Coletivo fotográfico: autoria e fotojornalismo em tempos de articulação em rede[1]

Eduardo QUEIROGA[2]

Universidade Federal de Pernambuco

Resumo

Os coletivos fotográficos contemporâneos surgem em meio às reconfigurações da sociedade promovidas pela cultura de convergência. Paralelamente à crise no fotojornalismo, lançam questões sobre autoria no fazer fotográfico. O artigo relaciona teorias envolvendo autoria, cibercultura e práticas colaborativas no fotojornalismo, no intuito de contribuir para uma investigação e delimitação do fenômeno dos coletivos fotográficos.

Palavras-chave

Fotografia; fotojornalismo; coletivo fotográfico; autoria; rede.

Apresentação

Ao longo da história da fotografia podemos enumerar diversas experiências resultantes do agrupamento de fotógrafos em torno de objetivos em comum (NEWHALL, 2006; COSTA e SILVA, 2004). Podemos citar como exemplos as agências fotográficas – em suas mais diversas configurações -, o fotoclubismo ou mesmo o Farm Security Administration - FSA[3]. Na última década, no entanto, uma outra maneira de articulação tem surgido com mais intensidade: os coletivos fotográficos contemporâneos. Não vamos aqui defender que a ideia geral de coletivo seja algo novo, criado recentemente. Longe disso. As artes plásticas, o teatro, a música e outros campos do fazer artístico ou comunicacional já conhecem esse modelo de colaboração há muito tempo. O que nos interessa é observar o fenômeno que acontece no interior da prática fotográfica, mais especificamente nas aplicações voltadas ao

[1] Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

[2] Mestrando do Programa de Pós Graduação em Comunicação da UFPE, email: queiroga.eduardo@gmail.com

[3] Projeto do governo americano de apoio a pequenos agricultores e comunidades arruinadas pela Grande Depressão, que se utilizou da fotografia documental e acabou por criar um dos mais significativos arquivos fotográficos da história dos EUA, com nomes como Walker Evans e Dorothea Lange, entre 1935 e 1944.

fotojornalismo, analisando a relação com avanços tecnológicos. É lançar as bases para um estudo do que diferencia os coletivos fotográficos dessas outras iniciativas envolvendo conjuntos de fotógrafos. A discussão dessa temática coloca, inevitavelmente, algumas questões no campo da autoria. Por outro lado, ou talvez por isso, o fenômeno acontece num espaço inteiramente estimulado pela cultura da convergência, que reconfigura nossa relação com as mídias, tanto no âmbito do consumo quanto no de produção (JENKINS, 2009).

A organização em torno de coletivos fotográficos tem sido assunto de muitas matérias em jornais e revistas voltados para os públicos mais diversos, o que demonstra que o tema é foco de interesse não apenas do meio fotográfico ou comunicacional[4]. Diversos eventos ao redor do mundo têm sido dedicados exclusivamente ao assunto. Em dezembro de 2008, São Paulo sediou o primeiro Encontro de Coletivos Fotográficos Ibero-Americanos, que reuniu 15 grupos de oito países diferentes. Em 2009, o Format 09 International Photography Festival, na Inglaterra, também promoveu um encontro de coletivos. Em 2010 acontece na Espanha o Encuentro de Colectivos EuroAmericano, reunindo 20 grupos. Além desses, vários outros eventos de fotografia trouxeram as experiências coletivas como eixo central de suas discussões, a exemplo da 2ª Semana de Fotografia do Recife, em 2008 e do FestFotoPoa 2008, em Porto Alegre – RS.

Cultura de convergência, inteligência coletiva e sociedade em rede

O surgimento dos coletivos contemporâneos – e o debate que se forma em torno dessa temática – acontece em meio ao fenômeno da reorganização da sociedade em rede, que é estimulada por avanços tecnológicos, cujo principal vetor de transformações é a Internet.

