

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E COMUNICAÇÃO

# Da fotografia à mobgrafia

---

Um recorte sobre como as novas mídias transformaram o modo de produção, compartilhamento e consumo de cultura

**Mayra Gomes Rosa Bortone**

**Junho de 2017**

# DA FOTOGRAFIA À MOBGRAFIA – UM RECORTE SOBRE COMO AS NOVAS MÍDIAS TRANSFORMARAM O MODO DE PRODUÇÃO, COMPARTILHAMENTO E CONSUMO DE CULTURA<sup>1</sup>

Mayra Gomes Rosa Bortone<sup>2</sup>

## RESUMO

O artigo visa a análise de como as novas mídias influenciaram os costumes de produção, compartilhamento e consumo de produtos culturais. Partindo da análise dos conceitos de cultura e verificando o avanço com o passar dos tempos, revendo o papel de veículos de comunicação cultural e das mídias sociais nesse fomento e difusão. O objeto foi encontrado na análise das novas mídias, enquanto ferramentas atuais deste processo e de qual forma a contemporaneidade deve adaptar suas produções culturais a esse novo estilo de público híbrido (produtor-consumidor). Para tanto, fotógrafos foram entrevistados, tendo como base suas experiências na fotografia, tradicional e *mobile* (a mobgrafia), compreendendo este espectro de mudanças que passam a ser naturais, tendo o objeto (*smartphone*) como extensão do corpo e substituindo máquinas e plataformas.

**Palavras-chave:** fotografia, mobgrafia, mídias sociais, *smartphones*.

## ABSTRACT

The article aims to analyze how the new media influenced the customs of production, sharing and consumption of cultural products. Starting from the analysis of the concepts of culture and verifying the progress with the passage of time, reviewing the role of cultural communication vehicles and social media in this promotion and diffusion. The object was found in the analysis of new media, as current tools of this process and in what way contemporaneity must

---

<sup>1</sup> Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura, do Centro de Estudos Latino-Americanos de Cultura e Comunicação (CELACC) da Universidade de São Paulo (USP), sob orientação da professora Dra. Daniela Osvald Ramos.

<sup>2</sup> Mayra Gomes Rosa Bortone é jornalista, graduada em Comunicação Social pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Aluna do de pós-graduação do Curso de Mídia, Informação e Cultura pelo Centro de Estudos Latino-Americanos em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (CELACC/ECA-USP).

adapt its cultural productions to this new style of hybrid (producer-consumer) public. For that, photographers were interviewed, based on their experiences in photography, traditional and mobile (the mobgraphy), understanding this spectrum of changes that become natural, having the object (smartphone) as an extension of the body and replacing machines and platforms.

**Keywords:** photography, mobgraphy, social media, smartphones.

## **RESUMEN**

El artículo pretende analizar cómo los nuevos medios influyeron en las costumbres de la producción, el intercambio y el consumo de los productos culturales. Con base en el análisis de los conceptos de cultura y comprobar el progreso con el paso del tiempo, la revisión del papel de los medios de comunicación culturales y medios de comunicación social en esta promoción y difusión. El objeto fue encontrado en el análisis de los nuevos medios de comunicación, mientras que las herramientas actuales de este proceso y que forma el mundo contemporáneo debe adaptar sus producciones culturales a este nuevo estilo híbrido (productores y consumidores). Por lo tanto, los fotógrafos fueron entrevistados, basándose en sus experiencias en la fotografía, tradicional y móvil (el mobgrafia) que comprenden este espectro de cambios que se convierten natural, y el objeto (teléfono inteligente) como una extensión del cuerpo y máquinas que sustituye y plataformas.

**Palabras clave:** fotografía, mobgrafia, medios sociales, los teléfonos inteligentes.

## 1. INTRODUÇÃO

Com o advento das plataformas e crescimento da utilização das novas mídias, busca-se, com este artigo, identificar de que modo este acontecimento interfere no cenário atual da fotografia. Partindo disto, poderá ser observado como ocorre a transição da fotografia tradicional para a fotografia *mobile*, denominada mobgrafia, e qual a influência das novas mídias e costumes de usabilidade, produção e compartilhamento foram adquiridos por meio desta transformação cultural.

Os aparatos tecnológicos já são praticamente extensões de nossos corpos e, por isso, as câmeras estão sendo, cada vez mais, deixadas de lado. Com isso, a fotografia a partir de aparelhos celulares e *tablet's* tornou-se uma prática comum e reconhecida. Daí surge o termo mobgrafia, fotografia *mobile*, que se coloca como uma das principais ferramentas de comunicação da era digital. Esta é uma linguagem apreciada por quem registra, edita e publica imagens por meio de celulares e outros dispositivos móveis. Os próprios artistas, fotógrafos e apreciadores desse novo modo de fotografar vêm difundindo o termo, o que torna a bibliografia a respeito dele ainda quase nula.

E para compreender como novas mídias e aparatos tecnológicos influenciaram neste modo de consumir cultura, é interesse darmos alguns passos atrás e retomar o conceito de cultura. Se estudarmos o conceito de cultura partindo de um posicionamento contrário à globalização e a pós-modernidade, como Bauman (2011) apresenta em seus escritos sobre a cultura na liquidez do mundo moderno, veremos que o autor a classifica como um dispositivo que demarca diferenças entre classes sociais, uma espécie de separatismo real, como o resultado das imposições de uma classe dominante que consome cultura e também a produz baseada em conceitos próprios. Enxerga-se, assim, a cultura como um possível acordo existente entre dois lados – dos que detêm e dos que não detêm conhecimento –, um posicionamento contra o liberalismo.

Nesse contexto, encontra-se um sentimento inspirado numa chamada diversidade cultural, nada mais é que um recurso linguístico para transformar a

desigualdade cultural em um apelo estético e aceitável. Bauman ainda cita em sua obra que as classes instruídas se refugiam no multiculturalismo, que isso é a “ideologia do fim da ideologia”. Contudo, em um universo multicultural, a sociedade como um todo não tem outra escolha a não ser permitir que cada indivíduo crie suas próprias preferências, permitindo que diversas práticas culturais coexistam. Entretanto, a pergunta “o que é cultura?” continua levando a respostas complexas. Pode-se ter, a partir dela, uma ampla visão de mundo, assim como pode-se chegar a métodos que levam a diversos caminhos em diferentes discursos culturais. A cultura como uma civilização seria uma somente para aqueles que têm tempo para se instruir. A partir disso, que Eagleton cita “aqueles que cultivam a terra são menos capazes de cultivar a si mesmos, [pois] a agricultura não deixa lugar para a cultura”.

Entende-se, portanto, que cultura é o meio por onde a natureza se auto-renova. Renovar-se e modificar-se também é uma forma de exercer cultura, concebendo o cultural como uma construção. Para Eagleton, “o cultural é o que podemos mudar, mas o material a ser alterado tem sua própria existência autônoma” (EAGLETON 2005; p. 13). Para a discussão em torno do debate cultural, ainda não há um conceito de cultura definido.

## **2. DO JORNALISMO CULTURAL À PRODUÇÃO NAS NOVAS MÍDIAS**

É por isso que o ambiente cultural deve ser analisado para que, conhecendo-o e ao seu público, possamos compreender quem são os personagens que o compõem e como o transformam. Daniel Piza (2008), relata que os jornais e revistas dão mais espaço ao crítico profissional e informativo que não só analisa, mais reflete sobre a cena literária.

Quando se fala sobre teorias relacionadas à indústria cultural, desde a Escola de Frankfurt, encontra-se o jornalismo como parte necessária da ampliação do acesso aos produtos culturais; o que deve ser observado no mercado sem parcialidade. O autor propõe, ainda, que temas eruditos podem, sim, ser tratados com leveza, ainda que sem populismo. Temas como ditos de

entretenimento, podem e devem ser publicados com sutileza, sem elitismo, mantendo a densidade crítica, como uma questão importante e de equilíbrio.

No entanto, é preciso entender onde o mercado cultural ganha forças com a chegada das novas mídias. Essas possuem características que as diferenciam fundamentalmente das mídias tradicionais, como os jornais, revistas, televisão, livros e rádio, basicamente porque elas dependem da interação de pessoas; pois, é a partir da discussão e da integração entre elas que o seu conteúdo será construído e compartilhado, usando a tecnologia informacional como recurso.

Vamos além da crítica de arte e às grandes exposições. A fotografia passa a ser de todos e não somente de uma elite com acesso às grandes galerias e equipamentos. Ainda segundo Piza (2008), por uma visão mercadológica, a cultura é relacionada às agendas de artes e espetáculos. No âmbito antropológico, ela é o que difere do padrão social. E são essas duas visões que refletem a limitação e estreitamento da concepção de cultura numa abordagem midiática contemporânea.

