



Lomografia e o Eterno Retorno¹

Renata LOHMANN²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, RS

Resumo

O presente artigo tem como objetivo estudar a questão da estética das câmeras LOMO e seu apelo para com o público, relacionando com o conceito de Eterno Retorno de Mircea Eliade. Para tal, faz um breve estudo sobre como a fotografia evoluiu em relação ao seu conceito de verdade. Apresenta também a evolução das câmeras fotográfica LOMO e da Lomografia, assim como dos paradigmas que conceituam esse tipo específico de fotografia.

Palavras-chave: Lomografia, fotografia, Imaginário.

Introdução

Já em seu princípio, a fotografia abala a sociedade, as artes e forma do homem ver o mundo e a si mesmo. Num universo onde as representações só eram possíveis através de técnicas que dependiam de um artista, a possibilidade de um aparato produzir essa imagem automaticamente era incrivelmente sedutora. Durante seu mais de um século de história, a fotografia evoluiu junto com a humanidade e com as novas tecnologias disponíveis.

Philippe Dubois classifica a evolução da fotografia em relação ao seu caráter de realidade em três etapas no livro *O ato fotográfico e outros ensaios* (1993). Ele conceitua, primeiramente, a fotografia como espelho do real (DUBOIS, 1993, p.26), afirmando que nesta posição, a fotografia é considerada mimética devido ao automatismo do aparelho fotográfico, dando objetividade e naturalidade à imagem e coibindo a interferência da mão humana, sendo o fotógrafo mero instrumento da máquina. Essa seria a chamada *gênese automática* (Bazin, *apud* DUBOIS, 1993, p.35), torna a fotografia uma testemunha; porém, por mais que a imagem seja uma testemunha do referente, isso não significa que ela se pareça com ele. Ela apenas atesta a existência física do objeto, mas não lhe dá sentido (DUBOIS, 1993, p.35). Segundo Souza (2000,

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela UFRGS, email: relohmann@gmail.com.



p. 33), “a foto beneficiava também das noções de ‘prova’, ‘testemunho’ e ‘verdade’, que à época lhes estavam profundamente associadas e que a credibilizavam como ‘espelho do real’”.

A fotografia começa a ser conceituada *como transformação do real* (DUBOIS, 1993) após a Segunda Guerra Mundial. Uma ruptura nas fronteiras temáticas e uma evolução estética que levam a fotografia aos limites da arte e da expressão. Neste período a televisão surge como nova forma de representação da sociedade, permitindo que a fotografia se torne mais livre das obrigações de documento da história do homem. Segundo Rouillé (2009, p.28) isso em razão da dificuldade em responder às novas necessidades da sociedade atual em relação às imagens.

No mesmo período, começam a se tornar habituais as manipulações nas imagens fotojornalísticas, além de foto-reportagens com fotografias encenadas assim como a decréscimo e acréscimo de figuras políticas nas imagens da Guerra Fria, que utilizou o fotojornalismo com propósitos. A fotografia passa a ser considerada codificada sob os aspectos culturais, técnicos, sociológicos e estéticos; ela não é mais vista como um espelho: técnicas diferentes passam a ser aplicadas para evidenciar as novas funções da fotografia.

Rudolf Arnheim apresenta as Teorias da Representação, e a partir disso atesta as diferenças aparentes entre a imagem e o real. Segundo Dubois, “se a fotografia é considerada um registro perfeitamente realista e objetivo do mundo visível é porque lhe foram designados (desde a origem) *usos sociais* considerados ‘realistas’ e ‘objetivos’” (1993, p. 40, grifo do autor). Porém, a fotografia não é evidente para qualquer receptor, é necessária a apreensão de determinados códigos de leitura para compreender a significação das mensagens. A partir desse momento, a fotografia deixa de ser entendida como transparente, inocente e realista. Ela deixa para trás o conceito de *verdade empírica* para abraçar a *verdade interior*.

