



Universidade de Brasília – UnB

Faculdade de Comunicação – FAC

Departamento de Audiovisual e Publicidade - DAP

Lomografia e Juventude: Consumo, Cultura Material e Rolês

Autor: Bruno Borges Gallo Soares

Matrícula: 09/07740

Orientadora: Fernanda Casagrande Martineli

Brasília, Distrito Federal

Outubro de 2012



Universidade de Brasília – UnB

Faculdade de Comunicação – FAC

Departamento de Audiovisual e Publicidade – DAP

Lomografia e Juventude: Consumo, Cultura Material e Rolês

Autor: Bruno Borges Gallo Soares

Monografia apresentada à Banca Examinadora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como exigência final para obtenção do título de Bacharel em Comunicação com habilitação em Publicidade e Propaganda, sob orientação da Professora Doutora Fernanda Casagrande Martineli.

Brasília, Distrito Federal

Outubro de 2012

**Lomografia e Juventude:
Consumo, Cultura Material e Rolês**

Bruno Borges Gallo Soares

BANCA EXAMINADORA

.....
Professora Doutora Fernanda Martineli
(orientadora)

.....
Professora Doutora Cláudia Sanz

.....
Professor Doutor Tiago Quiroga

GALLO SOARES, Bruno B.

Lomografia e Juventude: Consumo, Cultura Material e Rolês

72 páginas.

Projeto Final em Publicidade e Propaganda - Departamento de Audiovisual e
Publicidade - Faculdade de Comunicação - Universidade de Brasília.

Brasília, 2012.

1. Lomografia 2. Juventude 3. Consumo 4. Fotografia

AGRADECIMENTOS

Fazer esta monografia foi mais do que pesquisa, metodologia, escrita. Foi uma oportunidade de autoconhecimento, assim como de maior entendimento do que é a Universidade e do seu papel na sociedade. Desta forma, começo meu agradecimento com aqueles que me ensinaram durante o ensino universitário, os professores. Agradeço especialmente à minha orientadora, Fernanda Martineli, que sempre me apoiou, ensinou e, antes de tudo, inspirou a fazer um trabalho melhor. A sua dedicação foi essencial para que o presente trabalho pudesse ser concluído, assim como foi muito importante para que eu lembrasse o quanto gosto do ensino acadêmico. Aos ensinamentos, conselhos e carinho, meus sinceros agradecimentos.

Devo agradecer também à Marianna Holanda que, mesmo antes do começo do trabalho presente, me influenciou e apoiou para que ele pudesse ser concluído. Obrigado pelas lomografias, pela Fisheye e por lomografar-me tanto.

Agradeço também à minha irmã Carolina, que desde a mais tenra infância foi um modelo de vida, além de minha melhor amiga.

Agradeço a minhas avós, Vera e Gilda, que sempre acreditaram em mim, com carinho, dedicação e amor.

Aproveito para agradecer ao meu grande amigo Ricardo Troccoli, que, com palavras de sabedoria, me ajudou a superar meus limites, dia-a-dia.

Por fim, agradeço a meu pai, meu melhor amigo, sem o qual nada disso seria possível. Não fosse sua motivação, seus ensinamentos, seu eterno apoio e amor, nada do que fiz até aqui teria o mesmo valor.

RESUMO

Pretende-se, com este estudo, entender como os conceitos de Lomografia e Juventude se constroem de maneira mútua, por meio da observação participante de um grupo de lomógrafos da cidade de Brasília, nos chamados Lomo-Rolês. A partir da ótica do consumo e da cultura material, a câmera, o filme fotográfico e a prática lomográfica foram compreendidos como símbolos sociais que permitem uma análise crítica da Lomografia e da cultura juvenil. Lomografia e Juventude são, portanto, pontos de partida para a compreensão de como se estabelece uma nova lógica fotográfica, onde a fotografia analógica é ressignificada e revalorizada, com base na materialidade, na história dos objetos e na cultura juvenil.

Palavras-chave: Lomografia; Juventude; Consumo; Fotografia

ABSTRACT

The present work is intended to understand how the concepts of Lomography and Youth help to built each other, with the use of participant observation of a group of lomographers from Brasilia, in the so-called *Lomo-Rolês*. Based on the consumption and material culture studies, the camera, the film and the lomographic practices were taken as social symbols that lead to a critical analysis of the Lomography and the youth culture. Lomography and Youth are, in this sense, key points to the comprehension of how a new photographic logic is being established, where the analog photography is resignified and revaluated, with the use of materiality, history of the objects involved and the youth culture.

Key-word: Lomography; Youth; Consumption; Photography

SUMÁRIO

RESUMO	6
ABSTRACT	7
1 PRÓLOGO.....	9
2. INTRODUÇÃO	10
2.1 PESQUISA: CAMINHOS E DESCOBERTAS	10
3. LOMOGRAFIA: SUAS HISTÓRIAS, ORIGENS E MEMÓRIAS	16
3.1 O INÍCIO	17
3.2 A POPULARIZAÇÃO.....	20
4. METODOLOGIA E TÉCNICAS DE PESQUISA	22
5. REFERENCIAIS TEÓRICOS	26
5.1 POR QUE ALGUMAS COISAS IMPORTAM?.....	28
5.2 PARA OS JOVENS, PELOS JOVENS.....	30
5.3 LOMOGRAFIA E FOTOGRAFIA: SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS	37
5.4 OBSERVANDO O CAMPO: ENTRE O FAMILIAR E O DESCONHECIDO..	39
6. A PESQUISA DE CAMPO: OBSERVANDO OS LOMO-ROLÊS.....	42
6.1 O 1º LOMO-ROLÊ: LOMOGRAFIA NO PARQUE DA CIDADE.....	43
6.2 O 2º LOMO-ROLÊ: LOMOGRAFIA NA VARGEM BONITA	50
7. CULTURA MATERIAL E O CONSUMO DA LOMOGRAFIA	52
7.1 A CÂMERA, O FILME E OS ACESSÓRIOS.....	52
7.2 JUVENTUDE, CONSUMO E ESTILO DE VIDA: O FUTURO É ANALÓGICO	57
7.3 DO ANALÓGICO AO DIGITAL, E VICE-VERSA.....	59
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
BIBLIOGRAFIA	63
ANEXO	66

1. PRÓLOGO

Quando lomografo me sinto mais jovem. Com estas palavras, poderia definir o que foi um período da minha vida. Lomógrafo desde 2010, conheci a Lomografia anos antes, ainda em 2008. Como muitas das pessoas com que tive contato durante o desenvolvimento deste trabalho, o que me chamou a atenção inicialmente foi que aquelas fotografias, cheias de cores e com um estilo único, eram diferentes de tudo o que havia visto antes. Lembravam as fotografias de polaróide que conhecia apenas pelos filmes americanos, mas com temáticas contemporâneas. Era como se, de alguma maneira, tivessem viajado no tempo, conseguido uma câmera antiga e retornado para fotografar festinhas pessoais com pessoas da minha idade. Lembro ainda hoje que a primeira vez que soube que aquilo se tratava de Lomografia foi a partir das lomografias de uma amiga, feitas com uma Fisheye nº 2 e seu característico flash. As fotos me encantavam, mesmo que ainda não entendesse o motivo – e não é assim com tudo que nos encanta?

Passou-se mais de um ano e vi que mais e mais pessoas a minha volta andavam por aí com câmeras analógicas diminutas, coloridas e *hypes*. Eram em sua maioria meus amigos que estudavam cursos universitários como Design, Arquitetura, Comunicação, Artes Visuais. A câmera Lomo era, portanto, um ícone de um novo estilo. Um estilo desprezioso, inovador e, antes de tudo, divertido. Comecei então a pedir para lomografar com aqueles objetos. À época ninguém me falou das 10 Regras de Ouro da Lomografia, ou de qualquer tipo de manifesto, sabia só que aquelas câmeras eram as Lomos. O primeiro clique, porém, não foi o esperado. Havia fotografado analogicamente apenas com câmeras amadoras, ainda muito pequeno, tendo depois ficado restrito à fotografia digital e seu imediatismo. A experiência do primeiro clique analógico em anos foi, para mim, assumo, decepcionante. Ainda não entendia a beleza do instante suspenso, do clique que virá a ser fotografia (ou lomografia, neste caso). Foi assim que, deixei aquela vontade de ser lomógrafo interrompida.

Pouco depois, mais envolvido com a fotografia por causa da Faculdade de Comunicação, a vontade de lomografar surgiu novamente. Parecia que finalmente havia compreendido o que era aquilo (e no decorrer deste trabalho vi que esta compreensão era apenas aparência). Decidi então pesquisar mais sobre a Lomografia, entender o que era aquela forma nova de fotografar. Desta maneira li vários sites e blogs que falavam

da novidade lomográfica. Nestas procuras, acabei por descobrir que o Espaço F/508 de Fotografia era responsável pelas vendas de câmeras Lomo em Brasília. Fui ao Espaço F/508 já com o dinheiro que julgava ser suficiente para adquirir minha primeira Lomo. O dinheiro, porém, só foi possível para a aquisição de uma câmera Lomo Action Sampler, a qual não era a que eu verdadeiramente buscava. Desta maneira, decidi que aquela primeira Lomo não seria para mim, seria sim um presente de Natal para minha namorada à época. Juntos, descobrimos cada pormenor da câmera, em uma aprendizagem divertida e, como tudo na Lomografia, imprevisível.

Pouco mais de um mês depois desta primeira aquisição, o presente que eu havia dado resultou em outro presente, desta vez a câmera Fisheye nº 2, pela qual eu me apaixonara anos antes. Assim, combinamos, eu e minha namorada, que iríamos “dividir a guarda” daquelas câmeras. Aos poucos, outras câmeras foram surgindo, sendo a Lomografia um hobby que se tornava cada vez mais presente na minha vida. Naturalmente, quando precisei escolher o tema de pesquisa para meu projeto de conclusão de curso, optei por entender-me melhor, entender como a Lomografia tanto me inquietava.

O presente trabalho é, portanto, uma auto-reflexão, assim como uma aprendizagem que busca ver além das minhas inquietações, onde a paixão, o conhecimento e a dedicação se encontram para finalizar mais uma fase em minha vida, agora um pouco mais analógica.

2. INTRODUÇÃO

2.1 Pesquisa: caminhos e descobertas

Esta monografia é resultado de uma pesquisa acadêmica sobre a prática da Lomografia entre jovens na cidade de Brasília. Trata-se de um estudo sobre como a fotografia com câmeras analógicas rústicas, inspiradas em modelos antigos e supostamente datados, é apropriada e ressignificada, mobilizando valores, gostos e estilos que se convertem em ícones da cultura jovem contemporânea. Mais especificamente, busca-se investigar o uso atual das câmeras Lomo que surgiram na

União Soviética, na década de 1980, e se tornaram objeto de desejo *cult* na Europa, e em diversos outros lugares no mundo pós-socialismo.

Inicialmente, cabe mencionar aqui um breve histórico para fins de contextualização. A câmera Lomo LC-A surge na antiga União Soviética (URSS), em 1982, a partir do pedido do general soviético Igor Kornitsky, que solicita à fábrica LOMO (*Leningradskoye Optiko Mechanicheskoye Obyedinenie*)¹ a produção em larga escala de câmeras de baixo custo e com foco fixo. A ideia era que esse equipamento acessível se tornasse um objeto de consumo difundido entre os jovens, que supostamente usariam as câmeras para fotografar eventos do seu cotidiano (LOMOGRAPHY SOCIETY, 2007). Esses registros, por sua vez, seriam uma forma de divulgar o estilo de vida soviético entre as novas gerações, associando-o aos valores da juventude, de modo que a câmera e prática fotográfica se constituíssem em propaganda do regime. Vale demarcar que a LOMO LC-A não foi a primeira câmera da marca LOMO, uma vez que a fábrica já produzia outros modelos desde a década de 30, mas sim a primeira a ser produzida em larga escala para o consumo de massa.

A solicitação do general Igor Kornitsky se deu em um período marcante da história soviética, durante a década de 1980. Com a Guerra Fria ainda rondando o mundo, a URSS via aos poucos seu poder diminuir tanto internamente quanto externamente, com a corrida armamentista travada contra os Estados Unidos levando à exposição das suas dificuldades econômicas. Além de vários outros fatores políticos, 1982 marcou também o retorno da União Soviética à Copa do Mundo de Futebol, evento cultural e esportivo que havia sido boicotado na edição de 1974 por razões políticas. Este cenário evidenciava uma progressiva abertura da URSS ao resto do mundo, com políticas internacionais que mais tarde conduziram à Perestroika instituída por Mikhail Gorbachev. A União Soviética do período começava assim a preparar o terreno no qual a abertura para o mundo capitalista estava sendo montado. Nesse contexto, a criação da câmera LOMO LC-A não deve ser entendida como um pedido excêntrico de um general apaixonado por fotografia, mas sim como uma afirmação política e cultural, uma tentativa de reforçar os valores soviéticos mobilizando referenciais da cultura de uma maneira diferente do que era feito até então.

¹ Em português: União de Ótica Mecânica de Leningrado.

Ao solicitar a criação das câmeras LOMO LC-A, o general Kornitsky tinha por objetivo popularizar a fotografia entre a juventude. Aos poucos a produção e a comercialização da LOMO LC-A se tornou uma atividade de grande importância econômica e cultural para a URSS. No que diz respeito aos aspectos técnicos, a câmera LOMO LC-A era bastante semelhante à Cosina CX-2, uma câmera popular vendida no Japão. Embora rústica e de baixo custo, quando comparada com os modelos japoneses e americanos da época, a câmera LC-A possuía o *status* de um artigo de luxo quando lançada na URSS, em 1984 (LOMOGRAPHY SOCIETY, 2007), e seu preço correspondia a quase um quinto do salário médio do trabalhador soviético (*ibidem*). Esse valor de certa maneira inviabilizava uma difusão rápida e massiva da câmera como bem de consumo, de tal modo que a proposta inicial foi acatada apenas por uma pequena parte da juventude que adquiriu as câmeras apesar do alto preço para a maioria da população daquele país. Outro aspecto que chamava a atenção nas câmeras LOMO LC-A era a sua baixa qualidade pictográfica em função de características técnicas-estruturais, pois a vedação do corpo e o material das lentes geravam distorções e/ou defeitos nas imagens fotográficas. Porém, não há indícios que estes defeitos eram percebidos de maneira negativa pela população soviética à época.

Anos mais tarde, quando da descoberta da câmera LC-A pelos europeus ocidentais, estes defeitos foram incorporados e ressignificados como o atributo de culto da câmera, o que lhe conferia “autenticidade” no mundo fotográfico. Quando um grupo de jovens de Viena, em uma viagem turística à República Tcheca, no ano de 1991, “descobrem” a câmera LOMO LC-A, atribuem ao objeto e às suas possibilidades estéticas uma nova percepção de valor. Aquelas características da câmera e das fotos, que outrora eram percebidas como rudimentares e defeituosas, adquirem uma nova dimensão simbólica. O resgate daquela estética fotográfica por esses jovens austríacos é marcante, e envolve um esforço de divulgação que os leva a criar um manifesto onde enumeram os princípios da lomografia – nome pelo qual passam a denominar a prática fotográfica com câmeras Lomo (LOMOGRAPHY SOCIETY, 2007)

As câmeras Lomo atuais são adaptações contemporâneas do modelo produzido em larga escala na União Soviética. Com funcionamento simples, caracterizam-se pela estética *vintage*. Os atributos que outrora eram associados a defeitos de funcionamento hoje conferem às câmeras um novo significado. Estas câmeras, que eram o produto de consumo possível na ex-URSS e países do bloco socialista, hoje são fabricadas e

utilizadas em outros contextos, e adquirem um novo *status* tanto enquanto objeto quanto em relação às imagens que produzem.

É importante ressaltar que as limitações tecnológicas da câmera Lomo original foram incorporadas quando da confecção das novas câmeras Lomo, porém, desta vez, os defeitos foram incorporados como parte da linguagem e da peculiaridade da câmera, em um movimento de ressignificação dos atributos originais. A imprevisibilidade, o acidental e o não-controlável são hoje alguns dos motivos pelos quais a Lomografia desperta tanto interesse em jovens fotógrafos. Entender o contexto no qual surge a lomografia é essencial para a compreensão do fenômeno na atualidade, de modo que sua história e popularização serão mais detalhadas no capítulo posterior.

Este é um estudo sobre a câmera como coisa e da fotografia como prática. A Lomografia, esse tipo particular de fotografia, é compreendida aqui como uma prática sociocultural que demarca identidade de grupo porque articula gostos, valores e formas de representação. Este é o ponto-chave da pesquisa, que engloba ainda o estudo da própria câmera como objeto da cultura material. A Lomografia é compreendida aqui como um fato social, sem considerar os aspectos simbólicos e materiais como instâncias opostas. A câmera Lomo e o rolo de filme são objetos que carregam e produzem significados diferentes daqueles presentes na fotografia tradicional, sendo o seu estudo crítico parte essencial para a compreensão da Lomografia.

Para fins desta pesquisa, aborda-se o tema da Lomografia como um ponto de partida, onde o exercício de pensar e observar (e vice-versa) é transformado em palavra, em discurso e reflexão sobre o tema. Dessa maneira, optou-se por uma abordagem temática onde os conceitos de fotografia, juventude, Lomografia e cultura são relacionados e pesquisados a partir dos seus significados sociais em contextos específicos. Relaciona-se aqui a Lomografia aos valores de juventude, no sentido de compreender como a Lomografia se inscreve no contexto da cultura jovem em diálogo sobre os significados que a Lomografia carrega e produz. O “ser lomógrafo” é investigado e comparado ao “ser jovem” a partir do observado em campo, para que tenhamos uma visão social da Lomografia enquanto prática cultural. Nessa perspectiva a abordagem desta pesquisa não é exclusivamente estética, mas privilegia o olhar sobre os hábitos e práticas produzidos e reproduzidos a partir da Lomografia.

O presente trabalho parte para uma abordagem da Lomografia enquanto catalizadora de valores de juventude. A partir de três momentos históricos: a década de 1980, na União Soviética (onde as câmeras eram produzidas para um público jovem), a redescoberta pelos jovens vienenses na década de 1990 e os dias atuais, podemos discutir e perceber como a Lomografia se estruturou a partir da sua inserção na Cultura Jovem. Pensa-se a identidade juvenil a partir de suas práticas culturais, uma vez que a identidade é construída dia-a-dia, por meio de escolhas e aprendizados que atravessam diversas esferas da vida, inclusive o universo do consumo. Assim, para este estudo buscou-se justificar como as práticas de consumo podem ser lidas a partir dos conceitos de identidade. Mais especificamente, a Lomografia será investigada como uma prática de consumo que articula cultura material e significados simbólicos fortemente associados à cultura jovem.

