

UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ REITORIA ACADÊMICA
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

Daniela Ferreira Lima de Paula

FOTOGRAFIAS CONTEMPORÂNEAS:
O INSTAGRAM COMO POSSIBILIDADE TECNOLÓGICA

Sorocaba

2015

Daniela Ferreira Lima de Paula

**FOTOGRAFIAS CONTEMPORÂNEAS:
O INSTAGRAM COMO POSSIBILIDADE TECNOLÓGICA**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre.

Orientador: Professor Doutor Wilton Garcia

Sorocaba/SP

2015

Daniela Ferreira Lima de Paula

**FOTOGRAFIAS CONTEMPORÂNEAS:
O INSTAGRAM COMO POSSIBILIDADE TECNOLÓGICA**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dr.^a Elly Aparecida Rozo Vaz Perez Ferrari

Universidade de São Paulo

Prof.^a Dr.^a Josefina de Fátima Tranquilin Silva

Universidade de Sorocaba

Prof. Dr. Wilton Garcia

Universidade de Sorocaba

Ficha Catalográfica

P346f Paula, Daniela Ferreira Lima de
Fotografias contemporâneas : o Instagram como possibilidade
tecnológica / Daniela Ferreira Lima de Paula. -- Sorocaba, SP, 2015.
96 f. : il.

Orientador: Prof. Dr. Wilton Garcia.
Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) -
Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2015.

1. Fotografia. 2. Redes sociais on-line. 3. Comunicação. I.
Garcia, Wilton, orient. II. Universidade de Sorocaba. III. Título.

Ao Pai Celeste, por honra.

À Miguel Raymundo e Selma Ferreira, pelo apoio nos momentos decisivos.

À Thiago Lima, pela compreensão da ausência e amor.

À Aurea Lima, pelo incondicional incentivo e paciência.

À Mariana e Manuela, pela ingênua perspicácia da infância.

À Wilton Garcia, pela amizade e ensinamentos.

À Momy, Piter, Mary, Chica, Carô e Minga, pela alegria do cotidiano.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos envolvidos neste projeto, que contribuíram mesmo informalmente, com dicas e experiências vividas. Citar todos seria um ato de coragem, posto que a memória é falha e alguém de extrema importância poderia não ser mencionado.

Agradeço aos autores utilizados como referência, por escreverem artigos e livros instigantes que proporcionaram as reflexões expostas e ampliaram minha limitada compreensão do mundo. Em especial, agradeço à Universidade de Sorocaba (Uniso), e o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura e professores que contribuíram com valiosas orientações e para os caminhos desta proposta.

A Wilton Garcia, agradeço com imenso carinho pelos ensinamentos, conversas, dicas, aulas, exigência e sabedoria com que conduz os caminhos por entrelinhas que permitem escolhas, porém, com a sabedoria de direcioná-las. Ao contrário dos enunciados contemporâneos, faz-se completo como orientador e amigo. Sinto-me imensamente feliz pelo privilégio de tê-lo neste projeto.

Aos amigos e companheiros da jornada do mestrado, por compartilharem dúvidas, ansiedades, frustrações, descobertas, viagens e conquistas, sem os quais, o trabalho seria menos feliz.

Aos funcionários da Biblioteca da Universidade de Sorocaba, pela prontidão e simpatia em ajudar com livros e normas técnicas. Às meninas da secretaria de Pós-Graduação, pela constante disposição e alegria em orientar nas questões burocráticas.

Às professoras Josefina Tranquilin e Elly Roza, pela imensa contribuição na avaliação desta dissertação, com observações enriquecedoras para a melhoria.

Com imensa gratidão, agradeço à Capes, pelo apoio a esta pesquisa, com a bolsa de estudo, sem o qual certamente esta não seria realizada – e pelo fomento à produção científica no Brasil.

Ao final desta dissertação muitos outros agradecimentos surgirão. Estes, sintam-se dignos de minha gratidão: muito obrigada!



O universo das tecno-imagens se comporá de imagens individuais, todas entreligadas, todas espelhando umas às outras, e todas tendendo a ficar sempre menores. [...] todos participarão do mesmo universo, mas cada qual participará no seu canto, embora cada canto se interligue com os demais cantos.

