

**Os coletivos fotográficos e a prática do fotojornalismo
publicada em sites de redes sociais**

*Photographic collectives and the practice of photojournalism
published on social network sites*

Marcelo De Franceschi dos SANTOS¹

Resumo

Este artigo propõe uma revisão do conceito de coletivo fotográfico e da prática de fotojornalismo desses grupos. Para isso, trata de algumas condições históricas que levaram a organização de coletivos fotográficos entre outros modelos de grupos de fotógrafos. Depois, aborda a apropriação feita por esses coletivos sobre sites de redes sociais como sistema de publicação para a circulação das produções fotojornalísticas. Por fim, ao propor uma concepção de fotojornalismo coletivo, aproxima a atividade dos coletivos fotográficos como uma prática social de fotojornalismo complementar ao de empresas jornalísticas.

Palavras-chave: Fotojornalismo. Coletivos fotográficos. Sites de Redes Sociais. Jornalismo. Publicação.

Abstract

This article proposes a review of the concept of photographic collective and the practice of photojournalism of these groups. For that, it deals with some historical conditions that led the organization of photographic collectives among other models of groups of photographers. Then, it addresses the appropriation made by these collectives on social network sites as a publishing system for the circulation of photojournalistic productions. Finally, when proposing a concept of collective photojournalism, it brings together the activity of photographic collectives as a social practice of photojournalism complementary to that of journalistic companies.

Keywords: Photojournalism. Photographic collective. Social network site. Journalism. Publication.

¹ Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).
E-mail: mfjornalss@gmail.com

Introdução

No fim da primeira década dos anos 2000, sites de redes sociais (SRS) se tornaram locais de publicação de imagens jornalísticas. Na configuração visual desses portais, as imagens são destacadas e circulam com mais facilidade ao receberem reações, serem comentadas ou compartilhadas pelos perfis dos usuários, alcançando mais audiência (RECUERO, 2014). Tal facilitação na publicação e circulação permitiu que o público com acesso aos equipamentos e serviços pudesse disseminar suas produções, e fotógrafos iniciados tivessem espaço para divulgar trabalhos do cotidiano, incluindo aqueles com relevância jornalística.

O possível fotojornalismo executado por coletivos fotográficos foi conjecturado de forma breve por Queiroga (2010), Entler (2011) e Cavalheiro Neto (2011). Os coletivos fotográficos, para Entler (2011), exploram em profundidade aquele que parece ser o maior potencial desse tipo de experiência: a criação colaborativa, e uma maior interação nos sites de redes sociais. Nos tópicos seguintes, levanta-se brevemente um histórico dos coletivos fotográficos para, em seguida, propor um conceito mais adequado a esses grupos. Logo depois, descreve-se a apropriação, realizada pelos coletivos fotográficos, dos sites de redes sociais para a publicação e difusão de suas produções jornalísticas. Como resultado, essa prática pode ser caracterizada como fotojornalística coletiva.

Breve histórico dos coletivos fotográficos

Na busca por caracterizar os coletivos fotográficos, Queiroga (2012) os diferencia de outras experiências colaborativas como os fotoclubes, o projeto estadunidense de documentação *Farm Security Administration* (FSA), e agências.

Um dos primeiros clubes de fotógrafos do mundo foi o Calotype Club de Edinburgh, capital da Escócia, fundado em 1843 (A REMINISCENCE, 1874). Uma formalização geral passaria a ocorrer a partir da segunda metade do século XIX para o século XX, com associações de fotógrafos e fotoclubes, cujo interior era marcado pela competição entre os participantes. “Havia uma hierarquia que classificava os sócios dos clubes em categorias, segundo seu nível de aperfeiçoamento” (COSTA; SILVA, 2004,

p. 23). Conforme o desempenho avaliado pelos organizadores, os integrantes eram categorizados em “aspirantes”, “novíssimos”, “juniores” e “seniores”. Sendo assim, estes grupos eram compostos por fotógrafos amadores e profissionais, que produziam individualmente, orientados de maneira centralizada. Não buscavam o lucro direto, mas um melhor desenvolvimento no fazer fotográfico, por meio de um sistema hierárquico que incentivava a concorrência e mantinha suas identidades como individuais.

