início formal da Cia vontades e afinidades “intuídas” por seus futuros fundadores. Tais intuições encontraram reverberações através das ligações com outros pontos que formariam esse rizoma chamado coletivo. Na medida em que as ideias reverberavam, encontravam eco noutros atores, foram sendo consolidadas e ampliadas. Um processo que se constrói no seu próprio desenvolvimento, tomando partido das possibilidades de articulações, mas que precisam de um elemento ligante, uma espécie de cola ou ligamento, composto por ingredientes que vão além do objetivo formal, mas que passam pela subjetividade de uma relação de afetividade. Daí que essas construções não sejam feitas de uma hora para outra, mas seguindo o tempo mesmo de decantação necessário ao surgimento de um relacionamento mais bem afinado. Muitos colaboradores, funcionários e parceiros já passaram pela Cia. Alguns não fazem mais parte da equipe, mas continuam como colaboradores ou simplesmente fãs do grupo. O núcleo central lentamente ganha corpo e maturidade. O entendimento mesmo de ser composto por um núcleo central já nos parece ser fruto de um amadurecimento.

3.7 Colectivo pero no siempre

Vejamos agora uma outra experiência, desta vez sediada na Espanha: o Pandora. Eles se definem como um coletivo de fotógrafos documentaristas que, em 2007, resolveram unir seus olhares para mostrar aspectos distintos do mundo contemporâneo. Combinam trabalhos individuais com coletivos, tanto em fotografia quanto em vídeo⁴⁹. É formado por cinco fotógrafos: Sergi Cámara, Tatiana Donoso, Héctor Mediavilla, Fernando Moleres e Alfonso Moral. A sua forma de organização difere do exemplo anterior, principalmente por um aspecto. Vejamos, primeiro, as semelhanças. Também surgiram com a aproximação de dois fotógrafos que começaram – em 2005 – a conversar sobre a necessidade de união para a produção de projetos em comum. Eles eram Sergi Cámara e Héctor Mediavilla. Dois anos depois, Pandora é fundado com mais dois fotógrafos – Fernando e Alfonso. Tatiana entra para o grupo posteriormente e atualmente se dedica a questões mais relacionadas à curadoria.

49 Segundo o site do Pandora: <http://www.pandorafoto.com/es/menu/esquerre/Pandora>.

Não existe um organograma fechado, estático: estão sempre repensando a organização interna. Héctor Mediavilla cuida da gestão financeira, mas as demais funções são divididas de acordo com a necessidade e com a disponibilidade de cada integrante no momento. Da mesma forma, as demandas de cada trabalho vão sendo definidas de acordo com as circunstâncias pessoais e socioeconômicas. Agora chegamos num diferencial importante de ser destacado: os projetos coletivos acontecem apenas no que eles chamam de âmbito cultural, ou seja, exposições, festivais, oficinas. No dia a dia, cada fotógrafo desenvolve seus trabalhos individuais, atende ao mercado, segue uma “carreira solo”. Muitas vezes assinam coletivamente, mas apenas nos projetos que foram desenvolvidos pelo Pandora, aqueles mais ligados a exposições e outras demandas não comerciais⁵⁰.

Interessante perceber que houve um desenvolvimento mesmo no nome da atividade desse grupo. Mediavilla nos explica que “os nomes sempre se confundem. Inicialmente pensamos que era mais apropriado chamarmos agência. Agora nos chamamos coletivo, pois pensamos que está mais de acordo com nossa atividade” (2011).

Assim como no aspecto organizacional, o processo criativo também é compartilhado apenas em alguns projetos, em geral os assinados coletivamente. Os membros seguem suas referências pessoais para os projetos individuais. Seja por uma demanda externa, como um convite para uma exposição ou para o desenvolvimento de um audiovisual, seja atendendo a instigações que surgem no grupo, eles se reúnem e discutem o desenvolvimento de um projeto, onde há debate e construção conjunta desde o planejamento até a exibição. Eles – tanto o Pandora quanto cada integrante – também possuem em seus históricos alguns trabalhos desenvolvidos com outros coletivos ou profissionais.

Héctor Mediavilla, por exemplo, também participa de um projeto de documentação audiovisual chamado “Penélopes Mexicanas”. Neste caso, se associou à escritora mexicana Yesenia García para abordar uma face pouco tratada quando se fala

⁵⁰ Aqui usamos uma distinção presente na própria apresentação do coletivo: “trabalhos de cunho cultural”. Entendemos que exposições também estão inseridos num mercado e, portanto, seguem preceitos comerciais, mas há uma distinção no mercado que considera como comercial as encomendas do mercado editorial e publicitário, porém artístico ou cultural as demandas ligadas a exposições, cursos e livros.

em imigração: o lado de quem espera aquele que atravessou a fronteira. No site do projeto⁵¹, podemos encontrar um vasto material audiovisual composto por entrevistas, ensaios e histórias de vida, material que se confunde na forma e na abordagem a muitos outros projetos ancorados no Pandora. Assim como o mesmo Mediavilla também faz parte de uma agência, a Picturetank, que funciona nos moldes de uma produtora-banco de imagens, representando dezenas de autores. Curioso notar que a Picturetank representa diversos coletivos, mas não representa o Pandora – como organização – mas é possível perceber o crédito do Pandora junto ao nome de Mediavilla nos seus trabalhos. Não há nenhuma contradição nisso, uma vez que o coletivo existe apenas nos trabalhos “autorais”.

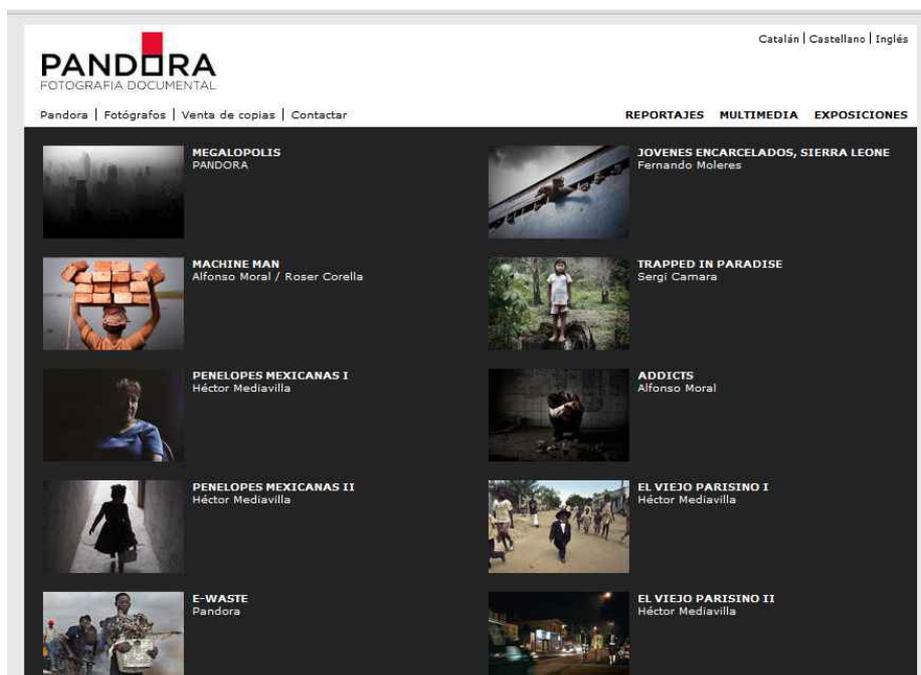


Ilustração 9: reprodução do site do Pandora, onde podemos observar diversos trabalhos. Nem todos são assinados coletivamente.

Tal diferenciação fica clara quando observamos o currículo de cada integrante, acompanhamos o desdobramento de alguns trabalhos editoriais ou mesmo observamos como o grupo lida com determinadas situações. O site do Pandora possui um link para a venda de fotos. Na página específica, temos instruções para o pedido de cópias ampliadas em tamanho 20x30cm. Caso o interesse seja por cópias com dimensões

51 <http://www.penelopesmexicanas.org>.

maiores, o contato deve ser feito diretamente com os autores. Eles afirmam que os rendimentos dos projetos coletivos são revertidos para o Pandora. No caso da venda de cópias, há um padrão para que determinado volume de vendas aconteça pelo grupo (as ampliações no tamanho citado) enquanto as que fogem desse padrão seguem num relacionamento individualizado.

O tratamento diferente entre o que eles chamam de ação cultural e trabalhos comerciais também fica patente quando observamos o portfólio do coletivo. Todos os trabalhos apresentados no espaço dedicado a exposições são creditados unicamente como Pandora, enquanto que, quando falamos de reportagens, a grande maioria aparecem com o crédito dos fotógrafos. Num total de 46 trabalhos de reportagem apresentados, apenas quatro possuem o crédito do Pandora, sendo dois deles produzidos em colaboração com outros dois coletivos (Cia de Foto e Mondaphoto, já citados).

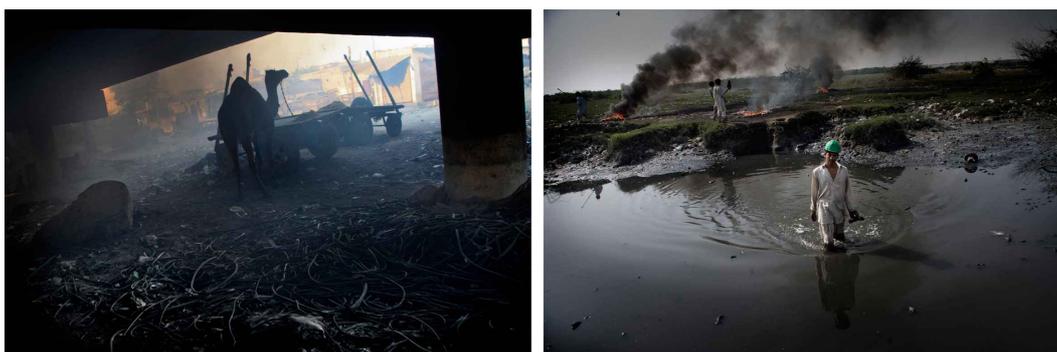


Ilustração 10: Fotografias do ensaio E-Waste, do Pandora.