(Vilém Flusser, 2002, p. 143)

RESUMO

Esta pesquisa insere-se no campo da imagem e trata das relações entre fotografia e cultura digital, a fim de propor uma reflexão crítico-conceitual pautada nas fotografias alocadas nas mídias sociais, em particular, no aplicativo Instagram. De modo mais específico, a pesquisa apresenta um debate crítico acerca da sociedade contemporânea, observada a partir de imagens produzidas e compartilhadas no Instagram. A maneira pela qual as tecnologias emergentes oferecem possibilidades as fotografias contemporâneas, tanto por funcionalidades técnicas como em “novas/outras” práticas culturais permeia a problemática desta pesquisa. Justifica-se, ao verificar por meio da mídia social Instagram, as especificidades das fotografias contemporâneas. O percurso metodológico constitui-se de investigação qualitativa (empírico-exploratória). O embasamento teórico ocorre pelos *estudos contemporâneos*, os quais contextualizam noções de atualização e inovação e aproximam os *estudos culturais* e as *tecnologias emergentes*. Os resultados apontam para desfechos instigantes a respeito das intersecções entre fotografia, cultura digital e tecnologias emergentes, com um ato fotográfico atualizado, com novas potências e possibilidades.

Palavras-chave: Comunicação. Cultura digital. Fotografia. Instagram. Estudos Contemporâneos.

ABSTRACT

This research addresses the image field and deals with the relationship between photography and digital culture, in order to propose a critical-conceptual reflection based on allocated photographs on social media, particularly in the Instagram application. More specifically, the research presents a critical debate on contemporary society, observed from images produced and shared at Instagram. The manner in which emerging technologies offer the contemporary photographs possibilities, both for technical features and for “new/other” cultural practices, permeates the discussion of this research. It is justifiable to verify, through social media Instagram, the specificities of contemporary photographs. The methodological approach consists of an empirical-exploratory qualitative research. The theoretical background lies upon *contemporary studies*, which contextualize updating and innovating notions, as well as approximate *cultural studies* and *emerging technologies*. The results point to intriguing outcomes concerning the intersections between photography, digital culture and emergent technologies; with an updated photographic act, with new powers and possibilities.

Keywords: Communication. Digital culture. Photography. Instagram. Contemporary Studies.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 -	Iniciação	12
Quadro 01 -	Procedimento Metodológico	19
Quadro 02 -	Referencial teórico sobre fotografia e imagem.....	21
Quadro 03 -	Referencial teórico cultura digital	22
Figura 02 -	Logotipo do Instagram	33
Figura 03 -	Primeira imagem postada no Instagram	36
Quadro 04 -	A história do Instagram	36
Figura 04 -	Menu de navegação	39
Figura 05 -	As 20 hashtags mais postadas	40
Figura 06 -	Tela de postagem e compartilhamento	42
Figura 07 -	Perfil do usuário-interator	44
Figura 08 -	Mapa de fotos do usuário Instagram	46
Figura 09 -	Modos de ver	60
Figura 10 -	Portuguesinha	63
Figura 11 -	Ferramentas de edição	65
Figura 12 -	Ferramentas de edição do Adobe <i>Photoshop Lightroom</i>	66
Figura 13 -	Selfie	74
Figura 14 -	Desenhos	79
Figura 15 -	Vestígios	80
Figura 16 -	Em frente	81
Figura 17 -	Reflexos	82
Figura 18 -	Lua	83
Figura 19 -	Pintura	84
Figura 20 -	Bela flor	85
Figura 21 -	Ipanema	86