Outro projeto coletivo de documentação foi o *Farm Security Administration* (FSA) criado com políticas estatais econômicas a partir de 1937 durante o período da Grande Depressão estadunidense (1929-1939). O objetivo do governo era documentar a situação da pobreza rural e mostrar o “valor das pessoas” pobres fotografadas para a classe média, segundo Sontag (2004). Durante a existência do trabalho até 1946, todos os fotógrafos eram dirigidos pelo editor de fotografia Roy Emerson Stryker (1893-1975). Stryker instruía sua equipe de subordinados quanto ao que deveriam fotografar e de que forma deveriam mostrar (SONTAG, 2004). Ele categorizava, arquivava e selecionava o trabalho enviado pelos fotógrafos, podendo até descartar fotogramas. Pode-se depreender que era um projeto composto por fotógrafos profissionais, que produziam individualmente ainda que orientados pelo editor de maneira centralizada. Trabalhando para o governo que os financiava, mas mantendo as identidades individuais, os fotógrafos não objetivavam o lucro.

A emergência das primeiras agências de fotografia, no fim do século XIX, contribuiu para a institucionalização do fotojornalismo (KELLER, 2007). “Na raiz desse desenvolvimento tardio, estava o fato que nem os maiores jornais com a mais versátil equipe de fotógrafos poderia cobrir todos os importantes eventos noticiáveis, especialmente se acontecesse em um momento e lugar imprevisível” (KELLER, 2007, p. 149, tradução nossa)². Nesse contexto, em 1898, o fotógrafo George Grantham Bain (1865-1944) inaugura a *Bain News Service* em New York. Segundo Keller (2007), Bain comprava de correspondentes e jornais de várias partes dos Estados Unidos, fazia cópias e as revendia ao enviar para seus assinantes.

Além das agências internacionais e de veículos de comunicação (HUMBERTO, 1983), uma terceira experiência é a das agências formadas por fotógrafos, boa parte na

² Tradução nossa para: “At the root of this latter development was the fact that not even the greatest newspapers with the most versatile staff photographers could cover every important news event, especially if it happened in an unpredictable moment and place” (KELLER, 2007, p. 149).

forma de cooperativas, sendo o maior exemplo a criação da Magnum³ em 1947 por Robert Capa (nome artístico do húngaro Endre Erño Friedmann). Mesmo não sendo pioneiros, o que deu notoriedade à Magnum foi querer reter a propriedade dos direitos autorais e dos negativos de seus membros. “Capa queria deter os direitos sobre seu trabalho em caráter perpétuo além de reorientar fundamentalmente o equilíbrio de poder entre as revistas e os fotógrafos” (KERSHAW, 2013, p. 224). Seria uma maneira de garantir um maior controle sobre a comercialização das imagens, que antes poderiam ser vendidas para qualquer veículo sem o consentimento do profissional, e uma maior valorização financeira e liberdade de ação dos integrantes, sujeitos a todos os perigos nas pautas. Possuindo uma própria agência, Capa e seus companheiros poderiam definir pautas e negociar as fotos pelo valor que calculassem ser justo.

Nesse sentido, compreende-se as agências como compostas por fotógrafos profissionais, que produzem individualmente mas compartilham a administração de rendas e pautas. Almejando maior liberdade editorial e o autossustento, mantêm identidades individuais, objetivando o lucro vindo de seus próprios trabalhos.

Definindo coletivos fotográficos

Esses três modelos de grupos de fotógrafos – fotoclubes, FSA e agências –, no período em que a fotografia processada por computadores ainda não existia, evidenciam que a existência do coletivo fotográfico não depende exclusivamente da digitalização. Nos anos 1930, segundo Mraz (1993), existiu o coletivo fotográfico *Hermanos Mayo*, composto por cinco fotojornalistas que atuaram durante a Guerra Civil Espanhola (1936-1939) e migraram para o México, onde introduziram as vantagens técnicas das câmeras Leica, mais leves e intercambiáveis. Os *Hermanos Mayo* tinham a necessidade de vender suas produções “possuindo o próprio arquivo, e participando ativamente na fundação e operação de publicações” (MRAZ, 1993, p. 83, tradução nossa)⁴. Os trabalhos registravam as lutas sociais e as “pessoas esquecidas que lutavam para ganhar a vida nas ruas” (MRAZ, 1993, p. 87, tradução nossa)⁵. Outro caso é o grupo

³ Disponível em: magnumconsortium.net. Acesso em: 10 jul. 2018.

⁴ Tradução nossa para: “possessing their own archive, and participating actively in the founding and operating of publications” (MRAZ, 1993, p. 83).

fotográfico AFAL (sigla para *Agrupación Fotográfica Almeriense*), também fundado em 1956 na Espanha, e cujo veículo de divulgação era uma revista homônima⁶.