Assim como nos outros níveis de relacionamento da contemporaneidade, temos uma flexibilidade maior das relações e é interessante perceber que o Pandora se ajustou ao modelo coletivo naquilo – ou naquele momento – em que ele pode agregar ou aproveitar potencialidades, sem que haja um endurecimento da organização. Um fotógrafo fazer parte de vários grupos, ser representado por diversas agências ou galerias diferentes, misturar trabalhos ou alternar parceiros, isso tudo não é novidade. Não é disso que estamos falando. Mas sim como o modelo coletivo pode ser acionado também como apenas um dos nós dessa grande rede de articulação que cada indivíduo tece nos mais variados âmbitos.

O Pandora funciona segundo os preceitos aqui estudados em relacionamento aos coletivos fotográficos contemporâneos, mas seus integrantes não seguem apenas essas diretrizes. É um coletivo integral, completo, porém participa parcialmente da vida de seus fotógrafos. Condição que reforça a ideia de uma formação que existe em si mesma, se forma no ato em si e não por algum condicionamento prévio. Diferente, bom frisar, de um projeto pontual, uma ação de um grupo criado em torno de uma experiência específica, que se desfaz depois de sua execução ou existência. Aqui estamos falando de um agrupamento perene, regular, formado por diversos profissionais, assim como na Cia de Foto já analisada, mas que se configura como mais um nó na grande rede formada por tais pessoas.

Um estudo de caso não se presta a generalizações estatísticas. Não devemos buscar repetições, frequências apenas. Mas é uma estratégia indicada para se investigar “um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN, 2005, p.32). Nosso foco de interesse está nas evidências qualitativas, na forma como os fenômenos se desenvolvem. Embora seja possível observar diversos pontos de contato com o coletivo Cia de Foto, a abordagem do Pandora não tem como objetivo reforçar, referenciar ou confirmar aspectos analisados no grupo brasileiro. A importância de sua inclusão no estudo se dá por um ponto que dialoga diretamente com algumas das características observadas no modelo que ora delimitamos, em articulação com preceitos que passam por uma flexibilização das estruturas de organização e produção. Aqui nós podemos perceber um tensionamento de tempo, de permanência. O Pandora é um coletivo contemporâneo: traz vários daqueles aspectos analisados. Mas ele só existe quando tais fatores se congregam. Quando os pontos se ligam: aí temos o coletivo.

Considerações finais

*Olhar se tornava um divertimento, um espetáculo;
não o olhar uma coisa ou outra: o olhar.*

Italo Calvino

Formar um coletivo fotográfico contemporâneo, na maneira como estamos usando o termo aqui, é mais do que agrupar um certo número de fotógrafos em torno de um objetivo ou de uma estrutura em comum. Em geral esse é o primeiro passo, mas não é suficiente. Os agrupamentos em que as individualidades são mantidas de maneira estanque, sem uma maior porosidade entre os sujeitos criadores, isso não combina com o modelo aqui trabalhado. Também não é garantia de que terão bons resultados fotográficos. O resultado da conta pode ser diferente da soma das potencialidades individuais. Para mais ou para menos. Não há uma fórmula. O conjunto se dá no momento mesmo de sua junção. As linhas se constroem pelas ligações que formam. O que o caracteriza está nessas ligações, na forma como elas acontecem e não num resultado como obra.

Não podemos defender alguma conclusão que aponte na direção de uma especificidade formal na obra realizada por um coletivo. A distinção não está na fotografia-imagem-impressão-objeto, porém na fotografia-linguagem-aparelho⁵². Embora possamos identificar facilmente alguns trabalhos de um coletivo pelo resultado estético, por alguma paleta de cor característica do grupo, não poderíamos afirmar que um fotógrafo individual não pudesse alcançar aquele mesmo resultado visual. Mas determinadas tensões provocadas pelo fazer coletivo, abordadas aqui nesta pesquisa, são resultado direto de sua atuação.

52 Aparelho aqui pensado conforme Flusser, a “engrenagem” do fotográfico e não num sentido mais restrito, da câmera, da máquina.

O coletivo se diferencia de modelos como o da agência fotográfica ou o do fotoclube. Essas experiências precedentes contêm elementos de compartilhamento ou de colaboração em seus processos, em sua formação. Mas são limitados a determinadas etapas ou funções. Ora temos um compartilhamento de estrutura física ou comercial – como nas agências –, ora isso acontece no campo da troca de conhecimento e experiências – como nos fotoclubes. Um fotógrafo autônomo também pode se valer de outros atores na sua cadeia produtiva, sejam fornecedores, sejam funcionários ou prestadores de serviço. Mas tais funções são complementares ou acessórias, não participam – ou não são reconhecidas – como determinantes no processo.

Já nos coletivos, as individualidades são diluídas, há um apagamento em função da criação de um ente formado pelo todo. Mas não um apagamento imposto. Na verdade uma perda do sentido de se falar em individualidades. O entrosamento naturalmente age nessa mudança. O coletivo é rizomático. As ligações acontecem para dentro e para fora. A tentativa de desenhar um diagrama pode não ser a mais frutífera: precisaríamos de estruturas com mais dimensões do que o papel nos permite, incluindo dimensões temporais e subjetivas, possibilidades de novos desenhos ou de linhas que se rompem em novas direções. Embora fotográficos, estão abertos à participação de outros profissionais, seguem o princípio da heterogeneidade. Operam na multiplicidade, abrem-se a possibilidades, não estão fechados numa estrutura rígida. Características que se articulam diretamente com conceitos como inteligência coletiva. “O pensamento não é arborescente e o cérebro não é uma matéria enraizada nem ramificada” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, pág. 25).

Nem todos os grupos que se denominam coletivos estão abarcados nas delimitações que surgiram com esta pesquisa. Assim como muitos coletivos na essência são apresentados sob a denominação de agência, como é o caso do Pandora, que por muito tempo se denominava agência e depois passou a ser coletivo.

Quando partimos para uma pesquisa que visa entender melhor um fenômeno, podemos levar em conta categorias empiricamente estabelecidas, mas é preciso buscar um distanciamento que nos permita observar regularidades, pontos de contato, repetições, padrões e diferenças nos casos analisados. Se na nossa introdução já assumíamos o desejo de não alimentarmos a ilusão de um esgotamento do tema é

porque sabíamos da impossibilidade de tal façanha e acreditávamos na riqueza que as aberturas podem nos proporcionar.

Mas conseguimos reunir e articular uma série de aspectos que nos permite perceber o coletivo fotográfico contemporâneo como um fenômeno específico, distinto das demais experiências que agruparam fotógrafos ao longo da jovem história da fotografia. Assim como nos é possível afirmar que o seu surgimento acontece com maior ênfase na primeira década dos anos 2000, também por influência do cenário de convergência ou no paradigma pós-fotográfico. Um ambiente que potencializa a conexão em rede, a criação em conjunto, seja na forma de colaboração, no compartilhamento de conhecimento e formação de inteligências coletivas, seja na apropriação e ressignificação ou hibridismo. Um espaço potencializado pela digitalização e pela mediação por computador, que nos obriga a rever conceitos como o de autoria ou de indicialidade automática.

Os coletivos contemporâneos colocam questões através de seu comportamento, acionam novas funcionalidades no aparato fotográfico, reconfiguram o aparelho. Vilém Flusser usou a fotografia como paradigma filosófico: “a filosofia da fotografia pode vir a ser o ponto de partida para toda disciplina que tenha como objeto a vida do homem futuro”(2002, p. 70). Entre outros conceitos, ele criticou a existência do funcionário, que é aquele que age em função do aparelho, que apenas realiza as possibilidades configuradas. Já o fotógrafo, “age em prol do esgotamento do programa e em prol da realização do universo fotográfico. (...) O fotógrafo não trabalha com o aparelho, mas brinca com ele” (2002, p. 23). O esgotamento do programa é o mais decisivo na relação com os aparelhos. Mais adiante, no final do livro, ele reforça essa ideia ao resumir assim o que seria o fotógrafo: “pessoa que procura inserir na imagem informações não previstas pelo aparelho fotográfico” (p. 77).

Os coletivos nos parecem jogar na direção da inscrição de novas programações no aparelho fotográfico, sua práxis tenta obrigar o aparelho a produzir imagens não programadas. Embora muitas de suas ações sejam conscientes e deliberadas, muitos dos desdobramentos alcançam questões além do inicialmente percebido ou planejado. Mas seriam essas funções realmente novas ou estariam elas também programadas no

aparelho da fotografia? Seriam atualizações de um virtual já inscrito, possíveis apenas a partir de conjunções presentes na cultura de convergência?

A fotografia vem sofrendo pressões vindas de várias direções. São tensões provocadas por fenômenos como a liberação do polo emissor, a expansão da lógica de redes, a convergência, a potencialidade da inteligência coletiva, a revisão do estatuto de autor e mudança do comportamento dos consumidores de imagens, entre outros. Tais fenômenos não atingem apenas a fotografia, modificam a sociedade como um todo. Mas essas pressões causam uma espécie de transbordamento, como se apertássemos a fotografia por todos os lados e ela rompesse suas fronteiras, avançasse em novos espaços ou territórios. Um desses transbordamentos se dá na forma dos coletivos contemporâneos.

Quando o coletivo incorpora a discussão sobre o processo de criação, absorvendo a existência de vários sujeitos, criando alternativas de financiamento, assumindo a rotatividade e polivalência dos indivíduos na organização e produção, ele está, indiretamente contribuindo para a porosidade já citada das fronteiras. Está caminhando junto – sendo influenciado e fortalecendo, contaminando e sendo contaminado pelo mesmo agente – daquilo que contribui para que o fotojornalismo saia das redações ou para que a fotografia documental assuma a contribuição mais subjetiva: há um relaxamento dos lugares de referência clássicos.

Um aspecto importante de ser considerado aqui é a presença de um viés autoral⁵³ alinhando apropriações estéticas nos trabalhos comerciais, discussões conceituais ou mesmo direcionamentos de projetos. Falando de outra maneira, há uma relação de redimensionamento envolvendo a autoria, mas, mais uma vez, numa via de mão dupla: a autoria coletiva também altera o processo e as decisões. O Pandora existe nos projetos “autorais”, essa é sua razão de ser. Obras “autorais” como o Caixa de sapato, da Cia da Foto, são laboratórios para experiências estéticas posteriormente transpostas para trabalhos “comerciais”.