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Motivação e identificação	14
1.2 Justificativa	16
1.3 Problematização	18
1.4 Objetivos	19
1.5 Percurso metodológico	20
1.6 Embasamento teórico	21
2 O INSTAGRAM NA SOCIEDADE HIPERMIDIÁTICA	25
2.1 Notas sobre comunicação e cultura	27
2.1.1 O usuário-interator	29
2.2 O aplicativo Instagram	32
2.2.1 História, atualização e inovação	37
2.3 Interfaces e funções	40
2.3.1 Geolocalização	46
3 A FOTOGRAFIA: DESDOBRAMENTOS E ATUALIZAÇÕES	49
3.1 Imagem	50
3.2 O código fotografico	52
3.3 Fotografia digital	57
3.3.1 A fotografia com dispositivos móveis	60
3.4 Possibilidades de intervenção	65
4 O INSTAGRAM E AS POSSIBILIDADES TECNOLÓGICAS	69
4.1 A sociedade contemporânea	70
4.2 As materialidades da comunicação no Instagram	71
4.3 As selfies como prática emergente	74
4.4 Experimentações poéticas	77
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	88
REFERÊNCIAS	93



1. INTRODUÇÃO

90% da fotografia é feita com telefones e fica dentro de uma memória. É uma imagem, mas já não é mais uma fotografia. A fotografia deixou de ser memória. É realmente uma instantânea.

(Sebastião Salgado, 2014)

A sociedade contemporânea, a partir do convívio com tecnologias emergentes que se atualizam rapidamente e interagem com as formas de viver, observa os fenômenos que se delineiam, sobretudo com a democratização do acesso à rede mundial de computadores e democratização de aparelhos de telefonia celular¹.

A produção de fotografias e o compartilhamento em mídias sociais, nesse contexto, surgem como uma das práticas culturais e comunicacionais atualizadas e facilitadas pela tecnologia. Fotografar tornou-se cotidiano e o ato de compartilhar imagens por meio de diversos dispositivos de visibilidade instaura-se como prática comum. Assim, o cotidiano permeia-se por fotografias, nas esferas pública e privada. Porém, observa-se a reconfiguração dessa prática cultural na contemporaneidade, devido à junção de vários fatores socioeconômicos, tecnológicos e culturais.

A popularização do acesso à internet com o uso de dispositivos móveis (celulares e tablets digitais) pode ser apontada como um dos fatores mais visíveis das transformações do cenário midiático atual (PEREZ; SATO, 2013). As reverberações dessa transformação midiática, sobretudo na fotografia, foram esmiuçadas ao longo desta pesquisa. A relação entre imagem e cultura digital instaura-se, então, como tema instigante para pesquisa contemporânea com vigor empírico e científico no campo da comunicação e cultura, ao considerar aspectos socioculturais.

Não há como pensar sobre a comunicação desassociando-a da vertente cultural, tampouco pensar a cultura negligenciando a maneira como se transmite e se preserva no tempo e no espaço. A criação, a transmissão e a conservação da cultura são compreendidas como estratégias de comunicação, pois a comunicação, sobretudo, é uma ciência da cultura (BAITELLO JUNIOR, 2014).

O campo contemporâneo da comunicação atenta-se em discutir fenômenos e atualizações no que tange às mudanças culturais. Observar, descrever e discutir tais fenômenos proporciona estímulo à reflexão e à escrita. Nesse sentido, fotografia, tecnologias emergentes e mídias sociais elencam-se como categorias discursivas eleitas para o desenrolar desta proposta.

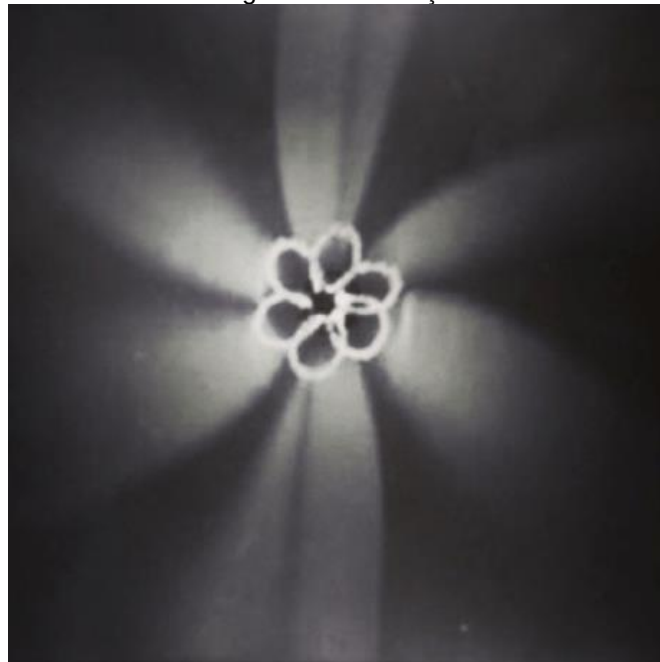
¹ Ao longo dessa dissertação, os aparelhos de telefonia celular serão nomeados como *celular*.

