

UERJ
CTC
ESDI

VIEWFINDER

PROJETO
DE CONCLUSÃO
DE CURSO

LUISA FOSCO

ORIENTAÇÃO
PEDRO LUIZ PEREIRA
DE SOUZA

ANO
2012

RELATÓRIO

RESUMO	→ 02
---------------	------

TEMA

INTRODUÇÃO	→ 03
A REPRODUÇÃO DA IMAGEM	→ 04
LINHA DO TEMPO	→ 05
ANALÓGICO → DIGITAL	→ 09
A FOTOGRAFIA DIGITAL	→ 10
WEB 2.0	→ 11
FOTOGRAFIA 2.0	→ 16
O PONTO DE VISTA DA ARTE	→ 17

PROJETO

PESQUISA	→ 19
ESTRUTURA	→ 20
FAKE: imagem e verdade	→ 20
FLOOD: imagem ao infinito	→ 21
SELF: imagem e identidade	→ 22
QUESTIONAMENTO INICIAL	→ 23
PRINCÍPIOS DE DESIGN	→ 24
PROPOSIÇÃO DE PROJETO	→ 25
REFERÊNCIA: what's next?	→ 26
PROJETO EDUCACIONAL	→ 27
FORMATAÇÃO	→ 28
CRONOGRAMA	→ 29
ENGAJAMENTO	→ 30
CONVITES	→ 30

WORKSHOPS

FAKE	→ 32
FLOOD	→ 35
SELF	→ 40
LIVROS	→ 45

CONCLUSÃO	→ 47
------------------	------

BIBLIOGRAFIA	→ 48
---------------------	------

RESUMO

O projeto VIEWFINDER é uma investigação colaborativa sobre o impacto da revolução digital nos meios de produção, compartilhamento e consumo de imagens. O projeto aborda um universo de questões relacionadas à circulação da imagem fotográfica em meios digitais, estruturado em três pontos de vista: FAKE, FLOOD e SELF.

ABSTRACT

VIEWFINDER is a collaborative investigation on the impact of the digital revolution in the means we use to produce, share and consume images. The project deals with questions relating to how the photographic image circulates through digital media in three main points of view: FAKE, FLOOD and SELF.

INTRODUÇÃO

O projeto VIEWFINDER tem origem em uma curiosidade sobre os futuros possíveis para campo da fotografia.

A fotografia se tornou onipresente, mas, para uma grande parte da população, a batalha pela sobrevivência reduz as oportunidades de reflexão sobre a mídia. Promessas, expectativas, esperanças e ideias sobre o que está a caminho frequentemente influenciam como pensamos, sentimos e nos comportamos. Uma intensa discussão no presente pode ser significativa na definição do destino do mundo em que vivemos.

As novas mídias que irão emergir, com ou sem intervenção, vão nos transformar. Por quê? Porque é isso que mídia faz e porque, estando conscientes disso ou não, é o que queremos que elas façam.

Se houvessemos começado uma conversa mais cedo sobre a nascente tecnologia do automóvel, o aquecimento global poderia não estar elevando a temperatura dos oceanos, as estações do ano poderiam estar mais estáveis e poderíamos não ser obrigados a assistir o derretimento das geleiras imortais.

Como todas as mídias, a fotografia é um reflexo das sociedades que a desenvolveram e a adotaram. Ela pode também ser uma ótima instigadora, de formas óbvias ou sutis, para transformações sociais ou pessoais. No atual momento de aceleração do desenvolvimento tecnológico, é fundamental que o pensamento crítico se expanda em todas as direções.

É importante engajar profissionais, curadores, artistas e amadores, todos os representantes da comunidade fotográfica, em uma discussão sobre o futuro da mídia. Como ela pode se desenvolver melhor? Quais são seus aspectos mais relevantes? Ao invés de respostas, interessa levantar pontos-chave e questões críticas; o mais importante é o processo, uma investigação aberta e crítica de seu próprio tempo.

Uma coisa sobre a qual um peixe não sabe nada é água - eles não sabem que a água é molhada porque não têm experiência no seco. Uma vez imerso em uma mídia, apesar de todas as suas imagens, sons e palavras, como podemos perceber a maneira como ela atua sobre nós?

MARSHALL MCLUHAN

A REPRODUÇÃO DA IMAGEM

Segundo Walter Benjamin, “Em sua essência, toda arte sempre foi reprodutível. O que os homens faziam sempre podia ser imitado por outros homens. Essa imitação era praticada por discípulos, em seus exercícios, pelos mestres, para difusão de obras, e finalmente por terceiros, meramente interessados no lucro. Em contraste, a reprodução técnica da obra de arte representa um processo novo, que se vem desenvolvendo na história intermitentemente, através de saltos separados por longos intervalos, mas com intensidade crescente.”

O autor destaca alguns pontos principais nesse processo: o advento da xilogravura como primeira técnica de reprodução de desenhos, a invenção da tipografia, que possibilitou a reprodução técnica da escrita, e posteriormente outras técnicas de gravura, como a estampa em chapa de cobre, a água-forte e a litografia. Nas próximas páginas, uma análise do processo evolutivo da reprodução técnica de imagens é apresentada no formato de linha do tempo.

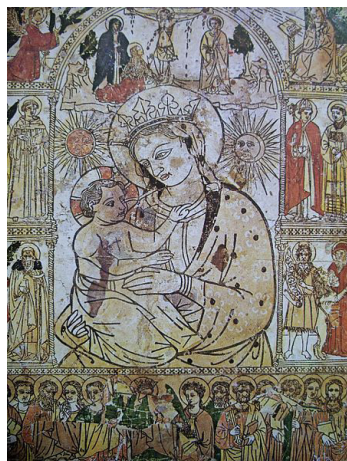
Benjamin aponta que no século XIX, quando a litografia em cores ainda estava em seus primórdios, foi atropelada pelo desenvolvimento da fotografia, que representou uma grande revolução no processo de reprodução da imagem. Pela primeira vez, a mão foi liberada das responsabilidades artísticas importantes, que agora cabiam unicamente ao olho. Como o olho apreende mais depressa que a mão desenha, o processo de reprodução das imagens experimentou tamanha aceleração que começou a situar-se no mesmo nível da palavra oral. Esta aceleração apenas se acentuou com o posterior desenvolvimento da tecnologia digital.

A fotografia tornou-se uma palavra doméstica e um desejo comum; é usada por igual tanto pela ciência como pela arte, pelo amor, pelo negócio e pela justiça; tanto se encontra no mais luxuoso dos salões como no mais empoeirado dos sótãos – na solidão de uma cabana, e no clarão de um palácio de Londres – no bolso de um detective, na cela de um condenado, no portfólio de um pintor ou de um arquitecto, entre os documentos de um dono de um moinho ou entre os modelos de um industrial manufator, e no peito corajoso de um soldado no campo de batalha.

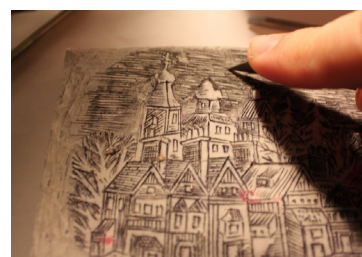
ELISABETH EASTLAKE, historiadora de arte. trecho extraído de uma crítica publicada em 1857, menos de duas décadas após o desenvolvimento da fotografia.

LINHA DO TEMPO A EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DA REPRODUÇÃO DE IMAGENS

SÉCULO XV



Um dos mais antigos exemplares existentes de impressão em xilogravura sobre papel: Madonna del Fuoco, na Catedral de Forlì, Italia.



A Xilogravura é uma técnica de impressão baseada no uso de uma matriz esculpida manualmente em madeira.

1445



A invenção da prensa de tipos móveis possibilitou a reprodução em massa de informação textual, promovendo a disseminação do conhecimento.



A Bíblia de 42 linhas foi o primeiro livro impresso com tipos móveis por Gutenberg, principal inventor da tipografia.

1796



A Litografia é uma técnica de gravura produzida a partir de uma matriz de pedra, sobre a qual imagens podem ser desenhadas com um tipo especial de lápis.

1826



Uma das primeiras câmeras fotográficas, construída por Louis Daguerre.

1837



A técnica litográfica evoluiu para um processo de policromia que possibilitou a reprodução de imagens a cores. A Cromolitografia foi massivamente utilizada pelas artes gráficas ao longo do século XIX e início do século XX.

1838



Boulevard du Temple, considerada a primeira fotografia que retratou uma pessoa viva.

1900



1936

Kodak Brownie, que chegou ao mercado custando US\$1, trouxe a fotografia para a mão das massas.



lançamento do Kodachrome, o primeiro filme colorido.

1963



Polaroid lança o primeiro filme colorido instantâneo.

1975



O primeiro projeto de câmera digital foi liderado por Steven Sasson, engenheiro da empresa Eastman Kodak. O protótipo foi desenvolvido com a tecnologia do novo sensor CCD, pesava 3.6 kg e capturava imagens preto-e-branco de 0.01 megapixels em uma fita cassete compacta.