Uma vez que a Lomografia é uma prática que começa a ganhar popularidade atualmente, o capítulo 3 traça um breve histórico com ênfase no movimento que promove a ressignificação tanto da prática fotográfica quanto e da própria marca Lomo.

Em seguida, no capítulo 4, apresenta-se um panorama dos estudos de consumo a partir dos trabalhos de Appadurai (2008), Miller (2001; 2005; 2007) e Martineli (2011), além de outros autores.

É importante demarcar o motivo pelo qual a Lomografia é abordada também como uma prática de consumo. Embora seja importante compreender a Lomografia a partir de seus resultados estéticos, isto é, das imagens produzidas através da câmera, é fundamental entendê-la também como uma prática social, onde as relações entre as pessoas e objetos (e das pessoas entre si através dos objetos) estão em foco. Esta abordagem incorpora as dimensões artísticas da Lomografia, e também permite visualizá-la como um espaço de auto-expressão e construção de relações em diversos níveis.

A presente pesquisa não parte de uma separação dicotômica entre campo e teoria, pois conforme nos lembra Douglas Kellner (2001), as teorias devem ser “caixas de ferramentas” (p.37). Devemos usá-las em campo não como normas, mas como ideias que permitem ver além do observado primeiramente. Ao mesmo tempo, o trabalho em campo também define qual teoria que deve ser mobilizada “segundo as tarefas que devem ser cumpridas” (KELLNER, 2001, p. 40). Desta maneira, a teoria e o campo são

interdependentes e simultâneos, sendo um processo reflexivo mais do que uma técnica cristalizada.

A metodologia utilizada no trabalho de campo foi a observação participante. Para isso, recorri aos ensinamentos de Roberto da Matta (1978), William Foote-Whyte (1980) e Gilberto Velho (2004), entre outros que serão delimitados nos capítulos 4, 5 e 6.

Aliada à observação participante, uma breve revisão bibliográfica discute os temas centrais que atravessam a pesquisa, como consumo e materialidade, fotografia, cultura, juventude, e as relações entre essas esferas. Esta revisão apresenta-se de maneira mais completa no capítulo 5, porém atravessa todo o trabalho, enquanto base teórica para pensar a Lomografia e as relações que ela constrói.

Por se tratar de um tema recente, a bibliografia específica sobre a Lomografia tende a figurar em trabalhos curtos, onde é abordado de maneira incipiente, com leituras e propostas para uma pesquisa posterior em profundidade, sendo necessário recorrer a bibliografias mais amplas sobre a fotografia analógica e digital. Entender a Lomografia enquanto conceito estético foi também importante para a pesquisa. Para isso, recorri a trabalhos como os de Michaela Pibiri (2007), Mariana Calaça (2010), Tatiana Xerez (2011). As três autoras fazem uma abordagem da Lomografia destacando seus valores de resistência, inovação e arte, de maneira a mostrar como a estética lomográfica pode ser um caminho para uma nova abordagem da fotografia enquanto arte. Também destaco aqui o trabalho de Gabriela Freitas (2009), que ao analisar criticamente a história dos bancos de imagens, propõe o Flickr e outras comunidades virtuais de fotógrafos como uma alternativa aos clichês imagéticos dos grandes conglomerados. Embora não aborde especificamente a Lomografia, Freitas retoma discussões que são caras à fotografia contemporânea, como a questão da autoria e da identidade do fotógrafo perante o que produz. Estas referências, por sua vez, estão presentes também no capítulo 5.

Outro aspecto importante diz respeito à delimitação das nomenclaturas que envolvem a Lomografia. Uma vez que o trabalho presente é baseado em uma pesquisa de campo, as definições também emergem pelo discurso nativo, no caso, o discurso dos lomógrafos. Fazendo um paralelo com o pensamento de Stuart Hall (2005), o qual afirma que a linguagem esconde e revela as relações sociais entre pessoas, podemos

pensar também que ela nos mostra muito sobre como se dão as relações entre pessoas e objetos. Dessa maneira, este trabalho incorpora um glossário como anexo, onde diversos termos e expressões usadas pelos lomógrafos são melhor explicados.

Uma vez delimitados os referenciais teóricos e as considerações metodológicas, parte-se para a descrição narrativa do trabalho em campo, base para a pesquisa como um todo. O capítulo 6 é o capítulo no qual o campo é mais presente, pois concentra os relatos de informantes e fenômenos observados nos Lomo-Rolês. É um capítulo que permitirá discutir muitos dos conceitos teóricos abordados anteriormente, levando a uma visão mais realista do que é a Lomografia, e principalemnte, do que é a Lomografia hoje em Brasília.

O capítulo 7 retoma os conceitos teóricos sobre os estudos de consumo, discutindo, entre outras coisas, a materialidade da câmera e do filme fotográfico, assim como as relações entre lomógrafos e câmeras Lomo. É neste capítulo que se encontram parte das reflexões sobre o que foi observado em campo, a partir de um olhar teórico crítico. O capítulo se concentra também em uma abordagem do consumo e sua relação mais específica com a cultura juvenil, fazendo dialogar questões sobre materialidade, representação, estilos de vida e outros temas centrais à pesquisa.

O capítulo 8, por sua vez, condensa os principais pontos debatidos durante o trabalho e traz as considerações finais propondo novos caminhos de continuação da pesquisa .

Uma vez definida a estrutura da pesquisa, a seguir será apresentada mais detalhadamente a história da Lomografia e seus desdobramento.

3. A LOMOGRRAFIA: SUAS HISTÓRIAS, ORIGENS E MEMÓRIAS

Entender a Lomografia é, antes de tudo, entender a sua história. Como ela surgiu, quais são os atores desta trajetória, quando se começou a falar nela? Uma vez que a Lomografia começa a ganhar destaque na grande mídia no final dos anos 2000, é importante delimitar como esse processo de criação e popularização ocorreu. Assim, as origens da Lomografia serão expostas de maneira linear e narrativa, para que o leitor

possa compreender e sentir as diversas nuances de uma história por vezes confusa, mas definitivamente intrigante e envolvente. Nesta história a memória do indivíduo se soma à memória coletiva a fim de criar uma nova maneira de fotografar, que será denominada Lomografia.

3.1 O início

A história da Lomografia é, de certo modo, imprecisa. Portanto, há várias maneiras de contarmos esta origem. Segundo o site oficial da *Lomography* :

A Lomography começa com um fatídico encontro no início dos anos 90... Quando dois estudantes de Vienna, Áustria, se depararam com uma Lomo Kompakt Automat – uma enigmática e pequena câmera Russa, negligentes, com a qual fotografavam como às cegas. Algumas vezes olhando pelo visor, eles ficaram surpresos com as alucinantes fotos que a tal câmera produzia – as cores eram vibrantes, com profunda saturação e vinhetas que criavam os cantos escuros nas fotos – não havia nada assim que eles haviam visto antes! Ao voltar para casa, os amigos queriam as suas próprias LOMO LC-A, o que alavancou um novo estilo de linguagem artístico experimental fotográfica que hoje nós conhecemos como Lomografia! (<http://www.lomography.com.br/about/timeline>)

Aparentemente, o trecho acima se trata de uma versão resumida sobre a origem da Lomografia. Como mencionado na introdução, a origem da Lomografia pode ser entendida a partir do ano de 1982, na então União das Repúblicas Socialistas Soviéticas, mais especificamente na cidade de São Petersburgo, quando o general soviético Igor Konitzky demanda à fábrica soviética LOMO (*Leningradskoye Optiko Mechanicheskoye Obyedinenie* ou União de Óptica Mecânica de Leningrado) a criação de uma câmera fotográfica de funcionamento simples, para fabricação em massa. Segundo as orientações do general, a câmera deveria ser leve, compacta e de fácil manuseio pelo grande público. O general, inclusive, leva aos engenheiros uma câmera na qual eles deveriam se basear para o novo produto, a Cosina CX-2, um modelo compacto muito popular no Japão. A partir deste pedido, os engenheiros soviéticos trabalham por dois anos consecutivos, para não só copiar o modelo japonês, mas também adequá-lo às especificidades da produção soviética, como a escassez de matéria-prima e a padronização dos modelos (LOMOGRAPHY SOCIETY, 2007).

É importante ressaltar que naquele momento histórico o mundo vivia a Guerra Fria, tendo os EUA e a URSS como principais protagonistas. A URSS enfraquecida pelas constantes crises econômicas começava um processo de declínio, que viria a resultar no seu fim. Em 1980, a URSS deixava de ser a segunda maior economia do mundo, sendo ultrapassada pelo Japão, além de não apresentar mais taxas de crescimento como as dos anos 60 e 70. Os crescentes gastos militares consumiam grande parte dos recursos do país, de forma que a crise iniciada no final dos anos 70 se intensificou nos anos 80.

Politicamente o país enfrentava o questionamento de parte da população, principalmente a mais jovem, que não compartilhava um envolvimento com o projeto soviético original e buscava novas formas de expressão. Neste sentido, o pedido do general pode ser lido como uma tentativa de revigorar a percepção da juventude soviética em relação ao regime por meio da inserção de outras possibilidades de consumo e entretenimento. Além disso, é notável o papel que a LOMO LC-A teve na preservação da memória da URSS do período, principalmente dos aspectos da vida cotidiana do cidadão soviético.

A câmera LOMO LC-A foi então lançada em 1984, chegando primeiramente aos maiores mercados soviéticos, os das grandes cidades, para depois expandir-se para as demais regiões da URSS. A LOMO LC-A, porém, não foi o sucesso imediato esperado, uma vez que seu preço era considerado elevado para o padrão do trabalhador médio soviético. As primeiras versões chegavam a custar 20% do salário de um trabalhador no país, preço este excessivamente elevado para os padrões financeiros de uma população em crise. Porém, a LOMO LC-A foi recebida muito bem pelos dirigentes do país, que enxergavam na diminuta câmera um avanço tecnológico para a URSS. Tanto foi este prestígio, que a LOMO LC-A foi dada como presente em uma importante reunião do Partido Comunista, ocasião na qual vários dirigentes de alto escalão puderam utilizar a câmera para registrar o evento de maneira pessoal (LOMOGRAPHY SOCIETY, 2007).

Após algumas adaptações, porém, a fábrica LOMO conseguiu diminuir o custo de produção da LOMO LC-A, podendo então popularizá-la. Esta popularização se deu entre a parcela de jovens trabalhadores, que utilizavam a câmera de maneira recreativa. Entre estes jovens, encontrava-se o atual presidente da Rússia, Vladimir Putin, um lomógrafo importante para a expansão da Lomografia na Europa (idem) O papel de

Putin na história da Lomografia virá mais tarde, após a descoberta da Lomografia pelos jovens vienenses. No período de popularização da LOMO LC-A na URSS é interessante notar que ela era muito querida enquanto objeto, sendo apreciada tanto pelos seus criadores quanto pelos outros habitantes do país. Assim, a rusticidade e a baixa qualidade tecnológica que depois serão atributos favoráveis na Lomografia, não eram percebidos como tais pela maior parte da população. A câmera LOMO LC-A era, portanto, tida como uma boa câmera, sendo a sua leveza e praticidade os principais atributos.

Com o fim da URSS, em 1991, e a sua abertura política e cultural, muitos jovens europeus, motivados pelo exótico e desconhecido, implementavam viagens de baixo orçamento para os países que integravam o bloco socialista na Europa. Este fascínio levou dois jovens vienenses à capital da República Tcheca, a cidade de Praga. Estudantes universitários, Matthias Fiegl e Wolfgang Stranziger descobriram em uma loja de penhores a diminuta câmera LOMO LC-A. Despretensiosamente começaram a fotografar a viagem, sem esperar por um resultado diferente do que aquele de suas câmeras fotográficas comuns. Porém, ao revelarem o filme da câmera, notaram que produziram efeitos que consideraram extraordinários, onde a distorção cromática, a forte saturação e as sombras no canto do filme eram as principais características. Fascinados pelas fotografias produzidas, os jovens, que moravam em um república estudantil, decidiram colar as imagens na parede da cozinha, em um mosaico fotográfico diferente. Ao chegar à casa dos estudantes, seus amigos rapidamente notavam com estranheza, e também fascínio, o mosaico fotográfico. Este mosaico hoje é tido como a primeira *Lomowall*.² Após discutirem por dias sobre as fotografias tiradas com a LOMO LC-A, os jovens decidiram chamar aquele estilo fotográfico de Lomografia. A Lomografia, portanto, seria um jeito diferente de fotografar, um novo movimento, e, para alguns, inclusive uma nova arte. Com a empolgação do que haviam descoberto, os jovens organizaram-se e divulgaram em um jornal de pequena circulação da capital austríaca o Manifesto Lomográfico. Este manifesto, à semelhança dos manifestos das vanguardas europeias, explica o que se tratava o movimento, para depois bradar palavras de ordem e regras que guiariam o movimento dali em frente. Nele

² A *Lomowall* é um mosaico participativo formado por diversas lomografias de vários lomógrafos. É muito utilizada por grupos e sociedades lomográficas ao redor do mundo com finalidades de socialização e divulgação da Lomografia para o grande público.

estavam contidas as 10 Regras de Ouro da Lomografia, que foram reproduzidas e difundidas ao redor do mundo.

Em termos históricos, a Lomografia como difundida hoje surge oficialmente em 1991, após a delimitação de que aquelas fotos produzidas pela LOMO LC-A eram um novo estilo fotográfico. Embora a LOMO, enquanto fábrica, tenha origem em um período muito anterior, esta pesquisa considera que a Lomografia como prática emerge a partir de 1991.

3.2 A popularização

Assim como outros movimentos, a Lomografia surge no seio da cultura juvenil austríaca, especificamente em um ambiente universitário. Com a vontade e o deslumbramento muitas vezes associados à cultura jovem, a Lomografia logo se espalhou por Viena. Desta maneira, diversos colegas e entusiastas do movimento frequentavam a república estudantil para ver a *Lomowall*, assim como para conhecer a câmera que tanto se falava na cidade. Os pedidos de amigos logo levaram os dois jovens a buscar mais câmeras como aquela, para comercializá-las entre os estusistas vienenses. Assim, os dois jovens empreenderam uma viagem para a República Tcheca, onde conseguiram encontrar mais algumas câmeras LOMO LC-A, porém, com o tempo a demanda só crescia, vindo inclusive de países vizinhos, que, por meio de contato com estrangeiros, ouviam falar da já famosa nos meios *cult* europeus LOMO LC-A.

Os dois jovens europeus, motivados pela continuação da Lomografia, decidem então fundar a Sociedade Lomográfica em Viena, instituição que existe até hoje. A Sociedade, além de organizar e divulgar a Lomografia, servia como base para os encontros dos lomógrafos vienenses. Dessa maneira, os dois jovens começavam a confiar diversas atividades lomográficas aos novos membros, para que pudessem empreender uma viagem à origem da câmera LOMO LC-A, a agora Rússia. Foi assim, sem falar absolutamente nada de russo, que os dois jovens austríacos chegaram a São Petersburgo, em busca da fábrica LOMO. Eles, porém, não foram recebidos imediatamente pelos gestores da fábrica, que à época passava por sérias dificuldades financeiras, estando limitada à confecção de equipamentos ópticos para o trabalho

científico, como microscópios eletrônicos. Então, desmotivados e desorientados, os jovens vienenses voltam para casa.

Meses após se formarem na faculdade, os dois jovens decidem tentar mais uma vez a abordagem à fábrica. Porém, desta vez planejam-na melhor, conseguindo o apoio de uma vienense que mora em São Petersburgo e trabalha na parte de cultura da embaixada austríaca no país. Com a ajuda de Monika Langthaler, os jovens conseguem agendar uma reunião com o então vice-ministro de cultura de São Petersburgo, o à época jovem Vladimir Putin. Com o plano todo arquitetado, onde estão definidos esquemas de divulgação, distribuição e comercialização das câmeras LOMO LC-A, os dois jovens vão novamente a São Petersburgo, ao encontro de Vladimir Putin e um dos responsáveis pela fábrica LOMO.

Após meses de conversas e negociações, os administradores da LOMO acertam os termos do contrato com os jovens vienenses, cedendo-os o direito de comercialização e distribuição da câmera ao redor do mundo. A relação mantém-se assim boa por alguns anos, porém, com a constante crise econômica que abala a Rússia do período, a fabricação da câmera LOMO LC-A torna-se inviável. O custo para a reprodução de peças, montagem e distribuição se torna muito elevado, fazendo com que não seja vantajoso para nenhuma das partes continuar o vínculo. Porém, a esta altura, a Lomografia já se tornou muito popular, principalmente na Europa e nos EUA, motivo que levou os jovens vienenses, agora totalmente envolvidos com a Lomografia, a visitar novamente São Petersburgo em busca de uma solução para o problema. A solução encontrada, então, é transportar a produção da LOMO LC-A para um novo país, onde a mão de obra seja mais barata. O país escolhido para a empreitada é a China. Esta escolha foi muito influenciada pela pouca condição competitiva que as fábricas da então Rússia tinham no mercado capitalista. Uma vez que vinham de um modelo estatal protecionista, não conseguiram adaptar-se rapidamente às rotinas produtivas do novo mercado, levando muitas fábricas a fecharem suas portas.

Com esta drástica mudança, a Lomografia precisou se profissionalizar, para poder gerir um negócio que já tomava proporções extracontinentais. Dessa maneira, a fábrica soviética enviou todos os desenhos técnicos para a nova fábrica chinesa encarregada de reproduzir a LOMO LC-A. Ficou decidido que as novas câmeras produzidas não seriam chamadas de LOMO LC-A, mas sim de LOMO LC-A+, como

forma de diferenciação e de respeito ao modelo original soviético. A nova LOMO LC-A+ entretanto buscou manter os aspectos originais da primeira câmera, como a rusticidade, a baixa qualidade tecnológica, as distorções cromáticas e o excesso de saturação, os quais agora eram aspectos valorizados positivamente pelos lomógrafos. Este novo processo de criação, porém, incorporava as imprevisibilidades originais da câmera de maneira controlada, a partir de uma reprodução que optava por ignorar os defeitos no projeto original da câmera, o que, para muitos ainda é motivo de desconfiança.