No Brasil, o coletivo fotográfico “Ladrões de Alma” de Brasília reivindica o título de primeiro do país, em 1988 (MORELLI et al., 2015). Os integrantes deste coletivo não queriam produzir nos modelos disponíveis, mas, “tampouco queriam formar um fotoclube, embora quisessem criar com a liberdade dos amadores” (DOBAL, 2015, p. 22). As marcas do grupo, segundo Feijó (2015), eram o ensaio fotográfico concretizado através de cartões postais ou exposições, a ausência de hierarquia ou diretoria, e, internamente, o processo de edição com seleção, discussão e avaliação coletiva das imagens. Assim, a organização de coletivos fotográficos ocorre antes do desenvolvimento da tecnologia digital. Considerando esses dados, resta buscar uma delimitação mínima para tal modalidade de grupo de fotógrafos.

O primeiro ponto que distingue o coletivo fotográfico das outras junções é o de não ser composto apenas por fotógrafos, mas de abrir a possibilidade de agregar pessoas de outras especializações (QUEIROGA, 2012, p. 80). Por exemplo, cineastas, desenhistas industriais e jornalistas podem somar conhecimentos. Esses profissionais, ou aspirantes, não apenas atuam separadamente em fases da produção, como se integram em todas as etapas das fotografias. As experiências anteriores trabalhariam com a união de diferentes níveis das atividades dos fotógrafos, mas não haveria uma coletividade no nível de produção das imagens. “Quando falamos em compartilhar a fotografia em si, queremos dizer permitir uma integração na qual não se possa distinguir, no plano da fotografia, o indivíduo” (QUEIROGA, 2017, p. 137). Nos fotoclubes, existia o compartilhamento de aprendizados e experiências; no FSA, a relação entre os profissionais era de colegas de trabalho; e, nas agências, o que une os trabalhadores seria a estrutura gerencial ou comercial. Diferentemente da manutenção da individualidade nas produções imagéticas, o modelo do coletivo fotográfico atuaria na conformação de um “indivíduo coletivo”.

Dentre as cinco características do modelo, Queiroga (2012) destaca a

⁵ Tradução nossa para: “forgotten people who struggle to make their living in the streets” (MRAZ, 1993, p. 87).

⁶ Mais informações estão disponíveis em:
https://web.archive.org/web/20170331212914/http://www.museoreinasofia.es/sites/default/files/salas/informacion/grupo_afal_.pdf. Acesso em: 10 jul. 2018.

presença da discussão e da crítica durante o processo de produção – do planejamento à finalização – em que as individualidades são diluídas em prol da construção de uma identidade coletiva, independentemente se a obra resultante é assinada com ou sem referência a um fotógrafo específico (QUEIROGA, 2012, p. 79-80).

Ou seja, o que caracteriza principalmente os coletivos fotográficos, resalta Queiroga (2017, p. 143), são as contribuições entre os integrantes na produção de uma obra comum a todos os envolvidos. Com esses traços, pode-se sistematizar os quatro modelos de produções coletivas fotográficas conforme demonstra o quadro 1.

Quadro 1 - Comparativo entre diferentes agrupamentos de fotógrafos

	Fotoclubes	FSA	Agências Fotográficas	Coletivos Fotográficos
Composição	Amadores e profissionais	Profissionais	Profissionais	Amadores e profissionais
Produção	Individual	Individual/ Coletiva	Individual	Coletiva
Objetivos	Não- comerciais	Não- comerciais	Comerciais	Comerciais/não- comerciais
Identidade	Individual	Individual/ Coletiva	Individual	Individual/Coletiva
Financiamento -Articulação	Privado	Governament al	Privado	Privado- Governamental- Coletivo

Fonte: O autor.

Por meio dessas características estruturais, o conceito de coletivo fotográfico pode ser definido como grupo que compartilha a produção, a edição e a circulação da fotografia com uma identidade em comum. Esta definição objetiva estabelecer propriedades concretas que distingam o coletivo fotográfico de outras experiências.

A partir de 2010, os coletivos fotográficos fazem mais contatos entre si e intercambiam experiências ao promover encontros. De 26 de agosto a 4 de setembro de 2014, ocorreu o 3º Encontro de Coletivos Fotográficos Ibero-Americanos (E.CO), realizado no Serviço Social do Comércio (Sesc) de Santos, São Paulo. O evento contou com trabalhos de 20 coletivos convidados de 12 países. As edições anteriores foram o

“Encuentro de Colectivos Fotográficos Euroamericanos”⁷, entre 13 e 18 de maio de 2010, em Madrid, Espanha; e o 1º Encontro de Coletivos Fotográficos Iberoamericanos⁸, entre 10 e 14 de dezembro de 2008, em São Paulo.

