



A fotografia: uma causa capital?

Photography: a capital cause?

Michel Poivert

Universidade de Paris 1 – Panthéon Sorbonne

ORCID: 0009-0003-9861-8238

Tradução: Charles Monteiro

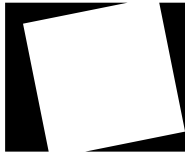
Resumo

Este artigo convida a refletir sobre as relações que a fotografia estabelece com os sistemas sócio-políticos. Por meio de uma análise histórica da fotografia, desenvolve-se o argumento da crise do ideal democrático em detrimento do consumismo, tratando de lançar luzes sobre essa inversão de valores como o principal fator de estudo. Este texto defende a ideia de que a fotografia encontra seus fundamentos na noção de “valor” no sentido marxista do termo, e revela a longa negação do valor de trabalho que possibilita a história da fotografia. Esta análise é feita através do exemplo da fotografia vernacular e de sua fetichização enquanto mercadoria. Trata-se de evidenciar o poder do agente poético como ferramenta de revelação do valor de mercadoria da fotografia vernacular. Desta forma, este artigo propõe-se a ser uma curta síntese da historicidade da fotografia a partir do ideal democrático e de uma história do capitalismo e sugere desenvolver a análise a partir de um novo modelo: “o modelo ético”.

Palavras-chaves

História da fotografia. Capitalismo. Fetichização de mercadoria. Modelo ético.

PORTO ARTE



Revista de Artes Visuais

v.28 n.49

Jul 2024

e-ISSN: 2179-8001

Abstract

This article is an opportunity to return to the relationship that photography has with socio-political systems. Through a historical analysis of photography — explaining the collapse of the democratic ideal in favor of consumerism — Michel Poivert highlights the reversal of values as the central factor of his study. This text defends the idea that photography finds its foundations in the notion of «value» in the Marxian sense of the term and reveals the too long repression of the value of labour making possible a history of photography. This analysis is made through the example of vernacular photography and its fetishisation as commodity. The article shows the power of the poetic agent as a tool of revelation of the market value of vernacular photography. Thus, this article proposes to be a short synthesis on the historicity of photography with regard to the democratic ideal and a history of capitalism and proposes to open the analysis by developing a new model: the «ethical model».

Keywords

History of photography. Capitalism. Commodity fetishization. Ethical model.

Résumé:

Cet article est l'occasion de revenir sur les rapports que la photographie entretient avec les systèmes socio-politiques. À travers une analyse historique de la photographie, expliquant l'effondrement de l'idéal démocratique au profit du consumérisme, il s'agit de mettre en lumière l'inversion des valeurs comme principal facteur d'étude. Ce texte défend l'idée que la photographie trouve ses fondements dans la notion de « valeur » au sens marxien du terme et dévoile le trop long refoulement de la valeur du travail rendant possible l'histoire de la photographie. Cette analyse est faite à travers l'exemple la photographie vernaculaire et de sa fétichisation en tant que marchandise. Il s'agit de montrer le pouvoir de l'agent poétique comme outil de révélation de la valeur marchande de la photographie vernaculaire. Ainsi, cet article propose d'être une courte synthèse de l'historicité de la photographie en regard de l'idéal démocratique et d'une histoire du capitalisme et propose d'ouvrir l'analyse en développant un nouveau modèle : le « modèle éthique ».

Mots-clés:

Histoire de la photographie. Capitalisme. Fétichisation des marchandises. Modèle éthique.

PORTO ARTE



Revista de Artes Visuais

v.28 n.49

Jul 2024

e-ISSN: 2179-8001

As relações da fotografia com os sistemas sociopolíticos oferecem dois grandes modelos antagônicos: a primeira é a de uma imagem democratizada graças ao progresso técnico, a segunda é a de uma imagem hostil, ameaçadora em termos de liberdades através da manipulação de mentes. Este antagonismo é também um momento de ruptura histórica: o ideal democrático da fotografia parece ter desmoronado na metade do século XX, no momento em que ela foi utilizada massivamente para a propaganda durante a Segunda Guerra Mundial, e dali em diante tornar-se-ia uma agente do consumismo. Retomando a tese de Günther Anders em *A obsolescência do homem* (ANDERS [1956], 2002), ela faz parte dos fantasmas que assombram um mundo mediatizado, um instrumento do “espetáculo” para empregar desta vez o vocabulário de Guy Debord: em resumo, ela é um agente da alienação.