Assim, após anos de comercialização da LC-A+, a Lomografia buscou crescer comercialmente, criando para si a marca *Lomography*, a qual, no começo dos anos 2000, inventou e reproduziu novos modelos de câmeras analógicas, por vezes baseadas em modelos de câmeras fotográficas analógicas de baixo custo ao redor do mundo. Atualmente, a marca *Lomography* é tida como sinônimo da Lomografia, sendo a responsável pela coordenação, divulgação e criação de novos modelos lomográficos. Além disso, a *Lomography* é responsável pela criação de Embaixadas Lomográficas³, *Lomo Gallerys*⁴ e de lojas ao redor do mundo.

4. METODOLOGIA E TÉCNICAS DE PESQUISA

É importante detalhar cada técnica utilizada, assim como explicar a necessidade de seu uso dentro do contexto da atual pesquisa. De maneira geral, as técnicas utilizadas são: entrevistas abertas, observação participante e revisão bibliográfica. Cada técnica possui um papel fundamental, por vezes trabalhando simultaneamente para a construção do sentido. Assim, ao optar por um conjunto de técnicas coeso, busca-se uma visão do objeto de pesquisa que contribua para o campo da Comunicação Social, assim como um que possa servir de base para estudos mais amplos em outras áreas de conhecimento.

Também é importante compreender o detalhamento do processo de recorte do objeto de pesquisa, para que se possa ter uma leitura qualitativa do atual trabalho. O

³ Embaixadas Lomográficas são locais, em geral instaladas em lojas da *Lomography*, que reúnem os lomógrafos de determinada região em eventos, cursos e outras atividades relativas à Lomografia.

⁴ *Lomo Gallerys* são galerias fotográficas especializadas na exposição de lomografias e de câmeras lomográficas.

processo de escolha do tema foi o caminho inicial. Há pouco mais de um ano comecei a pensar em que temas gostaria de trabalhar quando da monografia. À época diversos temas me intrigavam (e continuam a intrigar), como a estética publicitária, as questões do consumo, a fotografia e os estudos de recepção e semiótica. De maneira geral, delimiti diversas temáticas dentro destes campos, chegando a um primeiro objeto que permitiria trabalhar diversas linhas de pensamento de maneira simultânea e coesa. Assim, ao observar a prática lomográfica, da qual eu mesmo participava, conforme descrito no prólogo deste trabalho, inquietou-me entender o porquê a relação entre pessoas ditas lomógrafas se dava de tal maneira. Em uma primeira instância a temática orbitava sobre os motivos que levaram à popularização da Lomografia, pensando-se mais a partir do viés mercadológico do que seus desdobramentos na sociedade. Foi assim que, para a primeira delimitação temática, optei por uma abordagem muito influenciada pelos estudos do Marketing, os quais tendem a colocar o foco do consumidor apenas como indivíduo, muitas vezes desconsiderando-se o seu caráter social de pertencimento a grupos de identidade e cultura. Ao estudar o consumidor apenas como indivíduo, porém, o Marketing e a Administração perdem diversos aspectos que não apenas geram informações equivocadas, como também muitas vezes compreendem a experiência do consumo como resumida a uma atividade de compra. Neste sentido, após uma leitura prévia de diversos autores que pensavam o consumo, por vezes de maneira conflitante, julguei mais adequado ao objeto escolhido uma abordagem híbrida, onde o consumidor é visto como indivíduo, mas sem esquecer-se da importância que este tem na sociedade e, principalmente, a importância que a sociedade tem na formação da identidade individual. Neste processo, os trabalhos de autores como Daniel Miller, Arjun Appadurai, Mônica Machado, Dick Hebdige, entre outros, foi comparado às abordagens de Henry Jenkins, Bauman e Anthony Giddens, por vezes achando-se semelhanças e novos caminhos, e outras deparando-me com ideias conflitantes. Este primeiro processo, de escolha e delimitação do objeto de pesquisa, portanto, foi um processo lento, feito com minúcia e vontade de alinhar bem as técnicas utilizadas, a bibliografia e os referenciais teóricos com o observado em campo. Desta forma, o presente estudo versa sobre o consumo e suas práticas sociais, onde o campo simbólico é construído em diversas esferas de relacionamento. Para esta abordagem, busca-se uma metodologia conforme a sugerida por Daniel Miller (2007), na qual, para compreender-se o consumo é necessário não só conversar e entrevistar os consumidores, mas também observá-los nos espaços nos quais o consumo e suas práticas ocorrem,

pois, esta incursão ao mundo do consumo revela juntamente o mundo do consumidor. Outro autor de grande influência na escolha metodológica é Douglas Kellner, o qual sugere uma abordagem “multiperspectivista”, onde o indivíduo insere-se na miscelânea da cultura das mídias, precisando, portanto, ser compreendido de acordo com diversas linhas de conhecimento.

Delimitados os principais pontos que nortearam a pesquisa, são descritas a seguir as técnicas empregadas nesta pesquisa e sua relação com o trabalho aqui empreendido, bem como os referenciais teóricos que basearam a escolha e a aplicação de tais técnicas:

- 1. Observação participante:** é a técnica na qual o pesquisador se insere no contexto do grupo estudado, convivendo por um determinado período de tempo com o grupo em questão. Também é utilizado para inserção em grupos com diferenças culturais pouco intensas entre pesquisador e grupo pesquisado. Diferencia-se da etnografia uma vez que não é um método tão extenso e intenso em termos de tempo e profundidade da imersão. Segundo o “Dicionário do Pensamento Social do século XX”: “neste método o pesquisador está envolvido no sistema de relações, na comunidade ou na organização que estuda” (OUTHWAITE, 1996). No contexto específico da atual pesquisa, a observação participante foi feita através de saídas de campo planejadas pelos lomógrafos, os chamados Lomo-Rolês. Nestas saídas, foram observadas relações de prática e consumo da Lomografia a partir da percepção de como o grupo lidava com questões como a materialidade da câmera e do filme e as temáticas escolhidas para lomografar. Esta observação participante, foi possível a partir da inserção e do contato com uma das principais líderes da Lomografia em Brasília, Ana⁵, cujo perfil será descrito mais detalhadamente no capítulo relativo às saídas de campo. Cabe lembrar os conselhos de William Foote-Whyte, que em seu texto “Treinando a Observação Participante” (1943), descreve sua convivência como pesquisador em um bairro de imigrantes. Foote-Whyte alerta para a importância de, aos poucos, conhecer as regras e os códigos de convivência do grupo, além de destacar a importância de ter um informante com prestígio

⁵ Todos os nomes de informantes apresentados no decorrer da pesquisa são fictícios.

dentro do grupo estudado e a constituição das redes internas, assim como aprender os sistemas de significados que regem o grupo. A partir desta escolha metodológica, que permite um contato mais aprofundado com os informantes e o objeto de pesquisa, foi possível observar e extrair novas informações que, por vezes, escapam às entrevistas formais e aos questionários. Assim, muito do observado em campo contrastava com aquilo obtido em entrevista, por vezes reforçando pensamentos e *insights* do pesquisador, e por vezes forçando-me a buscar novas maneiras de compreender o que o fenômeno significava. Desta maneira, também foram precisos os ensinamentos de Roberto Da Matta, que em seu texto “O Ofício do Etnólogo ou Como ter Anthropological Blues” de 1978, alerta para a necessidade de o pesquisador em ciências sociais “estranhar o familiar” e “familiarizar o desconhecido”. Esta relação de estranhamento e familiaridade foi essencial para que, dentro de um grupo com o qual dividia códigos e experiências semelhantes, por ser também eu um lomógrafo, pudesse realizar o exercício reflexivo como pesquisador. No decorrer da descrição da pesquisa no campo tais conselhos e referenciais serão aprofundados.

- 2. Entrevistas abertas:** as entrevistas abertas para a presente pesquisa referem-se especificamente a dois encontros, cada um com um informante lomógrafo. Com duração de pouco mais de uma hora, cada entrevista procurou fugir ao engessamento de ter um questionário fechado elaborado previamente. Esta escolha por uma abordagem livre e discursiva buscou dois principais objetivos: primeiro, refletir a linha de pensamento desenvolvida pelo próprio entrevistado; segundo, permitir ao pesquisador no decorrer da entrevista inserir novos aspectos observados a partir do próprio discurso do entrevistado, uma vez que o campo das palavras e dos discursos é um campo que permite a percepção sobre os valores que a sociedade atribui a tais objetos (HALL, 1997). Dessa maneira, muitas das perguntas feitas aos entrevistados procuravam não só respostas a elas, mas também proporcionavam observações sobre o modo como eram interpretadas pelos informantes. O objetivo das entrevistas abertas foi complementar e aprofundar o que já havia sido observado durante as saídas de campo, e

serviram de base para que questões importantes sobre a relação lomógrafo e Lomografia fossem retomadas e melhor esclarecidas. As entrevistas foram realizadas em um local de escolha do entrevistado, para que houvesse uma permanência do pesquisador no seu universo material dos informantes. Diversos trechos das entrevistas são reproduzidos e analisados no decorrer desta monografia, com o objetivo de refletir sobre o modo como o próprio lomógrafo define a Lomografia e suas construções nessa prática.

3. Revisão bibliográfica: a revisão bibliográfica deste trabalho detém-se no campo do que foi escrito especificamente sobre a Lomografia. Por ser um fenômeno recente, com apogeu midiático no final dos anos 2000, a Lomografia ainda não conta com extensos trabalhos acadêmicos sobre o tema. Desta forma, muito do que foi escrito sobre a Lomografia é fruto tanto dos próprios livros editados pela *Lomography*, quanto de livros de lomógrafos entusiastas. Há, porém, alguns interessantes trabalhos sobre a Lomografia dentro do âmbito acadêmico, nas mais diversas áreas do conhecimento. Muitos dos trabalhos acadêmicos sobre a Lomografia estudam o fenômeno a partir de seu viés estético, pelo prisma das artes, do *design* e da comunicação. Foram estudados também livros que, embora não se detenham somente na Lomografia, fazem referências às câmeras Lomo. Dessa maneira, ao traçar um panorama geral do que foi escrito sobre a Lomografia, é possível notar diversos pontos em comum, assim como entender mais as especificidades históricas que contribuíram para sua emergência. A revisão bibliográfica não buscará delimitar panoramas para as outras áreas de conhecimento da pesquisa, como o consumo e a juventude, uma vez que não há necessidade de tal extensão em um trabalho introdutório. Estes outros temas serão delimitados a seguir, na seção que trata dos referenciais teóricos.

5. REFERENCIAIS TEÓRICOS

Após falar das técnicas utilizadas, é necessário falar também das bases teóricas que ajudaram a construir o conjunto de técnicas da pesquisa. Uma vez que teoria e

campo não são compreendidos aqui como instâncias opostas, pois se complementam e se constituem mutuamente, as referências aqui descritas foram desenvolvidas ao longo de todo o trabalho de pesquisa e aparecerão ao longo dele. Para fins práticos, anteriormente à inserção no campo, foi realizado um estudo teórico para embasar a pesquisa. Após delimitar de maneira breve um panorama do campo no qual iria me inserir, mobilizei teorias que se complementassem e que permitissem uma reflexão sobre o objeto de pesquisa e sobre o próprio fazer da pesquisa. Uma vez em campo, porém, as referências teóricas eventualmente eram revistas, mudadas ou complementadas de acordo com as questões colocadas pelo próprio objeto, e isso permitiu observar como a teoria emerge do campo, e não o contrário. A atual pesquisa, portanto, construiu-se de maneira dialógica, onde campo e teoria se constroem mutuamente, mediados pela figura do pesquisador e de suas experiências.

As teorias delimitadas nesta seção seguem, basicamente, dois grandes temas: consumo e juventude. Uma vez que ambos se relacionam nesse estudo, os dois temas serão apresentados em conjunto, onde um ajuda na construção e compreensão do outro.

A base teórica se apoia nos estudos da cultura material e do consumo, e se constrói a partir da obra de autores como Daniel Miller (2001; 2007), Fernanda Martineli (2011), Carla Barros (2005) e Arjun Appadurai (2008). Já para as referências de juventude, por vezes atreladas ao consumo juvenil, destacam-se os trabalhos de Mônica Machado (2011), Jeder Janotti Jr (2003), João Freire Filho (2007), Gilberto Velho (2010) e Dick Hebdige (1973). Somam-se ainda a estes autores, referenciais teóricos de outros temas, como da fotografia: Roland Barthes (1984) e Cláudio Araújo Kubrusly (1991); da cultura: Stuart Hall (1997, 2005), Douglas Kellner (2001); e da metodologia nas ciências sociais: Howard Becker (1995; 2009), Gilberto Velho (1978), William Foote-Whyte (1943), Roberto Da Matta (1985), entre outros.

A seguir o estudo da Lomografia será problematizado à luz dos referenciais teóricos mencionados aqui.

5.1 Por que *algumas* coisas importam?

“*Why some things matter?*”, com este questionamento Daniel Miller (2001) começa sua discussão sobre a relevância dos estudos de consumo e cultura material. Ao buscar os motivos que levam as pessoas a valorizar um objeto em relação a outro, Miller busca uma compreensão do que a materialidade representa para o ser humano. Para Miller, “(as formas materiais) foram um mecanismo chave negligenciado para a divulgação social e a dominação ideológica” (2001, p.3). Com esta afirmação, Miller critica a insuficiência de boa parte da teoria social em estudar a materialidade de maneira não normativa. Miller destaca que o desenvolvimento dos estudos de cultura material se deu em um processo com dois estágios: sendo o primeiro “a insistência de que as coisas importam e que o foco no mundo material não fetichiza os objetos” (MILLER, 2001, p.5); e o segundo um estágio no qual o foco está não somente no estudo do mundo material, mas também no que compõem este mundo (texturas, formatos, materiais) de maneira a sugerir *insights* que a antropologia mais tradicional por vezes negligencia (*idem*).

Para a atual pesquisa, que surgiu a partir de uma inquietação simples: “Por que a Lomografia é tão popular entre os jovens?”, este questionamento de Miller é muito útil. A inquietação de entender, em poucas palavras, por que a Lomografia importava para algumas pessoas, conduziu à delimitação de um projeto no qual tais dúvidas, se não respondidas, são pelo menos pensadas e reposicionadas. Nesta arguição é indissociável pensar o consumo da Lomografia sem também pensar profundamente os seus aspectos materiais. Uma vez que a Lomografia atualmente se insere no contexto das *toy cameras* – câmeras de plástico, de funcionamento simples e com características visuais e funcionais semelhantes a uma brinquedo -, o material do qual estas câmeras são feitas é repleto de significado social que definirá muitas das relações que se dão ao seu redor.

A câmera Lomo é majoritariamente construída com plástico, inclusive suas lentes e mecanismos, o que, como já foi mencionado, lhe confere um aspecto rústico e até mesmo infantil. A constituição material simples das câmera Lomo fez com que o primeiro modelo, a LOMO LC-A, possuísse muitos defeitos de fabricação. Estes defeitos, porém, embora permanecem os mesmos no que diz respeito à constituição material da câmera, foram ressignificados e (re)valorizados quando a câmera se insere

em um novo contexto. É importante lembrar, ainda seguindo a lógica de Miller (2001), que a câmera Lomo (e qualquer outro objeto) não é apenas o material que a constitui, mas também as simbologias e os valores agregados a ele. Conforme diz Fernanda Martineli, “(A)s pessoas usas as coisas, os objetos da cultura material para narrar a si mesmas, para fazer um anúncio de si (embora isso não seja necessariamente consciente)” (2011, p. 24). De forma dialógica, a materialidade, a subjetividade dos envolvidos no processo de consumo e o contexto social se complementam para formar o que será o objeto em si e seus significados sociais, além de agregar valores àqueles que o consomem. Para a Lomografia este aspecto é importantíssimo, por dois principais motivos: a definição em si do que é Lomografia e os significados que a Lomografia assume no contexto do mercado fotográfico atual.

Primeiramente será abordada aqui a questão ontológica do que é a Lomografia. Conforme descrito anteriormente, a Lomografia surge a partir do descobrimento de uma câmera rústica por jovens vienenses, entusiasmados com as imagens produzidas pela câmera LOMO LC-A. Neste sentido, pode-se afirmar que a Lomografia existe em função de um objeto e de sua relação com as pessoas que o possuem. Aqui, pode-se opor o pensamento de Roland Barthes (1984), no qual a fotografia existe no sujeito fotógrafo e na cena fotografada, em detrimento à câmera e à técnica. Para ser Lomografia, portanto, a fotografia tirada deve ser feita por uma câmera Lomo⁶, e conseqüentemente por um lomógrafo. Pois, a partir do momento em que se usa uma câmera Lomo, se é lomógrafo, uma vez que é muito caro à Lomografia a questão de que qualquer um que usar (consumir) uma câmera Lomo é, em si, um lomógrafo. Dessa forma, mesmo que alguns lomógrafos iniciantes relutem em reconhecer-se como tais, após algum tempo de prática e conhecimento, assumem o caráter “democrático” da Lomografia, considerando-se lomógrafos iniciantes. Voltamos, assim, à constatação de Miller de que o mundo simbólico do consumo é construído por meio de um sistema de práticas e hábitos sociais protagonizados por consumidores. No caso da Lomografia, este conjunto de hábitos e práticas é muitas vezes descrito como *analogue lifestyle*, ou estilo de vida analógico, que compreende um espectro de atitudes e hábitos muito maior

⁶ É importante salientar, neste sentido, que atualmente as câmeras Lomo assumiram um novo significado, não sendo mais apenas as produzidas pela Lomography, por vezes sendo classificadas todas as *toy cameras* e outras de funcionamento simples dentro da mesma nomenclatura, como por exemplo a câmera Rolleiflex e alguns modelos simples de câmeras Olympus.

do que o lomografar. Embora a *Lomography* não tenha uma definição clara do que é o *analogue lifestyle*, sugere em seu site que é “um jeito de ver a vida analogicamente” (<http://www.lomography.asia/magazine/lifestyle>). Este jeito de ver a vida compreende diversas atividades e experiências, como o compartilhamento de lomografias, a narração de histórias da vida real e outros tipos de atividades de caráter social. A seção *Analogue Lifestyle* do site oficial da *Lomography* é uma das mais atualizadas, pois é a parte do site que recebe conteúdo colaborativo de lomógrafos ao redor do mundo. A ironia de uma comunidade clamar pela analogia em um ambiente virtual será detalhada mais à frente, cabendo aqui apenas a constatação de que para os membros desta comunidade não há ambiguidade na relação. O que se pode concluir por hora é que, embora pareça clara a distinção entre fotografia analógica (inclusa a Lomografia) e a fotografia digital, ainda há muitos pontos de contato nas quais ambas se comunicam.