Os coletivos nem sempre se autodenominam como tal. Alguns se intitulam por movimentos, como o *Movimiento Argentino de Fotógrafxs Independientes Autoconvocadxs*, M.A.F.I.A.⁹ de Buenos Aires (ROSBIER, 2016, p. 2), cuja página “oferece algumas diretrizes que regem o trabalho dos novos grupos” como a assinatura coletiva, o trabalho colaborativo, a relativização dos direitos autorais das obras através de licenças livres. Surgido em outubro de 2012, “a partir da interação nas redes sociais” (M.A.F.I.A, 2016, p. 3, tradução nossa)¹⁰, o coletivo de sete fotógrafos utiliza diversos serviços para publicarem – como *Facebook*¹¹, *Instagram*¹², *Twitter*¹³ – e teve suas imagens publicadas em jornais argentinos.

Os coletivos fotográficos, como produtores de material próprio, publicam constantemente seu material próprio nos sites de redes sociais. Por meio de seus perfis, utilizam esses sites como ferramenta de publicação e de circulação de suas produções para alcançar e interagir com o público.

Sites de redes sociais para publicação

Cavalheiro Neto (2011) chama a atenção para a diferença na circulação da fotografia no meio digital. “Agora as possibilidades são muito maiores, se dão em muito menos tempo e não necessitam de um laboratório, apenas de um computador” (CAVALHEIRO NETO, 2011, p. 156). Segundo ele, os coletivos utilizam sites como divulgadores e como ferramenta de interatividade, “postam vídeos, debatem em fóruns

⁷ Disponível em: <http://web.archive.org/web/20100927001958/http://www.fotoeco.es/blog> Acesso em: 10 jul. 2018.

⁸ Disponível em: <http://web.archive.org/web/20131216102300/laberintodemiradas.net/encontro.html> Acesso em: 10 jul. 2018.

⁹ Disponível em: <https://web.archive.org/web/20160128222518/http://somosmafia.com.ar/> Acesso em: 10 jul. 2018.

¹⁰ Tradução nossa para: “a partir de la interacción en las redes sociales” (M.A.F.I.A, 2016, p. 3).

¹¹ Disponível em: [facebook.com/holamafia](https://www.facebook.com/holamafia) Acesso em: 10 jul. 2018.

¹² Disponível em: [instagram.com/somosmafia](https://www.instagram.com/somosmafia). Acesso em: 10 jul. 2018.

¹³ Disponível em: twitter.com/HolaMAFIA Acesso em: 10 jul. 2018.

de discussão, tornam sua produção multimídia e se libertam do conservadorismo de grande parte da mídia impressa” (CAVALHEIRO NETO, 2011, p. 161).

Com a produção e comercialização de computadores e câmeras digitais, mudanças no fotojornalismo foram ocasionadas pela digitalização. Por um lado, modificou rotinas e produtos nas empresas jornalísticas (GIACOMELLI, 2012). Por outro, o público leitor pode atuar de duas maneiras: realizando um fotojornalismo cidadão e enviando suas fotografias para os veículos comerciais jornalísticos (SOUZA; BONI, 2008), ou produzindo e publicando seu próprio fotojornalismo.

Nos meios digitais, pode-se constatar o uso de ferramentas facilitadoras de publicação com os *blogs*. No começo, havia mais predominância do texto do que da imagem, ou era destinado para o público interessado em fotografia de outros autores, e não tanto para a veiculação de fotos exclusivas (MUNHOZ; PALACIOS, 2007). O *blog*, indica Zago (2009, p. 3), “deu origem a inúmeros formatos derivados, como o videolog, em que predominam os vídeos, os fotologs, em que predominam imagens e fotografias, os audioblogs, em que predominam arquivos de áudio”. As características que possibilitariam diversas apropriações para a prática jornalística seriam “a estrutura de ordem cronológica inversa, e a facilidade de publicação (em parte decorrente do papel desempenhado pelas ferramentas de publicação de blogs, como Blogger e Wordpress)” (ZAGO, 2009, p. 7).

Dentre as inúmeras possibilidades de se fazer uso dos *fotologs*, está o emprego do formato para a disseminação de conteúdos jornalísticos. Foi através da fotografia, afirmam Munhoz e Palacios (2007), que houve a inauguração real da participação do leitor enquanto produtor direto da informação jornalística incorporada a um veículo de imprensa. O *fotolog* era, então, voltado “prioritariamente para a divulgação de informação de qualidade, em seu formato fotográfico” (MUNHOZ; PALACIOS, 2007, p. 6). Para os autores, um momento importante na participação cidadã no fotojornalismo foi o atentado a bomba no metrô de Londres em 7 de julho de 2005, quando um usuário do metrô fez uma tomada com a câmera do telefone entre as estações naquela manhã e publicou em seu *moblog*, permitindo o compartilhamento livre da imagem que foi reproduzida por vários veículos, não só na *web*. Considerado um marco no uso de tecnologias digitais móveis na cobertura de um evento de grandes proporções, esse momento assinala uma função ativa das pessoas no processo de coletar, reportar e difundir fotografias de caráter jornalístico.

