

---

## Imagetificação: Dos Rastros Fotográficos à Digitalização das Imagens<sup>1</sup>

Bruno Schmidt ALENCASTRO<sup>2</sup>  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

### RESUMO

Desde a década de 1950, acompanhamos o desenvolvimento tecnológico da fotografia digital e da internet até a virada do século onde, juntas, em um mesmo dispositivo, a fotografia produzida, publicada e compartilhada dentro das lógicas das redes sociais passa a ganhar novas significações. A partir de um diálogo com autores como Dubois, Castells, Fontcuberta, Entler, Flusser, o objetivo principal é compreender o que restam de características fotográficas nessas imagens fragmentadas, estilizadas e fugazes que consumimos todos os dias em redes sociais como o Instagram. Como proposta de contribuição teórica para o campo, o artigo finaliza trabalhando o conceito de imagetificação para definir e problematizar essas narrativas visuais no meio digital.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fotografia; Imagem; Imagetificação; Iconofagia.

### ORIGENS

A enigmática imagem de prédios e telhados do entorno da propriedade de Les Gras (1826), na região de Saint-Loup-de-Varennes, no leste da França, apresenta elementos fundamentais para pensar as especificidades da fotografia ao longo de seu desenvolvimento técnico, sendo o principal deles a sua intrínseca relação temporal. Aproximadamente oito horas foram necessárias para que o experimento do inventivo Joseph Nicéphore Niépce – sua *camera obscura*, fabricada pelos óticos parisienses Vincent e Charles Chevalier<sup>3</sup> – pudesse registrar essa que é considerada a primeira fotografia permanente do mundo<sup>4</sup>. Mas essa é apenas uma das camadas para pensar o início da fotografia e seus desdobramentos espaço-temporais:

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Fotografia, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, e-mail: brunoalencastro@gmail.com.

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.photo-museum.org/life-nicephore-niepce/>>. Acesso em: 10 maio 2019.

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://100photos.time.com/photos/joseph-niepce-first-photograph-window-le-gras>>. Acesso em: 10 maio 2019.

Chegamos então a três possibilidades de representação do tempo na fotografia: a) um “tempo inscrito” na imagem sob a forma de um borrão, uma tradução espacial contínua deixada pela exposição de um objeto ao longo de uma duração de tempo; b) um “tempo denegado”, a percepção do tempo denunciada pelo modo forçoso como o movimento é paralisado no instantâneo; c) um “tempo decomposto”, o fracionamento de suas etapas num conjunto de imagens distintas que podem compor uma obra fotográfica (ENTLER, 2007, p. 29).

Imagem 1 - View from the Window at Le Gras



Fonte: Joseph Nicéphore Niépce (1826)

Às vésperas de celebrarmos o bicentenário da referida heliografia<sup>5</sup> de Niépce, os tempos da fotografia são outros. Em especial ao tempo médio de consumo de uma imagem – “os tempos do olhar”, como proposto por Entler (2007) –, podemos pensar no transcorrer de poucos segundos. Mais precisamente três segundos, se levarmos em consideração o intervalo entre as fotografias publicadas nos *Stories* da principal rede de compartilhamento de imagens, o *Instagram*<sup>6</sup>.

Mas como chegamos até essa situação limite: considerar factível a experiência de descobrir, decodificar, interpretar e criar sentido para as imagens em uma fração tão curta de tempo? Quais são as principais origens que condicionam o contexto atual que vivemos? Além do desenvolvimento técnico, que outros aspectos devemos considerar

<sup>5</sup> Do grego, gravar com sol.

<sup>6</sup> *Instagram* é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos. Criada originalmente por Kevin Systrom e Mike Krieger – e lançada em outubro de 2010 –, foi adquirida pelo *Facebook* em abril de 2012. Desde agosto de 2016, incorporou a função de compartilhamento de *Stories*, apropriando-se de um modelo de micronarrativas popularizado por seu concorrente *Snapchat*. Atualmente, conta com mais de um bilhão de usuários ativos por mês no *Instagram* e 500 milhões de usuários diários nos *Stories*. Disponível em: <<https://instagram-press.com/our-story/>>. Acesso em: 14 maio 2019.