Apesar de a televisão estar tomando para si o valor da fotografia como atestação do real, resiste na fotografia segundo Dubois (1993, p.26) “um sentimento de realidade incontornável do qual não conseguimos nos livrar apesar da consciência de todos os códigos que estão em jogo nela e que se combinaram para a sua elaboração”. Dubois passa a falar da *fotografia como traço de um real* (DUBOIS, 1993).

Agora a fotografia será considerada da ordem do *índice*, que representa a contigüidade física, o contato entre o signo e seu referente, sem a necessidade de



semelhança. Isso implica que a imagem possui um valor singular ou particular, porque é determinada por seu referente e só por ele mesmo; é o traço desse real único. É importante também conceituar a noção de “isso foi”, de Roland Barthes (1984, p. 114), que diz que “Chamo de ‘referente fotográfico’ não a coisa factualmente real a que uma imagem ou signo remete, mas a coisa necessariamente real que foi colocada diante da objetiva, na falta do que, não haveria fotografia”. A foto índice nos afirma o “isso foi”, mas não nos consegue dizer “isso que diz aquilo”; a fotografia retorna ao referente, mas longe do mimetismo; se torna inseparável do seu ato fundador: sua realidade afirma a existência física do referente, porém, nada dos diz além disso. Num momento onde os valores deixam de ser absolutos e passam a ser absolutamente singulares e particulares, não há limites. O referente está presente e isto basta como conexão com a realidade. O resto é absolutamente relativo. Tudo é passível de criação e intervenção.

De início uma tecnologia cara e complexa, a fotografia aos poucos foi evoluindo e se adaptando às necessidades da pessoa comum. Com o slogan “você aperta o botão e nós fazemos o resto”, a Kodak revoluciona e populariza a fotografia, tornando o manuseio das câmeras fotográficas acessível aos leigos. Inicialmente utilizada em momentos importantes da vida de uma pessoa – nascimento, casamento e eventos de família – a fotografia passa a ser parte do cotidiano, integrando completamente a vida social e familiar.

A fotografia se universaliza e seus custos diminuem. O surgimento das câmeras digitais e o desenvolvimento veloz de tecnologias de resolução de imagem, juntamente com câmeras cada vez mais compactas, popularizam a fotografia de forma inimaginável. Atualmente se tornou fácil a aquisição de uma câmera fotográfica digital, assim como armazenar as imagens e publicá-las na internet, sem mesmo imprimir a fotografia. Os celulares também já são fabricados com câmeras fotográficas embutidas: todos, em qualquer lugar e a todo instante, podemos registrar o que acontece e disponibilizar instantaneamente na internet.

A lomografia

A lomografia é a fotografia feita a partir das câmeras LOMO. Indo na contracultura dos equipamentos de ponta, as câmeras LOMO são feitas geralmente de materiais plásticos, com qualidade considerada baixa para o mercado fotográfico,



seguindo a linha das *toy cameras*³; além disso, todos os modelos da marca são analógicos, ou seja, requerem a utilização de filmes fotográficos.

LOMO significa Leningradskoye Optiko Mechanicheskoye Obyedineni (em livre tradução do russo, União de Óptica Mecânica de Leningrado). Segundo a Lomography (2012), a primeira fábrica surgiu em 1914, na atual São Petersburgo, com a função de produzir equipamentos ópticos para o exército russo na Primeira Guerra Mundial. A primeira câmera de fabricação russa é desenvolvida em 1917, em meio à guerra civil, mas a produção maciça do modelo mais popular da LOMO, a Lomo Kompact Automat (Lomo LC-A), começou apenas em 1984 - modelo este que continua sendo o carro chefe da empresa em pleno século 21. Até então os soviéticos precisavam importar suas câmeras, tornando o custo do equipamento impraticável para o proletariado do país. A LC-A foi desenvolvida como forma de disseminação e propaganda do estilo de vida soviético. Sendo muito mais barata que as concorrentes graças à sua simplicidade, todos os cidadãos soviéticos teriam condições de comprar o equipamento, fotografar e registrar a vida na União Soviética.