5.2 Para os jovens, pelos jovens

“We are surrounded by emptiness but is an emptiness filled with signs” (Lefebvre, 1971)

Seguindo a delimitação dos temas que nortearam a pesquisa, são abordadas a seguir as referências teóricas sobre a juventude. Uma vez que há muitas maneiras de se compreender a juventude, o presente estudo parte para a abordagem na qual: primeiramente, a juventude não é definida apenas por seu caráter etário ou geracional, mas sim pautada por estilo de vida, campo que se inscreve nas esferas da identidade e da cultura; segundo, onde a juventude é tida como um conceito maior, por vezes associadas a um projeto de cultura juvenil e de contra-cultura.

Douglas Kellner e Richard Kahn, no artigo “Global Youth Culture”, de 1995, lembram que o termo *youth* (juventude) é uma categoria por vezes delimitada entre a pós-adolescência e a fase pré-adulta, usada para definir grupos (1995, p.1). Kahn e Kellner ainda lembram que a juventude é muitas vezes o setor mais alfabetizado midiaticamente e tecnologicamente, constituindo-se como o motor essencial para o crescimento da cultura global da mídia (ibidem). Uma vez que a Lomografia é produto derivado da chamada “cultura das mídias” (KELLNER, 2001), tendo surgido nos anos

1980 em um momento de fomento das culturas juvenis ao redor do mundo, é notável que a juventude cumpra papel protagonista na difusão dos valores lomográficos. Se a juventude nos anos 1970 foi diversas vezes enquadrada pela grande mídia como problema, como grupo opositor (HEBDIGE, 1973; FREIRE FILHO, 2007), Kahn e Kellner sugerem que há na cultura das mídias atuais uma “integração da juventude com o sistema capitalista por meio do seu envolvimento com as novas tecnologias” (KAHN e KELLNER, 1995, p.2). Assim, há diversos modos de analisar esta relação entre jovem e tecnologia, tanto por uma ótica fatalista, como a implementada por Zygmunt Bauman (2011); por um ótica otimista, como a de Henry Jenkins (2006) ou mesmo a partir de uma visão crítica e não normativa, tal qual a de Kahn e Kellner, e de outros autores que estudam o consumo e a cultura material (FREIRE FILHO, 2007; MACHADO, 2011).

Kahn e Kellner alertam para a falácia de se considerar a chamada cultura jovem global como solução para os problemas do mundo. Embora esta cultura apresente interessantes valores de socialização e de solidariedade, valores estes amplificados midiaticamente pelas divulgações dos feitos das “mídias sociais”, não devemos considerar esta presença um padrão global, uma vez que há ainda uma grande parte do mundo jovem vivendo em condições de exclusão social, econômica e por vezes física, seja por pobreza, guerras ou mesmo escravidão (KAHN e KELLNER, 1995, p. 4). Assim, ao estudarmos a Lomografia, temos que manter a perspectiva crítica de que, embora popular e influente em uma boa parte da sociedade, não é a realidade da maioria dos jovens, portanto não pode ser lida como a solução implementada para os “problemas” da fotografia digital.

Mônica Machado, em “Consumo e Politização: discursos publicitários e novos engajamentos juvenis”, de 2011, afirma que “vivemos na era da valorização da liberdade de escolha, do prazer, da autonomia, das aspirações de ordem pessoal à felicidade” (2011, p.67). A autora continua afirmando que “(a) nova face do individualismo é paradoxal já que valoriza a glorificação do ego, mas introduz um novo senso de solidariedade: a responsabilidade da difusão das normas do bem-estar” (idem). Com esta afirmação, Machado reflete sobre como se constituiu, no século XX, a estrutura que permitiu o nascimento da cultura *teenager*. Fortemente ancorada no consumismo, no imediatismo e no hedonismo, a cultura *teenager* põe-se como um meio do caminho, onde o adolescente tem demandas de consumo semelhantes a um adulto, porém sem fazer parte diretamente do sistema de produção capitalista. A descoberta, ou

criação, deste novo mercado é muito vantajosa para a lógica capitalista, uma vez que permite uma idealização do consumo. A partir deste momento, o mercado passou a vender a juventude como conceito fortemente atrelado ao individualismo, à abundância e ao hedonismo (ibidem). Assim também assinalada Freire Filho, ao relatar como os conceitos de juventude são usados de maneira ambígua nos discursos científicos, sendo que há uma recorrência ao termo *adolescente* para se referir a experiências de ordem biológica ou psicológica, e a expressão *jovem* para se referir àquelas experiências de caráter cultural (FREIRE FILHO, 2006).

Para o mercado não há sentido em falar com adolescentes, mas sim em comunicar-se com os jovens (ou os que querem ser) de maneira a valorizar seus estilos de vida. Por estarem em um momento liminar, de transição entre duas idades marcantes, é imputado ao jovem a escolha de uma identidade, por vezes transformando esta fase da vida na mais plural e diversa de uma pessoa, com constantes mudanças de comportamento, gostos e atitudes. Esta lógica relutante é constantemente embasada por pelo discurso do consumo, que frequentemente reconhece a identidade do jovem pela sua capacidade de definir estilos a partir de seus hábitos de consumo (HEBDIGE, 1973). Nesta troca simbólica, o jovem consome as coisas, enquanto o que é consumido “se torna jovem”. É a partir desta dualidade, que procura-se entender o presente estudo sobre o consumo da Lomografia pelos jovens brasileiros, de maneira a entendermos como a juventude constrói a Lomografia e é por ela construída.

De maneira geral, a escolha de recorte do objeto de pesquisa a partir de um viés da juventude e do consumo procura por uma abordagem que privilegie tanto a formação da Lomografia (movimento iniciado por jovens), quanto a pesquisa em campo (Lomo-Rolês frequentado por jovens). A Lomografia, neste sentido, faz uso dos valores de juventude para se estabelecer como movimento, enquanto a juventude encontra na Lomografia uma cultura que se opõe à lógica da fotografia digital, tida como *mainstream*. Cabe notar que o processo acontece simultaneamente, com contribuições dos dois lados.

A história da Lomografia começa com os jovens, inclusive anteriormente ao próprio movimento em si. O pedido do General Kornitisky para a criação da primeira câmera na fábrica LOMO solicitava uma câmera de consumo de massa, que à época seria comercializada especialmente entre os jovens soviéticos. Como a URSS passava

por momentos de crise, com constante cobrança, mesmo que reprimida, de mais liberdade e integração com o resto do mundo, o pedido do general estava repleto de significados em vários sentidos. Como mencionado na introdução, a câmera tinha função de ser um veículo para a documentação do cotidiano soviético, que já vivia sua última década de existência, além de ser um objeto de consumo de massa para juventude crescente. Embora a LOMO LC-A não tenha ficado restrita ao consumo dos jovens, ela foi ressignificada anos depois por um grupo de jovens tchecos.

Neste percurso da LOMO LC-A, é interessante lembrar da importância que a “vida social das coisas” assume (APPADURAI, 2008). Segundo Appadurai, ao citar o trabalho de Igor Kopytoff: “pode ser útil considerar que as mercadorias têm histórias de vida” (2008, p.31). Dessa maneira, a história de vida da LOMO LC-A passa por vários momentos, desde a sua produção visando um mercado específico, até o seu renascimento pelas mãos dos jovens tchecos. A LOMO LC-A então é produzida, torna-se mercadoria, é consumida, (re)consumida e depois reproduzida em réplicas. Como destaca Appadurai: “a mercadoria não é um tipo de coisa, em vez de outro tipo, mas uma fase na vida de algumas coisas” (ibidem). Neste sentido, a fase de mercadoria da LOMO LC-A acontece de maneira muito singular, pois, ao ser redescoberta, passa por duas fases diferentes em que assume o estado de mercadoria. O primeiro é de uma mercadoria dentro da lógica própria do consumo soviético, o outro é o da mercadoria em brechó, pronta para ser redescoberta, ressignificada. Ao colocarmos em perspectiva os ensinamentos de Miller sobre o valor simbólico da materialidade, e o trabalho de Appadurai com suas noções da história do objeto, partimos para uma abordagem onde os valores de juventude da LOMO LC-A coincidem com uma redescoberta por uma nova juventude (a dos jovens tchecos). Os jovens tchecos, mesmo sem saber da história da câmera que compravam, inseriam-se em uma história na qual a juventude já havia sido protagonista. Porém, ao colocarem a câmera LOMO LC-A em outro contexto, ao elevá-la a veículo primeiro de um movimento que buscava renovar a fotografia, agregavam à câmera diversos outros valores de juventude, como a busca pelo novo, o contraditório e o revolucionário. Desta forma, assim como vários movimentos jovens, a Lomografia apresenta uma série de questionamentos a uma cultura estabelecida, em uma lógica de construção e reconstrução de valores. A arma escolhida por estes jovens para mudar um *status quo* (a padronização estética da fotografia) havia sido a mesma usada para conservar outro (o regime soviético). Este percurso da vida da LOMO LC-A

embasa a abordagem do objeto nesta pesquisa. Pode-se dizer, portanto, que a Lomografia nasce intrinsecamente ligada à juventude, tanto no projeto soviético anterior a ela, quanto no projeto da juventude vienense de criar algo novo dentro da fotografia.

Nos dias atuais, a Lomografia aparece fortemente ligada a uma cultura jovem, sendo ícone de uma nova abordagem à cultura de massas, de maneira a opor-se à massificação da fotografia digital. Embora estas oposições aconteçam muitas vezes de forma ambígua, são interessantes para notarmos como a sociedade, em especial a juventude, se articula frente a alguns temas pertinentes aos dias atuais, como as formas de mobilização popular e a relação com as mídias. De modo emblemático, a Lomografia é útil para discutir a ascensão da fotografia digital, a popularização dos *fotologs* e *Flickr*s, assim como as formas que algumas empresas e grupos acharam de manter vivas determinadas práticas, notadamente a da fotografia analógica. Além disso, a Lomografia e sua configuração nos permite ver possíveis caminhos para o futuro da fotografia como um todo.

Com uma certa recorrência tanto o pensamento intelectual quanto o senso comum associam juventude às ideias de revolução e transformação. Mas João Freire Filho argumenta, na introdução de seu livro “Reinvenções da resistência juvenil”, que para as pesquisas sobre o comportamento juvenil:

Dependendo, pois, da formação cultural, da posição social e das inclinações teóricas e políticas do analista, uma mesma atividade pode ser descrita como ‘resistente’, ‘rebelde’, ‘rude’, ‘anômica’. ‘desviante’, ‘diversionista’, ‘delinqüente’ ou ‘patológica’ ”. (FREIRE FILHO, 2007, p.17)

Com esta afirmação, Freire Filho lança luz sobre a importância de uma visão crítica do grupo observado, assim como demonstra o quanto presente é o tema do comportamento juvenil nas pesquisas atuais. Ao analisar o grupo estudado, observou-se em diversos momentos que alguns informantes acreditavam na Lomografia enquanto um movimento forte de oposição à cultura dominante, enquanto outros não viam da mesma forma, considerando a Lomografia apenas uma das diversas formas de se fotografar. E mesmo entre os lomógrafos o significado da Lomografia ainda suscita dúvidas, ora transitando entre a esfera da arte, ora sendo visto como diversão. Porém, todos reconhecem o valor da prática da Lomografia e das câmeras Lomo enquanto símbolos jovens, por vezes destacando como positivo a qualidade que a Lomografia tem em juntar pessoas. Esta agregação, este caráter social e colaborativo, tão divulgado e usado para descrever as redes sociais *online*, tem a Lomografia como um emblema.

Conforme será detalhado mais à frente, na seção sobre a observação de campo, diversas atividades de colaboração e compartilhamento são empreendidas pelas comunidades lomográficas ao redor do mundo.

Outro ponto teórico importante para a definição da juventude passa pela definição de símbolos de estilo. Dick Hebdige em seu livro “Subculture: the meaning of style” (1973) começa a traçar a importância dos itens do vestuário e do estilo (como cabelos, tatuagens, etc.) para a definição e propagação de um movimento de subcultura juvenil. Uma vez que para Hebdige a troca comercial é tanto um fenômeno social quanto intelectual, podemos pensá-las como “hieróglifos sociais”, nas palavras de Marx, cujos sentidos são definidos pelo uso convencional (1973, p.95). A relação de troca é, portanto, simbólica, não limitando-se apenas a uma transação monetária pautada em necessidades utilitárias do indivíduo. Desta forma, o estilo do indivíduo, tanto o que ele tem, quanto o que procura ter, diz muito sobre suas relações sociais. No caso da Lomografia, a posse de uma câmera Lomo pode ser lida como uma forma de “negação”, de resistência ao constante evolucionismo tecnológico da fotografia digital, assim como uma afirmação de um estilo de vida pretensamente mais alegre, livre, analógico. Hebdige é muito preciso ao delimitar que nestes movimentos de subcultura há uma regra de conduta. Há os bons e os maus costumes, as roupas erradas, as palavras que não devem ser usadas. Também assim é com a Lomografia,⁷ embora ela não possa ser considerada uma subcultura. Por exemplo, quando interrogados se consideravam-se consumidores da Lomografia, os lomógrafos relutavam em aceitar a alcunha, demonstrando nas falas uma resistência na associação do termo consumo com a prática lomográfica. Porém, quando pergunta semelhante era feita, sem o uso do termo consumo e seus derivados, as declarações emergiam com mais facilidade. Assim, ao substituir-se a pergunta “que câmeras Lomo você pretende consumir?” por uma pergunta como “qual modelo de Lomo você quer pegar?” (com o sentido de comprar, consumir), obtinham-se respostas muito díspares, observando-se uma larga vantagem de aceitação quando feita da segunda forma.

Outro ponto interessante da obra de Hebdige versa sobre as roupas do movimento punk inglês. Para ele “os punks usavam roupas que eram o equivalente de alfaiataria de xingamentos” (1973, p. 67). Fazendo um paralelo com a roupa punk e o

⁷ Não é de se duvidar que a Lomografia tenha iniciado com um manifesto no qual as 10 Regras de Ouro da Lomografia eram anunciadas.

estilo das câmeras Lomo, pode-se dizer que, enquanto o vestiário punk ofende e incomoda (ao menos no momento inicial essa parecia ser a percepção do punk por parte das camadas sociais mais tradicionais), a câmera Lomo faz o contrário, sendo bem aceita quando exposta, principalmente pelo seu inofensivo ar de brinquedo. Este ponto torna-se ainda mais interessante quando pensamos que a câmera Lomo se insere em um mundo onde existe o “medo” do *papparazzi*, de maneira que o rústico e inocente aspecto da câmera Lomo não a faz, por vezes, ser considerada uma câmera, como se isso a tornasse inofensiva em sua capacidade de registrar alguém ou algo. Neste sentido, uma das dicas divulgadas nos livros sobre a Lomografia refere-se a lomografar as pessoas com quem você está conversando de maneira rápida e espontânea, para quebrar a seriedade de um bate-papo monótono. Durante o Lomo-Rolê, por exemplo, foi observado que muitas vezes os lomógrafos registravam lomografias de outras pessoas de fora do grupo, as quais não se importavam ou nem chegavam a perceber que alguém havia as fotografado/lomografado. Uma vez que a câmera Lomo é o símbolo de estilo que mais define o lomógrafo, assim como as roupas rasgadas e o moicano definiam o punk inglês, podemos procurar na própria materialidade da câmera os caminhos para a leitura do estilo de vida lomógrafo.

Ter uma câmera Lomo e ser um lomógrafo definem papéis sociais muito semelhantes. Embora exista a distinção entre os agentes da cultura originais (lomógrafos mais antigos e/ou mais ativos) e os mais novos (entusiastas), no movimento da Lomografia há, aparentemente, uma procura pela inserção e valorização de todos os que querem fazer parte dessa cultura de grupo. Ao contrário de outras culturas e subculturas, a Lomografia busca, mesmo que de maneira incipiente, a não-hierarquização do conhecimento de seus códigos. Assim, um lomógrafo iniciante e um lomógrafo mais experiente são, supostamente, iguais, pois a Lomografia deve ser maior que ambos. Este desejo, porém, não é muitas vezes alcançado, pois, embora de forma não muito sistematizada, há uma ascensão social dentro da própria Lomografia. Esta ascensão, nota-se, é inclusive muitas vezes pautadas não pelas realizações lomográficas, mas pelo conhecimento técnico (nomes de câmeras, truques artesanais para experimentar novas técnicas, quantidade de filmes utilizados) e pela posse de câmeras Lomo. Para um lomógrafo ser mais lomógrafo, portanto, muitas vezes é inflingido a ele ter ou utilizar os mais diversos tipos de câmeras Lomo. Dentro desta lógica, a *Lomography* cumpre seu papel lançando quase que mensalmente, se não um modelo completamente novo, uma

nova roupagem para seus modelos já estabelecidos. A associação entre a linha de produtos da *Lomography* e as identidades que ela constrói será mais aprofundada no decorrer do trabalho.

5.3 Fotografia e Lomografia: semelhanças e diferenças

Para que possamos falar em Lomografia é necessário abordar brevemente o que é fotografia e como podemos pensá-la, pois a Lomografia insere-se no contexto fotográfico como uma outra maneira de fotografar que busca fugir de alguns padrões. Definir a fotografia não é tarefa das mais simples. Diversos teóricos, fotógrafos (profissionais e amadores) e artistas tentaram defini-la. Algumas abordagens tratam da relação tempo/espaço que a fotografia apresenta. Outras versam sobre o aparato técnico. E temos inclusive quem tenta defini-la não a partir do equipamento fotográfico, mas do fotógrafo em si, enquanto agente.