Muito se fala que a internet inibe as vendas e limita o acesso. No que concerne à indústria cultural, afirma-se que sua influência ocasiona a perda dos valores culturais e da aura, como bem falou Walter Benjamin em seu ensaio A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. Adorno e Horkheimer afirmavam que a maneira como a cultura é distribuída no cenário capitalista estaria apagando aos poucos a cultura erudita, cultura popular e cultura das massas por meio de uma manipulação cultural. (PIZA, 2008, p. 38)

Com o advento das tecnologias, é muito mais amplificado o compartilhamento das manifestações populares, culturais ou não, o que permite a não limitação locais, estruturas, mas além, chega ao ciberespaço, num panorama contemporâneo cultural. Essa é uma das características do mercado cultural contemporâneo, que não deve ser esquecida ou diminuída, pois dá aval à convergência cultural e seu compartilhamento por entre os vários nichos sociais.

O jornalismo cultural já havia permitido comportamentos e especificidades em contextos ideológicos e políticos, e nas próprias relações

sociais. E quando usamos as novas tecnologias e as mídias sociais como ferramentas colaborativas para difusão da cultura, não estamos somente reproduzindo materiais, mas temos em mãos mais do que a cultura que o jornalismo em veículos *off-line* (como jornais, revistas, rádio e TV) nos proporciona, encontramos a possibilidade de recriar novas alternativas para a difusão de cultura, trabalhando manifestações culturais em diversas nuances.

### **3. MÍDIAS SOCIAIS COMO AGENTES NO CONSUMO DE CULTURA**

Novas possibilidades foram sendo recriadas para a difusão de cultura nos meios de comunicação, atingindo a todas as camadas da sociedade. Quando nos deparamos, por exemplo, com a cultura como bem de consumo, com interfaces que se entrelaçam entre produtores e consumidores, enxergamos esse consumo de modo mais nítido, embora diferente de como víamos até então.

Sempre é válido lembrar que usar as novas tecnologias e mídias como ferramentas de colaboração para a difusão da cultura é uma alternativa muito eficaz no cenário atual, o que é diferente de refazer o que já foi feito antes; é recriar possibilidades de trabalhar todas as manifestações culturais, ou seja, mais do que compartilhamento de materiais prontos, novas mídias permitem uma difusão cultural de diversas vozes: o indivíduo pode ser autor, co-autor, consumidor; pode dar resposta e conversar com os produtores culturais. As novas mídias permitem uma troca cultural mais democrática do que as críticas clássicas do jornalismo cultural ou dos grandes espetáculos da elite.

Bauman (2003) indica que a cultura no mundo líquido exige de nós a aptidão para mudar de identidade e não se apegar as coisas do passado, pois estamos inseridos em uma economia baseada no descarte e renovação. De modo muito rápido, vemos as expressões da condição humana no mundo, imposta por estruturas que regem mercados de consumo e também o cultural.

A partir disso, compreende-se que é preciso olhar para o atual. E neste mundo contemporâneo, há mudanças que acompanham as evoluções tecnológicas, os costumes e comportamentos. Por isso, surgiu um novo

conceito da fotografia, que vem se transformando com os aparelhos móveis: a mobgrafia.

Tendo em vista que o impacto social da difusão tecnológica é percebido por mudanças no comportamento dos consumidores/produtores de informações, vemos que a hierarquia entre emissor e receptor é uma das características oriundas dos tradicionais modelos de produção jornalística e cultural e, também, é onde encontramos a tentativa de metaforizar a nova configuração das plataformas digitais conectadas. Para Augusto de Franco, as redes sociais se estruturam por nós, como “movimentos de desconstituição de hierarquia, na exata medida dos seus graus de distribuição” (2009).

Assim como a democratização é um movimento de desconstituição de autocracia, as redes são um movimento de desconstituição de hierarquia. Isso é mais do que um paralelo evocativo. Trata-se, a rigor, do mesmo movimento se entendermos por redes as redes distribuídas (quer dizer, mais distribuídas do que centralizadas). (Franco, 2009:sem página)

O modo de se comunicar projetado pelas redes faz com que produtores de audiência sejam também aqueles considerados “amadores”, permite que deixem de ser somente consumidores de informação, mas criadores e distribuidores de conteúdo.

As mídias sociais representam uma convergência tecnológica digital que, como já citado, provoca impactos intensos e mudanças na estrutura da Comunicação Social. Isso possibilitou o compartilhamento e a distribuição de produtos culturais, por meio de computadores, telefones celulares e redes telemáticas. Desse modo, formou-se um ambiente que emula necessidades humanas, entre elas, como o convívio em comunidades.

A mídia social conectada possui como principal característica a participação ativa (síncrona e/ou assíncrona) da comunidade de usuários na integração de informações. As plataformas de mídias sociais permitem os usuários espaços ilimitados para armazenar a fatura de ferramentas para organizar, promover e transmitir os seus pensamentos, opiniões, comportamentos e mídias para os outros. Assim como eu estou escrevendo isso, você pode diretamente transmitir vídeos do seu laptop ou celular e é uma questão de tempo a constante transmissão

tornar-se tão comum como se utilizar o e-mail. (Manovich, 2008:232)

Podemos, também, utilizar as mesmas tecnologias disponíveis nessas mídias sociais conectadas, de modo a agregar outras experiências, como as realizadas em plataformas analógicas. É nesta convergência que conhecemos novas funções e habilidades e nos deparamos com a adaptação dos profissionais de comunicação ao novo ambiente digital. Essa rede conectada gera novas formas de trabalho e outras possibilidades de tratamento das informações de relevância social. Assim, vê-se que, por mais que a consolidação dessas mídias envolva profissionais capacitados, isto traz ainda estratégias de “metaforizar” os processos analógicos e utilizar profissionais vindos de outras mídias para que possam exercer as mesmas funções e com as habilidades desenvolvidas nas mídias de origem, nas mídias digitais.

Por muito tempo, houve o debate sobre os jornalistas e produtores de conteúdo necessitarem de alfabetização digital, no entanto, o trabalho no ciberespaço permite que os usuários aprendam técnicas e produzam conteúdo informativo e de relevância social. Assim, entende-se que os produtores de conteúdo de relevância social incorporam qualidades, além de elaborar informações, formando, assim, a construção de comunidades.

É por isso que, para ser relevante, o profissional de jornalismo e de conteúdo precisa exercer funções diferenciadas e complementares, como alguém que estabelece diálogo, “chama” outras vozes para participarem da disseminação de cultura. Mais do que produzir conteúdos para uma “audiência”, produzem conteúdos que geram respostas e, até mesmo, colaboração; são como “anfitriões” desse ciberespaço, convidando novos participantes.

Essas funções tornam-se importantes dentro das comunidades e das estruturas tecnológicas das redes sociais, pois necessitam de uma espécie de articulador para realizar o que o pesquisador Augusto de Franco (2004) denomina de “netweaving”, isto é, a habilidade de estabelecer uma relação

com o participante, de modo que o faça retornar diversas vezes, participando da rede construída e também contribuindo de modo significativo.

Para articular redes, é preciso conectar pessoas ou redes propriamente ditas, além de ser necessário conectar as pessoas entre si e não apenas com um centro articulador ou coordenador, mesmo que este centro se chame de equipe de animação da rede. (Franco, 2008:4).

Assim, entende-se que as redes sociais convertem, realmente, competição em cooperação, mas como resultado da sua dinâmica. No entanto, não são redes “angelicais”, pois não convertem indivíduos competitivos, beligerantes e possuídos de forte ânimo adversarial, em indivíduos cooperativos, pacíficos e amigáveis (Franco, 2008:4).

Então, uma das funções dos profissionais de conteúdo nesse ambiente é favorecer a interação (netweaving). O resultado do funcionamento de uma rede social é produzir mais cooperação, como já descobriram (ou estão descobrindo) os que trabalham com o conceito de capital social” (Franco, 2008:4).

Portanto, este profissional, além de produzir o conteúdo, precisa engajar usuários, provocando o retorno e a participação nas redes conectadas.

### **3.1. Informação e tecnologia unidas como propagadores culturais**

As conexões interdisciplinares são um constante desafio. Um dos exemplos disso é a dificuldade em se conectar domínios diferentes da cultura, da economia e da informação. Busca-se refletir sobre como as tecnologias de informação e comunicação (as chamadas TICs), ao desenvolverem novas formas de produção, circulação e recepção de produtos simbólicos, também colaboraram para tornar a cena cultural contemporânea cada vez mais complexa. Muitas esferas de informação se unem a produtos culturais, o que sinaliza um novo tipo de conhecimento que é necessário para a crítica, para o consumo e até para a própria compreensão dessas mercadorias culturais únicas.