53 Termo controverso no campo da fotografia, “autoral” está ligado à maior contribuição dos anseios e escolhas do fotógrafo no seu trabalho, em oposição a encomendas e outras determinantes. Controverso por conta de que tais determinantes podem fazer parte de um trabalho dito autoral. A arte também é um mercado e sofre as influências das encomendas, dos prazos, das disponibilidades como já tratado no presente trabalho. Esse termo, no entanto é usado tanto para o trabalho mais independente – também confundido com “projetos pessoais” – como trabalhos que, mesmo inseridos em cadeias como o fotojornalismo ou a fotografia publicitária, trazem uma inserção maior das ideias e conceitos do fotógrafo.

Acreditamos que esta pesquisa avança numa reorientação das práticas colaborativas na fotografia, nos modelos gregários de junção de fotógrafos. Um campo ainda pouco presente como objeto de reflexão na academia. Acreditamos que a dissertação em questão traz contribuições para a discussão sobre o fenômeno dos coletivos, embora tenhamos a certeza que demos apenas os passos iniciais nessa exploração. Esperamos que tais passos possam servir de apoio para novos avanços, construções ou redefinições no estudo sobre o universo do fotográfico.

Bibliografia

ALBARRÁN, Juan. **Mise em scène: fotografía y escenificación em los albores de la modernidad**. In Discursos Fotográficos v.6, n.9, p. 193-209, jul/dez 2010. Londrina: UEL, 2010.

ANDERSON, Cris. **A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Tradução Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ARAUJO, Camila Leite de; CRUZ, Nina Velasco. **Transcendendo o cotidiano: uma análise das fotografias de família produzidas pela Cia de Fotos no Flickr**. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2011.

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

_____. **A morte do autor**, em O Rumor da Língua. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BAZIN, André. **Ontologia da imagem fotográfica**. (Traduzido de André Bazin, Qu'est-ce que le cinéma? vol. 1, Paris, Editions du Cerf, 1958). In XAVIER, Ismail. A experiência do cinema: antologia. Rio de Janeiro : Edições Graal: Embrafilmes, 1983.

BENJAMIN, Walter. **Pequena História da Fotografia**. In Obras Escolhidas – Magia e Técnica, Arte e Política. São Paulo: Brasiliense, 1994

_____. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In Obras Escolhidas – Magia e Técnica, Arte e Política. São Paulo: Brasiliense, 1994a.

BRANDÃO, Eduardo. Palestra. Encontro de Coletivos Ibero-Americanos. São Paulo, 2008.

_____. **Portfólio Cia de Foto**. S/d. Disponível em <http://www.ciadefoto.com/#1717081/Texts>. Acessado em 2 de novembro de 2011.

BURKE, Peter. BRIGS, Asa. **Uma história social da mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

CALLON, Michel. **Por uma nova abordagem da ciência, da inovação e do mercado**. In PARENTE, André (org.). Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2010.

CASTELLOTE, Alejandro. Palestra. Encontro de Coletivos Ibero-Americanos. São Paulo, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2002.

_____. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**.

Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

COSTA, Helouise; SILVA, Renato Rodrigues da. **A fotografia moderna no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

CRARY, Jonathan. **Techniques of the observer**. Cambridge: MIT Press, 1990.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia, vol 1**. Tradução de Aurélio Guerra Neto e Celia Pinto Costa. São Paulo: Ed. 34, 1995.

DELEUZE, Gilles. **O ato de criação**. Tradução de José Marcos Macedo. In: Folha de São Paulo, Caderno Mais!, 27 de junho de 1999. Palestra proferida em 1987

DE MASI, Domenico. **Criatividade e grupos criativos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Papirus, 1994.

DYER, Geoff. **O instante contínuo: uma história particular da fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ENTLER, Ronaldo. **Um lugar chamado Fotografia, uma postura chamada Contemporânea**. 2009. Disponível em: http://www.entler.com.br/textos/postura_contemporanea.html. Acesso em 25 de setembro de 2011.

_____. **Coletivizando o Coletivo**, in *Icônica* (site). 2010. Disponível em <http://www.iconica.com.br/?p=432>. Acesso em 16 jul. 2010.

_____. **Os coletivos e o redimensionamento da autoria fotográfica**. In *Studium*, n.32. São Paulo: Unicamp, 2011.

FERNANDES JR, Rubens. **As Caixas de Sapato e Pandora**. Conferência no Paraty em Foco 5o. Festival Internacional de Fotografia Fnac, 2009. Disponível em <http://ciadefoto.com.br/blog/?p=1368&cpage=1#comment-1000>. Acesso em 06 out. 2009.

FIGUEIROA, Pio. Entrevista concedida ao autor por e-mail. Em 8 de novembro de 2011.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

FONTCUBERTA, Joan. **El beso de Judas: fotografía y verdad**. Barcelona: Gustavo Gili, 1997.

_____. **La cámara de Pandora: la fotografía después de la fotografía**. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

- FOUCAULT, Michel. **O que é um autor?** Lisboa: Passagens/Vega, 1992.
- FREUND, Gisele. **Fotografia e sociedade**. Lisboa: Vega, 1995.
- GUATTARI, Félix. **Da produção de subjetividade**. In PARENTE, André (org.). *Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual*. 2a. Edição. São Paulo: Ed. 34, 1996.
- HUMBERTO, Luis. **Sobre agências fotográficas**. In *Fotografia: universos e arrabaldes*. Rio de Janeiro: Funarte, 1983.
- JACINTO, Rafael. Entrevista concedida ao autor por e-mail. Em 7 de novembro de 2011.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009. Primeira edição: 2006.
- KASTRUP, Virgínia. **A rede: uma figura empírica da ontologia do presente**. In PARENTE, André (org.). *Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- KEHL, João. Entrevista concedida ao autor por e-mail em 30 de novembro de 2011.
- KERSHAW, Alex. **Blood and champagne: the life and times of Robert Capa**. New York: Da Capo, 2004
- KOBRÉ, Kenneth. **Fotojornalismo: uma abordagem profissional**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- KOSSOY, Boris. **Hercules Florence - 1833 - a descoberta isolada da fotografia no Brasil** (2ª ed.). São Paulo: Duas Cidades, 1980
- LANGTON, Loup. **Photojournalism and today's news: creating visual reality**. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.
- LEMOS, André (org). **Cibercidades: um Modelo de Inteligência Coletiva**, in *Cibercidade. As cidades na cibercultura*. Rio de Janeiro: Editora e-papers, 2004.
- _____. **Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão**, in *Razón e Palabra*, N.41, outnov 2004b. Disponível em <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n41/alemos.html>. Acesso em 7 out. 2009.
- _____. **Ciber-cultura-remix, seminário Sentidos e Processos**, in “Cinético Digital”, Centro Itaú Cultural. São Paulo, Itaú Cultural, agosto de 2005.
- _____. in *Cultura Digital.br*. Organização Rodrigo Savazoni e Sergio Cohn. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. **A Inteligência Coletiva**. 3a. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

_____. **As tecnologias da inteligência**. Tradução de Carlos Irineu da Costa - São Paulo: Ed. 34, 2010.

_____. **O ciberespaço e a economia da atenção**. In PARENTE, André (org.). *Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2010a.

LOPES, Carol. Entrevista concedida ao autor por e-mail em 22 de novembro de 2011.

MACHADO, Arlindo. **A fotografia sob o impacto da eletrônica**. In SAMAIN, Etienne (org.). *O fotográfico*. São Paulo: Editora Hucitec / Editora Senac São Paulo, 2005.

MEDIAVILLA, Héctor. Entrevista concedida ao autor por e-mail em 27 de novembro de 2011.

MOUILLAUD, Maurice. **Da forma ao sentido**. In PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora UnB, 2002.

NEWHALL, Beaumont. **História de la fotografia**. 2.ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.

PARENTE, André (org.). **Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual**. 2a. Edição. São Paulo: Ed. 34, 1996.

_____. (org.). **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

PERSICHETTI, Simonetta. **A encruzilhada do fotojornalismo**. In *Discursos Fotográficos*, v.2, n.2. Londrina, 2006. p.179-190.

_____. **Encontro de coletivos**. In *Trama Fotográfica*. 2008. Disponível em <http://tramafotografica.wordpress.com/2008/12/10/encontro-de-coletivos/>. Acessado em 6 de janeiro de 2011.

RHEINGOLD, Howard. **A Comunidade Virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996.

RITCHIN, Fred. **After photography**. New York: W. W. Norton, 2010.

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

_____. **Fotografia e arte contemporânea**. In FATORELLI, Antonio (coord.).

Fotografia e novas mídias. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria / Fotorio, 2008.

SALLES, Cecília Almeida. **Redes da criação: construção da obra de arte**. 2a. Edição. São Paulo: Horizonte, 2008.

SANTAELLA, Lucia. **Os três paradigmas da imagem**. In SAMAIN, Etienne (org.). O fotográfico. São Paulo: Editora Hucitec / Editora Senac São Paulo, 2005.

SILVA JUNIOR, José Afonso. **O fotojornalismo depois da fotografia**. Modelos de configuração da cadeia produtiva do fotojornalismo em tempos de convergência digital. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra - Digital Repository, 2011. Disponível em <http://repositori.upf.edu/handle/10230/11624>. Acessado em 13 de janeiro de 2012.

_____. **Duas ou Três Observações Sobre o World Press Photo**. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2011b.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOULAGES, François. **Estética da fotografia: perda e permanência**. Tradução de Iraci D. Poleti e Regina Salgado Campos. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

_____. **Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental**. Florianópolis: Letras Contemporâneas e UNOESC, 2000.

TAGG, John. **El peso de la representación**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2005.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Anexos

Entrevistas

As entrevistas foram listadas na íntegra, conforme estrutura de resposta adotada pelo entrevistado. Ajustamos a formatação para facilitar a diferenciação entre perguntas e respostas, permitindo uma melhor localização do leitor. A estrutura de perguntas enviada aos dois coletivos seguiu uma mesma matriz. Houve uma pequena variação entre as questões enviadas ao coletivo espanhol e ao brasileiro, mas todos os integrantes deste último receberam o mesmo questionário. Foi respeitada, na transcrição, a opção por responder em blocos de perguntas separadamente ou, como no caso de Pio Figueiroa, em texto corrido abordando todas as questões.

Rafael Jacinto – Cia de Foto (coletivo brasileiro). Entrevista concedida por e-mail em 7/11/11.

Como foi a ideia inicial de formar a Cia?