> A cultura da atualidade está intimamente ligada à ideia de interatividade, de interconexão, de inter-relação entre homens, informações e imagens dos mais variados gêneros. Essa interconexão diversa e crescente é devida, sobretudo, à enorme expansão das tecnologias digitais na última década (COSTA, 2003, p.8).

[4]Ver Superinteressante ed 266, jun. 2009; Fotografe Melhor, ano 13, ed.148, jan. 2009 ; Serafina, ago. 2009; Folha de S. Paulo, 10 dez. 2008.

Fernandes Jr (2009) afirmou que "é impossível pensar a comunicação, e particularmente a fotografia, sem considerar a evolução tecnológica que move o motor das nossas sensações. Não podemos dissociar a tecnologia e as consequências que elas provocam em nossas percepções". Para Crary (1990), existe uma relação direta entre dispositivos técnicos, visualidade e formas de pensamento. Arte e ciência devem ser entendidas como parte de um mesmo campo de conhecimento e prática. Não podemos dissociar um do outro: o dispositivo constrói o observador e vice-versa.

A câmera escura, por exemplo, nos séculos XVII e XVIII, era não apenas um artefato que auxiliava pintores e desenhistas na produção de seus trabalhos, mas servia também de modelo epistemológico e paradigmático para explicações sobre o funcionamento do olho humano ou mesmo para racionalizações do pensamento vigente. Trazendo para os nossos dias, não podemos pensar as novas configurações nas práticas do fotojornalismo sem observar a sincronicidade com a cultura digital, com a reorganização em rede da sociedade, com as mudanças trazidas, principalmente, pelas possibilidades da comunicação mediada por computador. Assim como nos estudos empreendidos por Crary no século XIX, podemos entender que há uma mudança no regime da visualidade sendo operada pelas pressões e influências – mútuas – da cultura de convergência. A convergência incentiva a inteligência coletiva e possibilita novas formas de participação e colaboração (JENKINS, 2009).

Segundo Castells (2003, p. 56), "a Internet está transformando a prática das empresas em sua relação com fornecedores e compradores, em sua administração, em seu processo de produção". Além disso, a Internet também pode ser relacionada a um aumento na vida social com a família e os amigos. "Se alguma coisa pode ser dita, é que a Internet parece ter um efeito positivo sobre a interação social e tende a aumentar a exposição a outras fontes de informação" (idem, p.102). A formação de redes, embora uma prática antiga, foi energizada pela Internet. "Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura" (CASTELLS, 2002, p. 565). Importante destacar que essas mudanças acontecem não apenas no âmbito da divulgação de trabalhos, na difusão de conteúdos ou na comunicação interpessoal, mas alcançam e influenciam novas lógicas de relacionamento, de pensamento e de produção.

Um dos primeiros autores a abordar as modificações da sociedade mediada pelas novas tecnologias foi Rheingold (1996), quando trata das comunidades virtuais, das mentes coletivas populares e dos seus impactos no mundo material. Em meio a termos muitas vezes herdados da ficção científica, percebemos, já na base do que depois viria a ser a Internet, uma valorização e desenvolvimento de atos de cooperação como características principais dessas comunidades.

> Num mundo competitivo emergem grupos de indivíduos que cooperam entre si por reconhecerem que há coisas que só podem ganhar através da união. Determinar os bens colectivos de um grupo é um modo de procurar os elementos que transformam elementos isolados numa comunidade (idem, p.26).

A mente coletiva pode ser entendida como um processo contínuo de resolução de problemas de indivíduos por um grupo.

A existência e o funcionamento de uma inteligência coletiva têm em Lévy (2000, p.11) um dos seus maiores estudiosos, para quem "o atual curso dos acontecimentos converge para a constituição de um novo meio de comunicação, de pensamento e de trabalho para as sociedades humanas" . A inteligência passa por colocar em sinergia os conhecimentos e imaginações dos que estão conectados. Não seria essa lógica de interconexão, essa forma de se relacionar e cooperar, um ambiente fértil para o surgimento dos coletivos fotográficos?