Acompanhando a comunicação de dados sem fios, a tecnologia de processamento de imagens foi aprimorada para os sites de redes sociais, segundo Ellison e Boyd (2013). “Como o custo de armazenamento de fotos e vídeos diminuiu, os SRSs também começaram a suportar o compartilhamento de mídia em larga escala; aplicativos móveis tornaram fácil a postagem de fotos e vídeos.” (ELLISON; BOYD, 2013, p. 154, tradução nossa)¹⁴. Os recursos como a capacidade de hospedar fotografias e de atualizar uma página existiram por anos em ferramentas anteriores, sendo incorporados pelos SRSs (ELLISON; BOYD, 2013, p. 162). Portanto, o formato *blog*, de exibição pela ordem cronológica reversa, foi adotado para publicação na página inicial de sites de redes sociais¹⁵ como o *Facebook* e o *Instagram*.

Apropriando-se dos sites de redes sociais, coletivos fotográficos, como atores nesses sites, passaram a utilizar o recurso de compartilhamento ou de publicação como uma ferramenta para veiculação de suas produções. Conforme Ellison e Boyd (2013), os Sites de Redes Sociais são mais agregadores de notícias do que apenas baseados em perfis, mesmo se o algoritmo de exibição de conteúdo for oculto. Por meio da publicação de conteúdo dos usuários, para Peixoto (2012), os SRS aumentam a capacidade de circulação de fotografias jornalísticas, tornando-se local de publicação e circulação de produções. O fotojornalismo dos coletivos fotográficos não se estaria mais dependente de empresas jornalísticas tradicionais para chegar até os usuários.

Prática de fotojornalismo coletivo

A mudança tecnológica e cultural proporcionada pelos meios digitais desafia o conteúdo e o sustento do jornalismo, segundo Sponholz e Meditsch (2011). A dupla de pesquisadores atribuem a Otto Groth a contribuição pioneira de uma análise da “essência do periódico e, com isso, os fundamentos epistemológicos para uma ciência dos jornais” (SPONHOLZ; MEDITSCH, 2011, p.12). Para eles, as reflexões científicas

¹⁴ Tradução nossa para: “As the cost of storing photos and videos declined, SNSs also began to support large-scale media sharing; mobile applications made posting photographs and videos easy” (ELLISON; BOYD, 2013, p. 154).

¹⁵ Sites como o Facebook, lembra Recuero (2009, p. 102), são apenas o meio técnico que proporciona a emergência das redes sociais, ou seja, as ferramentas não são as redes em si. No cotidiano, formam-se redes sociais e os atores produzem conexões. Uma rede social possui basicamente dois elementos para Recuero (2009): os nós (atores, grupos ou instituições, pessoas) e as suas conexões (interações e laços sociais). Ao compartilhar mensagens e publicar informações por meio de suas representações, o ator vai se vinculando com outros atores e, assim, formando redes.

de Groth podem ser tomadas para a reinvenção do jornalismo no suporte digital. O jornal é uma obra cultural, e seus exemplares ou edições em papel, em áudio, são emanações ou materializações da idealização que as geraram. O jornal não começa com a impressão e circulação do primeiro número, mas quando os autores aplicam as ideias. Assim, se existe a aplicação do jornalismo nos meios impresso, radiofônico e televisivo, também há nos meios digitais (FIDALGO, 2004).

Na abordagem de Groth, o jornal se define por quatro características essenciais – a periodicidade, a universalidade, a atualidade e a publicidade – as quais também valeriam para a fotografia jornalística. Essas características são “tipos ideais”¹⁶ que, em tese, não podem ser alcançadas completamente mas que são almeçadas pelo jornal. “A imagem, sobretudo a fotografia, também tem que satisfazer as condições essenciais do periódico” (GROTH, 2011, p. 398). Segundo ele, a profissão de “repórter fotográfico” não tem mais do que alguns decênios ao observar que os fotógrafos com vocação jornalística puderam trabalhar a partir do surgimento das revistas semanais ilustradas no início do século XX.