No contemporâneo, tais categorias entrecruzam-se nas práticas culturais ligadas à imagem e fazem emergir “novos/outros” saberes, na produção de conhecimento. E, assim, a cultura digital na sociedade contemporânea e a fotografia nas mídias sociais instauram-se, respectivamente, como contexto e objeto desta investigação.

As tecnologias emergentes, ao assumir papel transformador das práticas socioculturais, interferem nas práticas fotográficas, que se tornam efervescentes em possibilidades poéticas e complexidades. Sendo assim, discutir as relações entre fotografia e cultura digital a partir do objeto de estudo, o aplicativo Instagram², proporciona subsídios para discussão dos novos fenômenos hipermidiáticos observados na cultura e comunicação.

1.1 Motivação e identificação

Figura 01 – Iniciação



Fonte: Autoria própria³

² Ao longo do texto, o aplicativo Instagram será nomeado apenas como Instagram.

³ As fotografias desta dissertação estão disponíveis no perfil @iupysdani alocado no Instagram, exceto as realizadas para a experimentação poética disponível no item 3.

A figura 01 – Iniciação, foi realizada em câmera analógica, para a disciplina Fotografia, na graduação em Publicidade e Propaganda, na Universidade de Sorocaba, no ano de 2005. Foi revelada em preto e branco, para aprender os processos químicos de revelação fotográfica. A partir desta imagem, hoje digital, iniciou-se a relação entre a pesquisadora e a fotografia.

Ao observar a fotografia como prática cultural, instigou-me o modo como os sujeitos incorporam a fotografia a seu viver e geram, espontaneamente, as próprias imagens. Concomitantemente, observar a efervescência do fenômeno que a fotografia, sobretudo com a democratização dos dispositivos geradores de imagens, ampliação do acesso à internet e o ascendente uso das mídias sociais para compartilhamento de imagens é inquietante e se torna o embrião desta pesquisa. Com isso, cabe ponderar e reconhecer nos dispositivos tecnológicos, os propulsores dessa nova demanda que se inscreve.

Em particular, como fotógrafa, domino equipamentos capazes de gerar imagens de alta qualidade, mas vi-me seduzida pela facilidade da fotografia feita com o celular. Nas dinâmicas das mídias sociais, notava a crescente utilização do Instagram por amigos, e a instantaneidade e estética das imagens compartilhadas agradavam. As fotos feitas com câmera fotográfica, certamente, teriam maior qualidade. Porém, este fator não era o mais importante, a intenção era gerar imagens do cotidiano e compartilhá-las com a rede de amigos no menor tempo possível.

A câmera fotográfica profissional é incomoda, por seu tamanho e peso, o que dificulta carregá-la com constância, além de suas fotografias necessitarem a transferência a computador, para edição e depois o compartilhamento. A facilidade do celular disponível, com a rapidez de edição e envio, proporciona o surgimento de um conteúdo fotográfico ao qual a câmera grande e pesada não tem acesso. Averigui tal diferença ao ficar sem o celular por um tempo, e então, para não ficar sem registros fotográficos, passei a carregar a câmera constantemente. Porém, as fotografias geradas foram diferentes das feitas com o celular. A dificuldade de manuseio e de compartilhamento das imagens são fatores que colaboraram para muitas fotografias serem descartadas antes mesmo de feitas.

Essa experiência com a tecnologia, aliada ao trabalho de fotógrafa, trouxe subsídios para pensar a respeito dos fenômenos culturais propiciados por dispositivos como o celular. O ponto de partida são as fotografias contemporâneas veiculadas no Instagram para percorrer o experimentar de ideias e o começo da discussão sobre a ótica da comunicação e cultura.