Estamos na era da conexão (LEMOS, 2004b). A sociedade passa por uma série de transformações. Lemos analisa em seus estudos sobre as Cibercidades as formas de impacto das novas redes telemáticas no espaço urbano. As consequências que essas transformações trazem atingem todo o tecido social, as formas de produção, a lógica de pensamento e construção do conhecimento. A fotografia e, mais especificamente, o fotojornalismo acompanham esse fluxo da cibercultura, aqui entendida como "uma nova relação entre as tecnologias e a sociabilidade, configurando a cultura contemporânea" (LEMOS, 2005).

O agrupamento em redes de interconexão, em torno de objetivos comuns ou laços de identificação e afetividade, pode ser relacionado a três leis fundadoras da cibercultura: liberação do polo emissor - qualquer um pode produzir e distribuir conteúdo -, princípio de conexão em rede - tudo e todos estão interligados - e

reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais (LEMOS, 2005). As possibilidades de colaboração e associação entre fotógrafos que surgem daí são distintas dos modelos clássicos do século XX: as agências fotográficas.

Agências fotográficas, coletivos e crise no fotojornalismo

As agências de fotojornalismo surgiram ainda no século XIX (KOBRÉ, 2009; SOUZA, 2000) e se firmaram como um negócio lucrativo. Naquele tempo, as fotografias eram compradas, copiadas e distribuídas entre clientes, com o uso de cavalo, trem ou navio. Eram empresas cujo objetivo estava focado única e exclusivamente na distribuição, um modelo de comercialização de imagens, onde essas eram apenas um produto, uma mercadoria. Na primeira metade do século XX começa a surgir um outro formato de agenciamento, visando mais o serviço, a cessão de imagens para usos determinados, com maior autonomia dos fotógrafos. Em 1947, é fundada a agência Magnum, uma cooperativa dos fotógrafos Henri Cartier-Bresson, George Rodger, David Seymour e Robert Capa. Este último foi, na verdade, o idealizador dessa iniciativa, que visava, principalmente, garantir direitos básicos aos seus fotógrafos, incluindo a posse de negativos e administração de seus direitos autorais. O próprio nome de Capa já traz uma história exemplar das práticas colaborativas. Este, que nasceu na Hungria, com o nome de Ernö (posteriormente André) Friedman, trabalhou durante algum tempo em parceria com sua companheira Gerda Taro, ambos assinando sob o pseudônimo de Robert Capa, que viria a ser usado por Friedman até sua morte. Temos aí uma experiência precursora, que antecipava várias das discussões existentes hoje, como formação de rede ou autoria nos processos coletivos.

Ao longo dos anos, muitas outras agências foram fundadas (SOUZA, 2004; KOBRÉ, 2008; NEWHALL, 2006), várias delas com assumida inspiração na experiência da Magnum, como Gamma, Sigma, VII ou Noor, entre outras. O modelo agência não é fechado em apenas um formato de trabalho ou de organização. Muitas iniciativas com diferentes formações, objetivos e direcionamentos de mercado funcionaram e funcionam sob a denominação de "agência".

A crise pela qual o fotojornalismo passa (PERSICHETTI, 2006) pode ser contextualizada pela reportagem do New York Times de 11 de agosto de 2009 (JOLLY), que traz uma declaração da controladora da agência francesa Gamma afirmando que o fotojornalismo está morto. A Gamma foi fundada em 1966, claramente

inspirada na Magnum, num sistema de cooperativa, assegurando os direitos autorais dos fotógrafos e a valorização do fotojornalismo independente. A reportagem, que tem o título de "Declínio na mídia impressa atinge fotojornalistas"[5], traz ainda vários outros fatores responsáveis pela crise no meio fotojornalístico, incluindo concorrência com amadores – principalmente por conta do crescente acesso a câmeras digitais e celulares que fotografam -, uso de vídeo e multimídia. O Visa pour L'Image, principal evento de fotojornalismo mundial, que aconteceu na França no mês de setembro de 2009, também trouxe como tema central a "morte do fotojornalismo".