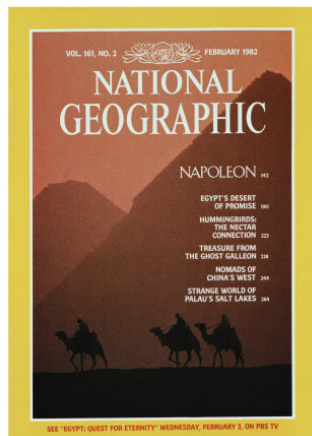


1981



A Sony Corporation anuncia uma revolucionária câmera de vídeo e still chamada Mavica. A câmera foi a primeira a gravar imagens em um disquete de 3.5". "Sem mais laboratório, sem mais química!" dizia a propaganda.

1982



Segundo Fred Richin, a era digital para a fotografia começou em 1982, quando a revista National Geographic publicou em sua capa uma imagem manipulada das pirâmides do Egito. A foto, inicialmente em formato horizontal, teve sua composição alterada para que permanesse harmoniosa no formato vertical da revista. Segundo o editor-chefe, Wilbur E. Garret, a modificação sofrida pela imagem foi como se o fotógrafo pudesse voltar atrás e dar alguns passos para o lado para obter um ponto de vista diferente. Sem perceber, a National Geographic introduziu o conceito de viagem no tempo para a fotografia.

2000



O primeiro celular com câmera, chamado J-Phone, é lançado no Japão.

2010



Primeira versão do Instagram é lançada para iPhone através da App Store.

2011



O iPhone 4 se torna a câmera mais popular do mundo, segundo o site de compartilhamento de imagens Flickr.

2012



No dia 12/04/2012 o Facebook adquiriu o Instagram por aproximadamente US\$1 bilhão pagos em dinheiro e ações.

ANALÓGICO → DIGITAL

A Fotografia, congelando e fatiando o mundo visível em pedaços distintos, tem sido um grande fator na delimitação do real, segundo alguns críticos, distorcendo de forma traçoeira o mundo visível. Como a maior parte das mídias universais, é também um filtro expansivo através do qual é possível ter um vislumbre sobre a transição do analógico ao digital. Enquanto cresce o abismo entre a mídia pré-digital e a pós digital - hoje mais de 90% das câmeras vendidas são digitais - algumas de suas suposições radicais sobre a natureza da existência começam a emergir.

Secções, segmentos e etapas são elementos característicos do mundo digital. A mídia analógica se refere à continuidade e fluxo. O digital envolve significantes codificados, dados que podem ser facilmente alterados ou abstraídos de suas fontes. O analógico emana de sensações físicas: do vento, da madeira e das árvores, o mundo palpável. O digital é baseado em uma arquitetura de infinitas abstrações repetidas, em que o original e a cópia são a mesma coisa. O analógico envelhece e apodrece, desaparece através das gerações, muda seu som, seu visual, seu cheiro. No mundo analógico, uma fotografia feita a partir de uma fotografia tem sempre uma geração a menos, é mais difusa, não é a mesma coisa. Uma cópia digital de uma fotografia digital é tão indistinta que a palavra original perde sentido.

PROCESSOS DE CAPTURA

ANALÓGICO



A CÂMERA



O NEGATIVO

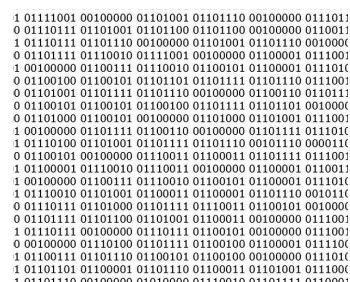


A CÓPIA

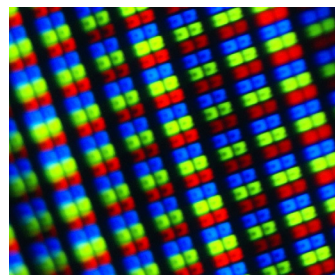
DIGITAL



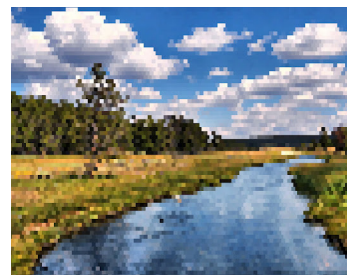
A CÂMERA



O CÓDIGO



O PIXEL



A IMAGEM

A FOTOGRAFIA DIGITAL

A história da mídia não é uma narrativa linear seguindo uma progressão ideal. Ela é um caos de possibilidades que emergem e recuam, voltam atrás e vão adiante, se cruzando entre si. Cada mídia filtra o mundo de acordo com suas próprias características, assim as ambiguidades essenciais se perdem no arrogante vortex da mensagem. Como auto-defesa, tudo que alguém poderia fazer é olhar freneticamente para tudo ao mesmo tempo, esperando que a abertura a múltiplas perspectivas, como um cubista, permita uma aproximação com o que é essencial. Convenientemente, as mídias digitais são particularmente boas nisso.

A expressão Fotografia Digital engloba uma mudança radical de paradigma ao mesmo tempo que paradoxalmente cita uma mídia originada na era da tecnologia mecânica. Ela se configurou como uma forma mais eficiente e suave de registrar o passado, uma mídia fácil de ser vendida a um consumidor encantado com as maravilhas da “revolução digital”.

Passar por uma revolução na mídia e entendê-la principalmente como uma revolução de consumo significa confundir simples inovações de *hardware* e *software* com todo um novo mundo que se conforma. Essa revolução, apesar de todo o *hype*, ainda é majoritariamente invisível. Como disse Gil Scott-Heron, “a revolução não será televisionada”. Entretanto, ela já está presente nos corpos e mentes do século XXI.



WEB 2.0

Outro fenômeno contemporâneo que é fundamental para a contextualização e compreensão do projeto é a chamada WEB 2.0.

O termo se refere ao estágio atual da internet, uma segunda versão da rede que se desenvolveu com base na pioneira WEB 1.0. O marco inicial para essa mudança de paradigma foi a crise financeira de 2000, causada pelo “estouro da bolha” das empresas PontoCom e consequente falência de muitas empresas da chamada Nova Economia.

O novo paradigma se caracteriza pelo advento da rede de *read/write* (leitura e escrita), uma mudança da rede como mídia de transmissão para uma rede como plataforma de colaboração e participação. É um espaço que pode ser utilizado para trocar ideias e compartilhar conhecimento.

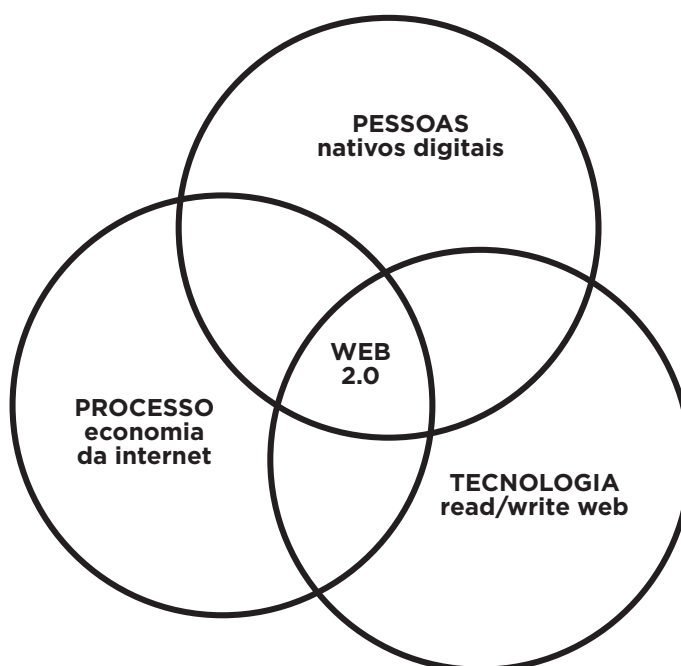
Originalmente a *World Wide Web* permitia que todos contribuíssem e usufríssem da contribuição coletiva. Uma Rede de Plataforma estende esta filosofia, possibilitando que cada contribuição seja não apenas apreciável, como também livremente transportável por qualquer pessoa. Através desta expansão, a inteligência da rede se torna coletiva.

A WEB 2.0 é considerada um grande avanço na história da evolução das redes. Para compreender um fenômeno tão complexo e tão recente, proponho uma análise de algumas definições de autores representativos da área.

WEB 1.0	—————→	WEB 2.0
MÃO ÚNICA	—————→	MÃO DUPLA
AUTORITÁRIA	—————→	DEMOCRÁTICA
PASSIVA	—————→	ATIVA
ESTÁTICA	—————→	DINÂMICA
FECHADA	—————→	COLABORATIVA

A Web 2.0 é o ponto de intercessão entre os nativos digitais, economia da internet e a Read/Write Web

JOINING DOTS, consultoria em pesquisa baseada na Inglaterra



Essa definição compacta apresenta três proposições:

1. A WEB 2.0 conecta as pessoas.

Em 2004, Marc Prensky escreveu um artigo na revista Strategy+Business intitulado “A sabedoria (e o valor) da Geração Tecnologia”. Ele identificou uma geração chamada de “Nativos Digitais”: a maioria tem até 25 anos e cresceu cercada de tecnologias em desenvolvimento, como a Internet, e assim adquiriu novos hábitos e comportamentos que irão desafiar e transformar as formas tradicionais de trabalho. Os que se sentem à vontade em um ambiente digital não se queixam de excesso de informação - pelo contrário, querem mais.

Essa geração é melhor do que qualquer outra em absorver informação e tomar decisões de forma rápida, executar múltiplas tarefas simultaneamente e processar informações em paralelo. Eles estão menos preocupados com hierarquias de comando e controle e mais interessados em simplesmente fazer, seja o que for.