1.2 Justificativa

Esta pesquisa justifica-se ao verificar, a partir do Instagram (tecnologia), as possibilidades tecnológicas das fotografias contemporâneas, pelo olhar da comunicação e da cultura.

A imagem tem sua importância para diversas áreas, como a medicina, a matemática, a astronomia, as artes; sobretudo para a comunicação. Na contemporaneidade, pensar acerca dos atos comunicacionais desvinculados de imagens seria difícil. O presente trabalho, pautado na relevância da imagem busca pensar sobre as transformações que a fotografia vivencia a partir de sua inserção na cultura digital e intersecção com as tecnologias emergentes. Tem a pretensão de mostrar dados e fenômenos disponíveis para reflexão a respeito das experiências entre usuários-interatores das mídias sociais com as imagens digitais.

Este estudo aponta para um norte de questionamentos a ser descortinado. A relevância desta pesquisa justifica-se em observar, descrever e discutir novos fenômenos comunicacionais e culturais da fotografia inserida na cultura digital a partir das tecnologias emergentes, para elencar hábitos que se delineiam na era da convergência midiática (JENKINS, 2009).

Entende-se a fotografia como mídia e forma de comunicação (KOSSOY, 2003). Nas superfícies, estão representadas ideologias que comunicam além dos enquadramentos da imagem. O suporte da mensagem contribui para a produção de efeitos da comunicação. A fotografia, em seus primórdios, materializava-se em suporte físico, por intermédio de processos químicos e analógicos, que são

diferentes dos processos digitais de geração de imagens. As materialidades interferem nas linguagens, forma de utilização, acesso e distribuição.

Após o surgimento da empresa Kodak, que em sua história buscou disponibilizar o acesso ao ato fotográfico ao reduzir custos e simplificar processos, trouxe a fotografia como prática do registro no cotidiano da vida familiar. Porém, havia restrições financeiras a seu uso. Mesmo com custos baixos, eram necessárias aquisições de filmes, revelações e conhecimentos técnicos que limitavam o número de fotografias geradas (GARCIA, 2010). A tecnologia e o manejo dos equipamentos, por não serem de conhecimento comum, eram outro fator que restringia o acesso à fotografia.

Em um período de mais de cem anos após o surgimento da fotografia, surgiu a tecnologia digital, que simplificou e reduziu financeiramente vários processos. Outras inovações – a inserção de máquinas fotográficas em aparelhos celulares e a democratização deste – efetivamente impuseram um novo tempo para o ato fotográfico.

Os celulares contemporâneos têm câmeras digitais acopladas, de utilização simples aos indivíduos adaptados à cena tecnológica. Ao considerar a massificação desses aparelhos (ver o item 2 para pesquisas sobre massificação, no tópico A fotografia com dispositivos móveis), a fotografia ficou disponível a quem possuir um celular com câmera. Concomitantemente, ocorre a democratização do acesso à internet e inserção desta tecnologia nos celulares e a ascensão das mídias sociais. Fotografia, celular e mídias sociais convergem para facilitar a criação de um conteúdo imagético em trânsito, gerado, visto e compartilhado por meio das telas dos dispositivos eletrônicos.

As mídias sociais – comunidades virtuais de compartilhamento de afetos, emoções, informações e intimidades – fazem parte do cotidiano contemporâneo. A fotografia está presente nesses ambientes e proporciona o partilhar de aspectos da vida organizados, iconograficamente, em álbuns virtuais alocados em redes.

Nesse contexto, surge em 2010 o Instagram, que possibilita o compartilhamento de fotografias digitais feitas por dispositivos móveis.

“Novas/outras” propostas poéticas emergem a partir dessa ferramenta tecnológica que tem como força motriz o compartilhamento de imagens do cotidiano por meio de fotografias e vídeos.

A escolha do Instagram como objeto justifica-se, no momento, por ser a mídia social com maior número de membros e por se integrar com a maior mídia social contemporânea: o *Facebook*⁴. Mesmo que os aplicativos alterem-se e outros surjam, as práticas comunicacionais e culturais relacionadas à comunicação permanecerão; o compartilhamento de fotografias já se instaurou na cultura como prática.