A história da Lomografia muda seu curso quando dois jovens de Viena em viagem a Praga, na República Checa, em 1991, descobriram uma LC-A em um brechó. Após experimentar a câmera, os dois ficaram fascinados com o resultado das imagens. De volta a Áustria, eles apresentaram as fotografias e a câmera pra seu círculo de amigos e em pouco tempo a L-CA virou mania entre os jovens do país. Em 1992 o grupo cria em Viena a Sociedade Lomografica e a primeira LomoEmbaixada, com o intuito de divulgar a lomografia. Em novembro do mesmo ano, o Manifesto Lomográfico e as 10 Regras de Ouro são publicados pela primeira vez na revista ‘*Wiener Zeitung*’ .

Sofrendo as consequências da queda do comunismo e da queda da União Soviética, a LOMO, sem condições de competir no livre mercado, decide parar a produção das suas câmeras. Com a intervenção da Sociedade Lomográfica, uma parceria é fechada com a LOMO, e com o apoio de Vladimir Putin, a empresa continua mantém a produção da LC-A. A partir de 1998, modelos diferentes, patenteados pela Sociedade Lomográfica, começam a ser produzidos pela LOMO.

³ *Toy cameras* são câmeras fotográficas baratas e de fácil manuseio, feitas em sua maioria apenas de plástico, que produzem efeitos de distorção graças a sua constituição simples.



Um dos fatores que tornou a lomografia tão popular foram seus defeitos de fábrica. Por serem modelos simples, de plástico, de fabricação em série, uma das características conhecidas das Lomo são os vazamentos de luz para dentro do equipamento, criando efeitos de cores e luzes que tornam as fotos de cada usuário únicas. Além disso, a composição plástica das lentes dos equipamentos – o que ajuda a tornar as câmeras mais baratas – acabava resultando em efeitos de alta plasticidade e até de deformação de realidade, como cores extremamente saturadas e imagens granuladas. Estes “defeitos/efeitos” acabaram por encantar os fotógrafos alternativos e artistas plásticos.

A lomografia é o que podemos chamar de Lo-Fi (de low fidelity, baixa fidelidade): ela é o oposto da fotografia atual convencional. Não há – e não se espera – nenhum controle e resultado pré-estabelecido. Muitos modelos de LOMO sequer possuem um visor ou algum tipo de controle de obturador ou entrada de luz, tornando qualquer convencionalidade mais difícil ainda. Além de tudo, pela sua característica analógica, a lomografia vai contra a cultura do imediatismo: só o processo de revelação de uma película e de escaneá-la levam mais tempo do que a maioria das pessoas consideraria aceitável atualmente para ver o resultado de um disparo com suas câmeras.

Com suas 10 Regras de Ouro e seu manifesto, a Sociedade Lomográfica nos convida a olhar de forma diferente a realidade e o cotidiano, sem deixar a arte para trás. É intuitiva, aleatória e irreverente.

A lomografia chama a atenção por sua estética, sua alta plasticidade e efeitos inusitados. Alta saturação, grãos propositalmente estourados; entre seus modelos, câmeras com múltiplas objetivas de disparo sequencial e até equipamentos que possibilitam fotografias em 360° em uma única tira de negativo. Contudo, continua sendo uma técnica trabalhosa: todas as câmeras de fabricação LOMO são analógicas e além disso, mesmo possuindo poucas opções de manuseio - geralmente são quase automáticas, sequer possuindo opção de foco manual - são inesperadamente difíceis de manipular, causando certa frustração aos menos determinados. Apesar destes obstáculos, a lomografia se popularizou, e muito, em todo o mundo. A Lomography possui 30 Embaixadas ao redor do mundo, duas no Brasil. A empresa cresceu 45% globalmente em 2010 em relação à 2009, e seu lucro neste ano foi de R\$ 1,3 milhão somente no Brasil, com vendas pela internet e na única loja, que se localizava no Rio de Janeiro. A página oficial da Lomography no Facebook foi criada em 2010 e no seu



primeiro mês já contava com 50 mil fãs. Este número triplicou até setembro do mesmo ano e em abril de 2013 já conta com mais de 500 mil fãs ao redor do mundo. A página da Lomography Brasil conta com mais de 37 mil fãs⁴.