---

para procurar pistas para entender essa lógica de consumo? E, principalmente, o que resta de fotográfico nessas imagens fragmentadas, estilizadas e fugazes?

## FOTOGRAFIA + INTERNET

“A internet não é simplesmente uma tecnologia; é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades” (CASTELLS, 2001, p. 287). Com base nessa afirmação é possível dizer que, desde o seu surgimento, a internet inaugurou aquilo que o autor chama de novo paradigma sociotécnico, o que trouxe repercussões para as formas com que as pessoas passaram a se relacionar, trabalhar e comunicar. E o surgimento desse revolucionário meio comunicativo reconfigurou, também, a estrutura e o funcionamento dos demais meios veículos existentes. A consequência disso foi a formação de um novo sistema de comunicação “a partir da fusão da mídia de massa personalizada globalizada com a comunicação mediada por computadores” (CASTELLS, 1999, p. 450).

Ao longo de importantes avanços para o desenvolvimento da internet tal qual a conhecemos hoje, acompanhamos paralelamente outras tantas conquistas tecnológicas que nos trouxeram até a forma com que a sociedade passou a narrar-se e interagir visualmente. Isto é, fotografia digital e internet são contemporâneas. Na mesma década em que o engenheiro Russel Kirsch produziu a primeira imagem digital em um computador<sup>7</sup> – em 1957, a serviço do *United States National Bureau of Standards* –, acompanhamos as origens dos conceitos militares da internet como tentativa de evitar possíveis ataques e perdas de documentos pelo governo.

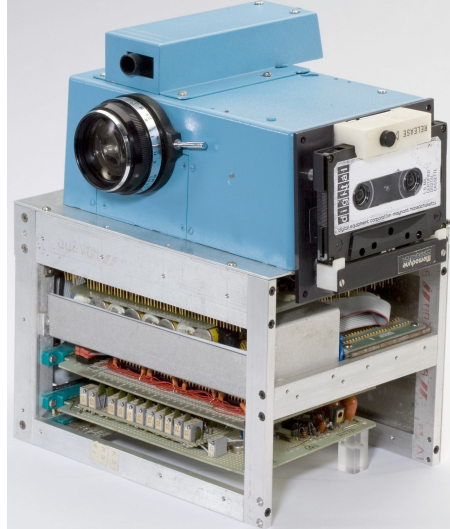
Anos mais tarde, em 1975, a fotografia digital começava a ganhar vida através do protótipo criado por Steve Sasson (ver Imagem 2). Nesse mesmo período, pesquisadores davam seus primeiros passos com a rede computacional Arpanet<sup>8</sup> (Advanced Research Projects Agency Network), rede de longa distância criada em consórcio com as principais universidades e centros de pesquisa dos EUA, com o objetivo específico de investigar a utilidade da comunicação de dados em alta velocidade para fins militares.

---

<sup>7</sup> Kirsch desenvolveu um scanner no qual produziu um imagem digital a partir de uma fotografia do seu filho. Disponível em: <<https://www.ipf.pt/site/historia-fotografia-digital/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

<sup>8</sup> Disponível em: <<https://sites.google.com/site/sitesrecord/o-que-e-arpanet>>. Acesso em: 14 maio 2019.

Imagem 2 - Protótipo da primeira camera digital Kodak



Fonte: George Eastman House

A década de 1990 é marcada pela criação da *Web* como um serviço público da internet – através da publicação do projeto da *World Wide Web* pelo então funcionário da Cern – Organização Europeia para a Investigação Nuclear, em agosto de 1991.

Nos anos 90 também foi criado o HTTPS, que assim garantia o envio de dados criptografados, assim, estava nascendo a nossa internet atual. A partir daí o interesse mundial foi grande em torno da internet onde acabou causando a “grande explosão”, assim, as pessoas começavam a ter PCs e acesso discado a grande rede. Ainda na década de 90 que foram criados os grandes portais, sendo eles o Yahoo, bate-papos com mensagens instantâneas, serviços de e-mail gratuitos como o Hotmail e sites de buscas como o Google. (LINK DESIGN, s/a).