1.3 Problematização

A problemática desta pesquisa abrange discussões a respeito do campo contemporâneo da comunicação, em especial, a produção da imagem fotográfica, contextualizadas sob o viés da cultura digital. Observam-se as relações comunicacionais que utilizam como aparato, dispositivos móveis (celular conectado à internet) e mídias sociais em que a imagem/fotografia é a base das interações (Instagram).

Nas mídias sociais, as fotografias tendem a ser instantâneas, necessitam de outras para que o usuário-interator faça-se presente e atualizado no mundo virtual. Diariamente, milhões de fotografias são compartilhadas em mídias sociais na internet. Nota-se o desejo de estar presente e ser percebido no mundo virtual.

Observam-se novas redes de produção e circulação de imagens assim como meios de consumo, comunicação e interações. Mediante as possibilidades, as práticas culturais dos conteúdos audiovisuais contemporâneos são (re)escritas. Do ponto de vista comunicacional, as tecnologias emergentes apresentam novas formas de comunicação entre usuários-interatores, por meio, por exemplo, de celulares.

⁴ Mídia social com maior número de usuários até 2014. Por meio de perfis, páginas de empresas e pessoas, além de serviços de conversas e diversos aplicativos, ocorrem interações. As fotografias estão presentes em álbuns, fotos de capa, perfil e adicionadas a linha do tempo.

O Instagram, faz parte da tecnologia observada e relacionada à fotografia como plataforma de comunicação recente, formatado para uso em dispositivos móveis (celulares e tablets), configurando-se como mídia social para compartilhamento de fotografias com o intuito de obter-se um instantâneo do cotidiano.

Desse contexto emergem as perguntas que norteiam esta investigação: as tecnologias emergentes oferecem novas possibilidades as fotografias contemporâneas em relação as práticas culturais e comunicacionais? Dessas atualizações, como observar a fotografia no Instagram?

1.4 Objetivos

Mediante os questionamentos, esta dissertação tem por objetivo geral:

- estudar as relações entre fotografia e tecnologia tendo como referencial teórico os estudos contemporâneos.

Os objetivos específicos são:

- examinar o Instagram para verificar, pela ótica da comunicação e da cultura, novas práticas relacionadas à fotografia, ao considerar os aspectos tecnológicos envolvidos no processo;
- discutir as mudanças que as tecnologias emergentes promovem nas novas práticas culturais dos usuários-interatores que se delineiam, a fim de produzir um conjunto de reflexões, no âmbito da comunicação e da cultura.

1.5 Percurso metodológico

Baseado nos estudos contemporâneos, o procedimento metodológico (indutivo-dedutivo) desenvolvido neste projeto de pesquisa alicerça-se por meio da investigação qualitativa (exploratório-experimental) acerca de usuário-interator, objeto e seus respectivos contextos e representações. Por um lado, trata-se de uma pesquisa qualitativa, no sentido de observar, descrever e discutir as práticas do usuários-interatores no Instagram. Por outro lado, trata-se de uma pesquisa exploratória, devido ao caráter emergente em que o objeto de estudo encontra-se, em razão de sua história recente e rápidas inovações. No quadro 01, pode-se visualizar de forma clara o percurso metodológico.

Quadro 01: Procedimento metodológico.

Procedimento metodológico Indutivo-dedutivo		
QUALITATIVA		EXPLORATÓRIA
Observar, descrever e discutir		
- Instagram pela ótica da comunicação e cultura -		
Empírica		
Fotografia	Cultura Digital	Tecnologias Emergentes

Fonte: Autoria própria.

Quanto aos objetivos, pretende-se, a partir da observação e da descrição do objeto de estudo, discutir as possibilidades que as tecnologias emergentes trazem à fotografia, observadas no Instagram.

Quanto aos procedimentos, o observador inserido no contexto e objeto procura observar, como usuário-interator produtor de imagens, ou seja, a

pesquisadora possui conta ativa no Instagram para observar seu funcionamento e dinâmicas comunicacionais para transferir este conhecimento a pesquisa.