Assim, pessoas reais se tornam parte da WEB 2.0, enquanto na WEB 1.0 eram apenas estrangeiras: a WEB 2.0 é vivida, a WEB 1.0 era apenas visitada.

2. A WEB 2.0 representa oportunidades econômicas especiais.

Os novos modelos econômicos ascendentes da Internet se caracterizam por duas tendências: a era da participação e os mercados de Cauda Longa. A Internet está trazendo à tona muitas características que sempre existiram nas pessoas: desejo de ajudar (voluntariamente e sem fins lucrativos), desejo de falar, conversar, discutir, compartilhar... desejo de participar.

A segunda tendência é o que Chris Anderson identificou como “A Cauda Longa”. A internet está cheia de processos que apresentam curvas de crescimento exponenciais. Entretanto, boa parte da pesquisa até então está focada em chegar ao topo da curva, onde há espaço para poucos. Anderson apontou o potencial de se estar na extensão da curva ao invés do topo. Por exemplo, ele identificou que o mercado para livros não vendidos em livrarias é muito maior que o de livros disponíveis em uma loja física. Uma livraria da cadeia Barnes & Noble possui cerca de 130.000 itens em estoque. Mais de 50% das vendas de livros na Amazon são de títulos que não estão entre os 130.000 mais vendidos. A Internet expandiu os mercados para um espectro muito maior de oferta e demanda. Um amador que publica um livro tem acesso ao mesmo espaço na prateleira que um autor profissional. As vendas em grande escala continuam a ser importantes, mas isso não implica que as pequenas também não sejam significativas. Segundo essa teoria, o pequeno mercado é o novo grande mercado.

A Teoria da Cauda Longa pode também ser vista como uma variante comercial da teoria da inteligência coletiva. Com a participação dos nativos digitais na web, a implementação da economia da Cauda Longa se torna não só prática mas também rentável.

3. A WEB 2.0 é uma Read/Write Web.

Blogs e Wikis, caracterizados por possibilitarem leitura e escrita, catalisam a transformação dos usuários da rede de estrangeiros em nativos. Suas tecnologias ainda são imaturas, mas no futuro vão influenciar todo o design de sistemas de gerenciamento de conteúdo e tecnologias de espaço de trabalho colaborativo. Sistemas de Feeds como RSS e Atom feeds permitem que mais informação possa ser encontrada sem que seja buscada. Todos esses elementos influenciam como vai ser o trabalho no futuro. Para os nativos digitais, será uma progressão natural. Eles estão menos apegados aos PCs e mais interessados em acessar informação através de dispositivos móveis, quando e onde quiserem. O valor de um aplicativo está se tornando sua habilidade de se conectar e interagir com a Web. Processar informação ou produzir conteúdo *offline* significa não participar. As criações não possuem valor até que sejam compartilhadas. O conceito de Read/Write Web representa uma mudança fundamental na maneira como aplicativos de tecnologia da informação são utilizados.

WEB 2.0 não é uma coisa... é um estado de espírito.

ANDY BUDD, designer de interfaces renomado internacionalmente e especialista em padrões de rede.

Andy enfatiza que a WEB 2.0 é uma mudança de pensamento. A essência da World Wide Web nunca muda, o que realmente muda é o que de fato entendemos sobre ela. A WEB 1.0 era vista como um sistema de entrega de documentos. A WEB 2.0 é vista como uma plataforma de aplicativos. Esta visão avançada dá uma nova vida à rede, que em essência permanece como um sistema interconectado que incita a comunicação humana.

A WEB 2.0 é amoral.

NICHOLAS CARR, escritor de negócios voltado para estratégia, inovação e tecnologia.

Nicholas Carr acredita que a WEB 2.0 é “o que ela é, e não o que gostaríamos que ela fosse”. O crescimento da Rede Mundial de Computadores aconteceu sem julgamento moral sobre certo ou errado, mortal ou imortal, rentável ou sem fins lucrativos. O crescimento da WEB 2.0 acontece baseado em princípios objetivos que refletem a complacência amoral do público geral. A ascensão desta rede não aconteceu porque alguém gostaria que existisse. A WEB.20 emergiu somente porque era seu momento de emergir. A evolução da rede é independente da vontade humana.



A FOTOGRAFIA 2.0

As novas tecnologias de produção de imagem emergentes da revolução digital possibilitam novas abordagens e estratégias que transcendem muitas das limitações da fotografia analógica. O potencial artístico, social e cultural da mídia digital emergente é muito grande e deve ser explorado de forma consciente e eficiente.

Um grande diferencial da fotografia digital é que, ao contrário da tecnologia tipográfica no século XV e dos estúdios de televisão do século XX, ela está ao alcance de um público muito maior. O chefe global da agência Reuters em uma ocasião expandiu a abrangência de sua rede de profissionais fornecedores de fotos e vídeos ao convocar fotógrafos amadores a enviarem suas imagens. “E se todo mundo fosse meu correspondente?”.

A mudança de escala é enorme. A WEB 2.0 e sua prole, a Fotografia 2.0, reconhecem uma quantidade massiva de *inputs* de qualquer um que tenha acesso, não apenas de uma elite profissional. A produção de conteúdo e sua publicação são agora considerados como direito de qualquer um que seja tecnologicamente capaz, ignorando filtros de edição e curadoria.

Novos softwares estão sendo desenvolvidos para explorar o potencial do vasto número de imagens disponíveis online, combinando e recriando imagens e cenários a partir de outras já existentes. O princípio de inteligência coletiva se estende ao universo das imagens online, que, disponíveis na rede, funcionam como uma memória coletiva.



© Martin Paar, da série “too much photography”

O PONTO DE VISTA DA ARTE

A arte contemporânea também representa uma importante contribuição para o pensamento crítico sobre a imagem. Artistas, curadores, críticos e instituições lidam diariamente com questões relativas à produção de imagens e como elas circulam na sociedade. Esses raciocínios podem levar ao desenvolvimento de projetos artísticos e produção textual, no meio acadêmico ou não. Ao longo do desenvolvimento do projeto, o olhar para a produção e pensamento artístico contemporâneo foi fundamental para a geração de *insights* e para o raciocínio associativo que conduziu todo o processo. Uma das referências conceituais para o projeto VIEWFINDER é o manifesto do artista espanhol Joan Fontcuberta, apresentado a seguir.

O que é usualmente compreendido como arte se tornou mais um gênero da cultura - um gênero que mira na produção de mercadoria artística e é governada pelas leis do mercado e da indústria do entretenimento. É um gênero da mesma forma que qualquer outra manifestação cultural, como design, cinema ou publicidade o são.

Existe uma outra arte que não chama pra si holofotes ou anda no tapete vermelho, mas que, na maior das dissidências clandestinas, se propõe a lutar contra as leis do mercado e a indústria do entretenimento precisamente ao mesmo tempo em que tenta se reinventar como arte. É uma arte que rejeita o esplendor do museu e da bienal e qualquer outro esforço de ser subjulgada.

Vivemos em mundo saturado de imagens: Vivemos na imagem e a imagem vive em nós e nos faz viver. Desde McLuhan nos anos 60, o papel preponderante da mídia de massa foi confirmado e sua iconosfera pode ser considerada o modelo da aldeia global. As mudanças que se efetivaram não foram uma imersão em novas metodologias de comunicação (como formatos digitais, internet ou redes sociais), mas o grau em que esse extraordinário volume de imagens se tornou acessível a todos.

Portanto, vivemos na era do acesso. Uma era que coroa um processo de secularização da experiência visual: A imagem sai do domínio de ilusionistas, artistas, especialistas e profissionais. Todos produzimos imagens como uma forma natural de interagir com os outros. Por outro lado a consolidação de novos trabalhos e hábitos comportamentais (como computação na nuvem) catalizará muitos estágios culturais dinâmicos em larga escala. (Produção de imagens na nuvem, Viver na nuvem). Essa situação implica em mudanças substanciais para a fotografia e a imagem em geral, que a curto e médio prazo só aumentarão.

Este será seu decálogo:

1. SOBRE O PAPEL DO ARTISTA

Não mais um caso de produzir trabalhos, mas de emprestar significados.

2. SOBRE O COMPORTAMENTO DO ARTISTA

O artista se funde ao curador, ao colecionador, ao professor, com o historiador de arte, com o teórico. Todas as facetas da arte se tornam autorais e camaleônicas.

3. SOBRE A RESPONSABILIDADE DO ARTISTA

Uma ecologia do visual que penaliza a saturação e encoraja a reciclagem.

4. SOBRE A FUNÇÃO DAS IMAGENS

A circulação e gerenciamento da imagem vai prevalecer sobre seu conteúdo.

5. SOBRE A FILOSOFIA DA ARTE

Discursos de legitimidade serão deslegitimizados e práticas de apropriação serão normalizadas.

6. SOBRE A DIALÉTICA DO SUJEITO

Encontraremos uma maior camuflagem do autor e reformulação dos modelos de autoria (co-autoria, criação colaborativa, interatividade, anonimidade estratégica e trabalhos órfãos).

7. SOBRE A DIALÉTICA DO SOCIAL

Avanços maiores em sobrepujar a tensão entre o público e privado.

8. SOBRE O HORIZONTE DA ARTE

Aspectos lúdicos terão mais relevância, os solenes e chatos, menos.