Nesse mesmo período, em 1990 a *Adobe* apresenta ao mundo a primeira versão de seu software para criação e edição de imagens, o *Photoshop* – o que constitui um importante marco na história da fotografia digital. Um ano depois, a *Kodak* lança o primeiro sistema de fotografia digital projetado e desenvolvido para o uso de fotojornalistas. O sistema usava uma câmera analógica *Nikon F-3* adaptada com um sensor CCD de 1.3 megapixéis. O sistema recebeu a denominação *Kodak Professional DCS 200 IR digital camera*, mas ficou comumente conhecido como DCS 100<sup>9</sup>.

A virada do século marca a simbiose completa entre fotografia e internet, expressa no momento em que os dispositivos móveis passam a reunir em um mesmo aparelho tecnologia para conectividade em altíssima velocidade e recursos óticos para

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://www.ipf.pt/site/historia-fotografia-digital/>>. Acesso em: 24 mar. 2019.

---

obtenção de imagens com cada vez mais qualidade. A ponto de vivermos nos dias de hoje uma concorrência de mercado pelas maiores fabricantes de aparelhos celulares (*Apple, Samsung, Huawei, Azus, Motorola*, etc) centrada prioritariamente nos recursos disponibilizados para a produção de fotos em vídeos com maior número de *pixels*, frames por segundos, sensibilidade, entre outras funções audiovisuais.

## GEORGE EASTMAN X MARK ZUCKERBERG

Desde o momento em que o visionário George Eastman introduziu no mercado sua câmera *Kodak* sob o slogan “You press the Button, we do the rest”<sup>10</sup>, “a fotografia torna-se acessível a todos e o acto fotográfico da captura das imagens fica assim ao alcance das massas” (LOPES, 1998, p. 16). Além de conseguir chegar a um formato de câmera capaz de resolver vários problemas apresentados pelos equipamentos fotográficos produzidos até o momento (a *Kodak* era leve, pequena, portátil e, principalmente, economicamente viável), o estadunidense desenvolveu uma fórmula de negativo que mudaria para sempre o destino da fotografia: o filme em rolo.

Através desse importante marco na popularização da fotografia no século XIX, assistimos ao seu crescimento de maneira rápida, intensa e incessante, permitindo a reprodução da imagem de maneira ilimitada (LOPES, 1998). Além do impacto no âmbito econômico, que literalmente democratizou o acesso de grande parte da população aos insumos fotográficos, em decorrência disso, também percebemos uma mudança de prática social, com as pessoas passando à condição de produtoras de conteúdo. E dentro de um formato específico desenvolvido para essa finalidade: um filme fotográfico com 35mm de largura. Talvez uma das maiores aplicações e difusão dessas fotografias tenha sido os tradicionais álbuns de família, definidos por Silva (2008, p. 23) a partir de quatro condições para sua existência: a família – o sujeito representado; a foto – o meio visual de registro; o álbum – técnica de arquivo; o contar – a condição narrativa. Para o pesquisador,

---

<sup>10</sup> Tradução do autor: “*Você aperta o botão, nós fazemos o resto*”.

---

o Facebook também pode ser uma das redes que mais se inspirou no álbum de fotos e, de diversas maneiras, segue a sua lógica na forma de arquivar imagens de família. Neste caso, seu arquivo é virtual e não se trata da família nuclear, mas dessa outra civil, formada por amigos e colegas de aventuras similares ou de coincidências de perfis e interesses (SILVA, 2008, p. 190).