Neste momento em que as práticas no campo do fotojornalismo são colocadas em questão, as expectativas se voltam para um fazer mais aprofundado e uma retomada da responsabilidade pela informação, contra a banalização e a espetacularização (CHIODETO, 2007; PERSICHETTI, 2006; LANGTON, 2009), numa crítica direta ao direcionamento que vem sendo dado às coberturas fotográficas pelas agências e veículos de comunicação. Chiodeto defende que o que está morrendo é um modelo de produção de uma fotografia superficial, burocrática, sem espaço. Para ele, a saída passa por novas organizações criativas e formação de grupos. "(...) e será através deles que a fotografia vai voltar a ser, na mídia, a linguagem que dá as cartas, que pauta, que emociona, informa, humaniza" (CHIODETO, 2009).

Para Carreras, organizador do Encontro de Coletivos Fotográficos Ibero-Americanos, "um coletivo é diferente de uma agência, pois há uma questão ideológica em comum, um posicionamento em torno da fotografia que move o grupo como um todo" (ELIAS, 2008). Brandão destaca um diferencial para ele crucial: a discussão e a crítica são incorporadas ao trabalho durante a fase de produção, enquanto que no processo individual, isso só passa a estar presente depois da obra finalizada (BRANDÃO, 2008).

O jornal Folha de S.Paulo, na cobertura das eleições de 2008, encomendou ao coletivo Cia de Foto um ensaio sobre os três principais candidatos à prefeitura paulistana: Geraldo Alckmin, Marta Suplicy e Gilberto Kassab. O trabalho foi publicado (FOLHA DE S.PAULO, 2008) na forma de séries de três fotografias sobre cada candidato, durante a campanha (ilustração 1), enfocando acontecimentos comuns, como visitas a mercados públicos ou caminhadas. A maneira como a Cia desenvolveu o ensaio, no entanto, levantou várias questões. Além de as fotos serem creditadas apenas

[5]Tradução do autor para " Downturn in Print Media Hurting Photojournalists".

com o nome do grupo, sem referência ao fotógrafo – essa prática de assinatura em conjunto é característica desse coletivo -, as três imagens haviam sido feitas de três ângulos diferentes num mesmo instante. Os fotógrafos sincronizaram suas ações e montaram o ensaio sempre mostrando um momento do candidato por três pontos de vista. Esses ensaios mostram, inclusive, o trabalho dos próprios fotógrafos – do coletivo e de outros veículos de imprensa - e questiona algumas práticas comuns no fotojornalismo. No ensaio enfocando a candidata Marta Suplicy, era possível ver a cobertura mais usual, produzida pelos repórteres fotográficos presentes ao evento: a candidata rodeada de crianças e eleitores, com faixas, cartazes e bandeiras, numa caminhada. Em outra foto, no entanto, vemos que essa imagem é uma farsa uma vez que essa "multidão" não passava de alguns poucos cabos eleitorais (ilustração 2). É, num só instante, uma crítica aos políticos, aos jornais e aos fotógrafos, ao desbancar uma prática corrente da imprensa, quando o resultado estético e pré-formatado se sobrepõe à importância jornalística e ao conteúdo informativo. Este ensaio é citado por Alejandro Castellote, curador e pesquisador espanhol, em sua aula de encerramento do Encontro de Coletivos Fotográficos Ibero-Americanos, como uma das imagens mais inteligentes como proposta de uma nova produção fotográfica (CASTELLOTE, 2008).

FOLHA DE S.PAULO
DNA PAULISTANO
ELEIÇÕES 2008

O que eles propõem...