Para Roland Barthes (1980), mais próximo à terceira categoria descrita acima, a fotografia inquieta o ser humano, enchendo-o de fascinação. Tomado de um desejo “ontológico”, isto é, de definição da origem própria da palavra, o teórico francês confessa: “ eu queria saber a qualquer preço o que ela era ‘em si’, por que traço essencial ela se distinguia da comunidade das imagens” (BARTHES, 1980, p.12). Em seguida, no mesmo parágrafo, Barthes afirma não estar certo “de que a Fotografia existisse, de que ela dispusesse de um ‘gênio’ próprio” (ibidem).

Para entendermos as inquietações de Barthes, recorreremos ao título de seu livro sobre a Fotografia: *A Câmara Clara: notas sobre a fotografia* (1980). A câmara clara é um dispositivo constituído de prismas de reflexão total, pelo qual se pode observar, simultaneamente, o objeto e sua imagem projetada no papel. Barthes usa a dicotomia entre a câmara clara e a já usual câmara escura (ancestral das câmeras fotográficas) para afirmar o “ser que fotografa” enquanto autor. A fotografia só existirá, portanto, se tivermos o fotógrafo e a sua subjetividade. É ele o responsável pela existência da

fotografia. Aparece como ser criador, e por ser criativo, usa a mudança e a manipulação para operar sua obra.

Nesse momento, as palavras de Cláudio Araújo Kubrusly, autor do livro *O que é fotografia* (1991), são pertinentes: “A fotografia é consequência inevitável do deslumbramento do homem frente à câmara escura.” (KUBRUSLY, 1991, p.12). Dessa maneira, o fotógrafo não quer apenas ver a imagem gerada, mas sim possuí-la, torná-la algo tátil, fruto de seu deslumbramento e criatividade, em um misto de criação e controle. A fotografia, para estes autores, é uma forma de controlar a inquietação e o instante, “ela (a fotografia) não é o tema, é apenas o vestígio deixado por ele no momento mágico do *clic*.” (KUBRUSLY, 1991, p.15). Assim, estudar a fotografia é inevitavelmente estudar quem clica, aquele que escolhe (ou escolhe não controlar, como no caso da Lomografia) o enquadramento, quem aperta o botão que desencadeia todo o processo fotográfico, o qual começou muito antes do “momento decisivo”, para usarmos a já consagrada expressão de Cartier Bresson. Dessa maneira, a fotografia revelada, o papel fotográfico com a imagem impressa, é um importante caminho para entendermos as configurações identitárias de quem fotografa (ou lomografa).

Nesta abordagem, porém, fotografia e Lomografia começam a se diferenciar. Embora a Lomografia seja uma forma de fotografar, apresenta conjuntos de códigos e lógicas que a inserem em um patamar totalmente diferenciado. Na Lomografia o lomógrafo, enquanto agente criativo primeiro, deixa de ser o principal, para que a câmera assuma este papel. Não se diz aqui, porém, que o lomógrafo deixa de cumprir papel essencial na prática lomográfica, mas sim que este papel não é subjetivado, por vezes sendo atribuída a feitura da fotografia, no caso lomografia, à câmera Lomo.

Embora com semelhanças e diferenças a Lomografia e a fotografia muito têm a contribuir uma com a outra, sendo hoje a Lomografia um dos principais baluartes para a preservação da prática fotográfica em câmeras analógicas.

A seguir apresentam-se os referenciais de campo, para que possamos começar o caminho que levará à descrição dos Lomo-Rolês.

5.4 Observando o campo: entre o familiar e o desconhecido

Roberto Da Matta, em seu texto “O Ofício do Etnólogo, ou como Ter ‘Anthropological Blues’”, de 1978, e originalmente apresentado na Universidade de Brasília, discorre sobre o que significa ser um pesquisador de ciências sociais em seu trabalho de observação no campo. Embora referente ao ofício de antropólogos e sociólogos, o texto de Da Matta é muito útil para o pesquisador em Comunicação, ainda mais para aqueles que empreendem trabalho de observação das práticas de consumo. Conforme defendido anteriormente, o presente trabalho não faz uma observação etnográfica, mas sim uma observação participante, a qual tem muitas características em comum com a etnografia. Portanto, o texto de Da Matta foi um dos principais guias para a melhor compreensão do que seria desenvolvido na pesquisa de campo.

Da Matta lembra o pesquisador que ter o *anthropological blues* é obter um sistema que “quer cobrir e descobrir, de um modo mais sistemático, os aspectos interpretativos do ofício do etnólogo” (DA MATTA, 1978, p.27). Esta busca, portanto, passa pela compreensão de que a cultura do pesquisador e do pesquisado são culturas diferentes, mas que têm, ao mesmo tempo, semelhanças profundas. A isto soma-se uma necessidade de: “(a) transformar o exótico no familiar e/ou (b) transformar o familiar em exótico.” (idem, p. 28). Para a presente pesquisa, então, foi necessário principalmente a segunda opção, na qual, por conhecer de antemão e estar inserido na cultura estudada, precisava estranhar e questionar o que estava acontecendo. Este trabalho de estranhamento do que se julga conhecer revela-se uma tarefa árdua, pois o pesquisador precisa constantemente lembrar de observar como se não conhecesse o que vê, para que possa ir além na busca por novas leituras para o estudado. Da Matta chega inclusive a comparar este trabalho com um “movimento de auto-exorcismo” (idem, p.28), onde o trabalho do pesquisador pode ser comparado à fase questionatória de uma criança de pouca idade. Este movimento que, para Da Matta, é por vezes xamânico, é um movimento verticalizado, tanto para dentro, quanto para cima.

Desta maneira, ao observar o grupo dos lomógrafos aproveitava do meu conhecimento prévio dos códigos e condutas para inserir-me no grupo, porém, fazia questão de não aprofundar tais conhecimentos quando era necessário questionar algo que de antemão já esperava um tipo de resposta. Estas respostas, porém, muitas vezes me surpreendiam, mostrando não só que a Lomografia é uma cultura em movimento

(como toda cultura o é), mas também que dentro da mesma prática há diferentes motivações para cada indivíduo. Neste sentido, pude observar o quão acertada a escolha de observação participante foi, pois, em caso de uma pesquisa feita por meio de questionários e outros métodos quantitativos, correria o risco de ter uma visão menos privilegiada do objeto estudado.

Outro autor que é importante de ser destacado no presente tópico é Gilberto Velho, o qual em “Observando o familiar”, também de 1978, continua a discussão que Roberto Da Matta propõe. Gilberto Velho questiona a premissa de que cabe ao investigador manter-se distanciado de seu objeto de pesquisa. Esta distância tanto física quanto teórica é por vezes prejudicial à pesquisa, por deixar escapar aspectos que somente um conhecimento mais aprofundado *in loco* permitiria. Segundo Velho, “para conhecer certas áreas ou dimensões de uma sociedade é necessário um contato, uma vivência” (1978, p. 123). Esta vivência, no caso do presente trabalho, não pode ser feita a longo prazo, pois havia limitações de tempo. Porém, a observação participante permitiu uma vivência programada intensiva. Assim, os Lomo-Rolês acompanhados foram microcosmos dentro dos quais podia ter uma visão primeira do que era a prática Lomográfica para os informantes. A esta visão soma-se a minha própria prática como lomógrafo, a qual contribui para que, em pouco tempo, conseguisse entender melhor o que acontecia em campo. Uma vez que, ainda segundo Velho, o “um tipo de comunicação, a verbal, não esgota todo o potencial simbólico humano” (idem, p.124), a observação em campo permitiu perceber nuances da prática lomográfica que escapariam a questionários e entrevistas não presenciais. Embora não descarte o uso de tais artifícios, considero para o objetivo proposto mais adequada a observação. Neste ponto, recorri a trabalhos quantitativos de outras fontes, como a própria Sociedade Lomográfica Internacional e trabalhos diversos sobre a Lomografia ao redor do mundo (CALAÇA, 2010; GERALD, 2009; PIBIRI, 2009).

Gilberto Velho alerta que embora o que vemos possa ser *familiar*, não é necessariamente *conhecido* (VELHO, 1978). Esta transição, portanto, deve ser feita a partir da objetificação da distância científica enquanto problema de pesquisa. Esta foi, portanto a base que guiou todo o pensamento para a observação da Lomografia, o desconhecimento de algo familiar, que reconhece na familiaridade algo diverso ao conhecimento científico.

Por fim, afim de me preparar para o trabalho de campo, recorri ao conselho de William Foote-Whyte que em “Treinando a observação participante”, de 1943, relata suas experiências como pesquisador em uma comunidade que ele denomina como Cornerville. Segundo Foote-Whyte, as regras e os costumes do grupo se fazem conhecer no local, devendo haver um esforço por parte do pesquisador em entender e absorver tais regras de convívio. Porém, alerta Foote-Whyte, não deve-se buscar de maneira forçada ser parte do grupo, pois esta falta de originalidade pode ser percebida pelo grupo, gerando estranhamento e quebra da naturalidade em que se esta inserido. Foote-Whyte ainda alerta para “a importância crucial de obter o apoio de indivíduos-chave em todos os grupos” (FOOTE-WHYTE, 1943, p.79). A partir deste ensinamento que busquei uma relação mais próxima com Ana, a organizadora dos Lomo-Rolês em Brasília. Este protagonismo me permitiu não só ter acesso privilegiado a informações, como também fez com que o meu acompanhamento em campo se desse de maneira mais organizada e livre.

As referências que basearam o trabalho no campo foram de grande utilidade para a pesquisa pois, além de permitirem confiança para observar o grupo com mais propriedade, permitiram também refletir sobre a própria observação e o papel do pesquisador neste momento.

5.5 Considerações sobre a leitura teórica

Os autores e teorias apresentados acima são um apanhado de referenciais teóricos que permitiram o diálogo com trabalho de campo, para que este fosse feito de maneira reflexiva e, antes de tudo, crítica. Por tratarem-se de dois temas amplos, com abordagens diversas, buscou-se a formação de uma base referencial concisa, mas ao mesmo tempo que permitisse uma visão ampla dos temas abordados. Conforme nos lembra Miller em “Consumo como cultura material”, de 2007, ao pensarmos o consumo

como um aspecto da cultura material podemos ter uma visão mais ampla do papel da materialidade em nosso cotidiano.

Assim, ao escolher uma abordagem do consumo mais alinhada com a corrente da materialidade e da cultura material, isso foi feito pensando a partir do recorte de pesquisa. Uma perspectiva fatalista, como a já citada de Bauman (2011), teria levado a uma abordagem a qual considero falha, insuficiente para compreender o fenômeno da Lomografia. Por outro lado, se fizesse a partir de uma abordagem demasiadamente entusiasmada, como a de Jenkins (2006), poderia desviar-me de uma análise mais crítica do movimento da Lomografia, correndo o risco de exaltá-lo sobremedida. Desta forma, considero mais preciso e adequado ao objeto de pesquisa uma leitura onde as pessoas e as coisas se comunicam, onde o mundo material é detentor de aspectos simbólicos caros aos trabalho de pesquisador.

Por sua vez a leitura do que é a juventude também procura uma coerência com o objeto estudado, não cabendo, conforme dito, uma delimitação completamente etária. Os valores de juventude, como visto, são construídos dentro de políticas de identidade e estilos de vida, onde a moda, a mídia e o consumo exercem forte influência em sua construção. Dentro de uma perspectiva crítica, avalia-se a juventude enquanto um conceito maior, entendendo-a como um dos pilares para a compreensão da Lomografia e seus papéis na atualidade.

Em seguida iremos nos deter no trabalho de campo, sempre relacionando o desenvolvido teoricamente com o observado em campo.

6. A PESQUISA DE CAMPO: OBSERVANDO OS LOMO-ROLÊS

O presente capítulo faz uma descrição narrativa e um exercício analítico da experiência em campo, apontando os pontos que permitirão o diálogo entre a teoria e o observado. Optei por esta estrutura por dois motivos: primeiro, dar a dimensão ao leitor do que é um Lomo-Rolê, com uma abordagem que permita a imaginação; segundo, para apresentar as personagens e suas declarações. A partir desta abordagem, busca-se pensar como a teoria emerge do campo.

6.1 O 1º Lomo-Rolê: Lomografia no Parque da Cidade

No dia 14 de abril de 2012, aconteceu o 1º Lomo-Rolê brasileiro. O Lomo-Rolê é um evento no qual lomógrafos se encontram para juntos lomografar em um determinado local. A dinâmica do Lomo-Rolê é simples: primeiro acontece uma rápida aula sobre a história da Lomografia, depois, em conjunto, os lomógrafos saem para praticar a Lomografia no local pré-estabelecido. Este modelo implementado em Brasília é uma derivação de outros encontros lomográficos que acontecem ao redor do mundo. Porém, nunca havia sido feito na cidade de maneira organizada.

Ana, 23 anos, lomógrafa desde os 17, estudante de Arquitetura e Urbanismo na Universidade de Brasília, é a responsável pela realização do primeiro Lomo-Rolê brasileiro. Ana começou a fotografar ainda nova, por influência do pai, um fotógrafo amador, tendo herdado dele a primeira câmera analógica. Ana, que se diz apaixonada por fotografia analógica, passou uma temporada de um ano na cidade do Rio de Janeiro, onde entrou em contato mais profundo com a Sociedade Lomográfica Carioca. Foi nestes encontros que Ana conheceu as estruturas do Lomo-Rolês, decidindo trazer para Brasília o modelo, mas adequando-o ao perfil do público brasileiro. Com o apoio do fotoclube Espaço F/508, Ana elaborou um esquema de Rolê que fosse introdutório, pensado principalmente para aqueles que tiveram pouco ou nenhum contato com a Lomografia. Desta forma, primeiramente acontece uma aula expositiva, ministrada pela própria Ana, na qual ela explica as origens da Lomografia, assim como expõe os modelos de câmera disponíveis para o Rolê.

O Lomo-Rolê não é gratuito, tendo o custo de inscrição de R\$ 25,00, preço que inclui o possível empréstimo de uma câmera Lomo e a aquisição de um filme 35mm da marca *Lomography*. As câmeras disponíveis para o Rolê são muitas pois, embora seja possível lomografar com a própria câmera, o uso e a experimentação de outros modelos é incentivado. Este aluguel, portanto, é muito requisitado, mesmo pelos que já possuem modelos de câmera Lomo. O custo do Lomo-Rolê, Ana explica, não visa o lucro, sendo pensado para cobrir os custos da aquisição do filme e de outros possíveis gastos, como o

de limpeza da sala aula no Espaço F/508 e o de impressão de um folha que todos recebem ao começo da aula. Ana ressalta que o evento não é pensado de maneira mercadológica, mas sim como forma de confraternização e popularização da Lomografia em Brasília. Notamos, porém, que há sim um interesse do Espaço F/508 na popularização da Lomografia, uma vez que é onde existe a única distribuidora autorizada da *Lomography* em Brasília. Desta forma, embora o preço do Lomo-Rolê não gere lucros (uma vez que o pacote com 3 filmes Lomography varia entre R\$ 32,90 e R\$ 77,90), pode-se observar que é vantajoso para o Espaço F/508 sediar os encontros do Lomo-Rolê. Ana, porém, à época não tinha vínculo empregatício com o fotoclube, embora tenha comentado que esta era uma possibilidade futura.

A divulgação do Lomo-Rolê é feita por meio da criação, pela própria Ana, de um evento online no Facebook. Os convidados para o evento são, em sua maioria, amigos dela na rede social, ou amigos de amigos, que são convidados por estes. A página do evento descreve o Lomo-Rolê de maneira simples, com informações de custo de inscrição, dinâmicas de pagamento, local de encontro e horário. Segundo o evento, é necessário enviar um e-mail de confirmação para Ana, assim como depositar na conta-corrente pessoal dela o valor da inscrição ou entregar pessoalmente o dinheiro para a organizadora. Após enviar o e-mail, recebo a confirmação da minha inscrição, decidindo então entregar pessoalmente o dinheiro para Ana, a fim de poder já antecipar a conversa que terei com ela posteriormente. Encontro Ana nos corredores da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Brasília, comento rapidamente o projeto de pesquisa que estou desenvolvendo e ele é recebido com entusiasmo. Ana se mostra disposta a ajudar, sugerindo que marquemos uma oportunidade de conversar com mais calma. Fica então combinado que conversaremos mais no Lomo-Rolê, além de marcar uma entrevista formal posteriormente.

A aula começa às 15h, de um sábado ensolarado e temperatura amena. É, definitivamente, um bom dia para lomografar. Ana explica que as câmeras Lomo, devido às suas lentes de plástico e seu obturador rústico, dependem de muita luz para capturar as cenas lomografadas, sendo o dia do Rolê um bom dia para a prática lomográfica. Na sala há 18 lomógrafos, que se inscreveram para as vagas limitadas do 1º Lomo-Rolê. O número de mulheres é um pouco maior, com doze mulheres e apenas seis homens. Porém, este número é atípico, não voltando a se repetir com tanta expressão no 2º Lomo-Rolê. Segundo uma pesquisa feita pela própria *Lomography*, em

2008, sob o nome de “Analogue vs. Digital 2008’ survey”, 54.9% dos lomógrafos que responderam à pesquisa são homens, enquanto 45% são mulheres. Portanto, o que se observa é que, embora o gênero masculino seja maioria, esta diferença não é significativa. No caso do Lomo-Rolê, porém, uma das possíveis explicações para uma maior participação feminina seja o fato de o evento ter sido divulgado majoritariamente entre estudantes de Arquitetura, curso no qual há uma grande predominância do gênero feminino.

Ana começa a aula distribuindo duas folhas com informações gerais sobre o primeiro Lomo-Rolê. As folhas impressas contém um parágrafo com a história resumida da Lomografia, além das 10 Regras de Ouro, de especificações técnicas sobre os tipos de filme utilizados na Lomografia e dicas para manutenção das câmeras Lomo e dos filmes fotográficos. Ao fim, há um tópico chamado: “Eu Indico”, onde há a indicação do Espaço F/508 e o site oficial da *Lomography* como os melhores locais para comprar câmeras, filmes e acessórios, além de uma indicação de laboratório fotográfico para a revelação dos filmes utilizados.