Mais uma vez, o aspecto econômico é responsável por ditar uma lógica de produção e consumo dessas imagens. Enquanto George Eastman monopolizou durante décadas todas as etapas envolvidas no processo de produção de uma fotografia (com câmeras descartáveis, necessidade das pessoas retornarem com suas máquinas para a revelação dos filmes fotográficos, fabricação de máquinas reveladoras exclusivas da *Kodak*, entre outras estratégias comerciais), Mark Zuckerberg, um dos fundadores do *Facebook*, atualiza essas estratégias e passa a ditar novas ordens comerciais para a produção agora não apenas fotográfica, mas incluindo questões políticas, público-privadas, de consumo, etc. Em sua rede social, a lógica é: “Você aperta o botão, nós usamos seus dados”. Lançada em fevereiro de 2004 como uma plataforma exclusiva para conectar os estudantes de *Harvard*, logo passou a ser a rede social mais difundida e utilizada no mundo<sup>11</sup>. Em 2012, adquire o *Instagram* e, com ele, passa a condicionar uma lógica de narrativa visual, obedecendo a: **formato**, inicialmente quadrado (1x1) e, atualmente, vertical (9x16), se levarmos em conta a proporção difundida pelos *Stories* do *Instagram*; **tempo**, com duração de 3 segundos para fotografias e até 15 segundos para vídeos; **estética**, com uma variedade de filtros e máscaras que convidam as pessoas a estilizarem suas fotografias antes do compartilhamento; **visibilidade**, onde para se obter maior circulação de fotos e vídeos é preciso investir em promoções das publicações; **linguagem**, na medida em que as fotografias e vídeos podem ser captadas através de técnicas como *time-lapse*, efeito *boomerang*, rebobinar, entre outros; **frequência**, em que quanto mais se posta e se consome, mais o algoritmo do aplicativo visibiliza as publicações de seus usuários.

## COMPARTILHAR > CONTEMPLAR

Passadas mais de três décadas desde o lançamento do célebre livro “O ato fotográfico” (1985), escrito por um dos mais importantes teóricos da imagem

---

<sup>11</sup> Em 4 de outubro de 2012, o *Facebook* atingiu a marca de 1 bilhão de usuários ativos, sendo por isso a maior rede social virtual em todo o mundo. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Facebook#cite\\_note-friendingfacebook1-6](https://pt.wikipedia.org/wiki/Facebook#cite_note-friendingfacebook1-6)>. Acesso em: 4 abr. 2019.



---

tecnológica do nosso tempo, temos muito o que refletir (e atualizar) a partir das contribuições trazidas por Philippe Dubois. Na época, seu objetivo era pensar o processo de realização da fotografia, do ato de fotografar à recepção, relacionando-o a formas anteriores de reprodução ou representação por meio de imagens não realizadas pelo homem.

A foto não é apenas uma imagem (o produto de uma técnica e de uma ação, o resultado de um fazer e de um saber-fazer, uma representação de papel que se olha simplesmente em sua clausura de objeto finito), é também, em primeiro lugar, um verdadeiro ato icônico, uma imagem, se quisermos, mas, em trabalho, algo que não se pode conceber fora de suas circunstâncias, fora do jogo que a anima sem comprová-la literalmente: algo que é, portanto, ao mesmo tempo e consubstancialmente, uma imagem-ato, estando compreendido que esse “ato” não se limita trivialmente apenas ao gesto da produção propriamente dita da imagem (o gesto da “tomada”), mas inclui também o ato de sua recepção e de sua contemplação. A fotografia, em suma, como inseparável de toda a sua enunciação, como experiência de imagem, como objeto totalmente pragmático. Vê-se com isso o quanto esse meio mecânico, ótico-químico, pretensamente objetivo, do qual se disse tantas vezes no plano filosófico que ele se efetuava “na ausência do homem”, implica de fato ontologicamente a questão do sujeito, e mais especialmente o sujeito em processo (DUBOIS, 1993, p. 15).

No contexto de onipresença das imagens técnicas, o ato fotográfico muda de sentido desde o momento da captura até a recepção. No que diz respeito ao processo de produção, a fotografia transformou-se no registro daquilo que é trivial. A hiperdocumentação do cotidiano, expressa, por exemplo, através do compartilhamento de imagens que substituem a linguagem verbal em aplicativos de trocas de mensagens instantâneas. Se preciso mostrar para minha nutricionista como estou me alimentando, tiro uma foto do meu prato de comida e encaminho a ela. Se tenho dúvidas sobre o caminho que devo seguir para chegar até a casa de um amigo, tiro uma foto de onde estou e envio para saber se estou na direção correta. Se quero demonstrar sentimentos, compartilho figuras, *gifs*, *emojis*, *memes* e outras imagens que traduzem meu estado de espírito.