Como outro exemplo de popularidade da estética lomográfica, temos o aplicativo para celulares Instagram, lançado em outubro de 2010. Esta ferramenta emula os efeitos de *toy cameras*, câmeras analógicas e filmes fotográficos antigos sobre fotografias tiradas com um aparelho celular. Se tornou febre nas redes sociais e em setembro de 2011 já contava com 10 milhões de usuários. Foi vendida para o Facebook em abril de 2012 por um bilhão de dólares (IG, 2012) e em julho do mesmo ano contava com 90 milhões de usuários no mundo todo (G1, 2013).

O que distingue, inicialmente, a lomografia de outras formas de fotografia, é a forma de funcionamento de seus aparelhos. Não só é um aparelho analógico, indo na contracultura técnica da era digital, mas cada modelo de câmera possui funções e efeitos distintos. Flusser, em seu livro *Filosofia da Caixa Preta*, fala sobre a urgência de uma filosofia da imagem, afirmando que a fotografia é “*uma imagem produzida e distribuída por aparelhos segundo um programa, a fim de informar receptores*” (2002, p.71).

Flusser acredita que o homem, o fotógrafo, está preso dentro da programação que a câmera fotográfica possui com seus ajustes manuais, e que portanto, não existe espaço para a liberdade criativa, já que, teoricamente, todas as fotografias possíveis de existir, estariam pré-concebidas dentro da câmera. A lomografia, em uma primeira análise, pode parecer uma escapatória da prisão da programação. Enquanto a própria Sociedade Lomográfica prega suas 10 Regras de Ouro, incitando à fotografia descompromissada, com regras como “não pense”; enquanto a lomografia traz os padrões estéticos vintage⁵, com efeitos de vinhetas, falhas dos filmes fotográficos, erros de paralaxe; enquanto a lomografia prega a aleatoriedade e a completa falta de apego à técnica apurada; é preciso pensar com mais calma. Os efeitos que as câmeras LOMO proporcionam dão visualmente a sensação de que vão contra a programação do aparelho, dando liberdade ao fotógrafo, porque sua estética é muito diferente do que o senso comum está habituado. Mas, de fato, a situação é o oposto: as câmeras

⁴ Segundo as páginas da Lomography e Lomography Brasil no Facebook acessadas em setembro de 2012.

⁵ Vintage é uma moda retrógrada, uma recuperação de estilos dos anos 1920, 1930, 1940, 1950 e 1960.



lomográficas prendem o sujeito de forma mais marcante ainda do que câmeras analógicas reflex à sua programação.

Enquanto uma câmera reflex comum possibilita ao fotógrafo utilizar as ferramentas de obturador, diafragma, ajustes de foco e controle de luminosidade, uma câmera LOMO possui pouquíssimos ajustes manuais, e nenhuma possui fotômetro. Em alguns casos, não possui nenhum ajuste, sequer um visor. A lomografia dá uma sensação de se libertar do aparelho porque as fotografias resultantes têm efeitos muito diferentes do que estamos acostumados a enxergar: vinhetas, cores saturadíssimas, grãos estourados, vazamentos de luz, e claro, os efeitos mirabolantes. Mas no final das contas, se está preso novamente à programação do aparelho, com efeitos que em pouco tempo podem se tornar repetitivos.

Flusser (2002, p.7) afirma que, para se “ler” uma fotografia, é preciso deixar a vista vagar pela imagem, o *scanning*, e que o olhar estabelece relações temporais entre os elementos da imagem. A vista vagueia de forma circular, criando na imagem um eterno retorno, estabelecendo relações específicas e trazendo então o tempo da magia (2002, p.8). Esse seria, segundo Flusser, um tempo diferente do linear; em vez de estabelecer relações causais entre os eventos, estabelece relações reversíveis. Para Flusser, as imagens não eternizam momentos, mas sim substituem eventos por cenas, e o homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função das imagens. Sem decifrar as cenas das imagens como significados do mundo, o mundo é vivenciado como um conjunto de cenas. Essa forma de leitura que o homem se utiliza ao observar uma fotografia se liga ao conceito de nostalgia.