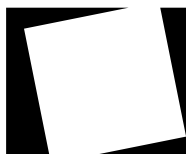
Essa oposição que faria a fotografia passar das utopias democráticas ao registro dos inimigos da liberdade repousa sobre uma inversão de valores que é a principal alavanca da historicidade da fotografia. É por causa que os valores projetados sobre as práticas e usos se modificam que a fotografia tem uma história, muito mais do que pela sua evolução técnica e metamorfoses estilísticas. Em resumo, a história da fotografia dificilmente pode descartar sua dimensão política, entendida tanto em seu sentido filosófico quanto social.

A fotografia: uma mercadoria “pura”?

Mas ao indexar a fotografia sobre o horizonte democrático, não se perderia de vista uma outra forma de interrogação histórica, desta vez própria do capitalismo? Compreenda-se antes da forma do capitalismo como sistema político: a teoria na obra em *O Capital*. Se a filosofia de Marx é uma filosofia da história, ela o é na medida em que identifica a economia como matriz, cuja noção de valor é o conceito central.

O valor aparece para além do uso, para além da utilidade que define um produto: é quando uma relação social – a troca – se estabelece, que o valor se manifesta. De certa forma, a fotografia encontra seus fundamentos na questão do valor no sentido marxiano do termo. A noção ou “ideia de fotografia” (BRUNET, 2000) está ligada à de um valor que se manifesta pela troca, e não mais ao valor de produção indexado à força de trabalho empregada. A fotografia é apresentada como um milagre natural (uma arte sem arte, ou seja, sem know-how, a famosa “arte para todos”), que nega completamente o labor empregado em sua realização. Pode-se dizer que esta negação atravessa toda a história da fotografia, em nome

PORTO ARTE



Revista de Artes Visuais

v.28 n.49

Jul 2024

e-ISSN: 2179-8001

do progresso, nega-se o valor do trabalho que a torna possível. A partir da fotografia digital, atinge-se o ápice da dissimulação dos esforços, das energias, dos custos de produção das imagens. Seu valor é exprimido pela troca que ela instaura.

"O ato de trocar manifesta a aparência de valor apenas na medida em que abstrai o valor de uso", lembra Pierre Macherey relendo *O Capital* a partir de Althusser. Esta construção do valor não é um valor mensurável, o valor aparece por meio da operação de troca, ela "qualifica as mercadorias" (MACHEREY, [1965], 1996, 236).

Lembremos o que é a forma do valor de troca para Marx: é a forma-moeda. Essas operações de aparição do valor são "misteriosas", para usar o vocabulário marxista (Marx [1867], 2003). O filósofo toma o exemplo de uma mesa de madeira: ela é a transformação da madeira em uma outra coisa, mas permanece sendo em madeira, porém "a partir do momento em que ela se apresenta como mercadoria, torna-se algo completamente diferente". Poderíamos dizer que uma fotografia é um registro e a construção de uma imagem, que é sempre química, ótica e papel, mas quando ela se torna uma mercadoria "é uma questão totalmente diferente": o que vamos trocar então? O que vamos comprar ou vender? Não é um papel prateado, mas uma coisa bem diferente. Como determinar seu valor, já que, por definição, sua condição de mercadoria que na troca faz aparecer seu valor é a superação de sua utilidade (documento, memória, etc.)?

"O caráter fetichista da mercadoria" segundo Marx não deriva de seu valor de uso – o que se faz com a mesa ou com a imagem –, mas da "forma social" que entra em jogo. A questão do nascimento da imagem no processo psicofisiológico ilustra esta metáfora. No capítulo sobre o fetichismo da mercadoria do *Capital*, o autor forja uma metáfora da transformação da luz em imagem ("forma sensível de alguma coisa") pela função da retina. "De onde provém o caráter enigmático do produto do trabalho desde que ele se reveste da forma de uma mercadoria?": há uma conversão, à maneira da "impressão luminosa de um objeto no nervo óptico [que] não se apresenta como uma excitação subjetiva do nervo em si, mas como a forma sensível de algo que existe fora do olho" (*ibid*, 87). A metáfora tomada de empréstimo da psicologia da percepção deve ser questionada, pois o nascimento da imagem (como um fato psíquico) parece emblemático do conluio entre um enigma e uma forma social formando assim o composto "mercadoria".

PORTO ARTE



Revista de Artes Visuais

v.28 n.49

Jul 2024

e-ISSN: 2179-8001

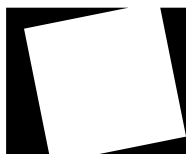
Marx acrescenta que “é apenas uma relação social determinada dos homens entre si que assume aqui para eles a forma fantástica de uma relação de coisas entre elas”. A relação religiosa permite qualificá-la, é o que pode ser chamado de “fetichismo ligado aos produtos do trabalho, desde que eles se apresentam como mercadorias” (ibid., 87-88). Por fim, acrescenta o filósofo, “a transformação de objetos úteis em valor é um produto da sociedade, tanto quanto a linguagem” (ibid., 91): segundo Marx, as coisas devem ser úteis e permutáveis, é o duplo caráter social da mercadoria.