Em relação aos coletivos fotográficos, duas ponderações do autor podem ser aplicadas: a dos repórteres fotográficos serem tão jornalistas quanto os da escrita e a do jornalismo como uma prática social. Os repórteres fotográficos não são meros fotógrafos especializados, mas são geralmente classificados como jornalistas segundo Groth (2011). Tal qual a escrita, a fotografia estaria sujeita a ser influenciada por condições subjetivas e a ser deturpada inclusive conscientemente por diversas intenções, mesmo com suas operações mecânicas. Portanto, a fotografia não é puramente impessoal e objetiva, e pode glorificar ou ridicularizar porque “a individualidade do repórter fotográfico influencia as suas fotos não menos do que o repórter da escrita nos seus textos” (GROTH, 2011, p. 396).

Para ele, “não jornalistas”, intelectuais ou servidores públicos, podem paralelamente fazer trabalhos fornecendo produtos jornalísticos. Assim sendo, pode-se praticar jornalismo não sendo necessariamente “jornalista”. Tal concepção do jornalismo como uma prática social é tomada por Ruellan e Adghirni (2009) e Domingo e Le Cam (2015). Ruellan e Adghirni (2009, p. 11) afirmam que as demais práticas, além da profissional dominante, seriam os jornais populares e veículos na internet,

¹⁶ Traduzido da palavra alemã *Idealtyp*. “Tipos ideais” são instrumentos de análise sociológica propostos por Karl Emil Maximilian Weber (1864-1920).

alguns considerados como meios de informação legítimos. Por isso, para os autores, o jornalismo poderia ser considerado, antes de uma profissão, uma prática social de produção de discursos. Segundo a definição mínima cunhada pela dupla, o jornalismo se entende por ser “uma prática sociodiscursiva colocando em interação três instâncias salientadas pela sociologia profissional: as fontes, as práticas, os públicos” (RUELLAN; ADGHIRNI, 2009, p. 12). Estas três instâncias poderiam ser consideradas como papéis a serem investidos por atores idênticos ou diferentes.

Como exemplo, citam os *blogs*, que manifestam a indefinição entre “espaços íntimos e coletivos, dos gêneros factuais e de opinião e dos papéis onde cada um é, ao mesmo tempo, jornalista e público” (RUELLAN; ADGHIRNI, 2009, p. 13). Tal viabilidade se coaduna com o uso da fotografia e do vídeo para fins de interesse público nos sites de redes sociais. Nesse cenário de facilitação de acesso às tecnologias, são construídas identidades individuais e coletivas que se inserem ativamente junto aos profissionais. Não há apenas um profissional responsável pelo conteúdo noticioso, mas existe uma multiplicidade de pessoas dispostas a escrever, fotografar e gravar o que acreditam ser importante.

Essa pluralidade de participantes com os jornalistas em uma produção conjunta de notícias sobre fatos é explorada por Domingo e Le Cam (2015). A hipótese trabalhada é de que as delimitações profissionais do jornalismo representam apenas uma das determinações geradas historicamente. Nesse sentido, relevantes práticas e contribuições podem ser perdidas se forem abordadas apenas as fronteiras institucionalizadas do jornalismo. Assim, conceituam o jornalismo “como uma prática social, definida por atividades que são necessárias para a criação de notícias, em vez de estruturas institucionalizadas e posições profissionais” (DOMINGO; LE CAM, 2015, p. 138, tradução nossa)¹⁷. A justificativa para essa perspectiva seria a de não prejudicar a atuação de cada um na produção noticiosa ou distinguir algumas práticas como jornalismo legitimado e outras como irrelevantes por não serem realizadas por profissionais ligados a grandes empresas. Para os autores, quem utiliza as tecnologias ao relatar notícias procura atingir diretamente comunidades com mensagens não-mediadas ou não abordadas por jornalistas.

¹⁷ Tradução nossa para: “Other social actors outside institutionalized journalistic organizations are also actively participating in the co-construction of News” (DOMINGO; LE CAM, 2015, p. 138).

A possível concepção de fotojornalismo sem um profissional empregado pelos jornais tradicionais é defendida por Silva Junior (2011, p. 24), que lembra não se constituir uma ruptura total com práticas e modelos institucionalizados construídos ao longo do tempo. O autor analisa os coletivos fotográficos como “resultantes do quadro de convergência aplicado ao fotojornalismo” (SILVA JUNIOR, 2011, p. 7). Todavia, a convergência não parece ser determinante para resultar nos coletivos fotográficos, tendo em vista que eles existiam antes do “quadro” referido pelo autor. O que não se descarta é a possibilidade dos grupos terem sido impulsionados pela tecnologia digital. Para Silva Junior (2011), o fotojornalismo pode ser entendido como prática, formato e profissão.