Quanto ao ato de recepção, a consequência é um sentimento de anestesia e ânsia pelo compartilhamento. A conquista de um desenvolvimento tecnológico que propicia o envio imediato de imagens através dos dispositivos móveis instauraram uma nova lógica de circulação das imagens: compartilhar acima de tudo! Ao mesmo tempo, acompanhamos a instauração de um estado de *déjà vu*, onde as imagens parecem perder características de denúncia e ineditismo. As fotografias da tragédia ambiental em

Brumadinho, ocorrida janeiro de 2019, parecem não chocar tanto quanto aquelas que vimos em novembro de 2015, durante o rompimento da barragem em Mariana. A fotografia de um pai imigrante morto com sua filha em uma tentativa de cruzar a fronteira do México e chegar aos Estados Unidos não teve a mesma comoção do retrato do menino sírio-curdo Aylan Kurdi, de três anos, cuja morte durante a viagem da Turquia para a Grécia se transformou em um símbolo da tragédia dos refugiados do Oriente Médio. A própria circulação dessas imagens altera seu processo de recepção, onde as pessoas não precisam mais esperar para ver essas fotografias nas capas dos jornais porque já receberam elas em algum grupo de WhatsApp.

## **POR UM CONCEITO DE IMAGETIFICAÇÃO**

Para trabalhar o conceito de imagetificação, encontrei na literatura acadêmica algumas menções ao termo. A primeira ocorrência no trabalho da pesquisadora Maria Helena Braga e Vaz da Costa (2014, p. 137), ao refletir sobre “percursos poéticos e poéticas geográficas”<sup>12</sup>:

Uma geografia poética nasce enquanto forma, texto e discurso. Esta se constrói não apenas no âmbito da visualidade (imagetificação) do próprio espaço geográfico mas também da estrutura poética construída a partir da diegese fílmica – em si mesma produto e produtora de uma poesis.

Em “O movimento criativo e pedagógico de Frida Kahlo”, Odailso Berté (2018) também faz menção a esse conceito para definir os procedimentos de “imagetificação das sensações” da pintora mexicana. Em sua dissertação de Mestrado em Artes, Cultura e Linguagens - intitulada *Bibliográficos: o livro de artista de larga escala no contexto editorial brasileiro* -, Larissa Andrioli Guedes (2018) reflete sobre o que a autora chama de imagetificação da cultura.

Ao refletir sobre a mediação digital de nossa cultura, Maíra Borges Wiese (2017) defende que “tanto a literatura digital como o computador, fazem parte de um processo de “imagetificação” da cultura, impulsionada principalmente pela produção e reprodução mecânica de imagens”.

<sup>12</sup> Disponível em:

<[https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/19338/1/Maria%20Helena%20Braga\\_%20Percursos%20po%C3%A9ticos.pdf](https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/19338/1/Maria%20Helena%20Braga_%20Percursos%20po%C3%A9ticos.pdf)>. Acesso em 24 jul. 2019.



---

Essas são algumas das ocorrências que encontrei em um breve estado da arte antes de partir para o desenvolvimento de uma compreensão própria acerca do conceito. Especificamente no caso dessa problematização, o conceito de imagetificação busca tentar definir momento em que a fotografia passa por um processo de objetificação. Mas ao contrário de seu nascimento, onde a fotografia surge como uma conquista de reprodução da imagem técnica, aqui a definição de objeto não está atrelada a seu caráter material, físico, que se pode tocar.

Afinal, em um contexto tecnológico digital, o que resta de materialidade nas fotografias já produzidas com a finalidade de durarem menos de 24 horas (tomando como exemplo os *Stories*, do *Instagram*)? Ao trazer o conceito de imagetificação, o que se objetiva é refletir sobre o reprocessamento das condições de relação entre imagem e cultura, onde a massificação da cultura e a onipresença das imagens atravessam não apenas a esfera macro político-sócio-econômica, mas também a forma com que as pessoas desenvolvem a sua subjetividade. Imagens caracterizadas por uma produção imaterial, fluida, onipresente, descentralizada e contínua nas redes sociais.