9. SOBRE A EXPERIÊNCIA DA ARTE

Práticas criativas que nos acostumam à não-posse serão privilegiadas: é melhor dividir do que possuir.

10. SOBRE A POLÍTICA DA ARTE

Não se render ao glamour e consumo e sim embarcar no ato de agitar consciências.

É uma questão de criar uma nova cultura visual capaz de nos preparar para a resistência, que nos treina não apenas para viver na imagem, mas para sobreviver à imagem.

PESQUISA

A primeira fase do projeto consistiu em uma pesquisa individual, em busca de manifestações do fenômeno chamado Fotografia 2.0. Conteúdos diversos como artigos de jornais e blogs, trabalhos de arte, memes de internet, estatísticas, videos e histórias em quadrinhos. Um processo de coleção e costura de imagens, textos e links que foi fundamental para o reconhecimento inicial da abrangência do tema e posterior recorte para o desenvolvimento do projeto.

O universo de informação ficou caracterizado por uma predominância de conteúdo visual, como fotos, desenhos e gráficos. Uma pesquisa visual sobre os possíveis futuros para a imagem.

Para manter o conteúdo organizado e preservar as referências, foi utilizado o aplicativo para *bookmark* visual Pinterest. O sistema para curadoria de imagens permite uma visualização geral do conteúdo colecionado, ao mesmo tempo que mantém cada imagem associada à sua fonte através de links.

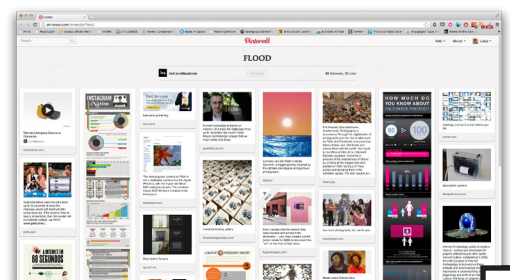
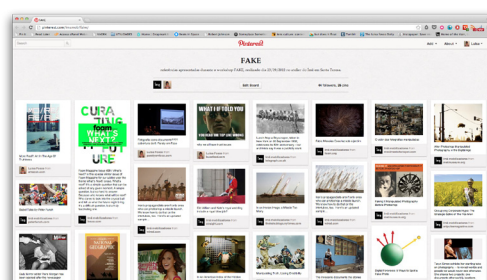
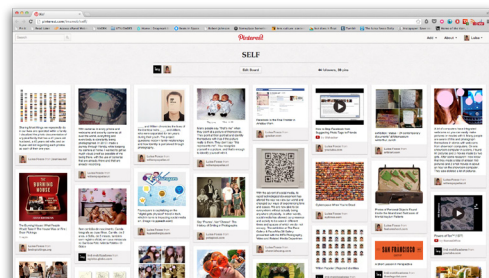
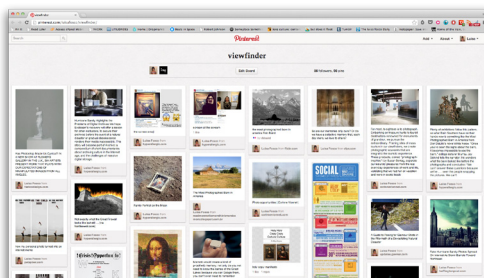
A pesquisa bruta do projeto VIEWFINDER permanece disponível nos links abaixo:

pinterest.com/luisafosco/viewfinder

pinterest.com/imamob/fake/

pinterest.com/imamob/flood/

pinterest.com/imamob/self/



ESTRUTURA

Em meio ao intenso volume de informação produzida e distribuída, os filtros se tornam extremamente importantes e se tornam cada vez mais significativos para atribuir valor e sentido entre a profusão de conteúdo que recebemos diariamente. A pesquisa inicialmente se configurou como uma coleção de evidências e manifestações do fenômeno conhecido como Fotografia 2.0. Foram inúmeros artigos de jornal, blogs, revistas e incontáveis imagens de arte, memes de internet e *screenshots* de sites. Todo esse conteúdo adquiriu sentido apenas a partir da definição de uma abordagem, um ponto de vista.

O processo de curadoria começou com a estruturação da pesquisa em três linhas de raciocínio:

FAKE: imagem e verdade

A Fotografia é um processo de captura e reprodução de imagens por muito tempo aplicado para comprovar fatos, sustentar visões de mundo e sedimentar processos históricos. Durante a década de 90, a tecnologia digital e a computação gráfica viabilizaram o acesso em massa aos meios de produção e tratamento de imagens, provocando uma explosão de fotografias encenadas, editadas ou manipuladas pela mídia. São como mapas que não se referem a nenhum território.

FAKE é o primeiro capítulo do projeto e explora a polarização entre o compromisso documental e a pluralidade narrativa da fotografia e sua atuação sobre a instável relação entre fato e ficção no século XXI.



© Darren Harvey-Regan,
da série "The Halt"

FLOOD: imagem ao infinito

No curso da história da arte, períodos em que o acesso às imagens foi impulsionado por inovação tecnológica sempre foram os mais ricos em avanços visuais: a melhoria de técnicas de impressão fotomecânica e o subsequente boom da imprensa entre os anos 1910 e 1920, por exemplo, pavimentaram o caminho para a fotomontagem. Movimentações no campo da arte acompanharam a ascensão da técnica de gravura no século XIX, a chegada da TV nos anos 1950 e o desenvolvimento atual da internet.

Na década de 2000, câmeras digitais portáteis e telefones celulares fizeram da fotografia uma atividade onipresente. A tecnologia eliminou o custo associado à produção de imagens e reduziu o tamanho e custo das câmeras. Em nenhum outro momento tantas imagens foram produzidas pela humanidade. Tiramos em 20 minutos mais fotografias que durante todo o século XIX. O facebook, com mais de 600 milhões de usuários, ultrapassou em 2011 a marca de 100 bilhões de fotos em seu servidor, sendo atualmente o maior acervo de imagens da história da humanidade.

FLOOD é um estudo experimental sobre a miríade de recursos visuais sem precedentes gerada pela combinação da fotografia digital e o crescimento da internet 2.0. Mais do que constatar o crescimento exponencial da produção de imagens, interessa investigar como esse colossal volume de informações está sendo tratado pela mídia, pelo artista e pelo usuário amador.



© Penelope Umbrico, da série "sunset portraits from flickr"

SELF: imagem e identidade

Com o advento da web 2.0, substituímos uma postura defensiva diante de uma câmera por uma vontade constante de fotografar. A imagem fotográfica se torna parte de um estilo de vida. Somos constantemente fotografados, com ou sem consentimento, por câmeras de vigilância, google streetview, satélites. Capturamos e compartilhamos imagens como parte de um processo de construção de identidade. A vida privada se torna pública no meio digital e através das redes sociais pessoas e empresas se posicionam e se projetam em feeds de imagens nas redes sociais. Retratos e memórias que antes descansavam em estantes na sala e álbuns de família passaram a circular pela internet, em um processo de desconstrução de fronteiras entre o público e o privado.

SELF é terceiro e último capítulo e aborda a interface entre a imagem fotográfica e o processo de construção de identidade, investigando a relação entre indivíduo e coletivo na era da internet.



© William Popelier, da série Showroom girls

QUESTIONAMENTO INICIAL

é possível reproduzir a realidade de forma objetiva?

uma fotografia pode ser considerada uma representação fiel da realidade? ao olhar uma foto, esperamos ver algo que realmente aconteceu ou existiu?

a fotografia é um documento? uma prova? um retrato no seu documento prova quem você é? um vídeo de segurança prova que você esteve em algum lugar?

de que formas é possível manipular uma imagem?

dados e informações textuais podem manipular a percepção de uma imagem fotográfica?

o que é mais importante para uma fotografia: representar a realidade ou contar uma história?

o quanto é possível alterar uma imagem sem que ela deixe de ser documental? existe um limite?

é possível construir modelos e valores através de imagens?

a manipulação de imagens na mídia influencia os ideais estéticos da sociedade?

a popularização de câmeras digitais e celulares que tiram fotos aumentou exponencialmente a produção de imagens fotográficas. ter acesso a todas essas imagens facilita o acesso à verdade?

para onde vão todas as imagens que produzimos?

excesso de informação faz mal à saúde?

como escolher o que é relevante?

uma vez online, é possível controlar a reprodução de uma imagem?

como navegar de forma inteligente por todas as imagens ao nosso alcance?

imagens podem substituir memórias?

qual a diferença entre ver e apreender?

como uma imagem permanece relevante diante desse oceano de informação visual?

precisamos de direitos autorais?

edição é uma forma de autoria?

a informação visual deve circular livremente?

imagens digitais existem para sempre?

precisamos de mais imagens?

a fotografia pode ser considerada como uma ferramenta na construção de identidade nas redes sociais?

ainda existe privacidade?

é possível mensurar o impacto a longo prazo da dissolução da linha entre suas vidas pública e privada?

minha foto de perfil no facebook me representa?

quem é dono da minha imagem?

o google me conhece melhor do que eu?

PRINCÍPIOS DE DESIGN

A primeiras decisões tomadas foram importantes para orientar a concepção do projeto e garantir a consistência do processo.