O autor argumenta que, na prática do fotojornalismo, interferem duas etapas principais: a digitalização da fotografia, com o desdobramento da circulação em sites de redes sociais; e a reorientação dos hábitos de produção, circulação e consumo. Por fim, adota o fotojornalismo como “conjunto de atividades praticadas no relato e síntese visual do fenômeno específico da notícia” (SILVA JUNIOR, 2011, p. 22). Para o autor, os coletivos teriam um caráter de crítica ao tratamento dado às coberturas fotográficas pelas agências e veículos de comunicação.

Sintetizando os conceitos de jornalismo como prática social (RUELLAN; ADGHIRNI, 2009; DOMINGO; LE CAM, 2015) e de coletivo fotográfico (QUEIROGA, 2010; SILVA JUNIOR, 2011), pode-se definir o fotojornalismo coletivo como prática social do jornalismo por coletivo fotográfico produtor de imagens noticiosas. Ao se apropriarem dos sites de redes sociais, os coletivos fotográficos possibilitam que suas imagens alcancem o público e atinjam as características essenciais do jornalismo, especialmente a publicidade (GROTH, 2011). O acesso às tecnologias digitais impulsionou a prática do fotojornalismo e a disponibilização da produção resultante acrescentando mais relatos à tradição fotojornalística dominada por empresas jornalísticas. A parte disso, iniciativas fotográficas como as coletivas mencionadas se inserem criticamente e difundem suas visões sobre e para a sociedade.

Considerações finais

Neste artigo, em um primeiro momento, foi feita uma breve abordagem histórica de alguns agrupamentos de fotógrafos. Ao longo do tempo, houve aqueles que se

associavam numa união em prol do aprimoramento pessoal e compartilhamento de experiências. Por isso, a emergência do coletivo fotográfico decorre de outras organizações, como fotoclubes, projetos governamentais e agências. Tentou-se definir concretamente, por meio de uma comparação entre as características dos modelos, o conceito de que os coletivos fotográficos compartilham a produção, a edição e a circulação da fotografia com uma identidade em comum.

Depois, foi demonstrada a possibilidade do impulsionamento desses coletivos pela digitalização da fotografia e apropriação deles sobre sites de redes sociais (ELLISON; BOYD, 2013). Ao se utilizarem desses sites como meio de exposição, os coletivos tornam públicas imagens de caráter noticioso. A organização dos responsáveis em *blogs* ou páginas de sites de rede social pode ser tomada como um coletivo fotográfico quando os integrantes dividem a responsabilidade, a produção, a edição e os resultados dos projetos.

Por fim, foi proposto um conceito de fotojornalismo coletivo. A prática social fotojornalística do coletivo fotográfico se realiza fora de agências ou de redações institucionalizadas, e pode inspirar meios mais institucionalizados das pautas aos resultados. O fotojornalismo coletivo poderia se debruçar sobre editorias como classes oprimidas, gênero, etnias, de forma sistêmica, não se limitando a ocorrência de crises ou eventuais manifestações. Com uma prioridade, esse fotojornalismo pode ter continuidade, não sendo um trabalho pausado como seria o de um fotodocumentarismo (SOUSA, 2011).

Os coletivos fotográficos demonstram que o fotojornalismo não pode ser descartado ou desconsiderado devido à popularização de dispositivos, mas sua especificidade pode ser alavancada pelas formas digitais de publicação, tornando-se mais um espaço para fotojornalistas destinarem suas produções, como constataram Sallet e Henn (2015), sejam eles profissionais ou não. As atividades dos coletivos fotográficos geram um fotojornalismo devido a não dependerem, para a publicização das produções, de uma grande empresa jornalística de ideologia hegemônica.

Referências

A REMINISCENCE of the Calotype Club. **British Journal of Photography**, Vol. 21, n. 745. Londres: Liverpool Photographic Society, 14 de Agosto de 1874. Disponível em: <<https://archive.org/details/britishjournalp01socigoog>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

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

DOBAL, Susana. Ladrões em busca do invisível. In: MORELLI, Rinaldo et al. **Ladrões de Alma – 25 anos**. Brasília: A Casa da Luz Vermelha, 2015.

DOMINGO, David; LE CAM, Florence. Journalism beyond the boundaries: the collective construction of news narratives. In: CARLSON, M.; LEWIS, S. **Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation**. New York: Routledge, 2015.

ELLISON, Nicole; BOYD, Danah. Sociality through Social Network Sites. In: DUTTON, W. H. (Ed.). **The Oxford Handbook of Internet Studies**. p. 151-172. Oxford: Oxford University Press, 2013.