Pode-se lembrar que o acesso à cultura, a partir do século XX, passou a ser muito mais pelos produtos culturais do que por contatos diretos com a criação e a apresentação artística propriamente dita. E hoje essa tendência é claramente perceptível entre os jovens com acesso cada vez mais precoce à tecnologia digital, o que incorpora o consumo crescente de produtos culturais aos seus cotidianos. Por meio das novas tecnologias, o “consumidor cultural” pode exercer e acumular, ao mesmo tempo, os papéis de fã, crítico, consumidor e produtor cultural, a partir da internet e suas redes, relacionando-se a um sistema de produção e circulação de informações sobre os bens culturais.

No entanto, os produtores culturais têm cada vez menos paradigmas consagrados para guiar suas ações, pois referências de legitimidade se sobrepõem, por exemplo: no pós-modernismo, há a esfera autônoma da cultura expandida por todo o domínio do social, e nele tudo passa a ser encarado como “cultural”, desde o valor econômico e do poder do Estado, até as práticas e a própria estrutura da psique; assim, as inovações tecnológicas permitem maior acesso às produções culturais. E é a partir desses exemplos de diferentes utilizações de intertextualidade em produtos da cultura de massa, que vemos que não existe mais um leitor/espectador ingênuo, ele se pergunta o que significa e questiona. E as novas tecnologias facilitam esse processo, elas nos ajudam a repensar o consumo e a crítica cultural. Por isso, existe hoje uma espécie de “cultura à domicílio”, o que provoca uma grande modificação na concepção das atividades culturais.

Se, no passado, era papel da crítica fazer a mediação dessas informações para que o público melhor compreendesse as obras, hoje, muitas vezes, é uma parcela do próprio público que se propõe a assumir essa tarefa, por meio e no espaço virtual.

Autores como Manuel Castells (1999) e Pierre Lévy (1999) já referiam-se à disseminação de um volume cada vez maior de informações pelas TICs e às formas de construção coletiva de conhecimento e de organização da sociedade em redes. O relacionamento dos usuários com a informação muda de foco, diferentemente de época anterior, pois agora as TICs configuram a

possibilidade de criação de espaços menos hierárquicos de circulação de informações, podendo fazer de cada consumidor cultural um potencial crítico ou mediador de informação. Nesse sentido, o surgimento das mídias sociais pode ser visto como um marco na abertura de novas possibilidades para a produção, circulação e fruição cultural.

### **3.2. O Instagram e seu papel como difusor cultural**

O Instagram é uma rede social de fotografia que tem por objetivo a captura e o compartilhamento de fotos para iPhone e Android. Foi criado em 2010, a partir de outro aplicativo e, logo no início, atingiu a marca de 1 milhão de usuários, sendo eleito o melhor aplicativo no iTunes, em 2011, pela Apple. O primeiro recurso que chamou atenção em suas características foi o de adicionar filtros às fotos, reproduzindo lentes de câmeras analógicas.

Por meio dos dispositivos móveis, o indivíduo se mantém conectado e quase sempre disponível, o que o leva a estar sempre produzindo e/ou compartilhando conteúdo, seja sobre si mesmo ou sobre atividades e os ambientes ao seu redor. A presença constante de uma ou mais câmeras na palma da mão, através dos celulares, faz com que a fotografia seja incorporada nos gestos cotidianos e imagens sejam captadas a todo momento. É a essas capturas dos dispositivos digitais que Santaella (2008) fala a respeito, chamando-os de voláteis, ao passo que a facilidade de captura, diante das tecnologias das câmeras analógicas, dispensa cuidados na fotografia, que pode ser capturada sem limites. Além disso, as imagens podem ser compartilhadas facilmente, sem necessidade de uma matriz física.

Chamo essas imagens de "voláteis", pois, além da enorme facilidade que elas instauram para se fotografar qualquer situação, em qualquer lugar, sua natureza digital permite que elas sejam remetidas a quaisquer outros celulares com a mesma capacidade técnica ou para quaisquer terminais de computador em quaisquer pontos do planeta. Isso faz delas imagens fluidas, soltas, viajantes, migrando de um ponto físico a outro com a leveza do ar. (SANTELLA, 2008, p. 386)

E é a partir dessa popularização de câmeras nos celulares e da postagem imediata de todas as fotos em redes sociais que os ajustes minuciosos e o tratamento dessas imagens passaram a ficar em segundo plano. Aliás, os conceitos de beleza também mudaram. Atualmente, possíveis “defeitos” dos antigos dispositivos fotográficos, hoje são explorados nos aplicativos em fotografia em dispositivos móveis, como a distorção de luz da Lomografia e da Polaroid. Ainda assim, programas oferecem pequenas correções de luz, cor, exposição nas fotos.

Antigamente, a fotografia era muito utilizada para retratar o mundo “humano”, com fotos oficiais de famílias ou momentos solenes da vida pública, preservando nos rostos o valor de culto da imagem, com foco nas pessoas (BENJAMIN, 1994). Atualmente, esse valor de culto reporta-se também aos objetos, como afirma Santaella (2008):

Outro conceito que as mídias locativas estão trazendo para o topo das considerações é o conceito de objeto que, na linguagem corrente, chamamos de coisas. Longe de serem inocentes, as coisas trazem consigo uma robusta tradição filosófica. Não podemos nos esquecer de que, em sociedades capitalistas, as coisas deixam de ser coisas. São mercadorias e, como tal, impregnadas de fetichismo, valores psíquicos dissimulados que o capital adere às coisas. (SANTAELLA, 2008, p. 4)

#### **4. PRODUTO CULTURAL: DA FOTOGRAFIA À MOBGRAFIA**

A fotografia voltada ao ambiente do consumo cultural, tem um espaço que traz características marcantes do gênero. Carrega em si uma compreensão da estética da fotografia, quando partimos do seu conceito de críticas, das artes que são encontradas, visitadas e interpretadas nos museus e galerias. A imagem fotográfica no conteúdo cultural é um dos aportes mais importantes dos pilares culturais, trazendo à tona a estética da fotografia como uma maneira de concretizar uma leitura da arte a partir dos vestígios encontrados na imagem.

A fotografia como arte e linguagem está vivendo um momento único, tão importante como foi seu próprio surgimento. Podemos chamar tal

acontecimento como um renascimento da arte, justamente por conta de uma inclusão e compartilhamento; fatos que eram inimagináveis há tempos atrás.

Não há melhor maneira de criar ou contar uma história do que no momento em que ela acontece e ainda poder dividi-la. A mobgrafia permite isso. É um movimento que estimula a arte fotográfica e visual. É a arte em movimento.

Desde 2011, movimentos culturais começaram a despertar a mobgrafia às lentes dos jornalistas e entusiastas do ramo da fotografia, especialmente nos Estados Unidos e na Europa. O trabalho vem sendo consolidado, composto por exposições que premiam as melhores mobgrafias e expondo-as, além de festivais internacionais de filmes capturados e editados via celular.

O movimento engaja muitas pessoas, fotógrafas ou não, a treinarem o olhar artístico e compartilhar com o mundo. A exposição é a forma de reconhecer os talentos dos envolvidos, não necessariamente profissionais; e, muitas vezes, exposições até com premiações – como no FLAMOB (Festival Latino-Americano de Mobgrafias) que acontece, desde 2013, dentro da programação do “MAIO Fotografia” do MIS (Museu da Imagem e do Som), em São Paulo.

Jornais timidamente têm feito matérias a respeito dessa vertente da fotografia tão presente no mundo contemporâneo. No entanto, vemos que a mobgrafia torna-se, aos poucos, um novo produto cultural, gerado do novo conceito de fotografia; tendência forte para os próximos anos, diante de todo o avanço tecnológico e digital, de produção e compartilhamento de conteúdo cultural.

É neste cenário, que encontramos na tese de doutorado de Wagner Souza e Silva (2016), *Foto 0 / Foto 1*, agora transformada em livro, algumas respostas. Souza e Silva propõe justamente a reflexão sobre a evolução e esses dilemas encontrados atualmente na fotografia, desde seu modo tradicional até a configuração da fotografia digital e *mobile* dos dias atuais.

No início, a discussão preeminente é a de como a fotografia pode se enquadrar em um caráter complexo dividindo-se entre o campo da ciência e da

arte; da técnica e do discurso. Segunda Souza e Silva, é “refletir a respeito da trajetória tecnológica da fotografia”. Por isso, é preciso que se desprenda de certas emboscadas, como transformar a fotografia em uma erudita obra de altas escolas, autores e gêneros. Não se trata, no entanto, de negar que ela seja parte integrante do mundo da arte, como criação. Mas, a despeito do seu significado como projeto poético, os caminhos das técnicas (analógica, digital ou *mobile*) também dão a coerência necessária à produção fotográfica.