...o que a cidade quer

Folha confronta propostas de candidatos para as áreas de saúde, transportes, segurança e lazer com as demandas e os problemas apontados pela população no DNA Paulistano, retrato inédito do município realizado pelo Datafolha

ELEITORES
49% NÃO TÊM NENHUM INTERESSE POR POLÍTICA

POLÍTICOS
CANDIDATOS RESPONDEM AO DATAFOLHA SOBRE SÃO PAULO

CONTRASTES
ARQUITETO PERCORRE SP E VÊ METRÓPOLE FRATURADA

Ilustração 1: Fac-símile da capa do caderno Eleições 2008 do jornal Folha de S.Paulo, onde vemos ensaios da Cia de Foto.

Autoria

A Cia de Foto é formada por oito integrantes, entre fotógrafos, tratamento de imagem, assistentes e administração. Atua nos mercados de fotojornalismo, publicidade e arte. Como já foi dito, assina coletivamente. "No começo, éramos uma junção de diferentes pontos de vista, mas a nossa sinergia se tornou tão grande que, atualmente, a gente se confunde sobre quem é o autor das fotos. Tudo é decidido em conjunto, ficamos o dia todo juntos", conta Rafael Jacinto, fotógrafo fundador do coletivo Cia de Foto (ELIAS, 2008). A prática colaborativa lança questões no campo da autoria, uma vez que a construção das imagens se dá pela participação de vários atores. Entre a idealização, captação, pós-produção e publicação de uma imagem existe toda uma cadeia produtiva envolvendo diversas pessoas e diferentes funções, não apenas o fotógrafo ou repórter fotográfico. É possível que um fotógrafo responda por todas as fases do processo, mas o mais comum é que ele abra mão de algumas dessas funções, empregando outros profissionais em sua equipe ou mesmo terceirizando os serviços. De um modo geral, fora dos coletivos, os tratadores de imagens de hoje ou os laboratoristas no processo analógico, embora muitas vezes possam modificar as fotografias, raramente participam do reconhecimento pelo resultado final.

Ilustração 2: detalhe do ensaio com a candidata Marta Suplicy onde podemos observar três ângulos distintos de um mesmo instante da campanha. Notemos que a imagem do centro nega a falsa sensação passada pela primeira fotografia de ser uma multidão. É possível observar também o crédito coletivo da Cia de Foto.

Sobre autoria, Foucault afirma que, historicamente, os textos passaram a ter autor para cumprir funções específicas como identificar discursos transgressores, com respectiva necessidade de punição dos responsáveis, ou numa lógica de propriedade

privada. A autoria surge por motivação "judicial" e não faz referência pura e simplesmente a um indivíduo real, mas pode dar lugar a vários egos de maneira simultânea (FOUCAULT, 1992). Esse teórico se refere ao texto, mas faz ressalvas de que esses pressupostos podem ser ampliados para a autoria de qualquer obra.

No pensamento fotográfico, no entanto, o que encontramos é uma referência mais direta ao fazer individual. Embora alguns autores tratem o ato fotográfico de maneira mais abrangente, com definições que poderiam ser usadas com indivíduos ou coletivos, não se encontram referências diretas para uma autoria colaborativa. Discussões sobre a presença do sujeito perpassam diversos autores (BARTHES, 1984; DUBOIS, 1994; SONTAG, 1986), mas sempre reforçando a imagem de um fotógrafo único, responsável pelo resultado final de sua obra. O próprio dispositivo fotográfico, na sua quase totalidade, é projetado para a utilização por uma única pessoa, causando uma distorção comum de que o autor de uma fotografia seria o sujeito que está atrás da câmera, "apertando o botão". Em sua extensa pesquisa sobre a ruptura que acontece no início do século XIX no modelo de visualidade, Crary mostra como o paradigma da câmera escura separa a natureza da representação, redefinindo a relação entre observador e mundo, colocando o primeiro como isolado, fechado e autônomo, em seu confinamento escuro. A câmera escura produz uma operação de individualidade, indicando o aparecimento de um novo modelo de subjetividade (CRARY, 1990). Embora o autor defenda que as semelhanças entre os modelos epistemológicos da câmera escura e da fotografia sejam pequenas frente às diferenças, a referência entre elas é muito presente e certamente temos aí a origem para essa individualização do fazer fotográfico.