A aula então prossegue com uma introdução à história da Lomografia, com um resumo do que foi narrado no capítulo 1. Conforme outras narrativas lomográficas, os nomes das pessoas envolvidas no processo costuma não ser citado, sempre referindo-se aos fundadores da Lomografia como “os dois jovens vienenses”. Neste ponto, é interessante notar que a palavra jovem é utilizada quase que todas as vezes na referência aos fundadores, mostrando, assim, a relevância que a juventude tem para a construção da narrativa lomográfica. Ana então passa para uma detalhada explicação de cada uma das 10 Regras de Ouro da Lomografia, na sua versão brasileira. Com a ajuda de um documento digital de slides e um projetor, Ana desenvolve cada regra a partir de exemplos de sua própria trajetória como lomógrafa. A primeira regra: “Leve sua câmera sempre com você” é introduzida com a argumentação que a leveza e a praticidade da câmera Lomo permitem ao lomógrafo carregá-la na bolsa, na mão ou até mesmo no bolso, sem maiores dificuldades. Este atributo material foi um dos motivos que levou os jovens vienenses ao fascínio, os quais aproveitavam do tamanho diminuto da LOMO LC-A para levar para os mais variados locais. Em seguida, Ana explica a segunda regra: “Use-a a qualquer hora do dia ou da noite”. Ana expõe que para esta regra é preciso lembrar que há uma adequação de filme e de tempo de exposição usados na câmera, “à noite, quase sempre tem que usar um flash”, Ana diz. Ana lembra, porém, que o flash

não precisa ser o modelo específico da câmera, podendo ser improvisado com flashes manuais e outras artimanhas. Com a terceira regra: “A Lomografia não interfere na tua vida, torna-se parte dela”, Ana lembra que não se deve parar para lomografar, mas se deve lomografar enquanto faz outras coisas. Assim, Ana ressalta que, ao contrário de uma câmera digital, com a qual você prevê e prepara a fotografia a ser tirada, com a Lomo esta fotografia deve derivar do próprio instante que se vive. Para Ana, e também para outros lomógrafos do grupo, a Lomografia é feita de maneira mais livre, em comparação com outras formas de fotografia, principalmente a digital. A quarta regra: “Fotografe sem olhar no visor” é descrita como uma técnica que permite ao lomógrafo não planejar tanto o que quer fazer, mas sim focar no fazer em si.

A quinta regra: “Aproxime-se o máximo possível do objeto” é descrita por Ana como uma regra engraçada, que permite às lomografias um compromisso menor com o retrato da realidade. Segundo Ana, a busca pelos detalhes é mais interessante do que o todo. A sexta regra: “Não pense” é talvez a mais polêmica de todas. É, inclusive, a regra que dá nome a um dos principais livros da *Lomography Society*, “*Don’t think, just shoot*” (2001). Para Ana esta é a regra mais difícil para o novo lomógrafo, pois presume o esquecimento de tudo o que se aprendeu anteriormente sobre a fotografia. Dessa maneira, o não-pensar é semelhante à meditação zen budista, onde, em um ato de limpeza da mente, o ser pretende alcançar “a essência das coisas”. Ana destaca que durante o Lomo-Rolê os lomógrafos devem atentar para esta regra, buscando um despreendimento do que é lomografado. A sétima regra: “Seja rápido” é descrita de maneira breve, focando mais no caráter material da câmera (a facilidade em operá-la) do que em aspectos filosóficos da regra. Já no caso da oitava regra: “Você não precisa saber antecipadamente o que fotografou” há mais questionamentos por parte de Ana. Ela lembra que, em oposição à fotografia digital, o jeito como a foto (lomografia) vai sair não importa de antemão, que no primeiro momento o que importa é estar lomografando. Ela relembra, então, que muitas vezes quando revela o filme não se lembra de algumas lomografias, sendo que esta surpresa é agradável na maior parte das vezes. A nona regra: “Nem depois” é uma continuação da oitava, mas que foca principalmente no sentido de que as lomografias não precisam ter um caráter indicial tão demarcado quanto as fotografias tradicionais. Por fim, a última e décima regra: “Não te preocupe com as regras” é anunciada com um sorriso no rosto de Ana. Ela

ressalta que, embora existam as regras anteriores, a última é a mais importante, pois “a Lomografia é do lomógrafo e da câmera.”

Em seguida, Ana mostra alguns exemplos de lomografias que ela tirou no decorrer de sua trajetória, explicando em detalhes como conseguiu tais resultados. Ana gosta de ressaltar a importância da inventividade que a Lomografia permite, expondo, desta maneira, diversas dicas de como fazer acessórios lomográficos de maneira artesanal. Neste momento da aula alguns lomógrafos compartilham experiências, como a alteração de filmes fotográficos e de coloração de flashes artesanais. Depois desta exposição, Ana dá os últimos conselhos antes do começo do Rolê propriamente dito.

O Rolê foi realizado no Parque Dona Sarah Kubitschek, mais conhecido como Parque da Cidade, o principal parque em Brasília. Localizado entre a Asa Sul e o Sudoeste (dois bairros nobres da capital), o Parque da Cidade é uma larga extensão de área verde no meio de um espaço urbanizado. Frequentado majoritariamente pelos habitantes do Plano Piloto e regiões próximas, o Parque oferece diversas opções de lazer gratuitas, como pistas de corrida, quadras de futebol, vôlei e basquete, além de outras opções pagas, como kartódromo e parque de diversões. O Rolê do dia 14 de abril aconteceu na região do Parque próxima ao parque de diversões Nicolândia.

Uma vez que o Espaço F/508 é localizado no final da Asa Norte, é necessário que o trajeto até o local seja feito com uso de veículos automotivos. A maior parte dos presentes, com idade acima de 18 anos, possui veículo próprio, sendo que muitos preferem deixar os carros lá e dividir-se em grupos de quatro ou cinco pessoas para ir em um carro só. Outros, porém, preferem ir sozinhos em seus carros, alegando facilidade para locomover-se na volta para casa.

Chegando ao Parque da Cidade, por volta das 16h30, os lomógrafos teriam, segundo cálculo de Ana, pouco mais de uma hora e meia de tempo hábil para lomografar. No Parque da Cidade, Ana dá instruções rápidas sobre horário e pontos de encontro, deixando, os lomógrafos livres para praticar o aprendido na aula anterior. Decido então acompanhar um grupo que sai em busca de lomografias em um parquinho infantil. À medida que eles lomografam, converso com o grupo sobre meu trabalho de pesquisa, pedindo a permissão para observar o que eles fazem. Todos são receptivos à minha presença, contribuindo de maneira muitas vezes pró-ativa ao meu trabalho.

Pergunto a um deles se já havia lomografado antes. Cláudio, 26 anos, estudante de pós-graduação em Letras e revisor, me diz que sim, que é lomógrafo a mais ou menos dois anos. Observando Cláudio, noto que ele reluta muito em apertar o botão do obturador, como se pensasse demasiadamente no que iria lomografar. Após tentar vários ângulos, Cláudio finalmente aperta o botão. Quando questiono sobre esta relutância, Cláudio confessa que tem dificuldades em deixar-se livre quando lomografa, pois sente uma “responsabilidade com o que eu vou tirar”. Cláudio reconhece que isso é, nas suas palavras, “um erro” que procura corrigir aos poucos. Cláudio acha a ideia da Lomografia “muito legal”, que essa diferença com a fotografia digital que ela proporciona é boa. Após mais algumas conversas com outros integrantes do grupo, decido que, para a entrevista formal, Cláudio será um bom informante, pois tem um histórico de reflexão anterior sobre a Lomografia, embora pratique relativamente há pouco tempo. A outra entrevistada será Ana, tanto pelo seu protagonismo em Brasília, quanto pelo grande conhecimento técnico e histórico que possui.

Observo então outros lomógrafos, sempre procurando conversar com eles enquanto praticam a Lomografia. Um ponto importante observado é que alguns lomógrafos não se limitam ao uso das câmeras Lomo, por vezes tirando fotografias por meio de telefones celulares. Ao observar uma das meninas do grupo, pergunto por que ela tirou uma foto utilizando o celular, ela então me explica que tirou a fotografia para compartilhá-la no Instagram⁸. Quando questiono sobre sua relação com a fotografia digital, ela me responde que acredita que “cada uma tem uma hora”, acrescentando que gosta de compartilhar coisas “bobas e simples” nos aplicativos online, preferindo usar a Lomografia para produzir “fotos que valem a pena”. Porém, a questão de uso dos aplicativos que simulam os efeitos lomográficos não é bem visto por outros lomógrafos. Ana, por exemplo, afirma odiar o Instagram, classificando-o como “banal”. Neste sentido, observa-se que não há um só discurso presente na Lomografia. Assim como em outros movimentos, há uma desconfiança, principalmente por parte dos membros mais ativos, de usos derivados do movimento original, como é o caso do Instagram e da Lomografia. Mais à frente, porém, estas relações serão delimitadas, para mostrar como, em um diálogo por vezes ambíguo, os discursos sobre a Lomografia se constroem em

⁸ O Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotografias por meio de um aplicativo móvel para *smartphones*. O Instagram se popularizou devido aos seus filtros que buscam dar um aspecto de fotografia analógica à fotografia feita com o celular. Declaradamente, o Instagram busca referência em câmeras Lomo, assim como em Polaroids e outras analógicas antigas.

um ambiente onde as fronteiras do digital e do analógico não são tão bem delimitadas quanto se afirma.

Outro ponto importante de observação refere-se à relação entre os lomógrafos e as câmeras Lomo. Quando converso com Cláudio, ainda durante o Rolê, ele me descreve todas as câmeras que possui, além de falar das que tem vontade de possuir no futuro. Ao ser questionado sobre os custos da Lomografia, Cláudio afirma que um dos motivos que o atraem à prática lomográfica é a não necessidade de uma constante renovação tecnológica, isto é, “a câmera vale mais à medida que o tempo passa, e não o contrário”. Ainda segundo ele, “com a Lomografia você aprende a valorizar cada coisa, cada foto”. Esta questão de valoração retoma as discussões de Daniel Miller (2007) e do valor simbólico que os bens de consumo possuem, os quais são definidos por um conjunto de práticas e hábitos da sociedade.

O dia, por fim, já vai escurecendo, levando todos os lomógrafos de volta ao ponto de encontro inicial. Ana recolhe as câmeras emprestadas, já sem os filmes utilizados, que são levados em caixinhas de plástico pelos lomógrafos participantes do Rolê. Todos parecem satisfeitos com a experiência, tanto os que já haviam lomografado antes, quanto os que lomografaram pela primeira vez. Os mais experientes afirmam que a oportunidade de lomografar em conjunto é divertida, que faz parte do espírito da Lomografia este compartilhamento. Já os mais novos, se mostram surpreendidos pelas diferenças entre a Lomografia e os outros tipos de fotografia. Ao perguntar sobre a utilização dos filmes, vejo que a maior parte dos principiantes não utilizou-o até a última pose. Embora alguns pudessem esperar que as 36 poses do filme fossem insuficientes para uma geração acostumada com o protoinfinitivo das câmeras digitais, não é o que se nota. Para ir além em minhas observações, pergunto aos que não utilizaram o filme inteiramente quais os motivos de tal fenômeno. Recebo as mais variadas respostas, como “eu fiquei com medo de tirar coisa besta [sic]” ou “com a Lomografia é legal pensar mais, não sair só clicando”. Embora esta última frase possa ser lida como uma contradição aos princípios básicos da Lomografia, ela é recorrente em diversos discursos, voltando a aparecer tanto na fala de Ana, quanto na de Cláudio, quando entrevistados formalmente. Assim, de maneira organizada, o grupo se despede, com diversos participantes deixando o Parque em conjuntos menores, de duas ou três pessoas.

6.2 O 2º Lomo-Rolê: Lomografia na Vargem Bonita

O 2º Lomo-Rolê aconteceu no dia 26 de maio de 2012, com estrutura semelhante ao 1º Lomo-Rolê. A aula expositiva é praticamente a mesma, porém, os lomógrafos nesta edição do Lomo-Rolê têm mais diferenças etárias e há um maior equilíbrio entre os gêneros. Há na sala 18 pessoas, sendo que, à exceção minha e de Ana, nenhuma delas havia acompanhado o 1º Lomo-Rolê. A aula começa do mesmo jeito que na primeira edição, passando pela história, pelas regras e por orientações técnicas de manuseio das câmeras Lomo. O encontro, porém, aconteceu em outro local desta vez.

O 2º Lomo-Rolê foi realizado na Vargem Bonita, uma comunidade agrícola, de descendentes japoneses, próxima ao ParkWay. A colônia agrícola da Vargem Bonita é uma comunidade tradicional, localizada a 20 quilômetros ao sul do centro de Brasília. Embora hoje o ParkWay seja uma área populosa da cidade de Brasília, a Vargem Bonita continua com poucos habitantes, sendo a sua maioria trabalhadores rurais que fornecem produtos agrícolas para as regiões vizinhas. Neste ponto, o local do 2º Lomo-Rolê difere muito do local do 1º. Enquanto o Parque da Cidade era um local conhecido por todos os lomógrafos do 1º Lomo-Rolê, a Vargem Bonita era uma novidade para a maior parte dos lomógrafos do 2º Lomo-Rolê.

Outra novidade para o 2º Lomo-Rolê é que ele foi realizado em conjunto com outro evento do Espaço F/508, a saída de campo da turma avançada de fotografia analógica. A saída de campo da turma de fotografia analógica tinha como motivação testar os efeitos de filmes vencidos nas câmeras analógicas. Assim, os dois grupos, do Lomo-Rolê e da fotografia analógica, saíram juntos em direção à Vargem Bonita. Uma vez que muitos não conheciam o local, a troca de caronas foi ainda mais intensa do que no 1º Lomo-Rolê. As orientações dadas para o grupo antes do rolê alertavam sobre a importância de andar em conjunto sempre, pois a área é muito ampla, podendo ser perigosa caso alguém se perca, além de respeitar o dia-a-dia das pessoas que trabalham e moram lá, as quais têm uma rotina muito diferente daquela vivenciada pelos lomógrafos.

Ao chegarmos ao local designado, começou uma leve chuva, o que, para a Lomografia, dificulta muito a prática. Dessa maneira, todos saíram dos carros, protegendo as câmeras Lomo por baixo de camisetas e casacos, e se encaminharam para uma padaria coberta. Os lomógrafos começaram ali mesmo a lomografar. Neste sentido é interessante notar a maneira com que as pessoas do local reagem à presença dos lomógrafos: a maior parte deles supunha que os lomógrafos fossem estudantes universitários da Universidade de Brasília em uma saída de campo.⁹

A chuva, porém, não demorou a passar, permitindo ao grupo que fosse explorar o local. Ao contrário do que aconteceu no 1º Lomo Rolê, o grupo ficou mais unido nesta saída, constantemente andando junto e lomografando cenas semelhantes. O grupo neste Rolê tinha perfis mais diferentes entre si. Desta maneira, tínhamos desde colegas de faculdade até casais e inclusive duas mulheres com idades acima dos 40 anos. Uma delas, professora universitária, dizia gostar da nostalgia que a Lomografia permite, relembando a sua juventude. Já a outra mulher, fotógrafa amadora, alega que está ali por dois motivos: por insistência da filha, de 16 anos, que queria conhecer o Lomo-Rolê e também por ver na Lomografia uma oportunidade de voltar a manipular câmera analógicas. Estas duas personagens, portanto, permitem notar o quanto as definições etárias para se falar em cultura juvenil podem ser errôneas, uma vez que, ao inserirem-se em um estilo de vida jovem, no caso do estilo de vida da Lomografia, estão buscando reviver valores de suas próprias juventudes.

O casal, por sua vez, destaca outro valor da Lomografia. Entusiastas da fotografia como um todo, disseram ter chegado à Lomografia por uma atração inicial à câmera em si. A materialidade de câmera, o seu aspecto visual, colorido e inocente, teria atraído eles, que foram então descobrir na própria loja do que aquilo se tratava. Ambos confessam que a questão da fotografia analógica não era fator de influência na escolha do bem adquirido. Relatam, inclusive, relutância em comprar uma câmera analógica, pois pensavam não existir mais filme fotográfico disponível no mercado. Esta questão, portanto, mostra que, embora a Lomografia tenha na fotografia analógica um de seus pilares, muitas vezes não é esta a motivação de compra do lomógrafo iniciante.

⁹ A Universidade de Brasília possui uma fazenda nos arredores da Vargem Bonita, a Fazenda Águas Limpas, o que faz com que muitos moradores estejam habituados com a constante presença de estudantes universitários em saídas de campo na região.

Ana, quando questionada sobre estas motivações, argumenta que é um caminho possível, que muitas pessoas de fato chegam à Lomografia não pela “essência”, mas pelas câmeras. Ana reconhece, porém, que isto pode ser vantajoso, pois permite às pessoas a descoberta de uma arte fotográfica nova e, segundo ela, “viciante”. Aqui é possível refletir sobre o termo “essência”, como se o analógico e a Lomo fossem o resgate de uma autenticidade.

O Lomo-Rolê então chega ao seu final, com Ana recolhendo as câmeras e organizando as pessoas nos carros, pois as caronas neste ponto serão refeitas, com novos grupos sendo formados. São 19h, o sol já se pôs totalmente na Vargem Bonita, e o grupo de lomógrafos, em seus carros, se dirige novamente para o Plano Piloto.

7. CULTURA MATERIAL E O CONSUMO DA LOMOGRRAFIA

7.1 A câmera, o filme e os acessórios

A Lomografia começa sua trajetória a partir da descoberta de um modelo específico de câmera, a LOMO LC-A. Esta relação intrínseca entre um movimento fotográfico e um modelo de câmera é, provavelmente, a expressão mais forte de uma câmera no contexto de definição de uma estética. Embora outros modelos e marcas de câmeras fotográficas tenham histórias de relação profunda com fotógrafos e estilos fotográficos – como a Leica de Cartier Bresson ou as Polaroids de Warhol – não há outro movimento na fotografia que se defina tão fortemente em função do equipamento utilizado. Neste sentido, a Lomografia apresenta duas novidades importantes no mundo fotográfico: a estética pautada pelo equipamento em detrimento à subjetividade do fotógrafo, e a ressignificação da fotografia analógica dentro do contexto da dominância da fotografia digital. Primeiramente, cabe destacar que a estética lomográfica se insere no que ficou conhecido na fotografia como fotografia *lo-fi*, uma estética fotográfica baseada na rusticidade e na granulação excessiva da fotografia revelada (do inglês low fidelity). Em geral feita com a utilização de câmeras de baixo custo, a fotografia *lo-fi* teve sua popularização inicial nos anos 60, com os movimentos como a pop-art e a arte

conceitual. A fotógrafa e escritora Michelle Bates destaca em seu livro “Plastic Cameras” (2011) que a trajetória da fotografia *lo-fi* começa mesmo antes de ela ser reconhecida como tal. Enquanto hoje ela é tida como um estilo de fotografia conceitual, onde a suposta baixa qualidade é atingida de maneira proposital, anteriormente cumpria uma função diferente da artística.