A ideia é focar na essência da fotografia, deixando um pouco de lado a semântica da imagem e buscando a “possibilidade de retomar a história da fotografia sob uma perspectiva filosófica e não simplesmente estética”, como concluiu Souza e Silva. Desse modo, buscamos entender como as novas produções digitais radicalizam o que já é presente na fotografia desde sempre, tanto como ficção, quanto como documento.

E assim como há a fronteira da arte e ciência para a fotografia, ela também pode se encontrar na ambiguidade entre reprodução e reinterpretação do mundo. E é aí que, muitas vezes, as novas mídias e as novas formas de produção fotográfica aparecem.

Assim, seguimos em movimento de investigação dessas novas formas de enxergar a fotografia, caindo, inevitavelmente na não incomum banalização da imagem e da tecnologia, o que aumenta a sensação de mais do mesmo nas produções, bem como da necessidade de encontrar meios inovadores dessas reproduções e de ressignificação do mundo por meio delas.

Souza e Silva propõe um caminho completo, como a prática cotidiana da fotografia revela-se fundamental para a pesquisa, balizando o discurso do autor e servindo de guia para definir as questões a serem iluminadas pelo trabalho. (2016).

Ele traz as características básicas desde as principais tecnologias utilizadas para a reprodução fotográfica, quando havia a possibilidade de somente uma única cópia, em vidro, até o pleno desenvolvimento de máquinas de pequeno formato, fáceis de usar, que se popularizaram ao longo do século XX. Compreende-se que o mundo da arte e o da criação fotográfica estão intimamente ligados, ainda nesta nova onda, relativa à arte digital, mostrando que há mais similaridades entre as duas tecnologias do que se costuma considerar.

A produção digital radicaliza algo já presente na fotografia analógica: a dupla identidade desse suporte, que pode ser ao mesmo tempo ficção e documento (HIRSZMAN, 2016). Da mesma forma em que reside na fronteira entre arte e ciência, a fotografia se situa muitas vezes numa fascinante dualidade entre reproduzir ou reinterpretar o mundo. E isso qualquer plataforma proporciona quando se têm o olhar sensível do fotógrafo. É a arte fotográfica sendo expressa em seus caracteres de ficção e documental. Ele também faz um movimento de investigação da fotografia digital, baseando-se na inevitável banalização da imagem e da tecnologia, o que potencializa a sensação de mais do mesmo, além de uma crescente dificuldade em encontrar novos caminhos, originais ou inovadores.

A massificação da imagem digital e da presença incontornável da tela como “principal interface”, traz seus desafios e uma tendência cada vez maior à imaterialidade, a dimensão zero da imagem – ou seja, aquela que abandona suportes materiais (metal, vidro ou celuloide) e transforma-se em mera carga elétrica. No entanto, isso não deve ser interpretado com sensação de angústia e impotência, aquele que é gerada pelo excesso e a já citada banalização, mas pode ser interpretada como forma de ampliar alternativas de leitura de bens culturais de consumo.

A possibilidade de retomar a história da fotografia sob uma perspectiva filosófica e não simplesmente estética (SOUZA E SILVA, 2016) identifica também um aumento de estratégias de jogo, de manipulação, criação e leitura da imagem, ou seja, uma espontaneidade e um imediatismo trazidos pelo digital que, até então não havia, e que garantem à fotografia o papel de pequena e única história em si, não mais somente de contadora de uma história a parte e distante.

Com as mobgrafias, encontramos uma busca mais aprimorada na produção cultural fotográfica, além de imagens “novas” e “boas”, que fogem à banalização, constrói-se o desenvolvimento de um trabalho mais consciente, uma tendência pela criação de aberturas capazes de estabelecer uma relação menos aflitiva com a técnica e mais comprometida com os sentimentos e a identificação.

O conceito de mobgrafia ainda é bastante novo, tendo sido difundido entre fotógrafos adeptos desta nova vertente fotográfica, desde o ano de 2011.

Bibliografia a respeito ainda é quase nula. Movimentos culturais têm utilizado o termo, principalmente o quase homônimo mObgraphia, que é uma rede de fotógrafos (profissionais e amadores) que juntam-se em trabalhos e projetos pelo Brasil.

## 5. ENTREVISTAS COM FOTÓGRAFOS

Foram escolhidos como entrevistados produtores de cultura no universo da fotografia e da mobgrafia:

- Alexandre Wittboldt, 45 anos, fotógrafo. Formado em Direito;
- Ana Paula Gomes Borges, 38 anos, advogada. Formada também em administração;
- Cadu Lemos, 55 anos, fotógrafo e produtor cultural. Co-fundador do movimento cultural mObgraphia;
- Ricardo S. Rojas, 52 anos, fotógrafo e produtor cultural. Formado em Desenho Industrial. Co-fundador do movimento cultural mObgraphia;
- Rodrigo Vieira, 39 anos, fotógrafo. Formado em publicidade. Sócio do Studio PRIMO.

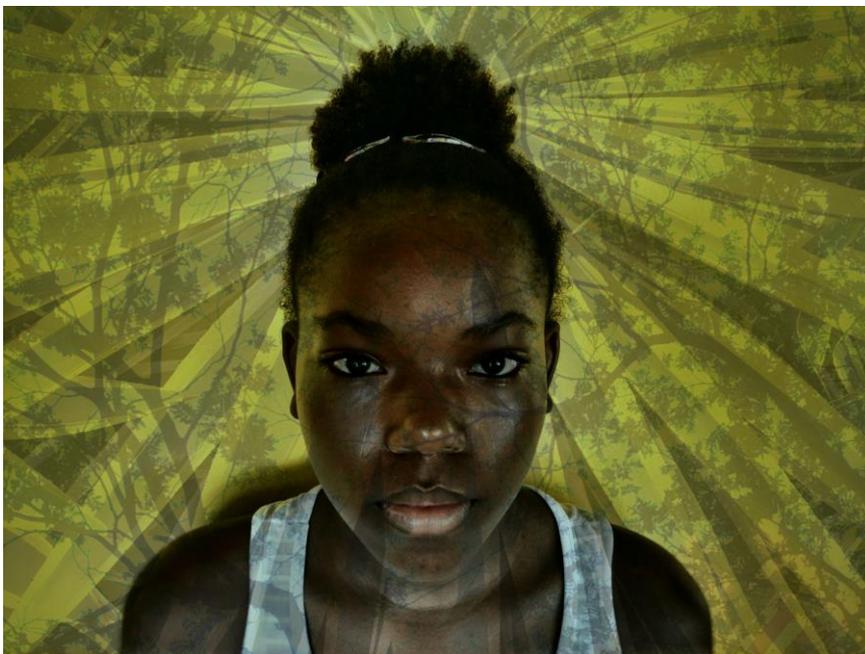
Estes consumidores e compartilhadores desses produtos culturais foram selecionados para compreender de que modo as novas mídias transformaram o acesso aos produtos culturais e modo de consumi-los; qual o papel da fotografia artístico-cultural, fora dos nichos da publicidade e do fotojornalismo; como ocorre a transição da fotografia para a mobgrafia e a quem atinge; de que maneira esse produto cultural é absorvido por quem consome e reproduz esse conteúdo; e, por meio de suas opiniões e experiências, buscar compreender esse universo e estabelecer uma previsão de como esse processo deverá ocorrer futuramente.

Conversando com os fotógrafos que passaram pela transição da câmera para o celular e, hoje, atuam com os dois, percebemos que, indiscutivelmente, é mais fácil e prático carregar um celular no lugar de uma câmera e ter às

mãos a possibilidade do registro a qualquer momento. No entanto, o digital e móvel permite que você conheça o resultado na hora. Segundo Alexandre Wittboldt “é bacana, fácil, prático ter às mãos um aparelho pequeno, discreto e que você consiga editar lá, na hora. Gosto de usar o celular com câmera. Eles são parceiros, sabe. Consigo transferir por wi-fi algumas imagens e editar no celular”. Fotografia é fotografia e ponto. Isso é o que, quase em uníssono, ouvimos dos fotógrafos que aderiram às mobgrafias. Ainda para Wittboldt “no fundo, quem rege o que é bom ou não é você e não o meio utilizado”.

Ao olhar fotos antigas, fotógrafos garantem que apesar de algumas terem o foco prejudicado, por exemplo, isso não muda a história.

A foto, a composição, a luz, a beleza. Acho engraçado hoje esse excesso por buscar a tal qualidade. O que é qualidade? Nitidez? Foco preciso e impecável? 100000 de megapixels? Ou uma foto feita com um dispositivo X, mas que você para e diz: WOW! Ou que te chama a atenção de alguma forma? Particularmente acho cafona, feio esse excesso de definição produzido artificialmente. A imagem tem que fluir naturalmente. Não estou dizendo que fotos altamente definidas me desagradam. De forma alguma. Mas temos fotografias "sujas" sem grande definição, mas maravilhosas. (WITTBOLDT, 2017)



Mobgrafia (fotografia com celular). Autor: Alexandre Wittboldt, 2016.