Essa é fácil. Bom, eu e Pio trabalhávamos no Valor. Nos conhecemos lá, no início de 2000, fazendo "números zero" do jornal. Desde o comecinho rolou uma empatia e nos aproximamos. Éramos os mais novos da equipe, que contava com fotojornalistas mais velhos, mais factuais, alguns fotógrafos de revistas, mais especializados em retratos, incluindo o Pio, e eu, o mais novo, que tinha saído de um jornal popular e de um Curso Abril. Eu e Pio não nós encaixávamos muito no perfil da equipe. Mas enfim, levamos numa boa. O que nos deixava mais deslocados era um clima de competição interna, uma forma de sobreviver garantindo que o erro nunca fosse atribuído a você. Eu já tinha vivido isso na Folha (trabalhando no NP e frilando para outros jornais de lá), e tinha comprado briga, garantindo meu espaço com um trabalho consistente e muita energia. Mas não via necessidade disso num jornal que começava do zero, completamente inovador, procurando uma linguagem específica, poucas pautas por dia, etc. Tentávamos criar um ambiente mais relaxado, mais inteligente, que fizesse trabalhos em grupo, um ajudasse o outro, mas não rolava muito. Depois de um ou dois anos, a equipe começou a mudar. Alguns fotógrafos saíram e nós conseguimos chamar pessoas que tinham mais a ver com a gente, como a Carla Romero, Carol Carquejeiro etc. Mesmo assim, era muito esforço e pouco desenvolvimento. Eu e Pio já ensaiávamos o que seria um trabalho coletivo dentro do próprio jornal. Se estávamos tranquilos, íamos juntos às pautas, fazíamos pausas em cafés e livrarias, buscávamos referências, trocávamos pautas, cobríamos um ao outro quando tinha um freela, assinando como tal, mas sem avisar o resto da galera. Observávamos movimentos de agências internacionais e nacionais. Consumíamos o que se produzia na Magnum, Lumiar (sério) etc. A crise veio e o jornal teve que cortar pessoas (mais ou menos fim de 2002). O Pio, que tinha passado uns meses fora, em licença não remunerada, foi cortado da equipe. Dentre algumas modificações, eu assumi a pauta do jornal e entrei para o lado negro da força, hehe. Brincadeiras à parte, foi quando comecei a estreitar ideias e conversar mais seriamente com o Pio, que era o freela que mais trabalhava pra mim. Não por nada, mas porque fazia bem o que era fácil e depois ia tocando uma vida de novos clientes e tal. Como

pauteiro, tive muita dificuldade em criar uma rede de fornecedores que agregassem algo mais que uma pauta bem feitinha. Comecei a ver um potencial em uma estrutura que o Pio já tinha em mente mas não sabia o que era tb.bém. Algo que resolvesse a dia-a-dia, que trouxesse novidade. A nova geração tava crescendo mal formada pela velha. Desde a primeira pauta no Valor, eu e o Pio sacamos que era um veículo que nos abria muitas portas. Muita assessoria, agência, ligava para pedir indicação de fotógrafo para fazer relatórios anuais, retratos de executivo, etc. Oficialmente, não podíamos fazer isso, mas rolava um pouco mesmo assim. Quando o Pio saiu e eu tava na coordenação da editoria, pronto. Toda vez que ligavam pra lá e pediam indicação, mandava para o Pio e assim ia crescendo uma rede que sustentou o Cia por muito tempo depois. Em 2003, ainda no balanço da crise, o diretor de fotografia, Silas, sinalizava que o futuro não era muito promissor para nós lá dentro. Sabendo da minha relação com o Pio, propôs que nos organizássemos para realizar o que seria uma editoria de fotografia fora do jornal para as pautas de São Paulo. Ele foi um grande incentivador, visando também um terreno seguro caso as coisas escurecessem pro lado dele também. Ele ajudou no início, me mandou embora, pensou em estratégias que não foram levadas adiante e fez a ponte para que trabalhássemos para o Valor durante os primeiros 6 meses de vida dessa coisa, chamada Cia de Foto. Mas, depois de 6 meses coordenando uma equipe que ele tinha que aprovar, lidando com um dia-a-dia tenebroso, suado, correndo de um lado para o outro, percebemos que, apesar de sair do jornal, estávamos trabalhando só para ele. Resolvemos "fechar o cu" e mandar tudo pros ares. O jornal assumiu a equipe que tínhamos como prestadores de serviço e, de um dia pro outro, um escritório com 7 pessoas, rotina etc., fazia eco comigo e com Pio lá dentro. Mas estávamos tranquilos e começamos a levar as coisas como sempre quisemos, com conversas, acordos, passos curtos e tal. Isso era o primeiro semestre de 2004 e o João, que tinha sido negado pelo Silas para trabalhar pro Valor, foi chamado para nos ajudar em um projeto muito interessante de retratos para uma operadora de cartões de crédito. E daí foi ficando. Fomos pegando trabalhos que rendiam menos, mas que ele dava conta e se sustentava lá dentro. Começamos a ter tempo para experimentar. João começou a trazer fotos que nos lembravam como era bom quando não precisávamos ganhar dinheiro com fotografia e etc. Depois de alguns anos, veio a Carol (final de 2006) e o resto da história você sabe, não?

Quando surgiu?

Oficialmente, em 04 de agosto de 2003.

Quantos integrantes fazem parte da Cia hoje?

Somos 4. Eu, Pio, João, Carol, fixos. Os flutuantes são: Flávia, coordenadora de trabalhos fotográficos comerciais, Deborah, assistente dela e "gerente" do espaço e Kosuke, nosso assistente de foto e de tudo o mais.

Quais as áreas/especialidades destes integrantes?

Eu, Pio, João, Carol tomamos as decisões, fotografamos, decidimos projetos, posicionamento etc. Além disso, temos algumas especificidades: Eu e Pio pensamos mais na postura da Cia em relação a grandes trabalhos comerciais e projetos autorais, sempre com aval dos outros dois. João tem cuidado do dia-a-dia financeiro, e também dá pitaco em tudo. Carol trata todas as imagens, edita, e começou a cuidar de montagens

de exposições, idas a festivais, saída de material, etc. Tudo isso é muito misturado. Somos sócios. Todos têm direito de opinar em tudo, independente dessa obrigação mais direta ou da porcentagem da sociedade.

Quais os principais setores e clientes que a Cia atende?

Hoje, comercialmente é publicidade (fotografias e filmes). Fotografamos campanhas, dirigimos filmes, buscamos trabalhos, etc. Um pouco de editorial, principalmente de veículos internacionais. Somos representados pela Galeria Vermelho no mercado de arte. Participamos de festivais, encontros, damos workshops, palestras etc. Mas o que importa mesmo é que nós somos independentes e trabalhamos muito pra satisfazer nossas vontades. Precisamos de grana, então trabalhamos, mas também gostamos de trabalhar e aprendemos com tudo que fazemos.

Quando começou (e por que) a ideia de assinar coletivamente? Como foi esse processo, uma vez que os integrantes já faziam parte de um mercado onde a assinatura individual era a regra (já haviam passado por jornais, por fotoarquivos, já possuíam um currículo pessoal)?

Na verdade, só eu e o Pio tínhamos um "passado". João era estudante e nunca tinha trabalhado com fotografia, e Carol entrou com uma função e adquiriu outras. Acho que porque a Cia respondeu tão rápido a nossas necessidades, que tudo que tinha sido anterior ficou enfraquecido como individualidades. A vivência em grupo foi tão produtiva, que nos fez adotar o seu início como o início de nossas carreiras mais uma vez. Não esquecemos, nunca, o que aconteceu antes, até porque foi uma desilusão com o mercado e com a cena que estávamos que nos fez tomar essa atitude. Temos muito orgulho dos jornais que passamos, dos perrengues que enfrentamos, da humildade que adquirimos nessas redações. Estávamos infelizes, tínhamos ideia do que queríamos, mas não sabíamos direito. De 2003 ao início de 2006, não produzimos nenhum trabalho que apresentamos hoje como nosso. Tivemos um tempo de maturação, entendimento, tentativas, erros. Hoje, se tivéssemos que fazer currículos individuais, seriam assim: Nome, formação. Integrante do coletivo Cia de Foto. Depois é tudo igual. A fato da assinatura coletiva foi naturalmente acontecendo. Se pensarmos no que fazíamos ainda no jornal, que nos passávamos um pelo outro pra não perder o trabalho, foi uma evolução natural. Além disso, do ponto de vista conceitual, nossa fotografia não é apegada ao conceito de algo individual ou genial, que depende do momento certo, e da decisão de um clique. Pensamos muito antes, realizamos as ideias progressivamente e qualquer imagem que seja produzida por nós é resultado disso. É mais honesto, sabe? Me lembro de fotógrafos realizando ideias de outros e porque foi ele que apertou o botão, era dono dela. Sempre achei isso esquisito. Costumo dizer que foi a forma mais honesta e democrática de realizarmos nosso trabalho. A assinatura da Cia em um trabalho carrega todo mundo que participou dele, e responsabiliza também, direta ou indiretamente. Se, por qualquer motivo, não participei do momento de clicar de um projeto que estamos trabalhando há meses ou, no nosso caso, anos, não faço mais parte, ou não sou responsável?

Como é a divisão de trabalho internamente na Cia hoje? Como são tomadas as decisões? Quem é responsável pelo fechamento de contratos? Quem resolve que fotógrafos estarão envolvidos com determinado trabalho? Quem faz a edição? Quem

faz a revelação digital? Quem busca e/ou decide sobre a abertura de novas frentes, sobre novos projetos?

Acho que respondi um pouco acima, mas posso acrescentar algo mais. Somos flutuantes, nos revezamos, também. Nem sempre estamos todos em São Paulo, e isso naturalmente faz com que alguém fique de fora de um trabalho ou um projeto. Temos tempos diferentes na vida também. Em alguns momentos, fico mais de fora, cuido de projetos grandes, depois volto, cuido do dia-a-dia. Exposições, trabalhos autorais, que é o que a gente realmente tem tesão, tem um tempo em que você pode sair e voltar ainda no processo, mas se não der tempo, confiamos um no outro e por aí vai. Como o processo é diário e tudo é resultado de uma convivência, isso é natural. O que é muito claro é que nós 3, fotógrafos, clicamos e Carol trata as imagens. Mas isso é só a parte prática. Todo mundo vai a campo, todo mundo edita. Todo mundo opina e todo mundo falha. Faz parte.

Seria possível falar um pouco sobre o organograma da Cia? Do chefe mais alto até a base? É um organograma estático, rígido ou podem haver flexibilizações de acordo com o projeto envolvido? Seria possível desenhar este organograma com as pessoas, funções e ligações?