A fotografia *lo-fi*, especificamente a feita com uso de câmeras cujo plástico é o principal componente, foi utilizada durante vários anos como forma de educação do olhar fotográfico (BATES, 2011). Segundo a autora, ela entrou em contato com as primeiras câmeras *lo-fi* no começo dos anos 80, em um *workshop* de fotografia em Maine, EUA, “onde elas (as câmeras Holga) substituíram outras câmeras como ferramentas de baixa tecnologia para o curso” (idem, p.9). A autora destaca que um dos objetivos do curso era, ao mesmo tempo em que economizava na aquisição de câmeras mais caras, mostrar aos alunos que a fotografia baseava-se em princípios que iam além do desenvolvimento tecnológico das câmeras. Bates atualmente desenvolve *workshops* de fotografia nos quais usa o mesmo raciocínio, colocando os alunos, muitas vezes fotógrafos profissionais, para reciclar o olhar fotográfico a partir do uso de uma câmera simples, sem muitos recursos técnicos. Esta característica, que os americanos chamam de *point-and-shoot*¹⁰, é ressaltada também por muitos lomógrafos observados, que afirmam gostarem da simplicidade de fotografar rapidamente e sem compromisso com um conhecimento técnico prévio. Para Bates, assim como para os lomógrafos entrevistados, Ana e Cláudio, as câmeras de plástico permitem um despreendimento técnico para que possa-se buscar algo de essencial no ato fotográfico.

A questão da técnica, no presente trabalho, foca a sua relação intrínseca com a materialidade da câmera, ao invés de focar no fotógrafo como agente criativo. Uma vez que, no caso da Lomografia, a sua execução é totalmente dependente da própria câmera, pensar a Lomografia a partir de sua constituição material – com o aparato simbólico que isto nos permite – traz novas possibilidades de compreensão da prática. A câmera Lomo, portanto, existe com uma simplicidade original, decorrente, em primeiro momento, das limitações técnicas da produção soviética (no caso da LOMO LC-A) e posteriormente com esta rusticidade incorporada de maneira proposital (os modelos

¹⁰ Em tradução livre: mirar e clicar. É uma referência à agilidade com que uma pessoa consegue fotografar com estas câmeras, sem importar-se com a fotometria, o foco e outras questões técnicas que as câmeras mais rebuscadas exigem.

produzidos pela *Lomography*). Conforme argumenta Daniel Miller (2001), a materialidade envolve tanto os materiais que produzem tais objetos, quanto suas outras esferas, como a produção, comercialização e os significados simbólicos que derivam dos objetos existentes. Na mesma linha segue Fernanda Martineli, que afirma que “o consumo é mais que um simples reflexo da produção” (2011, p. 16). Neste sentido, o consumo da Lomografia deve ser compreendido como um sistema complexo, que envolve a história do objeto (a câmera Lomo), a história dos indivíduos consumidores (os lomógrafos) e o contexto no qual eles se inserem, além de todo o esquema de produção, divulgação e consumo destes objetos. A simplicidade da câmera Lomo, portanto, não é apenas uma questão técnica referente ao objeto, mas também serve como afirmação de um grupo que o consome. Esta afirmação é tanto uma resistência à velocidade do desenvolvimento tecnológico dentro da fotografia, em oposição à fotografia digital, quanto uma identificação com um estilo de vida analógico. Desta maneira, observa-se que os lomógrafos buscam se opor não à tecnologia como um todo (uma vez que se mostram interessados em diversos outros terrenos tecnológicos, como celulares e computadores), mas sim ao desenvolvimento de uma fotografia “baseada no novo, no mais caro, no mais bonito”, como ressalta Cláudio. Esta recusa a inserir-se na lógica da fotografia digital faz com que muitos vejam na Lomografia um ponto de escape, onde pode-se retornar ao que é tido como essencial ao ato fotográfico.

As câmeras Lomo atuais são adaptações contemporâneas do modelo produzido em larga escala na União Soviética. Resistentes e de funcionamento simples, caracterizam-se pela estética vintage e por defeitos de funcionamento que conferem a ela seu *status* de objeto de desejo *cult*, defeitos estes decorrentes das limitações mercadológicas/tecnológicas do regime soviético. Estas câmeras, que eram o produto de consumo possível naquela região, são hoje fabricadas e utilizadas em outros contextos, onde adquirem um novo *status*, tanto enquanto objeto quanto em relação às imagens que produzem. Assim, as câmeras Lomo converteram-se atualmente em artefatos de moda capazes de delimitar identidades de grupo.

A rusticidade da câmera LOMO LC-A é diferente da rusticidade presente em outros modelos mais recentes produzidos pela *Lomography*. Nota-se é que a lógica produtiva das câmeras Lomo atuais é pautada em uma rusticidade interna, com aparatos fotográficos simplificados, como lentes e corpo de plástico, mas com um cuidado visual com a parte de fora da câmera, as quais recebem constantemente edições especiais

temáticas (como a série Quadrat da La Sardina ou a série Hello Kitty da Diana Mini). Desta maneira, embora não haja uma evolução tecnológica na qualidade fotográfica das câmeras, há sim uma constante renovação na linha de produtos. Esta lógica pode ser lida como uma busca pela manutenção da rusticidade original, porém com novidades que continuem a aquecer o mercado lomográfico. Neste sentido, os lomógrafos reconhecem que são de alguma forma “viciados em novas câmeras”, como diz Cláudio, sempre buscando outros modelos para comprar e utilizar. Os lomógrafos, porém, argumentam que mesmo que comprem câmeras constantemente, o custo mais baixo delas faz com que, mesmo com muitas câmeras, não cheguem a gastar tanto quanto se comprasse câmeras digitais. Cabe lembrar, entretanto, que mesmo que os lomógrafos assumam a lógica de estarem popando ao consumir a Lomografia, em verdade também têm dispêndios, como em filmes e revelação.

Outro objeto importante para a cultura lomográfica é o filme fotográfico. As câmeras Lomo usam basicamente dois tipos de filme: 35mm e 120mm. Estes filmes podem tanto ser os comuns utilizados recreativamente por muitas famílias, quanto filmes específicos que realçam características da estética lomográfica (como os Redscale ou os cromados). Conforme lembra Appadurai (1986), a biografia de uma coisa muito diz sobre o seu papel no mundo. Dentro dessa lógica, a Lomografia apresenta muitos pontos interessantes, como é o caso da maior valorização de filmes fotográficos com prazo de validade vencido. Estes filmes, embora vencidos, podem ser utilizados sem maiores problemas para a câmera, porém, tendem a distorcer cores e por vezes formas do que foi fotografado (ou lomografado). Esta distorção é muito bem vinda pelos lomógrafos, que, como Ana, afirmam “quanto mais velho o filme, melhor”. Segundo os lomógrafos é a imprevisibilidade do que sairá quando da revelação que fazem estes filmes serem tão valiosos. Nota-se, assim, uma valorização do acaso e do “erro”, onde o prazo de validade também é ressignificado para ser lido não como uma indicação temporal de qualidade do filme, mas sim como referência para a sua imprevisibilidade e valor. Se para Appadurai a mercadoria é uma “fase na vida das coisas” (1986, p.32), ao consumir um filme vencido, o lomógrafo está deslocando esta fase, ressignificando-a e valorizando-a a partir de referenciais próprios da cultura lomográfica.

Ainda em relação ao uso dos filmes, há uma valorização dos seus aspectos materiais evidentes. É muito comum que uma vez revelado o filme, o lomógrafo faça

novos usos dele, como confecção de chaveiros, marcapáginas e até mesmo reutilização das caixinhas plásticas do filme para guardar moedas ou fazer saleiros e pimenteiros. Esta dinâmica onde as coisas são reutilizadas e adaptadas para outros contextos é muito apreciada pelos lomógrafos, que vêm na prática uma forma de manter-se em contato com a Lomografia em todas as esferas da vida. Nenhum dos lomógrafos informantes desta pesquisa, porém, exerga estas formas de reciclagem com motivações ecológicas.

A Lomografia ainda possui outros objetos de culto, como camisetas, bolsas e livros, muito apreciados pelos lomógrafos. Estes objetos seguem as dinâmicas da moda e das características de marca *Lomography*. Assim, além dos filmes fotográficos e das câmeras Lomo, o lomógrafo consome objetos que não têm uma relação direta com a prática lomográfica. Conforme a concepção de estilo de vida, este se articula em diversas esferas, como a do comportamento, da moda e do discurso. Neste sentido, ao consumir outros itens da cultura lomográfica, o lomógrafo reforça sua identidade enquanto tal, por meio de um discurso visual da lomografia. Assim como as camisetas de bandas de rock cumprem um papel de identificação, objetos como bolsas e agendas fazem com que os lomógrafos se identifiquem entre si e para os externos à Lomografia. As *lomostores*, portanto, não limitam-se à comercialização de câmeras e filmes, sendo muito semelhantes a lojas de brinquedo e de roupas, onde costuma-se observar também o hibridismo entre loja, fotoclube e espaço didático. Neste sentido, a *lomostore* de Nova Iórque destaca-se como um centro importante da cultura lomográfica, pois desenvolve exposições, palestras e concursos culturais constantemente (LOMOGRAPHY SOCIETY, 2007). Em Brasília tal papel é designado ao Espaço F/508.

Podemos dizer que o estilo de vida analógico é pautado na materialidade da câmera Lomo e de seus acessórios, assim como nas interações simbólicas que os lomógrafos têm com estes objetos. Através da quebra da noção de fetichismo clássica, pode-se considerar que o objeto comunica-se, em um diálogo onde a própria materialidade dele deve ser levada em conta, assim como seus aspectos de produção, comercialização e consumo.

7.2 Juventude, Consumo e estilo de vida: o futuro é analógico

A juventude e a Lomografia muito têm em comum, sendo que um conceito ajuda a construir o outro. A Lomografia, conforme dito anteriormente, surge após a descoberta da câmera LOMO LC-A por jovens vienenses; porém desde a sua criação, a câmera Lomo tem na juventude um ponto histórico importante. Uma vez que foram concebidas na União Soviética para o público jovem e depois “redescobertas” por jovens vienenses, pode-se dizer que a Lomografia nasce intrinsecamente ligada à cultura jovem. É o que se observa na pesquisa em campo, por exemplo, onde a maior parte dos lomógrafos tem entre 18 e 25 anos. Porém, conforme argumentado anteriormente, a cultura jovem não deve ser definida apenas por questões etárias, mas sim vista como um conceito maior, que envolve a identidade e os estilos de vida.

Pensar a identidade juvenil a partir de práticas culturais amplia o horizonte analítico, uma vez que a identidade é construída dia-a-dia, por meio de escolhas e aprendizados culturais que atravessam diversas esferas da vida, inclusive o universo do consumo. Para este estudo buscou-se justificar como o ato de consumir pode ser lido enquanto uma afirmação identitária, que define estilos de vida. Mais especificamente, a lomografia foi investigada como uma prática de consumo que articula cultura material e significados simbólicos fortemente associados à cultura jovem.

Como apresentado no capítulo 2, os conceitos de juventude são múltiplos e podem variar de acordo com o objetivo do pesquisador. Para esta abordagem compreendeu-se a juventude e seus significados dentro da cultura lomográfica, a partir da história dos objetos (câmeras Lomo, filmes, acessórios) e de suas relações com os seus consumidores (lomógrafos). Uma vez que a prática lomográfica pode ser lida como uma afirmação identitária, buscou-se compreender o estilo de vida analógico a partir de seus aspectos de juventude e consumo., considerando que a Lomografia se apropria do conceito de juventude para se definir como movimento de oposição à cultura dominante da fotografia digital. Esta oposição, porém, não se dá de maneira direta, mas sim a partir de uma lógica de inserção mercadológica onde a Lomografia é uma via de escape para aqueles que se opõe à constante evolução da fotografia digital.

Para este fim, porém, devemos retomar as origens da Lomografia a partir de seu primeiro manifesto. Como comentado anteriormente, o Manifesto Lomográfico muito tem de semelhante com outros manifestos das vanguardas artísticas européias. Com pretensões a ter um caráter revolucionário e questionador, o Manifesto Lomográfico pode ser lido a partir de suas semelhanças com outros movimentos de cultura juvenil. Conforme lembra Dick Hebdige (1973), os discursos juvenis muitas vezes foram feitos de maneira irônica, a partir da ressignificação de ícones da cultura dominante, que, quando tirados de contexto, assumem novos significados. Assim, ao adotar a forma de um manifesto para apresentar a Lomografia, pode-se considerar que os estudantes vienenses estavam protestando também contra toda a pretensiosa arte que vinha sendo feita até então, arte esta com forte influência das vanguardas artísticas do começo do século. O Manifesto Lomográfico é irônico e usa do formato dos antigos movimentos artísticos para opor-se a eles e seus movimentos derivados. Esta dinâmica iconoclasta e contestadora é muito associada à cultura juvenil, conforme destaca João Freire Filho (2007). Freire Filho, porém, nos lembra que, embora contestadora, nem toda cultura juvenil pode ser lida como desviante (idem). A Lomografia, portanto, não deve ser lida como um movimento de contra-cultura ou como subcultura, pois é um movimento fotográfico de larga aceitação social, cuja contestação é permitida dentro da lógica da cultura dominante. Embora use de elementos das subculturas, a Lomografia hoje é parte da cultura dominante, pois insere-se na lógica capitalista sem questionamentos, sem ser tomada como desviante.

Neste sentido, é fundamental abordar a Lomografia a partir do protagonismo que o jovem tem na construção de sua narrativa. Como nos lembra Mônica Machado:

“Nota-se a emergência de discursos que valorizam o lugar privilegiado que o adolescente ocupa na formação social: os movimentos de vanguarda, a resistência, a criatividade, a ousadia, os vínculos de pertencimento, a experimentação como lugar da autonomia e liberdade” (MACHADO, 2011, p.69)

Dentro do contexto de surgimento da Lomografia, portanto, observam-se todos os atributos descritos acima, como a resistência em fotografar analogicamente em um mundo dominado pela fotografia digital, a experimentação de buscar novas formas de fotografia e ainda a formação de vínculos de pertencimento tão bem representados nos

Lomo-Rolês. No entanto, o questionamento se restringe à técnica, à estética e à prática fotográfica, não a situações mais amplas de exclusão social ou desigualdade.

7.3 Do analógico ao digital, e vice-versa

Após delimitarmos as relações entre os lomógrafos e os objetos de consumo da Lomografia, assim como suas relações com os conceitos de juventude, podemos partir para a compreensão de como acontece a vivência lomográfica dentro do ambiente digital. Neste ponto do trabalho, cabe destacar que, embora muitos tentem ler a Lomografia como algo totalmente oposto ao mundo digital, tal qual por vezes é retratado pela grande mídia, as relações entre os lomógrafos e a Lomografia muitas vezes se dá nestes ambientes *online*. Neste sentido, a Lomografia, como veremos adiante, insere-se na lógica da tecnologia crescente nos meios digitais para usá-la a seu favor.

Comforme já argumentado, a Lomografia possui uma plataforma de compartilhamento de informações *online* própria, a *Analogue Lifestyle*, que funciona dentro do site oficial da *Lomography*. Esta rede, embora configurada dentro da lógica digital, é uma forte referência para lomógrafos do mundo inteiro. Desta forma, como nos diz Cláudio, “eu vejo muita coisa da Lomo na internet, blogs, Flickr, o próprio site”, a internet e os meios digitais serve de fonte de informação e de compartilhamento. Também é o que acontece com os Lomo-Rolês que, mesmo baseando-se em um encontro presencial, continuam a manter o contato entre os lomógrafos por meio de uma comunidade no Facebook. Nesta comunidade, além da divulgação e organização de outros Lomo-Rolês, acontecem também debates e trocas de experiência lomográficas, principalmente por meio do compartilhamento da lomografias tiradas durante os rolês. Esta característica poderia ser lida de forma ambígua, porém, o que se nota é que a articulação da Lomografia, em verdade, não se opõe à tecnologia como um todo, mas sim à constante renovação de produtos no mercado fotográfico, especificamente.

Os lomógrafos, por sua vez, se dizem muito conectados, passando em média várias horas em frente ao computador, local que usam para compartilhar experiências do dito “mundo analógico”. É nesse sentido que Ana afirma que, “a internet é muito boa, você aprende muito, conversa com as pessoas e desenvolve a sua própria Lomografia”. O estilo de vida analógico não deve ser lido de maneira reducionista, uma vez que, até para a própria *Lomography*, ele não se restringe ao mundo físico. A internet, as novas mídias e os avanços tecnológicos atraem sim os lomógrafos, porém, tem neles indivíduos críticos que têm uma percepção específica sobre os meios e sobre seus usos.

Como os fãs estudados por Jenkins (2006), os lomógrafos se articulam em grupos para moldar o sistema no qual se inserem a partir de seus gostos e crenças. Porém, não se deve esquecer que os lomógrafos também fazem parte do sistema produtivo,. Desta maneira, a Lomografia supõe uma relação de diálogo com as novas mídias, por vezes sendo por ela moldada, e por outras moldando-a.

Outro fator de importância para a pesquisa, que será aqui trabalhada apenas de modo introdutório, mais com questionamentos do que respostas, é a resignificação que os aplicativos fotográficos para telefones celulares, como o Instagram e o Hipstamatic, pressupõe dentro do contexto de popularização da Lomografia. Como dito anteriormente, estes aplicativos, os quais simulam digitalmente os efeitos estéticos da Lomografia, são vistos de maneiras diferentes por membros do grupo de lomógrafos. Enquanto uns consideram os aplicativos úteis, simples e divertidos, outros os consideram falsos e ofensivos à Lomografia. Esta relação, portanto, coloca novamente as questões valorativas do consumo em foco, onde a noção de originalidade e pertencimento são debatidas a partir de um conjunto de práticas simbólicas.