Fotografia com câmera. Autor: Alexandre Wittboldt, sem data.

Com o nascimento do Instagram e com a facilidade de ter um celular que fazia fotos, muitos apaixonados por fotografia se arriscam a dar cliques. As mobgrafias passam a fazer parte desse cenário naturalmente. E essa democratização da arte pode ser encarada como um ponto muito positivo e interessante para os fotógrafos.

Para Ana Paula G. Borges:

Tenho para mim que fotografia sempre foi uma arte, mas o acesso a essa arte mudou. Hoje, qualquer um com um dispositivo móvel pode acessar como produzir arte. Isso gerou interesse em outras artes que conversam com a fotografia e aumentou em massa a cultura das pessoas. Não vejo como isso possa ter desvalorizado a arte, é uma evolução. (BORGES, 2017)

Alguns não abandonaram suas câmeras DSLR e compactas, mas não abrem mão do prazer que sentem ao trabalhar com os dispositivos móveis e aplicativos. Em 2010, Cadu Lemos descobriu a mobgrafia ao adquirir seu primeiro iPhone, o 3GS, lançado em 2010. Foi no mesmo ano do lançamento do Instagram. Para ele “aquilo foi uma descoberta incrível, os aplicativos, os filtros, as possibilidades”. Foi quando fundou a mObgraphia, quando fotos captadas, editadas e compartilhadas pelo mesmo aparelho, chamaram atenção do seu amigo (e hoje sócio), o fotógrafo Ricardo Rojas, que havia se impressionado com o que vinha vendo no ambiente fotográfico.

Além disso, o *smartphone* não é invasivo, todos têm atualmente e se identificam ao fotografar, tornou-se um ato comum e que permite resultados muito interessantes e naturais. A possibilidade de já tratar/editar e compartilhar então, transfere um poder impensado até pouco tempo atrás, como o de contar a história no momento em que ela acontece (LEMOS, 2017).

Para Cadu Lemos, há alguns anos, alguns fotógrafos e ‘pensadores’ taxaram que o *smartphone* mataria a fotografia, por banalizá-la. “Todo mundo se acha fotógrafo”, diziam, mais por medo do que pela realidade em si. E, para Lemos, ainda é evidente que muito da produção cotidiana de imagens é massificada, mas sempre prevalecerão os fundamentos da boa fotografia e o talento de quem produz a imagem (fotógrafo ou não).

Essa democratização da produção das imagens é um marco que só foi possível com a convergência dos *smartphones* e das redes sociais, o que possibilitou essa ‘nova’ arte que todos podem produzir.



Berlin. Mobgrafia (Samsung S5 Galaxy). Autor: Cadu Lemos, sem data.



O espaço habitado. Fotografia com câmera (Yashica MAT LM, fab. 1957). Autor: Cadu Lemos, 1979.

As mobgrafias podem ser práticas consideradas recentes nas rotinas de trabalho dos fotógrafos. Isso começou há não muito mais 5 anos, impulsionado, principalmente pelas redes sociais e o surgimento do iPhone 3GS. Para Ricardo Rojas, o desafio foi anterior: aceitar o digital. A mobgrafia foi natural.



Piercing (exposição no MIS). Fotografia com câmera. Autor: Ricardo Rojas, 199



Verão 40 graus. Ensaio com smartphone. Autor: Ricardo Rojas, 2017.

Eu costumo dizer que quando as câmeras digitais surgiram, eu perdi totalmente a “autoria” e “liberdade” no meu dia-a-dia da fotografia comercial (publicitária), o que não acontece com a mobgrafia que me devolve a autoria e controle sobre o resultado final. Eu capto, edito e publico/compartilho com total autonomia e controle. (ROJAS, 2017)

A câmera exige que você entenda o que está fazendo, o celular não. Por outro lado, o celular permite uma maior integração ao espaço e com as pessoas ao redor.

Para Rodrigo Vieira, é muito importante passar invisível ao fazer fotografia de rua e o celular permite isso muito bem. Vieira fez o caminho inverso ao comum: começou a fotografar pelo celular e depois passou para as câmeras.

Alguns fotógrafos consideram, muitas vezes, que a fotografia de celular acaba sendo muito menos sofisticada, principalmente pelas limitações dos aparelhos. Vieira não.



Fotografia com câmera (uso de flash). Autor: Rodrigo Vieira, sem data.



Fotografia com celular. Autor: Rodrigo Vieira, sem data.

Para os fotógrafos entrevistados, o que mais importa na discussão de plataformas e meios, sejam eles digitais ou não, o mais importante sem é o olhar, a percepção da cena, da luz e em contar histórias. É preciso ter a sensibilidade, o talento, o olhar. E se a pessoa é um fotógrafo, poderá fazer grandes imagens com uma câmera, com um celular, com um Polaroid com uma Lomo, com qualquer tipo de equipamento.

O que caracteriza o mais bonito e importante da arte, é desenvolver um olhar e linguagem. No entanto, o olhar não muda. É preciso somente se ajustar a ferramenta. Como diz Cadu Lemos, o fato de ter um computador com Word instalado, não transforma ninguém em escritor. O mesmo se aplica aos *smartphones*.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisar o tipo de produto cultural e audiência oriundos das novas mídias e verificar o modo de como os produtos culturais passaram a ser produzidos por meio de novas plataformas, além de compreender a busca do público que compartilha e consome conteúdo e a transição da fotografia tradicional para a popularização e aceitação da mobgrafia pelo público e pelos profissionais foram alguns dos pontos principais na análise proposta por esse artigo.

Para iniciarmos isso, buscou-se como as novas mídias influenciaram os costumes de produção, compartilhamento e consumo de produtos culturais, partindo da análise dos conceitos de cultura e verificando o avanço com o passar dos tempos, revendo o papel de veículos de comunicação cultural e das mídias sociais nesse fomento e difusão.

E, a partir do estudo do conceito de cultura, busca-se perceber não somente o advento e crescimento das plataformas novas e mídias e sua utilização, mas também de que modo este acontecimento interfere no cenário atual da fotografia. Partindo dessas análises, foi observado como ocorre a transição da fotografia tradicional para a fotografia mobile, denominada mobgrafia, e qual a influência das novas mídias e costumes de usabilidade, produção e compartilhamento foram adquiridos por meio desta transformação cultural.

No entanto, é preciso entender onde o mercado cultural ganha forças com a chegada das novas mídias. Vamos além da crítica de arte e às grandes exposições. A fotografia passa a ser de todos e não somente de uma elite com acesso às grandes galerias e equipamentos. Depara-se, então, com uma visão mercadológica, a cultura é relacionada às agendas de artes e espetáculos. No âmbito antropológico, ela é o que difere do padrão social.

Novas possibilidades são recriadas, atingindo a todas as camadas da sociedade e é quando nos deparamos, por exemplo, com a cultura como bem de consumo, com interfaces que se entrelaçam entre produtores e consumidores, enxergamos esse consumo de modo mais nítido, embora diferente de como víamos até então.

As mídias sociais representam uma convergência tecnológica digital que provoca impactos intensos em toda a estrutura da Comunicação Social. Tendo em vista que o impacto social da difusão tecnológica é percebido por mudanças no comportamento dos consumidores/produtores de informações, vemos que a hierarquia entre emissor e receptor é uma das características oriundas dos tradicionais modelos de produção jornalística e cultural e, também, é onde encontramos a tentativa de metaforizar a nova configuração das plataformas digitais conectadas.

As tecnologias de informação e comunicação (TICs), ao desenvolverem novas formas de produção, circulação e recepção de produtos simbólicos, também colaboraram para tornar a cena cultural contemporânea cada vez mais complexa. Muitas esferas de informação se unem a produtos culturais, o que sinaliza um novo tipo de conhecimento que é necessário para a crítica, para o consumo e até para a própria compreensão dessas mercadorias culturais únicas. A partir dos recursos possibilitados pelas novas tecnologias, o “consumidor cultural” pode exercer e acumular, ao mesmo tempo, os papéis de fã, crítico, consumidor e produtor cultural, a partir da internet e suas redes, relacionando-se a um sistema de produção e circulação de informações sobre os bens culturais.

Então, encontramos a fotografia que, como arte e linguagem está vivendo um momento único, tão importante como foi seu próprio surgimento. Podemos chamar tal acontecimento como um renascimento da arte, justamente por conta de uma inclusão e compartilhamento; fatos que eram inimagináveis há tempos atrás. A possibilidade do imediatismo trazido pelo digital que, até então não havia, e que garantem à fotografia o papel de pequena e única história em si, não mais somente de contadora de uma história à parte e distante.