VIEWFINDER É UM PROJETO ABERTO

Definir desde o princípio que o objetivo maior é o desenrolar do próprio processo ao invés de um resultado específico foi fundamental para atribuir um caráter experimental ao projeto.

$$2 + 2 > 4$$

Trazer uma multiplicidade de visões e diversidade de contribuições à investigação é fundamental para abordar um tema tão complexo e contemporâneo. A colaboração é instrumento fundamental para o desenvolvimento de uma pesquisa inovadora e criativa.

O PODER ESTÁ NA DIFERENÇA

Promover o encontro de áreas de conhecimento distintas é uma oportunidade catalisar a reflexão através do cruzamento de linhas de pensamento diversas. A justaposição de conceitos e o processo de raciocínio associativo são poderosas ferramentas para a inovação.

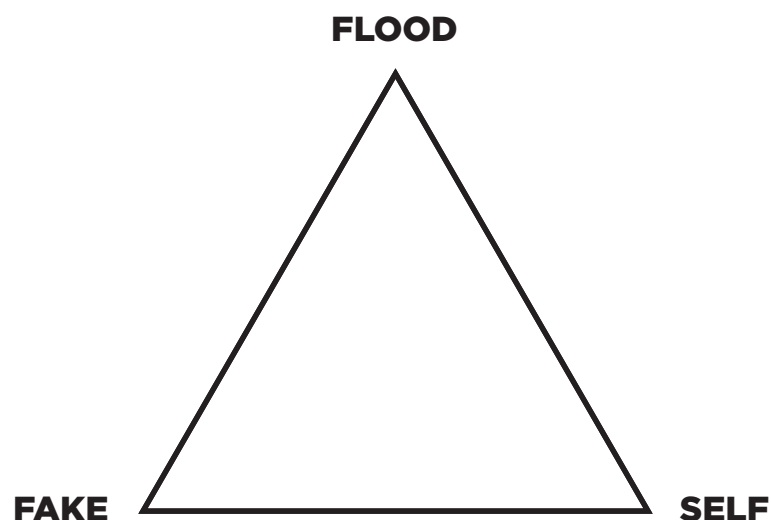
PENSAMENTO EM REDE

Como processo de comunicação, a rede é um padrão de relacionamento horizontal que conecta vários nós ou centros a muitos outros. Criar pontos de conexão é uma forma de promover o engajamento e disseminar ideias, fomentando a discussão.

PROPOSIÇÃO DE PROJETO

Ao analisar o presente não é possível prever com precisão o futuro, mas é possível identificar os caminhos em que a arte fotográfica está trilhando. Na busca por indícios do impacto de transformações ainda em andamento, o processo assume um caráter experimental. Se constrói uma proposta de engajamento coletivo em uma investigação sobre a fotografia no mundo digital. Uma experiência subjetiva, envolvendo reflexão, discussão e criação. Um processo que começa sem ter um resultado objetivo a ser conquistado, apenas cria uma oportunidade para a troca de ideias e a criação colaborativa, catalisando a discussão através da conexão entre diversos pontos de vista. Um espaço interdisciplinar, cenário para o diálogo horizontal que se manifesta verbal e visualmente.

A pesquisa individual realizada ao longo do primeiro semestre deu origem à proposta de uma experiência educacional. Seguindo a divisão dos três temas, FAKE, FLOOD e SELF, foram planejados três workshops. Cada um deles aconteceria ao longo de uma tarde, oferecendo um espaço para a compartilhamento de ideias e experimentação coletiva.



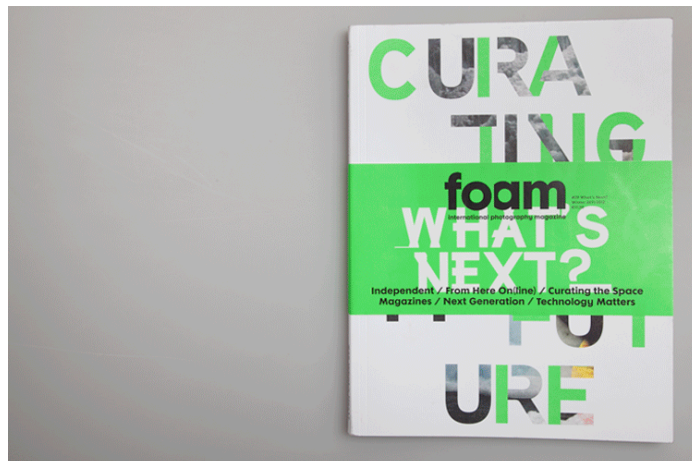
REFERÊNCIA

What's next?

Para comemorar seus dez anos de atividades, o Fotomuseum Amsterdam, dedicado à fotografia contemporânea, lançou esta e outras perguntas à comunidade artística e ao público em geral, através da plataforma online <www.foam.org/whatsnext>. Ao longo de seu décimo ano, o museu promoveu uma investigação sobre as transformações na fotografia pós-revolução digital, através de encontros, debates, exposições e publicações. Um chamado à todos da comunidade fotográfica para pensar sobre o futuro da fotografia.

Esse ano de investigação foi tema da edição número 29 da revista Foam. A edição special para o aniversário de dez anos foi publicada em dezembro de 2011, com o título “Curating the future.”

A experiência promovida pelo museu foi uma importante fonte de inspiração e informação para o projeto.



PROJETO EDUCACIONAL

Baseado no conteúdo colecionado na etapa inicial, foram planejadas dinâmicas variadas envolvendo apresentação, reflexão, desenho, discussão, jogo e criação. Experiências para colecionar múltiplas visões sobre o tema e levantar questões relevantes. O projeto se expande com as contribuições do outro, se torna imprevisível. Ao invés de respostas, interessa compartilhar o processo investigativo e aumentar o universo de possibilidades. Disseminar um espírito crítico e curioso sobre o fenômeno da fotografia 2.0, através de uma sequencia de provocações, desafios e ideias.

O projeto educacional dos *workshops* seguiu os conceitos da Educação Não-Formal, em que os processos de compartilhamento de experiências são a base para construção de conhecimento.

As dinâmicas foram desenvolvidas em parceria com Herman Bessler, especialista em Educação Não-Formal formado no Eitan e no instituto para formação de educadores em Jerusalém.

A Educação Não-Formal propõe uma planificação para as atividades que proporciona um sentido de direção, permite focar os esforços e mensurar seu alcance. Sua metodologia é coerente com a proposta e importante para construção de uma experiência de aprendizado estruturada.

FORMATÇÃO

Após o ciclo de *workshops*, o processo adquiriu predominantemente um caráter de edição e curadoria sobre o material colecionado. O conteúdo textual e imagético produzido através da pesquisa e do processo experimental dos *workshops* passou novamente por um filtro e foi formatado em uma série de três publicações. Cada tema foi editado como um capítulo, que deu origem a um fascículo da série.

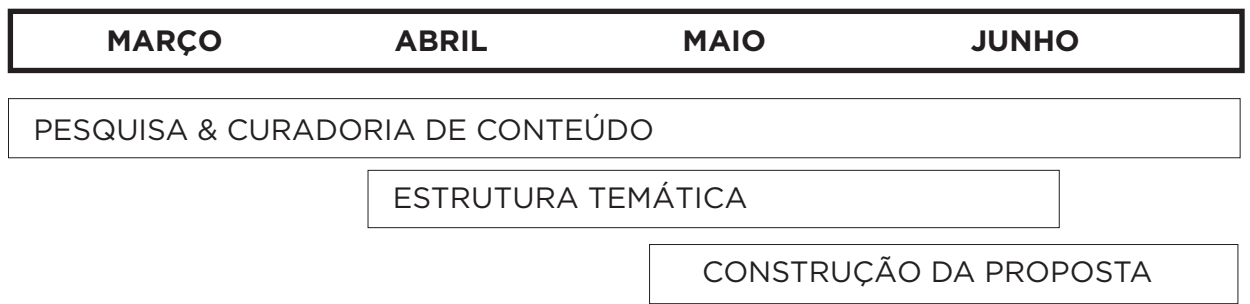
O produto final é uma série de três livros em formato A5, cujo conteúdo é uma justaposição de imagens e textos provenientes da pesquisa original e do material gerado pelos participantes nos *workshops*. Os livros serão publicados na plataforma online *lulu.com*, que oferece o serviço de impressão por demanda e venda direta ao consumidor final. Os livros são impressos à medida em que são vendidos, possibilitando assim uma edição em uma tiragem praticamente infinita.

A tangibilização das ideias e experimentações do projeto em um formato impresso possibilita que a reflexão se perpetue após o ciclo de *workshops*. A série de livros é uma consequência do processo de experimentação e ao mesmo tempo funciona como um ponto de partida para a discussão com o leitor.