Arquétipos e o eterno retorno

Em seu livro de 1984, *O Mito do Eterno Retorno*, Mircea Eliade se propõe a estudar alguns aspectos da ontologia arcaica, as concepções do ser e da realidade detectadas no comportamento do homem das sociedades pré-modernas. Segundo o autor, no seu comportamento consciente, o homem arcaico conhece apenas atos que já foram vividos por seus antepassados, heróis ou deuses. Tudo o que ele faz já foi feito anteriormente e sua vida seria uma repetição incessante de gestos feitos primeiramente por outros. Há um sentido platônico nesse conceito, onde existe um ideal de conduta anterior, um arquétipo (ELIADE, 1984, p.19).



Eliade explica a importância da repetição da cosmogonia; rituais de “repetição do ato divino”, seja na construção de um templo, na fundação de uma nova cidade, na benção de uma colheita.

Através do paradoxo do rito, todo o espaço consagrado coincide com o Centro do Mundo, tal como o tempo de qualquer ritual coincide com o tempo mítico do ‘princípio’. Com a repetição do ato cosmogônico, o tempo concreto em que se passa a criação é projetado no tempo mítico, *in illo tempore*, em que decorreu a criação do mundo. (ELIADE, 1984, p.35)

A realização desses rituais transportaria o homem arcaico, segundo Eliade (1984, p.35) a um ‘tempo sagrado’, ‘naquele tempo’ (*in illo tempore, ab origine*) em que o ritual foi realizado pela primeira vez pelo deus, antepassado ou herói. Porém, não apenas os rituais tem seus modelos míticos, mas toda e qualquer ação humana, que adquire significado ao repetir uma ação realizada no princípio dos tempos. Eliade conclui que essa repetição leva, enfim à abolição do tempo (ELIADE, 1984, p.49), a renovação e reatualização da cosmogonia (ELIADE, 1984, p.89).

[...] a necessidade que as sociedades arcaicas sentem de se renovar periodicamente através da anulação do tempo. Coletivos ou individuais, periódicos ou esporádicos, os ritos de renovação contém sempre na sua estrutura e significado um elemento de regeneração pela repetição de um ato arquetípico, quase sempre do ato cosmogônico. O que nos interessa sobretudo nesses sistemas arcaicos é a abolição do tempo concreto e, por conseguinte, a sua intenção anti-histórica. A recusa de conservar a memória do passado, mesmo imediato, parece-nos ser o índice de uma antropologia particular.[...] Lavados às últimas consequências, todos os ritos e comportamentos referidos poderiam subordinar-se ao seguinte enunciado: se não lhe prestar qualquer importância, o tempo não existe; por outro lado, quando se torna perceptível (devido aos pecados do homem, isto é, quando este se afasta do arquétipo e mergulha na duração), o tempo pode ser anulado. (ELIADE, 1984, p.100)

A fotografia, e mais especificamente a Lomografia, vista como um ritual - onde o homem se atualiza, representa a si próprio e registra sua natureza e o que o circunda - seria considerada como uma forma do homem voltar ao seu passado mítico. O gesto descompromissado de fotografar com uma LOMO, intuitiva e carnal (a Lomografia não é uma interferência na sua vida, é parte dela; leve sua câmera para onde quer que você vá; não pense; você não precisa saber o que foi capturado no filme; não leve à sério nenhuma regra), a Lomografia como forma de registrar seu cotidiano a todo o instante, sem preocupação com o resultado da imagem, remete a um ritual.

Ao “ler” uma Lomografia, lembrando do conceito de *scanning* de Flusser, somos transportados ao tempo da magia através dessa leitura circular, esse mesmo passado ideal de que Eliade fala. A estética vintage única de uma Lomografia nos leva ao *illo*



tempore, ao desejo de reviver/reencontrar um passado ideal, onde homens e deuses andavam juntos, à sensação de nostalgia.