Não existe um organograma fixo. Já passamos por fases em que tivemos um sócio capitalista, que não se envolvia na parte criativa, mas não funcionou. Já tivemos, também, equipe de fotógrafos. Hoje, estamos no formato ideal. Somos os fundadores, os dois sócios que vieram depois (João e Carol), uma coordenadora para trabalhos comerciais (Flávia), dois assistentes (Deborah, que ajuda a Flávia e cuida da “sede” e Kosuke, assistente de fotografia (que aqui tem um sentido mais amplo - a fotografia). Eu, Pio, João, Carol – Sócios. Eu, Pio, João - Sócios, fotógrafos, que produzem imagens, pensam os trabalhos e tomam decisões relacionadas a grana, posicionamento, postura no mercado, prospecção, etc. Somos os mais responsáveis por tudo. Eu e o Pio ainda mais, porque somos os mais velhos, naturalmente mais preocupados com o nome do coletivo. João tem cuidado do fluxo de grana, pagamento e divisão dos sócios e dos assistentes (é assistido pela Deborah). Carol não fotografa, mas cuida de todo tratamento, edição, de fotos e vídeo. Está começando a representar a Cia em festivais e cuidando de produção para exposições etc. Acompanha impressão, finalização de filmes comerciais, etc. Flávia - Ela é uma coordenadora de trabalhos publicitários de foto. Ela também faz um papel de atendimento e vende a Cia em agências. A Deborah também ajuda ela em produzir o que precisa para a foto e vai no set também

Kosuke - É nosso assistente de fotografia. Ele cuida do equipamento, fica aqui no estúdio, ajuda na foto, organiza o material fotografado, etc. Quando não tem trabalho prático, organiza os arquivos e ajuda a Carol. Todos - Tão aqui pra tudo. Tem um exercício enorme de cuidar do própria Cia. Quando se tem muitos “donos”, o natural é “deixar” pro outro.

Como se dá o processo criativo na Cia? Onde vocês buscam referências? Quais as fontes de informação?

Ah, são fases. Temos evoluído na questão da pesquisa. Somos multidisciplinares no ato fotográfico e, conseqüentemente na pesquisa. Tivemos fases de mirar outros fotógrafos, depois, arte contemporânea. Ver como faziam, entender o processo. Temos fases de avaliar cinema, por causa dos trabalhos em vídeo que estamos fazendo. Depois fomos

estudar cor e arquivos digitais. E começamos a misturar tudo. Já faz um tempo, a teoria começou a permear nossas referências. Muito por causa do Pio, que buscou embasamento teórico para algumas questões dele em relação à fotografia. Hoje temos consciência de que é preciso estudar sempre. E não só fotografia. Além disso, cada um tem uma preferência de aprofundamento. Eu gosto muito de ver o que estão fazendo com vídeos experimentais, com musica, inovações na narrativa. Enfim.

Como é tratada a questão do direito autoral? Se um integrante sai do coletivo, como ficam os direitos sobre uma obra que teve a sua participação? Como é tratado o pagamento de valores referentes à comercialização de uma obra coletiva?

Não temos muito essa preocupação. Nós 3 estamos muito tranquilos em relação a isso, até porque somos uma empresa, com contrato, somos os produtores, com conhecimento da produção, etc. Acho que se acontecesse, seria um acordo entre partes, sem bases estipuladas. Há um tempo, começamos uma pesquisa de direitos para a Carol que, teoricamente, de acordo com a lei brasileira, tem direito a nada, porque não fotografou. Achamos isso um absurdo e queremos que ela tenha direito sobre tudo que ficar como patrimônio. Essa pesquisa está parada, por causa de outras brigas na justiça, com um banco de imagens que nos rerepresentava. Resumindo, somos bem dedicados a tudo, desde parte criativa até parte prática. Temos um advogado que sempre contratamos para questões contratuais e de direitos. Ele também pesquisa a evolução dessas leis de direitos e etc. Temos nosso nome registrado em Patentes e Marcas. Começamos uma assessoria financeira.

Pio Figueiroa - Cia de Foto (coletivo brasileiro).

Entrevista concedida por email em 8/11/11.

*o entrevistado preferiu desenvolver um texto corrido englobando todas as questões a ele enviadas.

A Cia de Foto começou, muito provavelmente, depois de uma experiência que tivemos como parte da equipe que trabalhou na formação do Jornal Valor Econômico. Nós tivemos, durante um tempo, a tarefa da construção de uma fotografia de retrato, para ser um diferencial daquele novo jornal. E, para isso, deveríamos misturar a nossa experiência de trabalho em redações, com uma estética mais elaborada. E isso se deu em um regime isento das obrigações e dos prazos de uma publicação diária, pois era uma época em que o Valor não ia para rua. Acho que foi ali o despertar da vontade de “projetar” em fotografia mais que executar um dia-a-dia profissional previsível. Tanto que quando o Valor começou a ser publicado, essa atmosfera acabou-se assustadoramente rápida, e essa publicação partidizou-se pelo comum.

Começamos daí a pensar em um projeto que tivesse uma ordem mais experimental. Um ambiente mais dinâmico que, ao mesmo tempo, pagasse nossas contas e qualificasse o nosso tempo. A organização de um grupo permitiria que a gente incorporasse mais tempo livre à rotina profissional e foi o que gerou espaço para começarmos a estudar, o que gerou, como consequência, uma certa crítica à nossa própria produção e também ao meio em que estávamos,

Essa fase que descrevi até agora começou no final de 1999 e durou até março de 2004. Até então, essa formação do projeto da Cia se deu por Rafa e por mim. Até que João entrou para o grupo.

Inicialmente ele era um assistente que veio vinculado a um trabalho grande que duraria uns 3 meses. Porém, começamos a perceber que aquela experiência que tivemos no começo do Valor, de alguma forma, se refletia em João, uma pessoa completamente livre dos condicionamentos do mercado – vale lembrar que Rafa e eu somos de uma geração formada pelo mercado, onde o repertório técnico e as aplicações da fotografia eram muito restritas a uma rotina pouco criativa, onde o maior valor de acerto se media por uma foto de fácil assimilação e de pouca elaboração técnica. Nosso treino era menos de criação e mais de execução de clichês. João simbolizava quase que o objetivo de se criar a Cia. Ele refletia um potencial que a gente tinha mas, até então, tratávamos sem muito método ou pertinência. João começou a significar a possibilidade de desenvolvermos o exercício da linguagem como expressão pessoal. Nessa hora, percebemos que estava ali o nosso projeto, até então pautado por uma intuição meio cega e tateante.

Começamos uma prática super divertida, a de fotografarmos juntos. Dividíamos qualquer demanda que surgia. Nessa época, a Cia de Foto acontecia mesmo no momento do clique fotográfico. Dessa prática surgiu um problema fundamental em relação à assinatura do trabalho. No mercado em que atuávamos, o crédito autoral era obrigatório e, de certa forma, isso simbolizava uma grande conquista: ter um nome e um sobrenome conhecidos no mercado. É curioso pois se você me pedir algum trabalho

desenvolvido nessa época, quase não há. Um ensaio, uma foto pessoal, quase nada ficou, a não ser alguma coisa em torno de um nome e de um sobrenome. Resultado hoje visto como alegórico. Então produzir fotos na Cia de Foto, sobre o regime que nascia ali, não poderia promover essa forma convencional de assinatura. Uma foto não deveria mais ser creditada a um trabalho individual. Veio então a decisão consequente pelo crédito coletivo.

A Cia de Foto começou informalmente no início do Jornal Valor, 1999/2000; formalizou-se em 04 de agosto de 2003; recebeu João no projeto em março de 2004 e Carol em dezembro de 2006. Essa é a formação do coletivo.

Carol entrou na Cia no momento em que a nossa pesquisa havia migrado daquela época em que o clique era a parte fundamental do processo para as etapas de edição e pós-edição. Estávamos estudando muito o Photoshop e outros softwares de organização. A essa altura tínhamos conseguido criar um método de captação e tratamento de nossas imagens. E isso merecia uma dedicação maior do grupo. O ideal então seria acharmos uma pessoa que pudesse se especializar para que essa pesquisa fosse ampliada.

Carol demorou um ano para ter um bom nível técnico, e mais dois para começar a somar com uma contribuição autoral. Nesse momento ela virou sócia do grupo. Isso se deu, inclusive, para lhe garantir os direitos patrimoniais ao que estava sendo criado.

Os nossos papéis na Cia se alternam até hoje. Mas dá para arriscar que Rafa tem um papel prático importante. Ele consegue estabilizar a Cia, impor uma postura em relação ao mercado, qualificar nossos preços, etc. Ele também domina a parte tecnológica e é o “nerd” do grupo. A parte de edição de vídeos também é com ele.

João é o melhor fotógrafo. Aquele que sai a campo e sintetiza o que está sendo estressado lá dentro como pesquisa. Ele é muito técnico e liderou toda pesquisa de pós-edição da Cia de Foto. Acho que ainda lidera... Carol está quase lá, mas João tem sempre uma palheta a mais.

Carol é muito especial e vem sendo formada pelo grupo. Nesse ano ela começou a assumir uma certa responsabilidade no mercado artístico, e com isso, viajou para festivais, acompanhou montagens de exposições, ministrou workshops, etc. Na parte do mercado publicitário, ela ainda é tímida, e se coloca mais como corpo técnico, mas essa postura deve mudar com o tempo. Ela tem sido determinante ao projeto numa crescente muito significativa.

No meu caso, a minha especialidade talvez seja não ter uma! Eu sou o mais impaciente para fazer os deveres de casa. O que mais produz e ao mesmo tempo o mais desorganizado, e assim, o que demanda mais assistência, custos, hds, enfim. Acho que sou uma peça de instabilidade na Cia, alguém que não deixa o ambiente decantar e isso me deixa numa função de planejamento, de sonho, de ideias e de experimentos. Por isso, sou mais ligado aos processos artísticos da Cia.

A Cia de Foto atua no mercado de fotografia publicitária, de onde vem a nossa principal

renda. Para isso, temos Flávia como coordenadora. Flávia é ajudada pela Déborah, que fica na Cia diariamente entre 10h e 19h e é quem cuida das coisas, paga as contas...

Outra área de atuação é o mercado de filmes publicitários. Somos representados pela ParanoidBr e fazemos parte de um time de 13 diretores. Nesse caso, é a Paranoid que prospecta, produz, etc. Nosso trabalho é só como diretores de cena e diretores de fotografia.