Com as mobgrafias, encontramos uma busca mais aprimorada na produção cultural fotográfica, que vai além de imagens repletas de qualidade

técnica, que fogem à banalização e constroem o desenvolvimento de um trabalho mais consciente, de produtores artísticos que também são consumidores e sentem essa liberdade. É uma tendência pela criação de aberturas capazes de estabelecer uma relação menos aflitiva com a técnica e mais comprometida com os sentimentos e a identificação. O olhar e o sentimento dão à arte e à produção cultural maior liberdade e abertura. É uma espécie de evolução.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHINI, Zélia Leal. **Informação on-line: jornalista ou produtor de conteúdos?**. Online.

ALMEIDA, Marco Antonio de. **Informação, tecnologia e mediações culturais**. Perspectivas em Ciência da Informação, Special Issue, 2009

ALMEIDA, Marco Antônio de. **Processos culturais & convergências tecnosociais**. Revista do centro de pesquisa e formação, 2016

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2003

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. Trad. Sandra Castello Branco. São Paulo: UNESP, 2005.

FRANCO, A. **Capital social e desenvolvimento local**. Online – 15/05/2004

JUNIOR, Walter Teixeira Lima. **Mídia social conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital**. São Paulo: Líbero, 2009

LEMOS, André. **Cibercultura, cultura e identidade. Em direção a uma “cultura copyleft”?**. Online, 2004

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2015.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2008.

PRETTO, NL., and SILVEIRA, SA., orgs. **Além das redes de colaboração**. Salvador: EDUFBA, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

SILVA, Wagner Souza e. **FOTO 0 / FOTO 1**. São Paulo: Edusp, 2016.

#### **Sites:**

Mobgraphia – o que é mobgrafia. Disponível em: <https://mobgraphia.com/about/> - acessado em 21/08/2016 às 16h22

Flamob 2016 - Disponível em: <https://mobgraphia.com/5455-2/> - acessado em 21/08/2016 às 16h37

As mudanças no jornalismo cultural - Por Mariana Ramos Pimentel. Disponível em: [http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/\\_ed720\\_as\\_mudancas\\_no\\_jornalismo\\_cultural/](http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/_ed720_as_mudancas_no_jornalismo_cultural/) - acessado em 21/08/2016 às 19h43

**Entrevistas:**

**Alexandre wittboldt**, fotógrafo. Entrevista concedida à Mayra G. R. Bortone por e-mail (mayrabortone@hotmail.com) em abril de 2017.

**Ana Paula Gomes Borges**, advogada. Entrevista concedida à Mayra G. R. Bortone por e-mail (mayrabortone@hotmail.com) em abril de 2017.

**Cadu Lemos**, fotógrafo e produtor cultural. Entrevista concedida à Mayra G. R. Bortone por e-mail (mayrabortone@hotmail.com) em abril de 2017.

**Ricardo S. Rojas**, fotógrafo e produtor cultural, formado em Desenho Industrial. Entrevista concedida à Mayra G. R. Bortone por e-mail (mayrabortone@hotmail.com) em abril de 2017.

**Rodrigo Vieira**, publicitário e fotógrafo. Entrevista concedida à Mayra G. R. Bortone por e-mail (mayrabortone@hotmail.com) em abril de 2017.

**APÊNDICE A – ENTREVISTA COM ALEXANDRE WITTBOLDT – Concedida à Mayra G. R. Bortone por e-mail (mayrabortone@hotmail.com) em abril de 2017.**

**1. Apresentação:** 45 anos, fotógrafo, formado em Direito.

**2. Qual sua relação com a fotografia? Conte um pouco sobre como foram desenvolvidos seus trabalhos, há quanto tempo.**

Tomei gosto pela fotografia através do cinema e comecei a me preocupar mais em aprimorar a fotografar em algumas viagens que fiz nos idos de 99/ 2000. O filme dominava. Comecei a estudar fotografia por conta própria até iniciar um curso. E não parei mais.

**3. Em que momento de sua trajetória profissional as mobgrafias passaram a fazer parte de sua rotina? Como foi esse processo de fotografar com outros aparelhos, que não câmeras?**

Não lembro bem quando, mas comprei um celular com uma câmera bem ruim. Gostava de brincar com ele, principalmente pela facilidade de carregar e ter à mão uma câmera a qualquer momento. Mas, não funcionava bem. As imagens eram péssimas, salvo algumas que poderiam seguir uma linguagem mais livre. A mobgrafia entrou forte mesmo faz uns 3 anos, por aí. Particularmente, eu prefiro a pegada de uma câmera. Fotografar com o celular é muito prático e hoje conseguimos ótimos resultados. Encaro a fotografia com celular como, digamos, mais desprezioso sem deixar de ser profissional quando é necessário. Na verdade, o digital possibilita isso. Até porque você tem lá o resultado na hora. É bacana, fácil, prático ter às mãos um aparelho pequeno, discreto e que você consiga editar lá, na hora. Gosto de usar o celular com câmera. Eles são parceiros, sabe. Consigo transferir por wi-fi algumas imagens e editar no celular. No fundo, pra mim, fotografia é fotografia.

**4. Na sua opinião, quais as principais diferenças entre fotografar com câmera e com aparelhos móveis? (Técnica, qualidade de imagem, facilidades de locomoção com equipamentos)**

Como mencionei, prefiro as câmeras. Sobretudo as mirrorles que são menores, leves e tem uma boa pegada. E isso ajuda demais no transporte. O celular acaba limitando em casos específicos. Tudo é fotografia e depende daquilo que você quer ou um cliente almeja. É totalmente possível fazer fotos profissionais

com qualquer câmera, aparelho. Quem rege o que é bom ou não é você e/ou cliente.

**5. E o que há de semelhante, o que não muda, independentemente do meio utilizado?**

Fotografia é fotografia e ponto. Olhando fotos antigas, muitas vezes vemos fotos com o foco prejudicado, não 100% nítidas. E daí? A história está lá. A foto, a composição, a luz, a beleza. Acho engraçado hoje esse excesso por buscar a tal "qualidade". O que é qualidade? Nitidez? Foco preciso e impecável? 100000 de megapixels? Ou uma foto feita com um dispositivo X, mas que você para e diz: WOW! Ou que te chama a atenção de alguma forma? Particularmente acho cafona, feio esse excesso de definição produzido artificialmente. A imagem tem que fluir naturalmente. Não estou dizendo que fotos altamente definidas me desagradam. De forma alguma. Temos, por exemplo, Ansel Adams que fotografava com câmeras de grande formato e cuja definição das imagens são fantásticas. Alguns fotógrafos contemporâneos, como Robert Polidori, trabalham com câmeras "antigas" de grande formato e chegam a resultados impressionantes, aliados à tecnologia também. E temos fotografias "suas" sem grande definição, mas maravilhosas. Citaria Daido Moriyama.

**6. Como acredita que novas plataformas digitais, aplicativos de edição e as novas mídias mudaram o modo de enxergar a fotografia, como campo da arte?**

A arte não tem limites. Novidades são sempre bem-vindas e acrescentam possibilidades. São inclusivas. A fotografia ficou "fácil". Até que ponto? A imagem final ainda é aquela produzida durante anos, ou seja, com a sua formação, seu olhar, sua criatividade e sua vontade. O resultado? Gosto não se discute.

**7. O Instagram trouxe à fotografia um cenário mais livre. A fotografia nas mídias sociais passou a ser enxergada como um bem de consumo cultural, um campo permissivo a todos acessarem, para muito além de fotógrafos profissionais ou já consagrados no meio. Como você enxerga essa abertura? Pode ser considerado positivo por disseminação da arte ou negativo por desvalorização da mesma?**

Não acho que foi o Instagram o precursor. Foi a internet. Havia o Fotolog, os blogs, sites de compartilhamento de imagens, o Orkut, etc. O Instagram foi genial por unir uma rede social e um dispositivo que possibilita edição na hora e nele próprio com seus filtros e aspectos diversos. O formato é muito bacana. Acho que tudo que é inclusivo, excelente.

**8. Mobgrafias são extensamente produzidas diariamente, plataformas móveis são como extensões do corpo. Como enxerga o futuro? Quais as prováveis mudanças ou evoluções?**

Sinceramente, o futuro está mais para presente. Quando assistia a alguns filmes, seriados e desenhos na década de 80 ficava atônito com algumas evoluções tecnológicas. Hoje tudo é tão rápido que muitas vezes não dá nem pra pensar muito. Para mim, houve uma estabilização. Tenho câmeras e celulares e uso o essencial. Existem recursos que nem uso. A briga vai continuar: quem faz mais quem tem mais. Lembro de uma piada que meu pai fala até hoje: comprei um relógio que você pode mergulhar até 1000m que ele aguenta. Ok, bom mergulho!