CRONOGRAMA

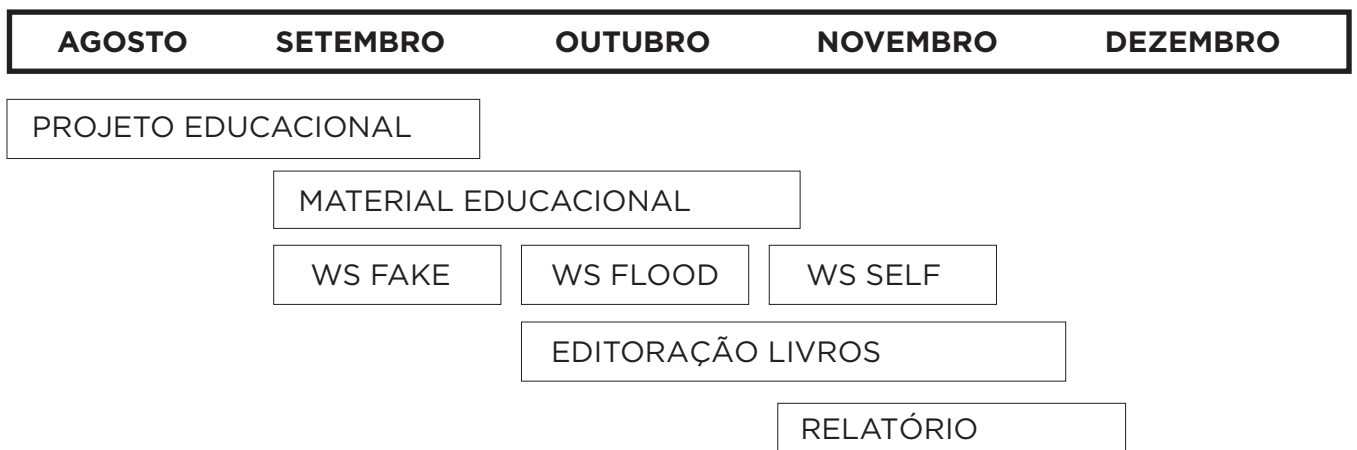
PRIMEIRO SEMESTRE

No primeiro semestre foi desenvolvida uma pesquisa individual, uma coleção de dados, imagens, histórias e referências. A partir do levantamento inicial, foi elaborada a estrutura de três pontos de vista para abordagem do tema, além da proposta de desenvolver uma investigação colaborativa através dos *workshops*.



SEGUNDO SEMESTRE

Durante o segundo semestre, o processo de curadoria e produção dos workshops aconteceu em paralelo à edição e layout de conteúdo para as publicações da série VIEWFINDER.



ENGAJAMENTO

A complexidade do tema fez da colaboração um elemento chave para o desenvolvimento do projeto. O meio digital foi o principal veículo para fomento da discussão e do pensamento crítico. Fenômeno da WEB 2.0, as mídias sociais foram o canal para engajar um grupo variado de participantes, garantindo uma visão multidisciplinar para a investigação. As seguintes ferramentas foram utilizadas ao longo do processo:

PINTEREST

para o compartilhamento da pesquisa, organizada em coleções de imagens com links para suas fontes.

EMAIL

para envio de convites e informações sobre os workshops, além de funcionar como um canal de *follow up* da discussão com os participantes.

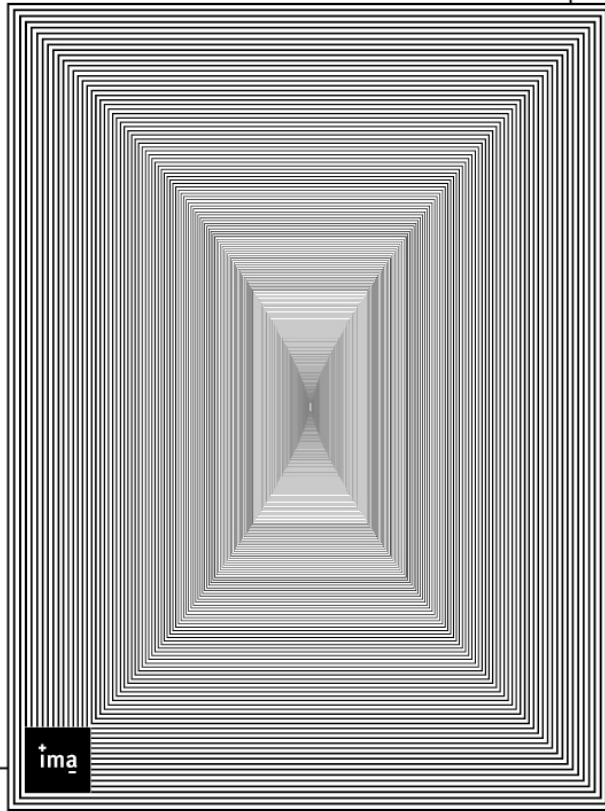
FACEBOOK

para divulgação dos workshops e criação de um grupo de discussão entre os colaboradores do projeto.

CONVITES VIEWFINDER



FLOOD: IMAGEM AO INFINITO



†
ima

27/10 • 14-19H • RSVP: LUISAFOSCO@IMAMOBILIZADORES.COM

SELF: IMAGEM E IDENTIDADE



†
ima

11/11 • 15-20H • RSVP: LUISAFOSCO@IMAMOBILIZADORES.COM

FAKE

INTRODUÇÃO 20 minutos

Apresentação de introdução ao tema FAKE, projetada na galeria. O material apresentado é uma sequência de histórias sobre imagens jornalísticas, publicitárias ou artísticas.



APRESENTAÇÃO IMAGEM & VERDADE NA FOTOGRAFIA



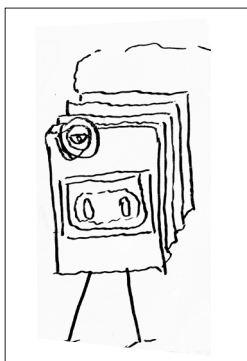
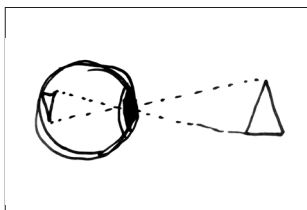
ANEXO PÁG 04



MICRO ESPAÇO 1h10 minutos

Os participantes sentam no chão do atelier para uma reflexão guiada por oito perguntas. Individualmente, rabiscam e desenhavam possíveis respostas sobre um papel.

DESENHOS



ANEXO PÁG 16

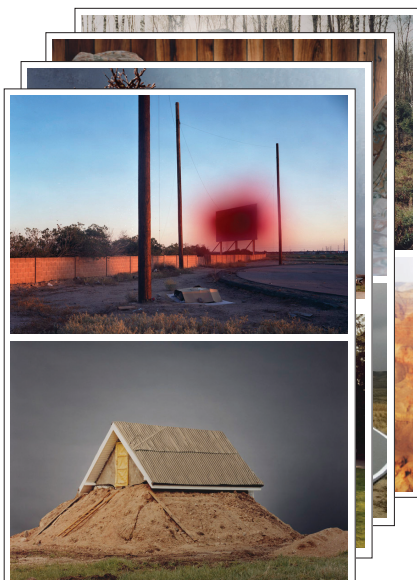


ROTEIRO MICROESPAÇO



ANEXO PÁG 09

IMAGENS PARA DISCUSSÃO



ANEXO PÁG 10

DISCUSSÃO 50 minutos

Sentados em roda, todos têm a oportunidade de apresentar seu feedback sobre o conteúdo apresentado nas dinâmicas e compartilhar suas ideias a respeito do tema proposto.



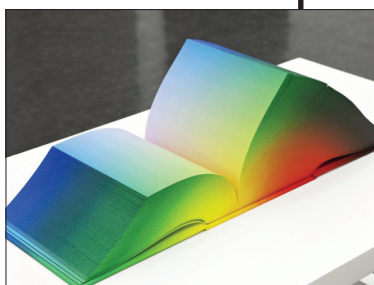
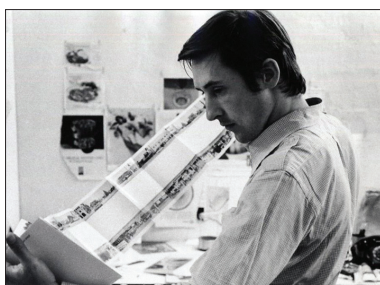
PRODUÇÃO 120 minutos

Os participantes são divididos em duplas para produzir um *fanzine* sobre o tema “documentário e ficção na fotografia”. A técnica é livre e a proposta é produzir uma sequência de no mínimo quatro páginas, utilizando texto, imagem, desenho, carimbo, colagem, stencil e etc.

FOTOS DO PROCESSO



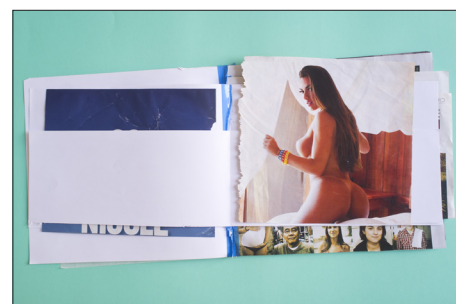
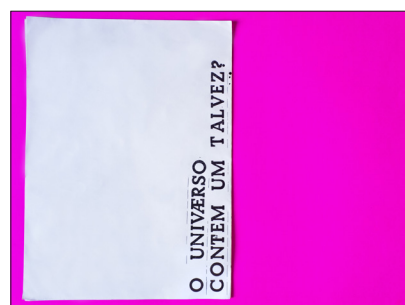
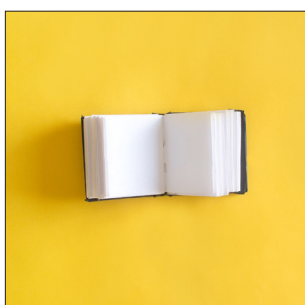
APRESENTAÇÃO BRIEFING: ARTE EM LIVRO



ANEXO PÁG 11

ANEXO PÁG 12

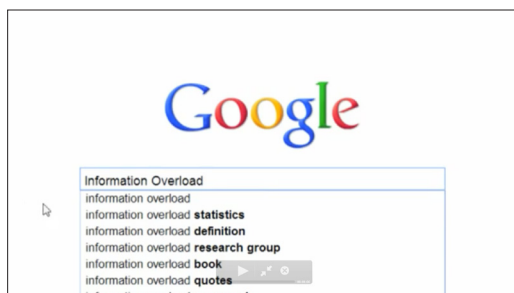
ZINES: ENTRE A REALIDADE E A FICÇÃO



ANEXO PÁG 17

FLOOD

VIDEO: INFORMATION OVERLOAD



ANEXO PÁG 27

INTRODUÇÃO

30 minutos

A introdução do workshop apresentou um conjunto de vídeos e dados estatísticos que para discutir as funções e valores da fotografia na sociedade contemporânea.