Surge um paradoxo: o homem se utiliza da Lomografia para retornar ao *illo tempore*, mas registra um momento através da fotografia que o situa no espaço/tempo atuais; ao mesmo tempo, no ato de “Lomografar”, abole o tempo concreto e se recusa a conservar a memória do passado. O que resulta disso é a sensação de nostalgia. Em uma ação que deveria levar o homem a uma reatualização e renovação cosmogônica, ele se encontra dividido na Sincronicidade.

A sincronicidade, para Jung, é o termo que determinaria os momentos em que espaço e tempo são abolidos e tudo é dado a ver de uma só vez; passado e futuro se fundem no presente. O conceito de *ilud tempus*, de Mircea Eliade, deriva da sincronicidade de Jung, sendo concebido como um espaço-tempo primordial onde se situa o ato fundador original; um tempo absoluto, que pode ser ressuscitado a cada momento da vida; é um tempo inesgotável, sempre reencontrável.

Referências bibliográficas

BACHELARD, Gaston. **A água e os sonhos: ensaio sobre a imaginação da matéria.** São Paulo, Martins Fontes, 1997.

BARROS, Ana Taís Martins Portanova. **A saia de Marilyn: do arquétipo ao estereótipo nas imagens midiáticas.** Revistas da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. E-Compós, Brasília, v.12, n1, jan./abr. 2009. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/365/321>>. Acesso em: 30 ago. 2012.

_____. **Comunicação e imaginário: uma proposta metodológica.** Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v.33, n.2, p. 125-143, jul./dez. 2010. Disponível em: <<http://www.imaginalis.pro.br/cms/arquivos/1320063315.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2012.

_____. **A permeabilidade da fotografia ao imaginário.** Revista Fronteiras - estudos midiáticos, São Leopoldo, v. 11, n. 3, set./dez. 2009. p. 185-191. Disponível em: <<http://www.imaginalis.pro.br/cms/arquivos/1285425026.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2012.

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984;

DUBOIS, Philippe. **O Ato Fotográfico e outros ensaios.** Campinas, São Paulo: Editora Papirus, 1993.



DURAND, G. **As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral.** São Paulo, Martins Fontes, 1997.

_____. **A imaginação simbólica.** Lisboa: Edições 70, 2000.

ELIADE, Mircea. **Mito e realidade.** São Paulo: Perspectiva, 1994.

_____. **O Mito do Eterno Retorno.** Lisboa: Edições 70, 1984.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia.** Rio de Janeiro: Editora Relume Dumará, 2002.

G1. **Pela primeira vez, Instagram revela número de usuários: 90 milhões.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/01/pela-primeira-vez-instagram-revela-numero-de-usuarios-90-milhoes.html>>. Acesso em 15 mar. 2013.

IG. **Facebook anuncia compra do Instagram por R\$ 1,8 bilhão.** Disponível em: <<http://economia.ig.com.br/empresas/facebook-anuncia-compra-do-instagram/n1597736735082.html>>. Acesso em 15 mar. 2013.

LOMOGRAPHY. **A Lomography começa com um fatídico encontro no início dos anos 90...** Disponível em: <www.lomography.com.br/about/timeline>. Acesso em: 14 mar. 2013.

MACHADO, Arlindo. **Repensando Flusser e as imagens técnicas.** In: Arte en la Era Electrónica - Perspectivas de una nueva estética, Barcelona, 1997. Disponível em: <<http://www.fotoplus.com/flusser/vftxt/vfmag/vfmag002/vfmag002.htm>>. Acesso em **05/09/2011.**

ROUILLÉ, André. **A fotografia: entre documento e arte contemporânea.** São Paulo : Editora Senac, 2009.

SOULAGES, François. **Estética da fotografia : perda e permanência.** São Paulo: Editora Senac, 2010.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo: Uma Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa.** Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2002.

_____. **Uma história crítica do fotojornalismo Ocidental.** Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.