**APÊNDICE B – ENTREVISTA COM ANA PAULA GOMES BORGES –  
Concedida à Mayra G. R. Bortone por e-mail (mayrabortone@hotmail.com)  
em abril de 2017.**

**1. Apresentação:** 38 anos, advogada, formada em administração e direito.

**2. Qual sua relação com a fotografia? Conte um pouco sobre como foram desenvolvidos seus trabalhos, há quanto tempo.**

Desde criança sou uma apaixonada por cinema. Com o tempo comecei a notar a técnica utilizada nos filmes, como a fotografia, direção de arte. Foi com isso que comecei a buscar a fotografia e a entende-la como arte. Porém, nunca achei que fosse fotografar, era só uma apreciadora.

Com o nascimento do Instagram e a facilidade de ter um celular que fazia fotos me arrisquei a dar uns cliques e há cinco anos venho clicando por aí.

**3. Em que momento de sua trajetória profissional as mobgrafias passaram a fazer parte de sua rotina? Como foi esse processo de fotografar com outros aparelhos, que não câmeras?**

Eu já comecei a fotografar com o celular, então para mim isso foi algo muito natural. As mobgrafias passaram a fazer parte da minha desde o início e posteriormente eu vim a adquirir uma câmera. Hoje mesclo usando os dois dispositivos.

**4. Na sua opinião, quais as principais diferenças entre fotografar com câmera e com aparelhos móveis? (Técnica, qualidade de imagem, facilidades de locomoção com equipamentos)**

Atualmente, temos dispositivos móveis que fazem fotos com a mesma qualidade de uma câmera, a maior dificuldade é trabalhar com eles com a falta de luz, mas é muito possível. Com relação a facilidade, é absolutamente diferente, pois um equipamento móvel cabe no bolso e já as câmeras, em geral, ocupam espaço e são pesadas.

**5. E o que há de semelhante, o que não muda, independentemente do meio utilizado?**

A fotografia. É possível fazer a mesma fotografia com ambos os dispositivos trabalhando bem o uso da luz e o ângulo.

**6. Como acredita que novas plataformas digitais, aplicativos de edição e as novas mídias mudaram o modo de enxergar a fotografia, como campo da arte?**

Tenho para mim que fotografia sempre foi uma arte, mas o acesso a essa arte mudou. Hoje, qualquer um com um dispositivo móvel pode acessar como produzir arte.

**7. O Instagram trouxe à fotografia um cenário mais livre. A fotografia nas mídias sociais passou a ser enxergada como um bem de consumo cultural, um campo permissivo a todos acessarem, para muito além de fotógrafos profissionais ou já consagrados no meio. Como você enxerga essa abertura? Pode ser considerado positivo por disseminação da arte ou negativo por desvalorização da mesma?**

Acredito que essa abertura foi totalmente positiva, além da disseminação da arte fotográfica, gerou interesse em outras artes que conversam com a fotografia e aumentou em massa a cultura das pessoas. Não vejo como isso possa ter desvalorizado a arte, é uma evolução.

**8. Mobgrafias são extensamente produzidas diariamente, plataformas móveis são como extensões do corpo. Como enxerga o futuro? Quais as prováveis mudanças ou evoluções?**

Não costumo pensar muito no futuro porque é meio assustador pensar na velocidade das coisas. Mas, acredito que as coisas serão cada vez mais digitais e simples. Creio que chegará um momento que os dispositivos não precisaram ser carregados nos bolsos, serão parte inerente do ser humano, assim como a arte.

**APÊNDICE C – ENTREVISTA COM CADU LEMOS – Concedida à Mayra G. R. Bortone por e-mail (mayrabortone@hotmail.com) em abril de 2017.**

**1. Apresentação:** 55 anos, *coach*, produtor cultural e fotógrafo.

**2. Qual sua relação com a fotografia? Conte um pouco sobre como foram desenvolvidos seus trabalhos, há quanto tempo.**

Comecei a fotografar no início da minha adolescência, com 12 ou 13 anos, guiado pelo pai de um amigo de infância, Luís Humberto, um grande fotojornalista, arquiteto e que foi um dos fundadores da Universidade de Brasília. Com ele, efetivamente descobri minha paixão pela fotografia e tive, além dele, referências importantes na época (e que assim são até hoje, como Maureen Bisilliat, Nair Benedicto entre outros).

Em 1979, com 17 anos, fui premiado como jovem talento pelo Instituto dos Arquitetos do Brasil, que produziu um catálogo e uma exposição com o tema “O espaço habitado”. Meu trabalho foi todo produzido em uma câmera Yashica Mat LM 6x6, ou seja, com o filme quadrado. Mal sabia eu que, no futuro, isso ia fazer uma grande diferença...

**3. Em que momento de sua trajetória profissional as mobgrafias passaram a fazer parte de sua rotina? Como foi esse processo de fotografar com outros aparelhos, que não câmeras?**

Embora não tenha seguido a profissão de fotógrafo, e sim de publicitário e executivo, nunca abandonei a fotografia e me reconectei inteiramente com ela quando surgiu o fenômeno do ‘digital’. Comprei algumas câmeras (DSLR e compactas), mas o prazer veio mesmo com o meu primeiro iPhone, o 3GS, lançado em 2010, no mesmo ano do lançamento do Instagram. Aquilo foi uma

descoberta incrível, os aplicativos, os filtros, as possibilidades. A mObgraphia® começava a surgir aí, quando minhas fotos captadas, editadas e compartilhadas pelo mesmo aparelho, chamaram à atenção do meu amigo (e hoje sócio) fotógrafo Ricardo Rojas, que havia se impressionado com o que vinha vendo e sugeriu que eu passasse a dar dicas sobre as técnicas. A mObgraphia Cultura Visual nascia aí, com a produção de workshops para fotógrafos e não fotógrafos que queriam aprender mais sobre como utilizar seus *smartphones* em todo o seu potencial de produção de imagens (fotos e vídeos).

**4. Na sua opinião, quais as principais diferenças entre fotografar com câmera e com aparelhos móveis? (Técnica, qualidade de imagem, facilidades de locomoção com equipamentos)**

Além da óbvia maneabilidade, leveza, um dos principais pontos é a discrição, especialmente se for fotografar na rua, ou mesmo retratos e cotidiano. O *smartphone* não é invasivo, todos têm e se identificam ao fotografar, ato comum e corriqueiro, o que permite resultados muito interessantes e naturais. A possibilidade de já tratar/editar e compartilhar então, transfere um poder impensado até pouco tempo atrás, como o de contar a história no momento em que ela acontece.

**5. E o que há de semelhante, o que não muda, independentemente do meio utilizado?**

O olhar do fotógrafo. Câmeras e celulares são apenas ferramentas.

**6. Como acredita que novas plataformas digitais, aplicativos de edição e as novas mídias mudaram o modo de enxergar a fotografia, como campo da arte?**

As possibilidades de criação/edição/tratamento são enormes, nunca se fotografou tanto e nunca se viu tanta imagem em qualquer lugar, a qualquer momento. Nossa comunicação é visual e, além do registro fotográfico, ou em vídeo, a possibilidade de se criar arte a partir de uma foto é enorme e dá vazão a uma enorme quantidade de técnicas e produções de artistas que não são fotógrafos.

**7. O Instagram trouxe à fotografia um cenário mais livre. A fotografia nas mídias sociais passou a ser enxergada como um bem de consumo cultural, um campo permissivo a todos acessarem, para muito além de**

**fotógrafos profissionais ou já consagrados no meio. Como você enxerga essa abertura? Pode ser considerado positivo por disseminação da arte ou negativo por desvalorização da mesma?**

Há alguns anos atrás (coisa de no máximo quatro anos), alguns fotógrafos e ‘pensadores’ taxaram que o *smartphone* mataria a fotografia, por banalizá-la. “Todo mundo se acha fotógrafo”, diziam, mais por medo do que pela realidade em si. Obviamente, a maior parte da produção cotidiana de imagens, é massificada, descartável. Mas prevalecem os fundamentos da boa fotografia sempre e o talento de quem produz a imagem (fotógrafo ou não). A democratização da produção das imagens é um marco que só foi possível com a convergência dos *smartphones* e das redes sociais, o que possibilitou essa ‘nova’ arte que todos podem produzir. O fato de ter um computador com Word instalado, não transforma ninguém em escritor. O mesmo se aplica aos *smartphones*.