Fazemos, também, parte do mercado de arte, onde somos representados pela Galeria Vermelho. Esse é um mercado bem complexo, tanto que tem até um certo melindre em chamá-lo assim de mercado... Mas de fato é, e com regras de funcionamento bem fáceis de serem comparadas a esses outros.

As divisões de trabalho se alternam nas funções que dizem respeito a Rafa, a João e a mim, tendo horas em que um fotografa e outro assume mais uma condução (reuniões, apresentação etc) ou em filmes, onde um assume a direção de cena e outro a direção de fotografia. As outras funções, que se relacionam com as outras pessoas do grupo, são mais fixas.

Entre os três, não há um planejamento e sim, um regime mais espontâneo onde se define quem cuida do quê. Geralmente alguém está mais próximo de uma demanda e a toca a partir daí. Os outros vão se envolvendo a medida que são solicitados, no momento em que as dúvidas aparecem, nas tomadas de decisões etc.

Quem fecha os contratos em fotopublicidade é Flávia, em filmes é a Paranoid e no mercado de arte é a Vermelho.

Não há um chefe na Cia de Foto e a condução do grupo se faz pelos três mais antigos (Pio, Rafa e João). E dentre os três, acho que eu e o Rafa detemos um poder maior de decisão, mas isso ocorre mais por estilo (João é um cara mais quieto...) do que por estatuto. Há também uma diferença de idade. João e Carol são 7 anos mais novos que a gente, o que gera um peso diferente nas decisões.

Tem uma hierarquia nos segmentos de trabalho. Então, quando é trabalho comercial, que envolve ganhar dinheiro em um prazo curto, torna-se uma prioridade, e é para onde toda a energia do grupo termina se voltando. E aí, dependendo da complexidade do trabalho, isso envolve a todos.

O chefe mais poderoso da Cia é o “Trabalho” que dê mais liquidez, pois sem essa energia do dinheiro, todos os outros projetos não funcionariam.

Estamos em uma constante pesquisa em torno da linguagem fotográfica, sempre produzindo e, de um tempo para cá, expondo muito. Aliás começamos a ter uma agenda de exposições um ano a frente, o que determina muito a nossa agenda diária.

A Cia de Foto não se basta como coletivo. Nossas pesquisas sempre envolvem mais gente. É bem difícil um projeto que seja realizado somente pelos 4 integrantes. Por

exemplo, toda pesquisa que envolve música tem a parceria autoral de Guab, um amigo DJ. Outra relação intensa que temos é com alguns pesquisadores como Ronaldo Entler, Livia Aquino, Cláudia Linhares Sanz, Maurício Lissovsky, com quem nos identificamos com as pesquisas.

Hoje há um movimento na Cia de uma volta aos estudos. Estamos começando alguns projetos de sistematização de estudos lá dentro, como grupos, mestrados etc. O ambiente de Galeria e de produtora de filmes também é muito dinâmico. São ambientes que despertam ideias.

As principais fontes de informação são as pesquisas em universidades, filmes e trabalhos de arte contemporânea. É muito difícil acessar trabalhos nas universidades. Exige uma busca diária pois trata-se de um ambiente muito corporativo que não liga para quem está fora dele.

A Cia de Foto é muito recente. O grupo se formou mesmo agora, com a entrada de Carol, então não temos a experiência da saída de alguém. Defendemos no entanto, que tudo que é feito lá dentro da Cia de Foto, seja compartilhado entre os quatro. Eu acho que aí tem uma questão que é super complexa, pois, a essa altura do campeonato, é muito difícil projetar o que seria perder um integrante desse grupo. Tudo lá dentro é interdependente. Penso que se um dia saísse da Cia, teria um processo muito complicado de readaptação. Talvez isso seja realmente um drama... melhor não contar com essa possibilidade!

Recentemente começamos uma consultoria, muito interessante, de gestão para a Cia de Foto, com uma profissional que tem formação em psicologia e administração de empresas. Ela é especializada em projetos não convencionais de negócio. Estou bem otimista com essa consultoria, ao ponto de achar que a entraremos em uma fase bastante promissora. Algo que me deixa ainda mais resistente em pensar em um fim para qualquer parte desse projeto.

Nós temos salários, e eles são definidos por percentuais. Esse valores são ajustados em acordo com os custos de vida dos integrantes. A ideia é sempre deixar a Cia de Foto forte financeiramente, mantendo os integrantes em um padrão médio de vida para a zona oeste de SP.

Todo tipo de comércio ou serviço que se faz na Cia entra para um caixa comum. As decisões de investimentos são tomadas coletivamente. Trata-se de um projeto caro, que exige um desenvolvimento empresarial criativo e persistente. Porém temos uma força de adaptação muito grande. Nós somos uma empresa que começou sem nenhum capital de investimento. Cada passivo da Cia foi comprado pela verba gerada com serviços.

Um significativo gasto que temos é com a nossa pesquisa. Há uma saída significativa na produção de ensaios, na compra de livros, etc. Essa parte não gera um retorno de curto/médio prazo, o que também exige uma consciência.

**Carol Lopes – Cia de Foto (coletivo brasileiro).
Entrevista concedida por e-mail em 22/11/11.**

Como foi a ideia inicial de formar a Cia?

Posso falar resumidamente, mas acho que o Rafa e o Pio podem falar melhor. Rs. O Rafa e o Pio trabalhavam juntos no jornal Valor Econômico. Eles sentiram uma necessidade de ter um espaço, fora do ambiente vicioso de uma redação de jornal. Um lugar mais criativo onde pudessem trabalhar juntos, desenvolver os trabalhos tendo domínio e consciência de todas as etapas do mesmo (pré, produção e pós).

Quando surgiu?

Em 2003.

Quantos integrantes fazem parte da Cia hoje?

Hoje temos 7 pessoas envolvidas diretamente no projeto.

Quais as áreas/especialidades destes integrantes?

O Pio, João e Rafa além de fotografarem tomam frente de outras partes do processo. João, cuida de toda a parte financeira da CIA. É o homem do dinheiro.. Ele sabe como estamos de grana, se podemos investir em algo ou não. Pio, normalmente está à frente dos processos ligados ao trabalho conceitual. Inscrições em prêmios. salão, concurso, elaboração dos textos. Rafa, tem uma boa relação com a parte tecnológica Sempre esta de olho em novos software, hardware etc. Normalmente é ele quem toma um pouco a frente da relação com a Paranoid BR. Essas funções também não são tão específicas de cada um. Existe abertura para opinarem nessas áreas Foi só um movimento natural que acabou acontecendo no decorrer dos anos. Carol, responsável pela pós produção, edição dos trabalhos, arquivamento. Tanto dos arquivos de vídeo como dos de foto. Também faz a ponte com o nosso printer, o Millard. Flávia, coordena os nossos trabalhos publicitários É responsável pelos orçamentos, produção e coordenação dos trabalhos. Também cabe a ela fazer prospecção de novos trabalhos junto a novos clientes. Deborah, assiste tanto ao João como a Flavia. Cabe a ela efetuar os pagamentos, atualizar a planilha de gasto/custo da CIA; ajudar a Flavia em tudo que for preciso na produção/coordenação dos trabalhos. Kosuke, é um assistente geral, tanto meu como dos meninos. Também faz peças de vídeo simples, cuida do nosso website e indexa os arquivos da Cia. Ele também fotografa pautas mais simples, cuida dos equipamentos fotográficos e do estúdio.

Quais os principais setores e clientes que a Cia atende?

A Cia hoje esta inserida em vários mercados. Publicidade - fazemos direção de filmes publicitários Somos representados pela Paranoid BR. Também fazemos fotografia still para várias agências importante do mercado. Banco de imagens - somos representados pela Latinstock. Eles detêm uma parte de nosso arquivo. As pessoas podem comprar via site. Editorial -fazemos ensaios encomendados por revistas de fora: Newsweek, Times, Daz Magazin, National Geograph, Colors. Além de revistas nacionais também. Fotojornalismo - também fazemos alguns projetos especiais, principalmente junto à Folha de SP. Mas, atualmente, essa demanda tem sido um pouco menor. Mas por uma opção nossa mesmo. Arte - somos representados pela Galeria Vermelho e temos um

vasto currículo de exposições nacionais e internacionais. Workshop/aula/palestra-também ministramos workshops, cursos e muitas vezes somos convidados para dar palestras. Normalmente são vinculados a alguma instituição ou a algum festival de fotografia.

Quando começou (e por que) a ideia de assinar coletivamente? Como foi esse processo, uma vez que os integrantes já faziam parte de um mercado onde a assinatura individual era a regra?

O rafa e o Pio quando trabalhavam no jornal Valor Econômico já faziam pautas juntos, quando um não podia ir o outro ia no lugar etc... já tinham uma relação de trabalho em conjunto, de certa maneira. Mas foi principalmente com a entrada do João que passou a ter grande influência na fotografia dos meninos, que começou a não fazer mais sentido assinar individualmente. O João, jovem, vindo da universidade, entrou na CIA sem os vícios do mercado e totalmente aberto a experimentações. Foi nesse momento também que a pós produção da Cia começou a ser elaborada e desenvolvida. Com isso o João passou a ter uma influencia direta na fotografia que vinha sendo feita. A partir de então, de fato, não fazia mais sentido excluí-lo desse processo. Dai, assinar coletivamente foi só uma consequência coerente com o processo que estava já estava acontecendo internamente. Após 2 anos de treinamento e adaptação, a função que tenho também passou a ser determinante no processo. Isso fez com que eu fosse absorvida pelo grupo também. Hoje já não faz mais nenhum sentido uma assinatura individual, visto que todo o processo, desde concepção, execução e finalização do projetos são sempre muito bem negociados e discutidos entre todos.

Como é a divisão de trabalho internamente na Cia hoje? Como são tomadas as decisões? Quem é responsável pelo fechamento de contratos?. Quem resolve que fotógrafos estarão envolvidos com determinado trabalho? Quem faz a edição? Quem faz a revelação digital? Quem busca e/ou decide sobre a abertura de novas frentes, sobre novos projetos?