## ICONOFAGIA FOTOGRÁFICA

As proposições trazidas por Flusser em “Filosofia da Caixa Preta” (1985), tornam-se atuais para refletir sobre a significação do mundo na contemporaneidade.

O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas. Tal inversão da função das imagens é idolatria. Para o idólatra – o homem que vive magicamente –, a realidade reflete imagens (FLUSSER, 1985, p. 7-8).

Não apenas passamos a viver em função de imagens como estamos refêns do lugar que ela passou a ocupar em nossos cotidianos. Isso porque, como definido por Fontcuberta (2016, p. 10), “las fotografías siguen impactando en nuestra conciencia, pero ahora su número ha crecido exponencialmente y son mucho más escurridizas y, por tanto, también más difíciles de controlar”.

O conceito de iconofagia (pura) trazido por Norval Baitello Junior (2002, p. 7) para pensar as imagens que devoram imagens também ajudam a compreender

a desmedida proliferação das imagens, sobretudo comprovadamente das imagens exógenas, fruto das imensas facilidades da reprodutibilidade técnica, trouxe muito mais do que a democratização da informação prometida pelo prognóstico benjaminiano; ela trouxe o surgimento de uma instância crescente de imagens que se insinuam para serem vistas enquanto decresce em igual proporção a capacidade humana de enxergá-las. Tal fenômeno, que se configura como uma crise da visibilidade, promove uma aceleração cada vez mais intensa no crescimento populacional das imagens, gerando uma inflação que agrega a elas um crescente desvalor. Isto gera ainda, por sua vez, o movimento desesperado de busca da visibilidade a qualquer custo.

“Porque é que tiramos sempre o mesmo retrato, senão para interagir com o que já existe?”. Essa é a motivação da fotografa franco-suíça Corinne Vionnet para o desenvolvimento de seu projeto “Photo Opportunities”, uma combinação de centenas de fotos feitas por turistas em monumentos e paisagens famosos resultando num efeito quase impressionista e tridimensional de cada lugar. Fotos que se sobrepõem, se mesclam, se consome umas as outras e geram um novo entendimento para as tradicionais fotografias de viagens.

Imagem 3 - Londres, 2006



Fonte: Corinne Vionnet, Cortesia de Danziger Gallery

Retornando ao exemplo dos *Stories* do *Instagram*, uma das plataformas que mais crescem em números de usuários e publicações compartilhadas, observa-se que a natureza dessas imagens é um híbrido de colagens de textos, vídeos, áudios, *gifs*, filtros, máscaras, animações, *hashtags*, enquetes, geolocalizações, entre outras marcas deixadas

---

pelo aplicativo. O resultado são narrativas visuais que guardam muito pouco de características puras e estritamente fotográficas.

Por outra parte, profissionais que atuam com produção de conteúdo audiovisual vão cada vez mais deixando de se identificarem com uma definição de suas profissões como “fotógrafos” e passam a autodenominar-se *videomakers*, pilotos de *drones*, *storytellers*, *creators*, *filmmakers*, etc. Quanto a sua área de atuação, novas siglas e extensões passam a ser incorporadas aos já habituais formatos .jp e .raw: nesse contexto de iconofagia fotográfica, vemos o surgimento de arquivos .mp4, .gif, .mov, .wmv, etc.

O que vemos é um processo de desmaterialização da imagem, assim definido pelo pesquisador espanhol Fontcuberta (2016). Fotografias marcadas pelo excesso e pela asfixia do consumo, dissolvendo as noções de originalidade e propriedade (autoria), verdade e memória. Nesse sentido, a proposta do autor é propor uma ecologia visual capaz de conter a produção desenfreada de imagens, reciclando as já existentes. Isto é, focar a atenção não nas imagens que abundam, senão justamente naquelas que faltam. Afinal, nos dias de hoje, mais do que representar, as imagens constituem parte do mundo, atuam na construção de realidade – tomando como exemplo a recente tragédia de Charlie Hebdo em Paris<sup>13</sup>.