VIDEO: DIGITAL JUNKIE

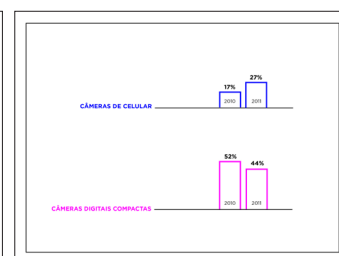
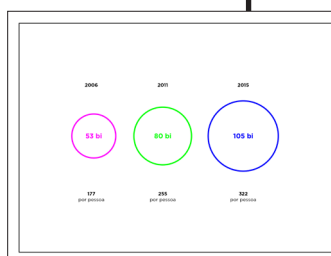


ANEXO PÁG 28

APRESENTAÇÃO: FOTOGRAFIA EM NÚMEROS



ANEXO PÁG 29



VIDEO: MEMOTO



ANEXO PÁG 35

VIDEO: LIFE IN A DAY



ANEXO PÁG 40



DADO INCOMPLETO
1h30 minutos

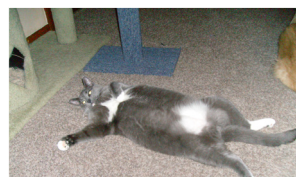
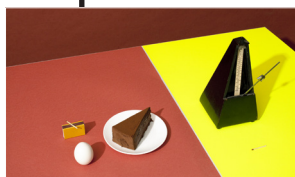
Um jogo de dado através do qual os participantes absorvem conteúdo e discutem sobre o tema de forma lúdica e despojada.

APRESENTAÇÃO: CASES FLOOD



ANEXO PÁG 41

JOGO DA MEMÓRIA



ANEXO PÁG 44

DINÂMICA: REPENSANDO A PRIMEIRA PÁGINA



ANEXO PÁG 51

FOTOS DO PROCESSO



ANEXO PÁG 49



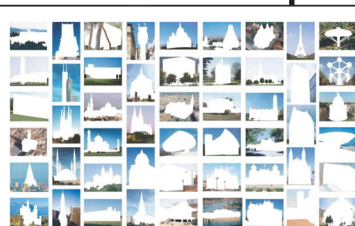
DISCUSSÃO 50 minutos

Sentados em roda, todos têm a oportunidade de apresentar seu feedback sobre o conteúdo apresentado nas dinâmicas e compartilhar suas ideias a respeito do tema proposto.

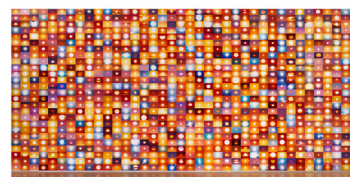
APRESENTAÇÃO BRIEFING: JORNANADA VISUAL



TOO MUCH PHOTOGRAPHY
MARTIN PAAR



BUILDINGS YOU HAVE TO SEE BEFORE YOU DIE
JOSÉ DÁVILA



SUNS FROM FLICKR
PENELOPE UMBRICO

ANEXO PÁG 45

PRODUÇÃO 60 minutos

Os participantes são divididos em duplas para produzir uma peça visual que contenha uma narrativa sobre um lugar desconhecido. “Jornada visual a um lugar onde nunca estive” é uma proposta de trabalho livre, a ser desenvolvida através da combinação de técnicas gráficas como fotografia, desenho, caligrafia, carimbo, colagem e stencil.



PRODUÇÃO COLABORATIVA FLOOD



ANEXO PÁG 52



A MESA ESTÁ ABERTA DA TELA DO VENTILADOR
ESTA SOBRE A MESA, MAS NUNCA FOI CADA UM
DO OUTRO CANTO (COMO VEMIA DESEJO DE NUNCA)
DO LADO ESQUERDO DO VENTILADOR, UM
CINQUEIRO COM TRÊS GUMBAS DE CIGARROS MAS
CIGARROS SÃO NA MESMA COR, MAS NUNCA FOI
LADO DA MESMA COR, MAS NUNCA FOI MESMA COR QUE
LADO DA MESMA COR E CIGARRO NUNCA SOU ABANDON-
E NA PAREDE CURVA, HA INTERFERÊNCIAS
TODAS NA PARE QUE CRESCEM E NUNCA SEI
NUNCA NA PARE, A DIFERENÇA É A MESMA
RETA, TAMBÉM É A MESMA, A MESMA, COM UM
CINQUEIRO QUE TRAESE PARETO ANA NA VERDADE
E MANTOUM UM MESQUITO ESQUADRO, NUNCA
EXISTEM PARE, UMA INFERIA DA MESMA
O TRAESE, O RESCUE DO MESMO QUE SOBREVIVEM
UM TEMPO, HA NA POLITONA VERDE
A PARE ESPERANDO UM
PARE, COM UM GUMBATO MIMO ENTRE A PARE E
DO CIGARRO, UM TONCO DE MESMA COR, MAS
A SOMBRA DA PERGUNÇA NA MESMA COR
SEI COMO É A PARE, E A MESMA
LAO, A JANELA ESTÁ FECHADA

[illegible]

SELF

FANTASIA DIRIGIDA 30 minutos

Todos os participantes deitam no chão da galeria, onde as luzes estão apagadas. O facilitador conduz uma indução baseada em um texto sobre as propriedades do Universo. Em seguida, com todos ainda deitados, o filme The Powers of Ten é projetado no teto da sala.

VIDEO: THE POWERS OF TEN



ANEXO PÁG 61

O EU QUE EU CONHEÇO E TODO MUNDO CONHECE

LEILÃO DE POSTS 20 minutos

Uma coleção de publicações coletadas no perfil no Facebook dos participantes do workshop é leiloadada entre o grupo.

PENELOPE UMBRICO SUNSET PORTRAITS FROM FLICKR



ANEXO PÁG 62

O EU QUE EU CONHEÇO E NINGUÉM CONHECE

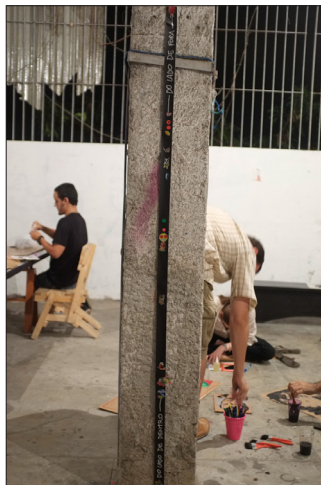
EIXOS 10 minutos

Cada participante recebe uma cartela de adesivos a serem posicionados nos eixos que representam diversos aspectos de sua identidade.

THE LIVING MAN DECLARED DEAD TARYN SIMON



ANEXO PÁG 63



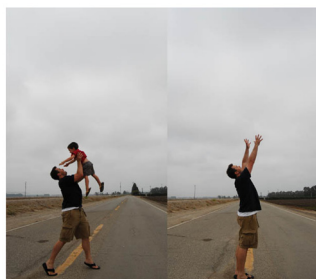
ANEXO PÁG 71



O EU QUE EU NÃO CONHEÇO E NINGUÉM CONHECE

DESENHO
20 minutos

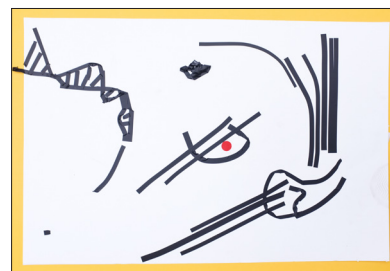
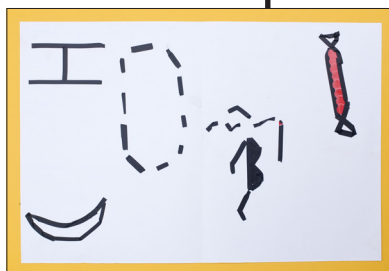
A partir de um elemento constante, um traço preto recortado em material adesivo, os participantes são convidados a representar conceitos abstratos em um curto espaço de tempo.



ANEXO PÁG 62



DESENHOS



ANEXO PÁG 70

O EU QUE EU NÃO CONHEÇO E TODO MUNDO CONHECE

JOGO
20 minutos

Conhecido como “test in front”, o objetivo do jogo é que cada participante descubra sua “personalidade” - a identidade por trás do nome escrito em suas costas.

WILLEM POPELIER
SHOWROOM
GIRLS

ANEXO PÁG 63



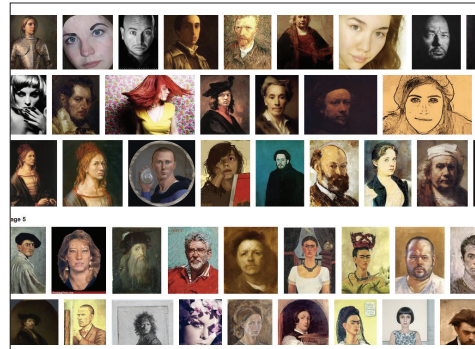
DISCUSSÃO
50 minutos

Sentados em roda, todos têm a oportunidade de apresentar seu feedback sobre o conteúdo apresentado nas dinâmicas e compartilhar suas ideias a respeito do tema proposto.