Com relação a que trabalhos comerciais que devemos fazer e como fazemos, normalmente as decisões são tomadas mais pelo Pio, João e Rafa... mas, existe abertura para opinar. Os trabalhos autorais, comissionados ou não, são conversados e discutidos entre nós 4. (eu, João, Pio, Rafa). Na área comercial, a Flávia é responsável pelos fechamentos de contratos e orçamentos mas sempre sob a supervisão dos meninos. Quanto a quem vai fotografar que trabalho.. muito é escolhido por afinidade. Ou também por quem esta à frente do trabalho. Existe também o caso de se um de nós tiver mais afinidade com a pessoa que contratou o trabalho, às vezes, é natural que essa pessoa tome a frente do projeto. Varia muito. Normalmente os projetos são fotografados em duplas. Se todos estiverem livres vão os 3. Tanto João, como Pio e o Rafa fazem edição. Mas normalmente, em trabalhos comerciais, eu faço uma pre edição, envio para o cliente que seleciona as imagens finais. A edição dos trabalhos autorais é feita em conjunto, sob muita negociação e dialogo entre os 4 (eu, João, Pio e rafa). Nossas ampliações são feitas com um único printer, o Millard. Ele já conhece como gostamos das nossas fotos, e normalmente não temos problema com isso. Printamos sempre em papel de algodão impressora ink jet. Esse trabalho de prospecção muito é feito pelo Pio e o Rafa. A Flávia também acumula essa função na área comercial, embora a maior parte seja feito pelos meninos mesmo.

Seria possível falar um pouco sobre o organograma da Cia? Do chefe mais alto até a base? É um organograma estático, rígido ou podem haver flexibilizações de acordo com o projeto envolvido? Seria possível desenhar este organograma com as pessoas, funções e ligações?

Se for pensar numa espécie hierarquia, acima de todos estão os três: Pio, Rafa e João. Pio e o Rafa acabam assumindo uma postura um pouco mais de "chefe" que o João. O João por outro lado, está super focado na parte financeira. Ele é quem administra tudo. Eu tenho autonomia na parte de gerenciamento das imagens: processos de backup, indexação, edição, organização... acabo supervisionando muito o Kosuke no trabalho dele. A Deborah está subordinada aos 5 (eu, Pio, João, Rafa e Flávia)... mas ela trabalha mais diretamente com a Flávia e o João. Como ela está direto na Cia, acaba sendo meio uma assistente de todos para assuntos administrativos. O Kos, é um assistente geral, então acaba ajudando a todos um pouco. Ele trabalha muito ligado a mim. Normalmente eu repasso para ele o que tem de ser feito. Sim, existe uma flexibilização, em determinados projetos um ou outro toma mais a frente. Mas sempre um dos meninos, Pio, Rafa ou o João.

Como se dá o processo criativo na Cia? Onde vocês buscam referências? Quais as fontes de informação?

Estamos sempre lendo livros e blogs de pessoas da área. Principalmente da área acadêmica. Fotografamos muito e também experimentamos sempre novas formas: de tratamento de imagem, de formato, etc. O "Caixa de Sapato" é um veículo que usamos muito para experimentações... testar uma luz, um grão, um enquadramento, um tratamento diferente. Muitas vezes motivados por algum texto as ideias acabam surgindo. Vemos muita fotografia, filmes, revistas e exposições. Temos uma ampla biblioteca com livros de fotógrafos e teóricos que também é um lugar que sempre recorremos. Normalmente o processo se dá por alguma inquietação de alguém do grupo. Surgem as primeiras imagens, começamos a pensar, lemos, discutimos. Trazemos textos, escrevemos. O nosso ambiente de trabalho também colabora muito para essa interação de ideias. Trabalhamos todos juntos numa mesma sala super ampla. Com isso a troca de ideias acaba sendo constante. Algumas vezes também somos comissionados a fazer algum trabalho. Daí o mesmo processo acontece, mas pautado pelo tema a ser trabalhado. Logo que chegam imagens, trabalhamos na pós produção e em paralelo já tentamos fazer associações com textos dos autores que costumamos ler. É um processo intenso e super negociado. Estar em grupo facilita por haver troca de ideias o tempo inteiro... mas também é um exercício de extrema negociação. Um trabalho da Cia que sai para a rua já foi discutido ao seu extremo pelos membros do grupo.

Como é tratada a questão do direito autoral? Se um integrante sai do coletivo, como ficam os direitos sobre uma obra que teve a sua participação? Como é tratado o pagamento de valores referentes à comercialização de uma obra coletiva?

No meu caso, se eu saio do coletivo, como não estou no contrato social, eu não tenho direito a nada. Não que isso vá acontecer. Há algum tempo houve uma conversa com os nossos advogados para fazer uma espécie de contrato de gaveta com uma cláusula sobre isso. Quanto ao pagamento, aqui na CIA todos têm salário fixo. Tudo que entra tanto de trabalho comercial como autoral vai para a conta da Cia. Não existe divisão de lucros. O

dinheiro que sobra fica guardado na conta da Cia ou é aplicado em algum tipo de rendimento.

**João Kehl - Cia de Foto (coletivo brasileiro).
Entrevista concedida por e-mail em 30/11/11.**

Como foi a ideia inicial de formar a Cia? Quando surgiu?

A Cia surgiu da necessidade de criar-se um ambiente onde a fotografia fosse o principal ponto de discussão. Um espaço aberto, onde as ideias pudessem ser debatidas e as qualidades e habilidades de cada indivíduo potencializadas. Foi fundada em 2003 por Pio Figueiroa e Rafael Jacinto, que após anos trabalhando em redações de jornais e revistas sentiram a necessidade de desenvolver um método de trabalho baseado na colaboração, em oposição ao ambiente altamente competitivo ao qual estavam acostumados. Eu me juntei a eles no ano seguinte, saindo da faculdade de fotografia e com pouquíssima experiência profissional. Essa junção do meu "amadorismo" com a experiência profissional dos dois, aliada a uma paixão muito grande pela fotografia, formaram a base do que hoje é a Cia de Foto. Em 2007, Carol se juntou ao grupo pra cuidar da pós-produção das imagens e fechar o que chamamos de núcleo duro da Cia.

Quantos integrantes fazem parte da Cia hoje? Quais as áreas/especialidades destes integrantes?

Hoje, existem 7 pessoas trabalhando na Cia de Foto. Somos 3 fotógrafos: João, Pio e Rafael; tem a Carol que cuida de todo o departamento de pós-produção. O Kosuke, um japonês vindo de Kyoto, que é assistente de fotografia, fotógrafo em alguns trabalhos e organizador do nosso acervo. Para trabalhos principalmente na área de publicidade temos a Flávia, que funciona como coordenadora, atendimento e produção, intermediando a relação com clientes e agências de publicidade. Por último, tem a Deborah que acumula algumas funções, entre elas assistência de coordenação e funções administrativas.

Quais os principais setores e clientes que a Cia atende?

Ao longo de sua trajetória, a Cia atuou de diferentes maneiras no mercado. A princípio se sustentou por uma relação direta com o retrato fotográfico, principalmente para os mercados editorial e corporativo, resultado das relações comerciais estabelecidas pelo Pio e pelo Rafa nos anos de redação. Num segundo momento a Cia se colocou como uma produtora para soluções fotográficas, assumindo responsabilidade sobre todos os processos da produção fotográfica para alguns clientes específicos. Nesse momento foram de grande importância a relação com a revista da TAM e o instituto Itau Cultural. Na revista da TAM, a Cia assinava o expediente, participando ativamente na produção das pautas e edição final das fotografias. com o Itau Cultural, a Cia trabalhou durante muito tempo junto à comunicação interna do instituto, cobrindo todo tipo de eventos e apresentando soluções para produtos específicos como revistas, livros e catálogos. Esses dois clientes fixos pagaram uma parte significativa dos custos da Cia durante alguns anos. Paralelamente, nessa mesma época, a Cia foi muito procurada para desenvolver trabalhos de branding, que envolvem a renovação da maneira como as marcas se comunicam, implicando num uso mais experimental da fotografia. é um trabalho de criação de diretrizes que depois serão utilizadas na maneira como a empresa se comunica. Realizamos trabalhos grandes para o Banco Real, Natura, Grupo Suzano e TAM. No mercado de fotojornalismo, a Cia tem dado preferência a clientes internacionais, que permitem uma maior liberdade e uma remuneração mais justa. são

exemplos publicações como a Newsweek, Time e National Geographic. Nos últimos dois anos, a Cia entrou de maneira mais ativa no mercado publicitário, realizando campanhas grande para clientes como Vivo e TAM. Nesse mesmo período, a Cia foi convidada para integrar o pool de diretores da Paranoid, uma produtora de filmes publicitários, onde já dirigiu mais de 15 filmes publicitários. Além disso, a Cia possui uma importante relação com a galeria Vermelho que nos representa no mercado de arte. Dentro da Cia, temos uma cultura de tratar a Cia como nosso principal cliente, ou seja, tudo o que produzimos, produzimos primeiro pra gente. Todo resultado é fruto de uma negociação e só vai pro mundo depois de uma certa "aprovação interna".

Quando começou (e por que) a ideia de assinar coletivamente? Como foi esse processo, uma vez que os integrantes já faziam parte de um mercado onde a assinatura individual era a regra (já haviam passado por jornais, por fotoarquivos, já possuíam um currículo pessoal)?

A ideia de assinar coletivamente, surgiu naturalmente com a interação dos componentes do grupo. Na época do Valor Econômico, o Pio e Rafa costumavam realizar pautas juntos ou em algumas situações fotografar e assinar em nome do outro, quando existiam problemas de conflito na agenda. Quando a Cia começou a assinatura coletiva partiu de uma necessidade comercial. No início, a demanda de trabalho ainda chegava muito pelos celulares pessoais e os clientes queriam que um fotógrafo específico (principalmente o Pio e Rafa) realizasse o trabalho. Pra driblar essas exigências e poder atender um numero maior de demandas a Cia foi impondo a assinatura coletiva, uma marca, um selo de garantia que atestava que o trabalho seria realizado da melhor maneira possível, independente de quem fotografasse. Quando eu entrei pro grupo esse necessidade se intensificou. Eu vinha da faculdade e ainda não tinha um nome no mercado. Era muito difícil explicar pra um cliente que um moleque de 22 anos ia fazer a foto dele. O que acontecia é que muitas vezes eu realizava grande parte do trabalho mas isso não poderia "vazar" pro cliente. Além disso em muitos dos trabalhos nós íamos os 3 pro campo, além de compartilhar o processo de edição e tratamento das imagens. O último passo pra afirmação definitiva da assinatura coletiva, foi a entrada da Carol, que passou a determinar na pós-produção muito da identidade visual do coletivo. A Cia foi muito criticada pelos diversos mercados e principalmente por uma geração anterior de fotógrafos que encaravam o crédito como uma conquista valiosa de seus antecessores. Esse repúdio foi importante porque nos fez olhar com mais atenção e cuidado para o que estávamos fazendo e nos obrigou a construir argumentos fortes pra defender nossa postura.