A fotografia: “pura” mercadoria?

Tomemos um exemplo revelador contemporâneo: a fotografia vernacular e o fetichismo da mercadoria. Por que o vernacular tomou o lugar do popular? Até os anos 1980, falava-se da fotografia de família e dos diferentes usos de documentação e de informação como de uma arte “média” (BOURDIEU, 1965). Estas fotografias não tinham outro valor senão o seu valor de uso, e sua obsolescência relegava este valor definitivamente para um fora de uso, em suma, uma extinção do valor. A fotografia popular, era assunto da sociologia e da história, alguma coisa de massivamente invisível. Mas, desde então, a fotografia popular tornou-se um objeto de troca e, logo, uma mercadoria *via* mercado de colecionadores, a questão do valor se impôs (o valor em termos de preço, bem entendido, mas também o valor no sentido estético).

O rebaixamento do valor “popular” e o surgimento do valor “vernacular” (não apenas no sentido da teoria de John Kouwenhoven (Kouwenhoven, 1948) como uma estética funcionalista nos Estados Unidos) é, na minha opinião, obra de artistas. É a partir do momento em que arquivos diversos e fotografias populares tornaram-se um repertório de formas e de objetos, como potentes agentes poéticos (a propósito escolhidos pelo fato de que eles não tinham valor), que o valor de troca se colocou em evidência e que este tipo de imagem demonstrou seu papel estético até então desprezado. O gesto artístico possui esta potência de conversão de objetos/coisas sob o regime de valor. Uma vez considerada em sua estética e validada pela prática artística, despojadas de seu valor de uso, as fotografias vernaculares começaram a existir por elas mesmas para além de um tratamento plástico e conceitual, da qual faz parte a atitude colecionista (Hans-Peter Feldmann, por exemplo): imagens vernáculas realizaram esse milagre de passar do estado de massa sem valor para um regime singular de exceção onde o valor aparece no momento de

PORTO ARTE



Revista de Artes Visuais

v.28 n.49

Jul 2024

e-ISSN: 2179-8001

troca (exposição de coleções, vendas, etc.). Todas as nossas fotos de família têm um valor a partir do momento que elas são alocadas em uma relação de troca, uma vez que se tornaram mercadorias.

Há, portanto, três condições a serem atendidas: ir além do uso, uma leitura estética e sua integração a uma economia de troca. Todos os minerais do mundo só têm valor quando são extraídos, permanecendo sem valor de troca em suas reservas subterrâneas.

A fotografia: uma causa “perdida” do capitalismo?

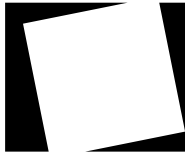
Podemos agora sintetizar a historicidade da fotografia em relação ao ideal democrático e de uma história do capitalismo? O modelo político, por um lado, o modelo econômico, por outro, podem dar origem a um terceiro modelo? Eu sugeriria o modelo ético.

Há mais de dez anos eu consegui em “A condição moderna da fotografia” (POIVERT, 2004) elaborar a concepção de uma leitura historiográfica da fotografia fundada sobre o modelo político-econômico da transformação do valor para caracterizar “o objeto fotografia”. Hoje, a partir de minhas reflexões em curso sobre as relações entre fotografia e democracia, passei a entender que a fotografia poderia ser concebida não como uma arte ou uma técnica, mas como outro tipo de fato antropológico: o da *causa*.

Entender a fotografia como causa implica em entender os atores, os usos, as práticas e as produções com seu duplo enfoque de racionalidade e irracionalidade. Pois os atores da história da fotografia propõem uma espécie de programa difuso, subterrâneo, mas poderosamente construído, o qual visa promover ou defender a fotografia. O que se impõe é uma fé na fotografia. Ela incita aqueles que se aproximam a tomar um partido. É por isso que a história da fotografia é uma história polêmica: ela é uma história de reações e de ataques mais ou menos reais. A fotografia é uma virtude que é ultrajada, um corpus que se busca preservar, uma coisa que passa a existir na pureza ou impureza. É por isso que a história da fotografia é uma questão de moral.

De que maneira a concepção da fotografia como causa permite repensar a sua relação com a política e a economia e, mais especificamente, com o capitalismo? Como o valor se estabelece quando a mercadoria é coberta pela questão moral? A fotografia é uma mercadoria como as

PORTO ARTE



Revista de Artes Visuais

v.28 n.49

Jul 2024

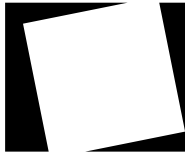
e-ISSN: 2179-8001

outras quando sua economia de trocas estabelece uma relação social tingida de moralidade?