Embora a Lomografia clame por um estilo de vida analógico, o faz a partir do uso de tecnologias digitais,. A relação do lomógrafo com o meio digital acontece em diversos níveis, onde um estilo de vida não interfere de maneira normativa no outro, mas atuam de modo complementar – e ainda que contradições possam emergir, elas são compreendidas como constitutivas do objeto e dos próprios indivíduos. É dessa maneira que a *Lomography* brada em seu site, do alto de toda a digitalização, que “O futuro é analógico”.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente capítulo é denominado considerações finais, pois não pretende ser conclusivo, mas sim expor, sugerir e revisar o que foi desenvolvido ao longo da pesquisa. É, portanto, um capítulo onde há a oportunidade de revisitarmos os principais conceitos, para então sugerir novas leituras a partir deles. As considerações finais que se seguem buscam uma ordem cronológica dos temas estudados durante o estudo.

Primeiramente, cabe lembrar que a Lomografia nasce a partir de um contexto de reinvenção, de ressignificação de um objeto de consumo por indivíduos, em um novo contexto. Esta ressignificação é pautada pela assimilação do caráter rústico da câmera, porém, a partir de uma lógica de revalorização, onde as deficiências técnicas da câmera LOMO LC-A, que eram reflexo das condições produtivas na URSS da época, são revalorizadas, recontextualizadas, sendo assim exaltadas como diferente, exótico e revolucionário.

No mesmo sentido, demarcamos que a Lomografia só pode ser estudada levando-se em conta a importância da materialidade da câmera, um vez que o movimento lomográfico é construído a partir de um objeto de consumo, que, como tal carrega além em sua materialidade significados e simbologias. A relação entre a rusticidade da câmera, sua materialidade plástica e seus resultados estéticos são caminhos para o entendimento da Lomografia como prática social, na qual lomógrafos se reconhecem, controem identidades e estabelecem redes de relações. O que deve ser ressaltado é que “algumas coisas importam” (MILLER, 2001), e o motivo de tal importância não deve ser negligenciado, para que possamos ter uma visão antropológica, sociológica e comunicacional do papel dos objetos de consumo na sociedade. Mas este papel não deve ser compreendido apenas como fetichização do objeto, e sim como um conjunto de símbolos que muito diz sobre as relações sociais que formam-se ao seu redor, uma vez que o consumo é parte essencial dos sistemas de relações que construímos. A mercadoria, desta forma, foi pensada aqui como uma fase na vida das coisas e não como um fim, tal qual mostra a história da LOMO LC-A.

Já em relação à juventude e à Lomografia, nota-se que o discurso lomográfico se constrói fortemente a partir dos valores da cultura juvenil - valores de resistência,

inovação e questionamento que se mostram presentes, associando o próprio movimento lomográfico a um projeto de juventude ativa. Este projeto, por sua vez, não é categorizado aqui como contra-cultura ou subcultura, mas sim como um movimento cultural que está totalmente inserido na lógica de mercado, sendo uma alternativa de consumo à fotografia digital. Outra característica notada na Lomografia é a socialização que ela permite, fato muito bem observado nas *lomowalls* e nos Lomo-Rolês, socialização esta associada ao estilo de vida que articula valores de juventude. O estilo de vida lomográfico, então, pode ser lido como um estilo de vida influenciado pelas ideias de juventude, pregando assim a liberdade de escolha e a troca de experiências de maneira colaborativa. Desta maneira, o que pode dizer-se é que a Lomografia nasce em um contexto de juventude, assim como tem sua história baseada em uma busca por um mercado consumidor jovem.

O trabalho em campo permitiu estudar de maneira mais precisa a Lomografia, a partir do acompanhamento dos Lomo-Rolês na cidade de Brasília. Como dito, este acompanhamento possibilitou refletir sobre meu próprio relacionamento com a Lomografia, para em um movimento de estranhamento e familiaridade observar novos aspectos que escapam ao lomógrafo praticante. Este acompanhamento do mundo das práticas permitiu entender melhor como se dá a relação entre lomógrafos e câmera Lomo, assim como as construções sociais que da Lomografia atualmente. O contato com os informantes permitiu traçar um perfil, ainda inicial, do lomógrafo em Brasília, de maneira qualitativa, onde os discursos e as práticas revelam muito das relações sociais que acontecem no campo. Os Lomo-Rolês, por sua vez, são espaços tanto físicos, quanto simbólicos, de construção de identidade, que definem o que é ser lomógrafo a partir da própria prática lomográfica em conjunto.

Também foi possível investigar como a Lomografia se constrói no mundo digital, usando da digitalidade para divulgar um estilo de vida analógico. O que se nota é que a Lomografia não se opõe à tecnologia digital, mas sim à constante inovação tecnológica da fotografia digital, que em ritmo acelerado substitui tecnologias fotográficas no mercado, tornando as passadas obsoletas. A manutenção de objetos e estéticas fotográficas é, assim, um dos objetivos dos lomógrafos, que fazem uso dos ambientes digitais para executar este trabalho de maneira integrada com o mundo atual.

Por fim, o presente estudo propõe uma pesquisa futura sobre as relações de percepção de valor dos aplicativos digitais que simulam a Lomografia. Por hora, o que se observa é que estas opiniões ainda são divergentes dentro do grupo, com alguns aceitando e incorporando as linguagens digitais em sua vida, enquanto outros rejeitam totalmente estas apropriações da Lomografia. A compreensão deste fenômeno, sugiro, pode levar a um melhor entendimento dos rumos que a fotografia analógica seguirá daqui em frente.

BIBLIOGRAFIA

APPADURAI, A. *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*.

Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense. 2008.

BARROS, C.F.P.; ROCHA, E.P.G.; PEREIRA, C.S.. *"Do Ponto de Vista Nativo": Compreendendo o Consumidor através da Visão Etnográfica*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28. 2005. Rio de Janeiro. Anais. São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

BARTHES, R. *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BATES, Michelle. *Plastic Cameras: toying with creativity*. Boston: Focal Press, 2010.

BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001.

BAUMAN, Z. *44 Cartas do mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

CALAÇA, M. *Lomografia: uma forma artística de documentação do cotidiano*. Goiânia, 2010.

CLARKE, J.; HALL, S.; JEFFERSON, T.; ROBERTS, B. *Subcultures, Cultures and Class*. 1976.

DA MATTA, R. *O ofício do etnólogo, ou como ter "anthropological blues"*. In

NUNES, E. de O. (Org.). *A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social*. Rio de Janeiro: Zahar, p.23-35, 1985.

DUARTE, L.F.D.; VELHO, G. (org). *Juventude Contemporânea: culturas, gostos e carreiras*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2010.

FOOTE-WHYTE, W. *Treinando a observação participante*. In ZALUAR

- GUIMARÃES, A. (Org.). *Desvendando máscaras sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, p.77-86, 1975.
- FREIRE FILHO, J. *Reinvenções da Resistência Juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- FREIRE FILHO, J. *Formas e Normas da Adolescência e da Juventude na Mídia*. In: FREIRE, F., J. & VAZ, P. *Construções do Tempo e do Outro*, Rio de Janeiro, Mauad. 1995.
- FREITAS, G. P. *Dos Bancos de Imagem às Comunidades Virtuais: Configurações da linguagem fotográfica na internet*. Brasília: UnB, 2009.
- GERALD, T. *The Social Experience of Lomography: An Exploration*. Monografia apresentada para obtenção de título de Bacharel em Ciências Sociais no programam de Comunicações e Novas Mídias da Universidade Nacional de Singapura. 2009
- GIDDENS, A. *A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.
- HALL, S. *A Centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. Porto Alegre: Educação & Realidade, v.22, nº 2, p.15-46, jul./dez., 1997.
- HEBDIGE, D. *Subculture: the meaning of style*. Londres. Methuen & Co, 1979.
- JANOTTI JR., J. *Aumenta que isso aí é Rock and Roll: mídia, gênero musical e identidade*. Rio de Janeiro: e-papers, 2003.
- JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. 2.Ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- KAHN, R.; KELLNER, D. *Global Youth Culture*. 1995. Disponível em: gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/globalyouth.pdf
- KELLNER, D. *A Cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP. EDUSC, 2001.
- LEFEBVRE, H. *A Reprodução das Relações de Produção*. Tradução: Antonio Ribeiro e M. do Amaral. Porto (Portugal): Publicações Escorpião – Cadernos O Homem e a Sociedade, 1973.
- LOMOGRAPHY SOCIETY INTERNATIONAL. *Diana F+. MORE True Tales & Short Stories*. Nova Iorque: The Lomographic Society, 2007.

- LOMOGRAPHY SOCIETY INTERNATIONAL. *Diana+*. *True Tales & Short Stories*. Nova Iorque: The Lomographic Society, 2007.
- LOMOGRAPHY SOCIETY INTERNATIONAL. *Inventing the Lomokino*. Nova Iorque: The Lomographic Society, 2011.
- LOMOGRAPHY SOCIETY INTERNATIONAL. LOMO LC-A. *The greatest camera of all time*. Nova Iorque: The Lomographic Society, 2006.
- MACHADO, M. *Consumo e politização: discursos publicitários e novos engajamentos juvenis*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2011.
- MARTINELLI, F. Pirataria S.A. *Circulação de bens, pessoas e informação nas práticas de consumo*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: 2011.
- MILLER, D. *Consumo como Cultura Material*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p.33-63, jul./dez. 2007
- MILLER, D. *Material Cultures*. Londres: Taylor & Francis e-Library, 2001.
- MILLER, D. *Materiality*. Durham e Londres: Duke University Press. 2005.
- MONHEIM, F. *Lomo: don't think, just shoot*. Londres: Booth-Clibborn, 2007.
- OUTHWAITE, W. *Dicionário do Pensamento Social do século XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996.
- PIBIRI, M. *Ecce Lomo: un percorso critico nella lomografia*. Bolonha, 2007.
- ROBERTS, S. *A arte da iPhonografia*. Nova Iorque: Sterling Publishing Co., 2011.
- SERPA, A. *O espaço público na cidade contemporânea*. São Paulo: Contexto, 2007.
- TRAVANCAS, I. *Juventude e Televisão: um estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens universitários cariocas*. Rio de Janeiro. Editora FGV, 2007
- VELHO, G. *Observando o familiar*. In, *A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.
- WILLIAMS, R. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- XEREZ, T. *Lomografia: fotografia pós-digital*. Rio de Janeiro, 2011.

Site: <http://www.lomography.com.br/about/timeline>, acessado em 12/07/2012

Site: <http://www.lomography.asia/magazine/lifestyle>, acessado em 08/08/2012

ANEXO

Glossário

O presente glossário busca ser uma referência para os principais termos usados pelos lomógrafos. Portanto, é totalmente baseado no discurso próprio da Lomografia, de maneira a refletir como as coisas são nomeadas e representadas pelos seus praticantes.

Action Sampler: uma das câmeras multilentes da Lomografia. A Action Sampler divide o filme lomográfico em quatro partes, com apenas um clique, gerando quatro quadrados com diferença de milésimos de segundo entre eles, dando a noção de movimento.

Câmeras de plástico (toy câmeras): câmeras lo-fi, de baixo custo, cujo principal material é o plástico. Em geral, podem ter características visuais simples, o que levam elas a serem confundidas com brinquedos (o que muitas vezes realmente são). As câmeras de plástico são muito populares entre artistas conceituais e, atualmente, ganham espaço com o público de massa. A Lomografia é tida como uma das responsáveis pela popularização das câmeras de plástico.

Cromado: tipo de filme fotográfico muito popular entre os lomógrafos, principalmente para câmeras como a Holga, a Fisheye e a LOMO LC-A. O filme cromado faz com que a saturação seja ainda mais intensa nas lomografias obtidas.

Diana+: uma das mais populares câmeras da Lomografia. A Diana+ é uma adaptação de um modelo de câmera de plástico japonês muito popular nos anos 60 e 70 também chamado Diana. A Diana+, opera com filme 120mm, e é muito popular pelo seu foco suave (soft focus) e por suas imagens que remetem ao mundo do sonho e da subjetividade. Nos anos 2000 a Lomography replicou o modelo japonês, comprando sua patente e acrescentando novos atributos. É hoje a câmera Lomo que possui mais versões comemorativas, assim como livros e eventos específicos para ela.

Diana Mini: versão da Diana+ que opera com filme 35mm. É uma das câmeras de entrada na Lomografia, pois tem funcionamento simplificado, apelo visual e tamanho diminuto que facilita o transporte.

Digitalização: processo pelo qual o filme fotográfico é revelado e transformado em arquivo digital, sem a necessidade de ampliar e imprimir a lomografia.

Dupla exposição: técnica de uso do filme fotográfico onde ele é exposto duas vezes à luz, de maneira a sobrepor duas lomografias em uma só.

Embaixada Lomográfica: sede lomográfica em determinada cidade. As Embaixadas Lomográficas são responsáveis pela divulgação e organização da Lomografia em cidades com número expressivo de lomógrafos.

Estilo de vida analógico (*analogue lifestyle*): estilo de vida defendido e divulgado pela *Lomography*. É caracterizado por uma abordagem à vida de maneira alegre, irreverente e que privilegie o contato pessoal.

Filme: o rolo de filme fotográfico usado nas câmeras analógicas, podendo tanto ser o de 35mm, quanto o de 120mm.

Fisheye e Fisheye nº 2: câmera Lomo caracterizada pela sua lente angular que dá aparência arredondada às lomografias, imitando o efeito de um olho mágico.

Holga: câmera muito popular na Lomografia. A Holga é uma adaptação de um modelo chinês. É uma câmera caracterizada pelas fortes vinhetas e saturação elevada das lomografias que produz.

Intercâmbio de filme (dupla exposição em conjunto): atividade na qual lomógrafos compartilham do mesmo filme fotográfico, com cada um expondo as poses do filme uma vez, depois passando para outro fazer a dupla exposição no filme recebido. É comum, inclusive, o intercâmbio de filmes ser apoiado pela própria *Lomography*, por vezes sendo feito um intercâmbio internacional.

La Sardina: uma das mais novas câmeras Lomo. A La Sardina busca imitar uma câmera artesanal feita a partir de uma lata de sardinha. Suas características são a forte saturação das cores e um foco fixo de pouco alcance.

LOMO: fábrica soviética responsável pela fabricação da LOMO LC-A, a qual deu origem ao movimento da Lomografia.

Lomo: a maneira como os lomógrafos se referem à marca Lomography e às câmeras Lomo.

Lomografia: simplificadamente é a própria fotografia com câmera Lomo, assim como o movimento original que redescobriu a LOMO LC-A e criou o primeiro manifesto da Lomografia.

Lomógrafo: aquele que lomografa, que possui uma câmera Lomo.

Lomography: a marca responsável pela divulgação e gerenciamento da Lomografia.

Lomokino: câmera Lomo que permite fazer pequenos filmes. Com um aparato manual, a Lomokino permite ao usuário filmar usando um filme fotográfico 35mm comum. A exibição do filme, porém, depende ou do uso de um projetor 35mm ou da revelação e posterior digitalização do conteúdo em um *software* de edição.

LOMO LC-A: câmera Lomo original. Foi o modelo produzido em larga escala na União Soviética, em 1982, e redescoberto pelos dois jovens vienenses em 1991. É a câmera responsável pela criação da Lomografia, sendo, portanto, principal ícone de culto do movimento.

LOMO LC-A +: adaptação da câmera LOMO LC-A original. A LOMO LC-A+ foi introduzida como uma alternativa aos altos custos de produção da LOMO LC-A original. Fabricada na China, a LOMO LC-A+ mantém as mesmas características da original, porém como alguns novos atributos, como a função de fotografia *pinhole*.

LomoOlymPics: são as Olimpíadas Lomográficas. Eventos nos quais competições pictográficas são feitas entre vários lomógrafos do mundo, com premiação e exposição dos trabalhos vencedores. Em geral acontece na Europa ou em Nova Iorque.

Lomo-Rolê: evento no qual lomógrafos se reúnem para ir a determinado local lomografar em conjunto, para depois dividir as lomografias obtidas.

Lomostore: loja da *Lomography*, onde além de vendas dos produtos, acontecem palestras, festas e outros eventos relativos à Lomografia.

Lomowall: mosaico lomográficos feito colaborativamente a partir de lomografias de vários lomógrafos, com objetivos de integração e divulgação da Lomografia para o grande público. A parede de lomografias feita pelos dois estudantes vienenses é considerada a primeira Lomowall.

Lubitel: câmera Lomo de duas lentes que procura imitar as câmeras Rolleiflex antigas. É muito apreciada pela sua peculiaridade de manuseio, onde o lomógrafo lomografa com ela encostada à barriga, olhando-se para baixo.

Médio formato: maneira como os lomógrafos se referem ao filme 120mm.

P&B: referência tanto aos filmes quanto às lomografias em preto e branco.

Pequeno formato: maneira como os lomógrafos se referem ao filme 35mm.

Processo cruzado (*Cross-processing*): técnica de revelação fotográfica em que o negativo é submetido a uma química diferente da específica para o seu caráter químico. Esta técnica de revelação, muito popular entre os lomógrafos, realça as cores, saturando-as, além de gerar distorções cromáticas e granulação excessiva na lomografia ampliada.

Queimar filme: termo usado para designar o uso do filme fotográfico. Faz referência ao efeito da luz na composição química do filme.

Redscale: tipo de filme fotográfico muito utilizado na Lomografia. É um filme que satura os tons magenta e vermelho das lomografias tiradas.

Sprocket Rocket: câmera Lomo caracterizada pela amplitude de suas lomografias, que são capturadas em um ângulo de 120°, utilizando para isso mais de uma divisão do filme fotográfico por vez.

Sociedade Lomográfica Internacional: com sede em Viena, a Sociedade Lomográfica Internacional é o principal ponto de referência para a Lomografia mundial. Além de loja, há toda uma estrutura de galeria e oficina de conserto de câmeras Lomo. É a base conceitual da *Lomography*.

Supersampler: câmera Lomo multilente. Com quatro lentes posicionadas lado a lado, a supersampler fotografa em 1 segundo determinado movimento, gerando uma lomografia dividida em quatro partes paralelas.

Truques lomográficos: conjunto de técnicas e experiências muito apreciadas pelos lomógrafos, que veem nele uma possibilidade de experimentação e inventividade. São caracterizados como truques lomográficos desde a alteração do filme até a confecção de flashes coloridos artesanalmente, além de reutilizações para acessórios lomográficos velhos e sem uso.

Vinheta (vignette): são as sombras arredondadas que ficam no canto da lomografia, causadas, originalmente, pela baixa capacidade das lentes de plástico da LOMO LC-A em absorver a luz de maneira uniforme.