O crédito coletivo também é confundido com a falta de crédito. Não raro, nos encontros, debates, ou mesmo em publicações especializadas, a assinatura em conjunto é apontada como um retrocesso em relação a uma conquista histórica importante da categoria dos fotojornalistas: a obrigatoriedade do crédito. Mesmo num meio onde o uso de pseudônimo é prática corrente. O despreparo para uma autoria coletiva também pode ser percebido nos editais de concursos e normas de instituições. Por exemplo, um dos principais prêmios mundiais de fotojornalismo, o World Press Photo – WPP exige que, no caso de trabalhos produzidos coletivamente, a inscrição seja feita em nome de um dos integrantes e todas as referências passam a ser feitas para este nome inscrito, desrespeitando o fato de que aquele material é resultado de um esforço

colaborativo (outros concursos solicitam inscrição individual para fins legais, mas reconhecem e creditam os resultados para o grupo). A Coleção Pirelli-Masp de Fotografia[6] também não seleciona trabalhos assinados coletivamente.

Não podemos deixar de relacionar estas questões com a mudança do estatuto do autor na contemporaneidade. Lévy cita as características da arte na cibercultura – participação ativa dos intérpretes, criação coletiva, obra acontecimento, obra processo, interconexão e mistura dos limites, obra emergente de um oceano de signos digitais – e conclui que elas convergem em direção ao declínio (mas não ao desaparecimento) das figuras que garantiram, até o momento, a integridade, a substancialidade e a totalização possível das obras: o autor e a gravação (LÉVY, 1999, p.136).

Considerações finais

A possibilidade de produção coletiva e distributiva da informação é um fenômeno inédito. As novas tecnologias, principalmente a internet, permitiram reconfigurações na sociedade resultando numa mudança do modelo de difusão de um-muitos, característico da sociedade de massa, para o paradigma do vários-vários, lógica interessante para entender a importância das redes na formação dos coletivos fotográficos. "Cada vez mais uma computação que só faz sentido coletivamente, não individualmente" (LEMOS, 2009).

Os coletivos fotográficos surgem neste cenário. Um ambiente que estabelece novas formas de relacionamento e divulgação das ações, que provoca uma nova relação entre autor e leitor/espectador e mudanças nos conceitos antes atribuídos a essas palavras. Apontados como tendência ao fotojornalismo contemporâneo ou, pelo menos, possível saída para a crise que se instaurou nesse setor, podem ser entendidos também como estratégia de visibilidade e viabilidade. Para Entler,

> o que a Cia [de Foto] faz nas redes é uma espécie de metáfora de seu próprio processo de criação, em que a interação é mais forte que os gestos individuais, em que o todo é mais que a soma das partes. Ou seja, o coletivo já é em si uma rede, espécie de microcosmo análogo ao consumo da internet, que por sua vez é análogo ao macrocosmo que chamamos de cultura (2010)

[6]Uma das mais importantes coleções de fotografia de nosso país.

Ainda é cedo para tentarmos fechar definições objetivas para o fenômeno estudado, mas podemos apontar algumas características dos coletivos fotográficos: surgem estimulados e influenciados pela cultura da convergência; lançam questões sobre autoria na fotografia, questionando um entendimento vigente da individualidade do fotógrafo, e trazem alternativas para a prática do fotojornalismo.

Referências bibliográficas

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

_____. **A morte do autor**, em O Rumor da Língua. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BRANDÃO, Eduardo. Palestra. Encontro de Coletivos Ibero-Americanos. São Paulo, 2008.