A cultura fotográfica na era digital coloca esta questão: cada vez mais “gratuita”, a fotografia já é partilhada ou ainda é trocada? Será que estamos vivendo uma nova era de dissimulação do valor da fotografia ou este valor evaporou numa ética da gratuidade? A economia de compartilhamento funcionou com a atração da gratuidade colaborativa para se realizar de uma forma “uberizada” que é o estágio degradado de uma sociedade assalariada. Assistimos assim a um novo paradoxo: enquanto uma fotografia vernácula pode estar a serviço de uma prática artística ou tornar-se ela própria um bem cultural fetichizado pelo colecionismo, as práticas atuais são desvalorizadas, conduzindo as práticas profissionais a perda de seu valor de mercado (a uma crise do mercado de imagens midiáticas). Parece tratar-se de uma nova “luta”: por detrás das profissões e dos preços, por detrás da economia decaída da imagem, é a causa da fotografia que está em jogo. Após ter servido demasiadamente, parece que no contexto atual seus apoiadores e os fotógrafos principalmente, padecem de um sucesso do qual não são beneficiados¹. Neste contexto, é seguro apostar que o valor associado à fotografia sofrerá uma nova inflexão: depois de ter estado a favor do digital, como uma nova forma de imagem democrática, doravante ela corre o risco de despontar como a figura de um capitalismo da precariedade.

1 Cf. na França a coluna intitulada “La photographie ne s’est jamais si bien portée, les photographes jamais si mal”, assinada por fotógrafos e por agências de fotografia, publicada pelo jornal *Liberation* em 1º de julho de 2018.

PORTO ARTE



Revista de Artes Visuais

v.28 n.49

Jul 2024

e-ISSN: 2179-8001

Referências

ANDERS, Günther, *L'obsolescence de l'homme* – Sur l'âme à l'époque de la seconde révolution industrielle (1956), trad. Ch. David. Paris: Encyclopédie des nuisances, 2002.

BOURDIEU Pierre (dir.), *Un art moyen*. Essai sur les usages sociaux de la photographie. Paris: Minuit, 1965.

BRUNET, François, *La naissance de l'idée de photographie*. Paris: Presses Universitaires de France, 2000.

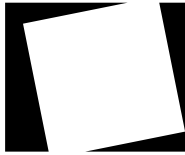
MACHEREY, Pierre, « A propos du processus d'exposition du « Capital » (le travail des concepts) ». In: ALTHUSSER, Louis (dir.), *Lire le Capital* (1965). PUF, 1996. (Col. Quadrige)

MARX, Karl, *La Marchandise* (1867) [chapitre 1 du *Capital*], trad. Joseph Roy révisée par l'auteur (1872), Actes Sud, 2003.

KOUWENHOVEN, John A., *Made in America – The Arts in Modern Civilization*, Garden City, N.Y., Doubleday, 1948.

POIVERT, Michel « La condition moderne de la photographie », *L'ombre du temps*, cat. exp. (28 septembre-28 novembre 2005, Paris, Jeu de Paume), éditions du Jeu de paume, 2004, p. 14-39.

PORTO ARTE



Revista de Artes Visuais

v.28 n.49

Jul 2024

e-ISSN: 2179-8001

MICHEL POIVERT

Historiador da arte e professor da Universidade de Paris 1 – Panthéon Sorbonne, autor de uma tese dedicada à história da fotografia pictorialista (1993) e diretor de teses sobre fotografia e vanguardas na mesma instituição. Presidiu a Sociedade Francesa de Fotografia (1996-2010), é membro da redação de *La Revue de l'Art* e foi editor da revista *Études photographiques*. É autor de diversas obras, dentre elas destacam-se *Gilles Caron: le conflit intérieur* (2013), *La Photographie Contemporaine* (2010), *L'image au service de la révolution: photographie, surréalisme, politique* (2006). Atua como curador de exposições, tendo realizado curadorias em espaços como o *Jeu de Paume*, a *Maison Européenne de la Photographie* e o *Centro Georges Pompidou*, na França, e o *Musée de l'Elysée*, na Suíça. É autor de diversos textos críticos em fotolivros de fotógrafos contemporâneos.

Como citar: Poivert, M. (2024). A fotografia: uma causa capital?. *PORTO ARTE: Revista De Artes Visuais (Qualis A2)*, 28 (48).

Doi: <https://orcid.org/0009-0003-9861-8238>