Como é a divisão de trabalho internamente na Cia hoje? Como são tomadas as decisões? Quem é responsável pelo fechamento de contratos? Quem resolve que fotógrafos estarão envolvidos com determinado trabalho? Quem faz a edição? Quem faz a revelação digital? Quem busca e/ou decide sobre a abertura de novas frentes, sobre novos projetos? Seria possível falar um pouco sobre o organograma da Cia? Do chefe mais alto até a base? É um organograma estático, rígido ou podem haver flexibilizações de acordo com o projeto envolvido? Seria possível desenhar este organograma com as pessoas, funções e ligações?

Na Cia, a divisão interna do trabalho é muito determinada pela demanda e visa

principalmente o bem estar financeiro da empresa. Ou seja, pagar as contas é sempre prioridade, principalmente porque o custo fixo do coletivo é muito alto. Todas as decisões importantes referentes ao rumo da empresa são tomadas e debatidas principalmente por mim, Pio e Rafa. Além disso, existem áreas que tem uma certa independência. A Flávia, por exemplo, é quem cuida da nossa prospecção e da relação com agências de publicidade. Ela tem alguma autonomia no modo como trabalha e na confecção de orçamentos e planejamento de cada trabalho, mas sempre nos consulta quando existem decisões importantes a serem tomadas. Ela normalmente cuida das burocracias referentes aos contratos dos trabalhos realizados nessa área específica.

Dentro do processo fotográfico, o trabalho de edição é um dos mais importantes realizados hoje em dia dentro da Cia, porque costumamos fotografar bastante. Assim, o trabalho de edição assume um papel importante no resultado final, sendo um dos momentos mais debatidos dentro de cada projeto... todos participam ativamente.

Desde que a Carol entrou na Cia, ela foi conquistando seu espaço e adquirindo autonomia. Todo trabalho de pós-produção, seja de fotos ou mesmo vídeos, é realizado por ela. O que acontece muitas vezes, é que, antes de iniciar o trabalho de finalização, discutimos entre os quatro, que “cara” aquele trabalho deve ter. A partir daí vamos apresentando versões e a Carol trabalha em cima da versão aprovada por todos para chegar na imagem final. O envolvimento de cada fotógrafo nos trabalhos é definido muito pela conveniência do momento e pela agenda, humor e vontade de cada um em participar ou não do trabalho. É um acordo que leva em conta o que consideramos melhor pro projeto e leva em conta as habilidades de cada um. Desde 2009, iniciamos um trabalho maior de gestão do departamento financeiro, que eu assumi. Até então, não possuíamos planilha de gastos e nem um planejamento a médio e longo prazo. Percebemos que o único jeito de crescer, seria dando a devida atenção a este departamento. Esse ano iniciamos uma consultoria que se estenderá até meados do ano que vem.

Como se dá o processo criativo na Cia? Onde vocês buscam referências? Quais as fontes de informação?

O ambiente de trabalho da Cia de foto é muito dinâmico. Isso quer dizer que a todo instante, existem ideias e assuntos sendo discutidos. Costumamos falar que as ideias na Cia estão sempre vivas, meio que suspensas numa nuvem e são colocadas em prática quando se encaixam dentro de algum tema ou trabalho que começamos a desenvolver. Muitas vezes, uma ideia aparece meio sem lugar ou tempo definido e fica pairando nessa nuvem e só vai encontrar seu lugar quando colocada em acordo ou oposição com uma nova ideia. As referências vem dos mais variados lugares. Temos uma vasta biblioteca de livros de fotografia e arte, por exemplo. A Cia é muito conectada, então acessamos muita informação através da web, seja por blogs ou sites de referência. Também assinamos a Foam que é uma das revistas de fotografia mais importantes atualmente no mundo. Além disso vemos muitos filmes, escutamos muita música e viajamos bastante. Tudo isso contribui pra manter a Cia bem alimentada de referências.

Como é tratada a questão do direito autoral? Se um integrante sai do coletivo, como ficam os direitos sobre uma obra que teve a sua participação? Como é tratado o pagamento de valores referentes à comercialização de uma obra coletiva?

Infelizmente, a lei de direito autoral no Brasil, no que diz respeito à produção fotográfica não contempla a produção coletiva. O detentor dos direitos intelectuais de cada fotografia, é quem fez o clique e esse direito é inalienável. Dentro desse pensamento, a Carol, que é muito responsável pelo nosso resultado fotográfico, não possui direito algum sobre nada do que é produzido aqui dentro, porque ela não clica. Estamos tentando elaborar com nosso advogado, um contrato de gaveta que de todos os direitos patrimoniais iguais sobre o que é produzido dentro da Cia. A Cia trabalha com uma estrutura societária e os sócios recebem pró-labore fixo proporcional à participação na sociedade. Todos os pagamentos referentes ao que é produzido na empresa entram na conta da Cia. Portanto, ninguém na Cia recebe pagamentos referentes a uma obra específica.

Héctor Mediavilla – Pandora Fotografia Documental (coletivo espanhol).

Entrevista concedida por e-mail em 27/11/11.

Colocamos entre colchetes uma tradução livre das respostas.

Como foi a ideia inicial de formar o Pandora?

Sergi Cámara y yo empezamos a hablar en 2005 que sería interesante unirnos para realizar algunos proyectos juntos.

[Sergi Cámara e eu começamos a falar em 2005 que seria interessante nos unirmos para realizarmos alguns projetos juntos.]

Quando surgiu? Quantos integrantes fazem parte do coletivo hoje?

Los 4 fundadores: Sergi Cámara, Héctor Mediavilla, Alfonso Moral, Fernando Moleres y Tatiana Donoso, que actualmente se dedica a cuestiones relacionadas con "curadoria".

[Os quatro fundadores: Sergi Cámara, Héctor Mediavilla, Alfonso Moral, Fernando Moleres e Tatiana Donoso, que atualmente se dedica a questões relacionadas com "curadoria"].

Quais as áreas/especialidades destes integrantes?

Hemos cambiado varias veces la organización. Actualmente, yo me encargo de la parte financiera y el resto de aspectos nos los distribuimos según la carga de trabajo individual.

[Temos mudado várias vezes a organização. Atualmente eu me encarrego da parte financeira e o resto das funções nós as distribuimos segundo a carga de trabalho individual].

Quais os principais setores e clientes que o coletivo atende?

Nosotros seguimos trabajando individualmente. Los proyectos de Pandora suelen ser en el ámbito cultural (exposiciones, festivales, etc.).

[Nós seguimos trabalhando individualmente. Os projetos do Pandora são geralmente no âmbito cultural (exposições, festivais etc)].

Como você vê a questão da assinatura coletiva ao invés da assinatura individual? O Pandora se denomina uma agência. Você vê diferenças entre o formato "agência" e o formato "coletivo"?

Los nombres siempre confunden. Inicialmente pensamos que era más apropiado llamarnos agencia, ahora nos llamamos colectivo, pues pensamos que es más acorde con nuestra actividad. Generalmente firmamos individualmente salvo en los proyectos colectivos.

[Os nomes sempre confundem. Inicialmente pensamos que era mais apropriado chamarmos agência, agora nós chamamos coletivo, pois pensamos que está mais de acordo com nossa atividade. Geralmente assinamos individualmente, salvo nos projetos coletivos].

Como é a divisão de trabalho internamente no coletivo hoje? Como são tomadas as decisões? Quem é responsável pelo fechamento de contratos? Quem resolve que fotógrafos estarão envolvidos com determinado trabalho? Quem faz a edição? Quem faz a revelação digital? Quem busca e/ou decide sobre a abertura de novas frentes,

sobre novos projetos?

Como dije, hemos cambiado varias veces de organización. Ahora mismo, estamos repensando el organigrama.

[Como disse, temos mudado várias vezes de organização. Agora mesmo, estamos repensando o organograma].

Seria possível falar um pouco sobre o organograma do Pandora? Do chefe mais alto até a base? É um organograma estático, rígido ou podem haver flexibilizações de acordo com o projeto envolvido? Seria possível desenhar este organograma com as pessoas, funções e ligações?

Como he dicho, es flexible. Actualmente, no tenemos un modelo definitivo. Vamos adaptándonos a las circunstancias personales y socioeconómicas.

[Como foi dito, é flexível. Atualmente não temos um modelo definitivo. Vamos nos adaptando às circunstâncias pessoais e socioeconômicas].

Como se dá o processo criativo no coletivo Pandora? Onde vocês buscam referências? Quais as fontes de informação?

Me veo incapaz de responder a esta pregunta. Varía según los casos, todos los miembros tenemos nuestras referencias y continuamos trabajando individualmente. El proceso creativo de Pandora depende de cada proyecto. En algunos casos viene de fuera, ejemplo exposición "Motherland" para el festival Internacional de Roma 2011, en el que "Masasam, espacios de creación", trabajan mano a mano con un responsable de proyecto (en este caso yo) para diseñar una exposición colectiva.

[Me vejo incapaz de responder a esta pergunta. Varia de acordo com os casos, todos nós temos nossas referências e continuamos trabalhando individualmente. O processo criativo do Pandora depende de cada projeto. Em alguns casos vem de fora, por exemplo a exposição "Motherland" para o Festival Internacional de Roma 2011, no qual o Masasam Espacios de Creación trabalham de mãos dadas com um coordenador de projeto (neste caso eu) para planejar uma exposição coletiva].

Como é tratada a questão do direito autoral? Se um integrante sai do coletivo, como ficam os direitos sobre uma obra que teve a sua participação?

No tenemos problemas en este aspecto. Funcionamos como he explicado antes. La obra fotográfica siempre es de quien la produjo, después dependiendo del soporte y la ocasión se organiza el proyecto colectivo. Los resultados/ingresos de ese proyecto colectivo es para el colectivo.

[Não temos problemas neste aspecto. Funcionamos como foi explicado antes. A obra fotográfica sempre é de quem a produziu, depois, dependendo do suporte e da ocasião, se organiza o projeto coletivo. Os resultados/receitas desse projeto coletivo é revertido para o coletivo].