BENJAMIN, Walter. **Pequena História da Fotografia**. In Obras Escolhidas – Magia e Técnica, Arte e Política. São Paulo: Brasiliense, 1994

_____. **A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica**. In Obras Escolhidas – Magia e Técnica, Arte e Política. São Paulo: Brasiliense, 1994

CASTELLOTE, Alejandro. Palestra. Encontro de Coletivos Ibero-Americanos. São Paulo, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2002.

_____. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CHIODETO, Eder. Artigo no site da Arfoc-SP. 2007, disponível em http://www.arfoc-sp.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=414&Itemid=83. Acesso em 15 out.2009.

_____. In **Olha, Vê** (site). Entrevista por Alexandre Belém. 2009. Disponível em http://www.olhave.com.br/blog/?p=3099. Acesso em 16 set. 2009.

CRARY, Jonathan. **Techniques of the observer**. Cambridge: MIT Press, 1990.

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

COSTA, Rogerio da. **A cultura digital**. São Paulo: Publifolha, 2003.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas, SP: Papirus, 1994.

ELIAS, Érico. **A Hora e a Vez dos Coletivos Fotográficos**. Revista Fotografe Melhor, ano 13, edição 148, janeiro de 2009, pág 52-61.

ENTLER, Ronaldo. **Coletivizando o Coletivo**, in Icônica (site). Disponível em http://www.iconica.com.br/?p=432. Acesso em 1 mai. 2010.

FOLHA DE S.PAULO. Caderno Eleições, de 4 de outubro de 2008, capa do caderno. São Paulo: Grupo Folha, 2008

FERNANDES JR, Rubens. Conferência **As Caixas de Sapato e Pandora**. Paraty em Foco 5o. Festival Internacional de Fotografia Fnac, 2009. Disponível em http://ciadefoto.com.br/blog/?p=1368&cpage=1#comment-1000. Acesso em 06 out. 2009.

FOUCAULT, Michel. **O que é um autor?** Vega: Passagens, 1992.

FREUND, Gisele. **Fotografia e sociedade**. Lisboa : Vega, 1995.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2009. Primeira edição: 2006.

JOLLY, David. **Downturn in Print Media Hurting Photojournalists**. New York Times. Disponível em http://www.nytimes.com/2009/08/11/business/media/11photo.html. Acesso em 16 set. 2009.

KOBRÉ, Kenneth. **Photojournalism**: the professionals approach. Oxford: Focal Press, 2008.

LANGTON, Loup. **Photojournalism and today's news**: creating visual reallity. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.

LEMOS, André (org). **Cibercidades: um Modelo de Inteligência Coletiva**, in Cibercidade. As cidades na cibercultura. Rio de Janeiro: Editora e-papers, 2004.

_____. **Cibercultura e Mobilidade**: a Era da Conexão, in Razón e Palabra, N.41, out-nov 2004b. Disponível em http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n41/alemos.html. Acesso em 7 out. 2009.

_____. **Ciber-cultura-remix**, seminário Sentidos e Processos, in "Cinético Digital', Centro Itaú Cultural. São Paulo, Itaú Cultural, agosto de 2005.

_____. in Cultura Digital.br. Organização Rodrigo Savazoni e Sergio Cohn. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa - São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. **A inteligência coletiva**. 3a. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000. 1a. Ed: 1994.

NEWHALL, Beaumont. **História de la fotografía**. 2.ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.

PERSICHETTI, Simonetta. **A encruzilhada do fotojornalismo**, in Discursos Fotográficos, v.2, n.2. Londrina, 2006. p.179-190.

RHEINGOLD,Howard. **A Comunidade Virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996.

SONTAG, Susan. **Ensaios sobre Fotografia**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1986.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

_____. **Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental**. Florianópolis: Letras Contemporâneas e UNOESC, 2000.