PRODUÇÃO AUTORRETRATO COLETIVO 60 minutos



BRIEFING AUTORRETRATO



ANEXO PÁG 72

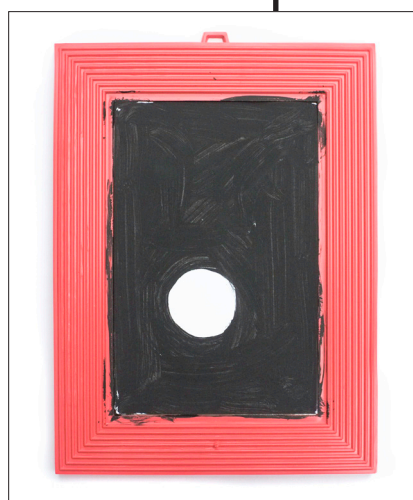


PRODUÇÃO AUTORRETRATO INDIVIDUAL
30 minutos

FOTOS DE PROCESSO

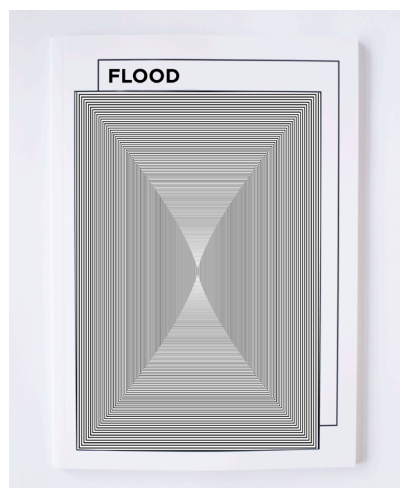


ANEXO PÁG 65



ANEXO PÁG 76

LIVROS



AS LONG AS IT
PHOTOGRAPHS



21

O UNIVERSO
CONTEM UM TALVEZ?

VIEWFINDER

A Fotografia é um processo de captura e reprodução de imagens que por muito tempo foi considerado capaz de comprovar fatos, sustentar visões de mundo e sedimentar processos históricos. Ao longo das últimas décadas, a tecnologia digital facilitou o acesso aos meios de produção e manipulação de imagens e provocou uma explosão da publicação de fotografias encenadas, editadas ou alteradas pela mídia. São como mapas que não se referem a nenhum território.

FAKE é o primeiro capítulo do projeto VIEWFINDER, uma investigação colaborativa sobre o impacto da revolução digital nos meios de produção, compartilhamento e consumo de imagens. O primeiro fenômeno a ser explorado é a polarização entre o compromisso documental e a pluralidade narrativa da fotografia e sua atuação sobre a instável relação entre fato e ficção no século XXI.

Na tarde do dia 23 de setembro de 2012 um grupo multidisciplinar composto por profissionais de fotografia, design, comunicação, tecnologia, cinema e arte se reuniram no atelier do Imá para pensar, trocar, discutir e co-criar. Esse livro é uma coleção de ideias, perguntas e histórias originadas neste workshop, ou não.

APRENDI NO WORKSHOP

A) A MÚSICA
DA XUXA
E A TRILHA
DO DOMINGO

☐ NÃO ☐ SIM

C) MR. CATRA
É UM GÊNIO

☐ NÃO ☐ SIM

B) FOTO-
JORNALISMO
NÃO EXISTE

☐ NÃO ☐ SIM

D) CECI N'EST
PAS UN PIPE

☐ NÃO ☐ SIM

CONCLUSÃO

03 TEMAS
03 WORKSHOPS
15 HORAS DE ENCONTRO
16 ATIVIDADES PROPOSTAS



47 COLABORADORES



55 DESENHOS
10 FANZINES
06 COLAGENS
01 PERFORMANCE
17 AUTORRETRATOS



03 LIVROS

Esses números representam de forma abstrata o processo investigativo desenvolvido ao longo do último ano. A sequência de valiosos *inputs* dos colaboradores colecionados durante os *workshops* deu origem à muitos outros questionamentos e novas ideias. Se por um lado a informação foi condensada na forma de uma coleção de livros, o universo de possíveis pontos de vista se expandiu através das muitas conexões geradas nos encontros.

Dar largada sem previsão do destino final foi um risco necessário para atribuir ao processo uma finalidade própria, independente de seus resultados. Nem os desenhos nem as colagens importam, interessa experimentar, pensar, criar, verbalizar, em um processo de tomada de consciência e abertura para novos pontos de vista. VIEWFINDER não é um ciclo de *workshops* e nem uma série de livros. É uma experiência, que só existiu graças ao engajamento de 47 colaboradores. Pessoas diversas, curiosas e criativas, que trouxeram para os encontros suas ideias e histórias.

O VIEWFINDER, como projeto de conclusão de curso, se encerra aqui e agora. Entretanto, o processo de reflexão crítica e experimentação se perpetua de forma autônoma. A série de livros, ao invés de um ponto final, funciona como um convite aos futuros leitores, uma provocação para incitar a curiosidade e a discussão. Em busca de mais perguntas e respostas sobre o futuro da mídia fotográfica, a investigação continua, de forma fluida e imprevisível, através da rede de colaboradores construída no ciclo de *workshops*.

BIBLIOGRAFIA

RITCHIN, Fred. *After photography*. New York: W. W. Norton & Company, 2009.

MADOFF, Steven Henry. *Art school: (propositions for the 21st century)*. Cambridge: MIT Press, 2009.

ANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas: Papirus, 2004.

SONTAG, Susan. *On photography*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 1977.

BENJAMIN, Walter, and J. A. Underwood. *The work of art in the age of mechanical reproduction*. London: Penguin, 2008.

GIELEN, Pascal; BRUYNE, Paul de. *Teaching art in the neoliberal realm: Realism versus Cynicism*. Amsterdam: Valiz, 2012.

WESTGEEST, Helen. *Take place: Photography and Place from Multiple Perspectives*. Amsterdam: Valiz, 2009.

COTTON, Charlotte. *The photograph as contemporary art*. 2. ed. London: Thames & Hudson, 2009.

DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico e outros ensaios*. Campinas: Papirus, 1993.

TARYN SIMON: *Kaleidoscope of Entropy*. Berlin: Mono.kultur, 2008.

KRIJNEN, Marloes. *Curating the future*. Foam magazine. Amsterdam, v. 29, 30 out. 2011.

GOHN, Maria da Glória. *Educação não-formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas*. 2006. Artigo - UNICAMP. Campinas. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ensaio/v14n50/30405>>. Acesso em: 28 set. 2012.

MENEZES, Maiá; FARAH, Tatiana. *Muito além de impressões digitais*. Revista o globo. Rio de Janeiro, p.30. 04 nov. 2012.

MACHADO, André. *O estado da arte*. Jornal O Globo. Rio de Janeiro, p.19. 11 fev. 2012.

PAIM, Nina. *School Issues*. 2012. Publicação independente. Gerrit Rietveld Academy. Amsterdam.

VIEWFINDER

CURADORIA & DESIGN

LUISA FOSCO

CO-PRODUÇÃO

JULIA BESSLER

ORIENTAÇÃO

PEDRO LUIZ DE SOUZA

FACILITAÇÃO DOS WORKSHOPS

LUISA FOSCO &
HERMAN BESSLER

AGRADECIMENTOS

ANNA PARISI
DANIEL CRUZ
DANIEL FOSCO
FELIPE DUARTE
HERMAN BESSLER
IGOR MACHADO
JORGE FOSCO
JULIA BESSLER
MARCIA FOSCO
MARTIN HOLZMEISTER
METON JOFFILY

REALIZAÇÃO



FACEBOOK.COM/
IMA.MOBILIZADORES

COLABORADORES

ALEXANDRE CINTRA
ANNA FISCHER
ANNA PASSARELLI
ANTONIO BREVES
BARBARA TARGINO
BEATRIZ SALGADO
CLARISSA BAUMANN
CLARISSA APPELT
DANIEL CRUZ
DANIEL FOSCO
DANIEL LOBO
DUDA ITAJAHY
FELIPE DUARTE
FELIPE OURO PRETO
FERNANDA VAILLOIS
HELENA LOPES
HERMAN BESSLER
GEORGE LUCENA
ISABEL BICUDO
ISADORA BARRETO
ISIDORA GAJIC
JOANA PASARELLI
JULIA BESSLER
LIVIA JÁCOME
LOUIE MARTINS
LUCAS VAN HOMBEECK
MAYA DIKSTEIN
MARCELO SERRANO
MARTIN HOLZMEISTER
MARIANA LIMA
MAFÊ VILLAS BÔAS
MAURO FEINGUELERNT
MATEUS SILVESTRE
METON JOFFILY
MATIAS MESQUITA
PALOMA CARVALHO
PEDRO BREVES
RAFAEL ALVES
RENATA LERNER
SAMUEL ANTONINI
SOPHIA ERAM
TANARA STUERMER
TATI CHALUB
TELMA BONNIAU
TIAGO LOMBARDI
TITTA SOUZA