**8. Mobgrafias são extensamente produzidas diariamente, plataformas móveis são como extensões do corpo. Como enxerga o futuro? Quais as prováveis mudanças ou evoluções?**

Não vejo nenhuma grande modificação num futuro próximo. Essa questão, equivocada a meu ver, de se querer saber o que virá depois do *smartphone*, deve ser ajustada. A pergunta certa é: agora que tenho essa ferramenta poderosa na mão, o que mais posso fazer com ela?

**APÊNDICE D – ENTREVISTA COM RICARDO S. ROJAS – CONCEDIDA à Mayra G. R. Bortone por e-mail (mayrabortone@hotmail.com) em abril de 2017.**

**1. Apresentação:** 52 anos, fotógrafo e produtor cultural. Formado em Desenho Industrial pelo Mackenzie.

**2. Qual sua relação com a fotografia? Conte um pouco sobre como foram desenvolvidos seus trabalhos, há quanto tempo.**

Tomei conhecimento do meu gosto pela fotografia quando era adolescente e fotografava esportes que eu praticava (remo e surf); década de 80. Quando percebi que era o que realmente o que eu pretendia seguir (já preparando minha primeira exposição) resolvi aprender, foi quando entrei como assistente

do Estúdio Abril; anos 88/89/90. (Da Editora Abril – minha primeira e grande escola).

**3. Em que momento de sua trajetória profissional as mobgrafias passaram a fazer parte de sua rotina? Como foi esse processo de fotografar com outros aparelhos, que não câmeras?**

As mobgrafias são bem recentes na minha rotina de “trabalho”. Isso começou há, mais ou menos, 5 a 6 anos, impulsionado, principalmente pelas redes sociais e o surgimento do iPhone 3GS, que proporcionava uma característica mais marcante na câmera do celular. Para mim foi uma transição muito, MUITO tranquila. Tive muito mais resistência em assumir o digital do que assumir a mobgrafia. Eu costumo dizer que: quando as câmeras digitais surgiram, eu perdi totalmente a “autoria” e “liberdade” no meu dia-a-dia da fotografia comercial (publicitária), o que não acontece com a mobgrafia que me devolve a autoria e controle sobre o resultado final. Eu capto, edito e publico/compartilho com total autonomia e controle.

**4. Na sua opinião, quais as principais diferenças entre fotografar com câmera e com aparelhos móveis? (Técnica, qualidade de imagem, facilidades de locomoção com equipamentos)**

Temos que concordar que é muito, MUITO mais prático, leve fácil de sair com o celular do que com câmeras, lentes, etc. Não acho justo compararmos a qualidade, porque estamos falando de coisas diferentes. Eu posso comparar a qualidade de equipamentos do mesmo seguimento (uma lente fotográfica de uma câmera DSLR com outra lente DSLR; um *smartphone* com outro *smartphone*, mas não dá pra comparar um *smartphone* com uma lente para câmeras, são construções diferentes.) Mas o que acho que podemos comentar é que uma câmera tem (ou tinha) seu propósito de ter sempre uma qualidade que atendesse o mercado (editorial) e os *smartphones*, com resultado de definição e tamanho de arquivos inferiores aos das câmeras tem o propósito de atender basicamente as redes sociais que, hoje, são o grande meio de comunicação existente e para isso eles são melhores do que as câmeras.

Para fotografar com uma câmera precisamos ter um pouco mais de conhecimento, porém o mais importante está no olhar, na percepção da cena, da luz e em contar histórias, seja com uma câmera ou com um celular.

**5. E o que há de semelhante, o que não muda, independentemente do meio utilizado?**

A sensibilidade, o talento, o olhar. Eu acho que a pessoa é ou NÃO é um fotógrafo. E se essa pessoa é um fotógrafo, vai fazer grandes imagens com uma câmera, com um celular, com um Polaroid com uma Lomo, com qualquer tipo de equipamento.

**6. Como acredita que novas plataformas digitais, aplicativos de edição e as novas mídias mudaram o modo de enxergar a fotografia, como campo da arte?**

Eu acho que a fotografia continua sendo a fotografia e tendo sua importância na comunicação. Talvez, hoje, a imagem seja mais importante nessas novas mídias do que há 10 anos, mas o fato é que a forma de fazer comunicação mudou. Essas novas “plataformas” é que estão fazendo a comunicação e, conseqüentemente a fotografia, passarem por uma transição, nunca antes vivida.

**7. O Instagram trouxe à fotografia um cenário mais livre. A fotografia nas mídias sociais passou a ser enxergada como um bem de consumo cultural, um campo permissivo a todos acessarem, para muito além de fotógrafos profissionais ou já consagrados no meio. Como você enxerga essa abertura? Pode ser considerado positivo por disseminação da arte ou negativo por desvalorização da mesma?**

O Instagram, Facebook, e todas essas plataformas promovem/trabalham/incentivam a geração de imagem o que faz com que tenhamos muito mais gente fazendo imagem, isso não transforma todo mundo em fotógrafo, mas possibilita que artistas e/ou fotógrafos talentosos possam mostrar seu trabalho e se tornarem conhecidos. Temos que entender que não é o número de seguidores que transforma uma pessoa em um excelente fotógrafo (até pode ser), essas pessoas são influenciadoras.

**8. Mobgrafias são extensamente produzidas diariamente, plataformas móveis são como extensões do corpo. Como enxerga o futuro? Quais as prováveis mudanças ou evoluções?**

Eu tento entender o que vem por aí, mas acho que daqui um tempo o celular não vai mais existir. Não sei, ainda de que forma irei fotografar, mas aparecerá outra “ferramenta”.

**APÊNDICE E – ENTREVISTA COM RODRIGO VIEIRA – CONCEDIDA à Mayra G. R. Bortone por e-mail (mayrabortone@hotmail.com) em abril de 2017.**

**1. Apresentação:** 39 anos. Publicitário formado pela FAAP. Fotógrafo sócio do Studio PRIMO.

**2. Qual sua relação com a fotografia? Conte um pouco sobre como foram desenvolvidos seus trabalhos, há quanto tempo.**

Minha relação com a fotografia começou em 2009 com o iPhone 3GS. Em 2010 eu descobri a fotografia de rua e não parei mais. Sempre fui diretor de arte e, em 2015, o hobby virou profissão.

**3. Em que momento de sua trajetória profissional as mobgrafias passaram a fazer parte de sua rotina? Como foi esse processo de fotografar com outros aparelhos, que não câmeras?**

No meu caso, foi o contrário - eu comecei no celular e fui para as câmeras. Acho que foi importante eu desenvolver um "olhar" antes de partir para a câmera. Quando eu comecei a fotografar com câmera, eu já tinha uma linguagem bem desenvolvida.

**4. Na sua opinião, quais as principais diferenças entre fotografar com câmera e com aparelhos móveis? (Técnica, qualidade de imagem, facilidades de locomoção com equipamentos)**

Em termos técnicos, tudo muda. A câmera exige que você entenda o que está fazendo, o celular não. Por outro lado, o celular permite uma maior integração ao espaço e com as pessoas ao redor. É muito importante passar invisível ao fazer fotografia de rua e o celular permite isso muito bem. Quanto à qualidade, acho, sinceramente, que o celular ainda não chega perto de uma câmera com uma boa lente. A fotografia de celular acaba sendo muito menos sofisticada, principalmente pelas limitações dos aparelhos.

**5. E o que há de semelhante, o que não muda, independentemente do meio utilizado?**

O olhar. O olhar não muda. Você só precisa se ajustar a ferramenta. A mesma semelhança existe ao fotografar com médio formato, polaroide, etc.

**6. Como acredita que novas plataformas digitais, aplicativos de edição e as novas mídias mudaram o modo de enxergar a fotografia, como campo da arte?**

Acho que é um processo. O que eu vejo, hoje, é que, quando falamos de Arte, estamos falando de processos cada vez mais sofisticados de captação e edição de imagem. O celular é exatamente o oposto disso. Mas essa é uma discussão que tem data de validade. Estamos vendo surgir celulares cada vez mais sofisticados e a diferença entre a fotografia de celular e a fotografia tradicional vai, aos poucos, desaparecendo.

**7. O Instagram trouxe à fotografia um cenário mais livre. A fotografia nas mídias sociais passou a ser enxergada como um bem de consumo cultural, um campo permissivo a todos acessarem, para muito além de fotógrafos profissionais ou já consagrados no meio. Como você enxerga essa abertura? Pode ser considerado positivo por disseminação da arte ou negativo por desvalorização da mesma?**

Não acredito em banalização da fotografia. Acredito em uma democratização da fotografia.

**8. Mobgrafias são extensamente produzidas diariamente, plataformas móveis são como extensões do corpo. Como enxerga o futuro? Quais as prováveis mudanças ou evoluções?**

Acho que essa barreira entre fotografia de celular e fotografia tradicional vai desaparecer. O futuro é perdermos o prefixo "mobile" e tudo virar fotografia.