ENTLER, Ronaldo. Os coletivos e o redimensionamento da autoria fotográfica. In: **Studium** (UNICAMP), v. 32, Campinas, 2011.

FEIJÓ, Marcelo. Pedacinhos de história com memórias dentro. In: MORELLI, Rinaldo et al. **Ladrões de alma – 25 anos**. Brasília: A Casa da Luz Vermelha, 2015.

FIDALGO, António. Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth. In: **Pauta Geral**, n. 6, 2004.

GIACOMELLI, Ivan Luiz. **A transição tecnológica do fotojornalismo: da câmara escura ao digital**. 1. ed. Florianópolis (SC): Editora Insular, 2012.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamentos da Ciência dos Jornais**. Petrópolis: Vozes, 2011.

HUMBERTO, Luis. **Fotografia: universos & arrabaldes**. Rio de Janeiro: Funarte, 1983.

KELLER, Ulrich. Early Photojournalism. In: David Crowley, Paul Heyer (Org). **Communication in History: Technology, Culture, Society**. New York: Pearson, 2007.

KERSHAW, Alex. **Sangue e champanhe: a vida de Robert Capa**. Rio de Janeiro: Record, 2013.

M.A.F.I.A. **Ni una menos - Vivas nos queremos**. Buenos Aires: BEX Autores, 2016. Disponível em: <<https://issuu.com/disenador/docs/mafia>> Acesso em: 10 jul. 2018.

MORELLI, Rinaldo et al. **Ladrões de Alma – 25 anos**. Brasília: A Casa da Luz Vermelha, 2015.

MRAZ, John. Foto Hermanos Mayo: A Mexican Collective. In: **History of Photography**, v. 17, n. 1, p. 81-89. Londres: Routledge, 1993.

MUNHOZ, Paulo; PALACIOS, Marcos. Fotografia, Blogs e Jornalismo na Internet: Oposições, Apropriações e Simbioses. In: Suzana Barbosa. (Org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. v. 1, p. 57-78. Covilhã: Labcom Books Universidade da Beira Interior, 2007.

CAVALHEIRO NETO, Rodolpho. O novo fotojornalismo e os coletivos fotográficos. In: BONI, Paulo (ORG.). **Fotografia: Múltiplos Olhares**. p. 151-169. Londrina: Midiograf, 2011.

QUEIROGA, Eduardo. Coletivo fotográfico: autoria e fotojornalismo em tempos de articulação em rede. In: **XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, 2010, Campina Grande. Anais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. São Paulo: Intercom, 2010.

QUEIROGA, Eduardo. **Coletivo fotográfico contemporâneo e prática colaborativa na pós-fotografia**. Dissertação de mestrado. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2012.

QUEIROGA, Eduardo. Quando o coletivo alcança a fotografia. In: **Discursos Fotográficos** (Online), v.13, n.22 p.128-146, jan/jul. 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 191 p. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. In: **Verso e Reverso** (Unisinos. Online), v. 28, p. 114-124, 2014.

ROSBIER, María. El rol de los colectivos fotográficos como agencias de contrainformación: el caso del Movimiento Argentino de Fotógrafxs Independientes Autoconvocadxs. In: **Revista Photo & Documento**, n. 2, 2016.

RUELLAN, Denis; ADGHIRNI, Zélia. O jornalismo como invenção permanente: novas práticas, novos atores. In: **IX Colóquio Brasil-França de Ciências da Comunicação**. Intercom: Curitiba, 2009.

SALLET, Beatriz; HENN, Ronaldo. Narrativas fotojornalísticas: o caso do blog Diário da Foto. In: **Ação Midiática - Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**, v. 2, p. 199-221, 2015.

SILVA JUNIOR, Jose Afonso. **O fotojornalismo depois da fotografia**. Modelos de configuração da cadeia produtiva do fotojornalismo em tempos de convergência digital.. Barcelona - Espanha: Universidad Pompeu Fabra - Digital Repository, 2011.

SOUSA, Jorge Pedro. **Estatuto e expressividade da fotografia jornalística**. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, 2011.

SOUZA, Fábio; BONI, Paulo. Fotojornalismo cidadão: a fotografia a serviço da cidadania. In: **Studium** (UNICAMP), v. 27, p. 23-34, 2008.

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

SPONHOLZ, Liriam; MEDITSCH, Eduardo. Bases para uma teoria do jornalismo 2.0. In: GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da ciência dos jornais. 1ed. Petrópolis: Vozes, 2011, v. 1, p. 9-25.

ZAGO, Gabriela da Silva. O Twitter como suporte para produção e difusão de conteúdos jornalísticos. In: **Ciberlegenda** (UFF. Online), v. 11, p. 13, 2009.