## DECOMPOSIÇÃO FOTOGRÁFICA

O que acompanhamos é uma espécie de decomposição fotográfica a caminho de um processo aqui denominado de imagetificação. O conceito busca dar conta de representar esse efeito de transformação de fotografias em imagens, atribuindo a ela a natureza de um novo objeto, uma nova forma narrativa. Por meio desse processo de imagetificação, caminhamos para o uso da fotografia como um objeto mais fácil de ser produzido e consumido – mas nem por isso mais simples de ser interpretado; uma busca pela objetividade dentro de uma linguagem de natureza subjetiva.

É pensar a morte da fotografia idealizada por Niépce – e seus sucessores – e pensar no renascimento de uma nova linguagem.

---

<sup>13</sup> Massacre do Charlie Hebdo foi um atentado terrorista que atingiu o jornal satírico francês Charlie Hebdo em 7 de janeiro de 2015, em Paris, resultando em doze pessoas mortas e cinco gravemente feridas. Disponível em: < [https://pt.wikipedia.org/wiki/Massacre\\_do\\_Charlie\\_Hebdo](https://pt.wikipedia.org/wiki/Massacre_do_Charlie_Hebdo) >. Acesso em: 23 jul. 2019

---

Lo que ocurre, sin embargo, es que las imágenes han cambiado de naturaleza. Ya no funcionan como estamos acostumbrados a que lo hagan, aunque campen a sus anchas en todos los dominios de lo social y de lo privado como nunca antes en la historia. Se han confirmado los augurios de advertencias como aquéllas de McLuhan y Debord. La situación se ha visto agudizada por la implantación de la tecnología digital, internet, la telefonía móvil y las redes sociales (FONTCUBERTA, 2016, p. 9).

O autor utiliza o conceito de pós-fotografia para expressar, entre outras coisas, que a fotografia deixou de estar vinculada à verdade e à memória em um mundo em que já não pertence a profissionais ou especialistas, mas em que todos somos produtores.

“Corpos nascem de outros corpos e se alimentam de outros corpos. Assim, a rigor, todo gesto reprodutor do corpo pressupõe uma doação de si mesmo para o novo ser em formação” (BAITELLO JUNIOR, 2002, p. 4). Diante desse processo de iconofagia, decorre-se o renascimento de uma outra linguagem. Ou, através do princípio da Lei da Conservação das Massas, do químico francês Antoine Lavoisier, “na natureza nada se cria, nada se perde, tudo se transforma”.

## REFERÊNCIAS

BAITELLO JÚNIOR, Norval. As quatro devorações. Iconofagia e Antropofagia na Comunicação e na Cultura. **XI Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação - COMPÓS**. 2002.

BRAGA, Maria Helena; COSTA, Vaz da. Percursos poéticos e poéticas geográficas em Viajo Porque Preciso, Volto Porque Te Amo. **Revista Geografares**, Edição Especial, p.133-146, Jan-Ago, 2014.

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

CASTELLS, Manuel. A cultura da virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas. In: \_\_\_\_\_. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p. 413-466.

\_\_\_\_\_. Internet e sociedade em rede. In: BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001. p. 255-287.

ENTLER, Ronaldo. A fotografia e as representações do tempo. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 14, p. 29-46, dez. 2007.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo: Hucitec, 1985. (ebook)

FONTCUBERTA, Joan. **La furia de las imágenes**. Galaxia Gutenberg. 2016

LINK DESIGN. **A evolução da internet até os dias atuais**. Link Design. 25 maio. Disponível em: <<https://www.linkdesignbrasil.com/a-evolucao-da-internet-ate-os-dias-atuais/>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

LOPES, Frederico. Fotografia e Modernidade. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, Portugal, p. 1-20, 1998. Disponível em: <[http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-fred\\_fotografia.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-fred_fotografia.pdf)>. Acesso em: 12 mar. 2009.

SILVA, Armando. **Álbum de família**: a imagem de nós mesmos. São Paulo: Senac, 2008.