Em relação à **abordagem do problema**, a pesquisa empírica dirige-se à face experimental e observável dos fenômenos, tornando-os mensuráveis. A vivência da pesquisadora traz à tona dados relevantes para formulações de pressupostos e considerações obtidas por meio da experiência. Ao obter os dados da pesquisa (via Instagram e materiais disponíveis na internet), pretende-se contextualizar um desenvolvimento reflexivo de discussões, que tenta avançar os posicionamentos crítico-conceituais.

Ao observar o objeto e o contexto, de modo exploratório, este trabalho aproxima-se do tema investigado, o que faz aprofundar os resultados com a discussão sobre a investigação. Nesse percurso metodológico, ressaltam-se, aos poucos, os traços dominantes do sujeito/objeto/representação/contexto que, na sua singularidade, podem contribuir para ambientar e mostrar as impressões captadas. Elabora-se um percurso metodológico que tem por finalidade estimular o trânsito da temática – fotografia, cultura digital e tecnologias emergentes. Isso será agenciado sob a exploração dos efeitos de sentidos – sem buscar um esgotamento de leitura.

Portanto, as **fontes primárias** de pesquisa são a participação da pesquisadora na mídia social Instagram, observação das dinâmicas desenhadas, assim como utilização de tecnologias emergentes. As **fontes secundárias** são referências (artigos científicos e/ou livros), relacionadas em lista ao final desta dissertação. Com o levantamento e a investigação de fontes (primárias e secundárias) intenciona-se desenvolver a produção de conhecimento que possa contribuir para a exploração científica do recorte estabelecido pela pesquisa.

1.6 Embasamento teórico

A fotografia e seus desdobramentos, assim como a cultura digital, são objeto de exploração científica recente no campo acadêmico. Para esta proposta de

trabalho, os **estudos contemporâneos** são o referencial teórico eleito, por aproximarem os estudos culturais das tecnologias emergentes, com base no desdobramento de reflexões conceituais e críticas. A articulação dos campos de estudo possui vasta bibliografia à disposição e, simultaneamente, corre-se o risco de não haver um aprofundamento no que cada tema isoladamente oferece. Porém, ressalta-se que essas conexões podem construir um campo para novas inquietações e aprofundamentos posteriores.

As principais pontuações teóricas dos autores estão descritas nos quadros 02 e 03. Outros autores foram incluídos neste trabalho, conforme as demandas necessárias a compreensão do objeto de estudo e seus respectivos contextos.

Quadro 02: Referencial teórico sobre fotografia e imagem.

Fotografia e Imagem	
Autor	Principais conceitos
Annateresa Fabris (2004)	Retrato fotográfico
Ansel Adams (2000)	Código fotográfico e formas de ver
Boris Kossoy (2003)	Conceituações sobre fotografia
François Soulages (2007)	Especificidades da fotografia
Norval Baitello Junior (2012, 2014)	Imagem, Ambientes de Imagens, Crise da Visibilidade, Telas
Susan Sontag (1985)	Conceituações sobre fotografia
Vilém Flusser (2002, 2008)	A fotografia como imagem técnica

Fonte: Autoria própria.

Quadro 03 – Referencial teórico sobre cultura digital e sociedade contemporânea

Autor	Principais conceitos
André Lemos (2002a, 2002b)	Conceituações sobre cibercultura, práticas de exibição nas mídias digitais
Andrew Keen (2012)	Web 3.0 e mídias digitais
André Rouillé (2009)	Funções da fotografia como documento e imagem digital
Christoph Turcke (2012)	Compulsão em emissão
Hans Ulrich Gumbrecht (1998)	Categorias para observar o mundo
Henry Jenkins (2009)	Convergência midiática
Juan Fontcuberta (2012)	Fotografia digital; pós-fotografia
Nestor Garcia Canclini (2008)	Conceituações sobre usuário-interator; dispositivos móveis
Pierre Lévy (1999)	Conceituações sobre cultura digital
Raquel Recuero (2009)	Conceituações sobre redes sociais
Wilton Garcia, (2011, 2013a, 2013b, 2014)	Contemporâneo; hipermídia

Fonte: Autoria própria.

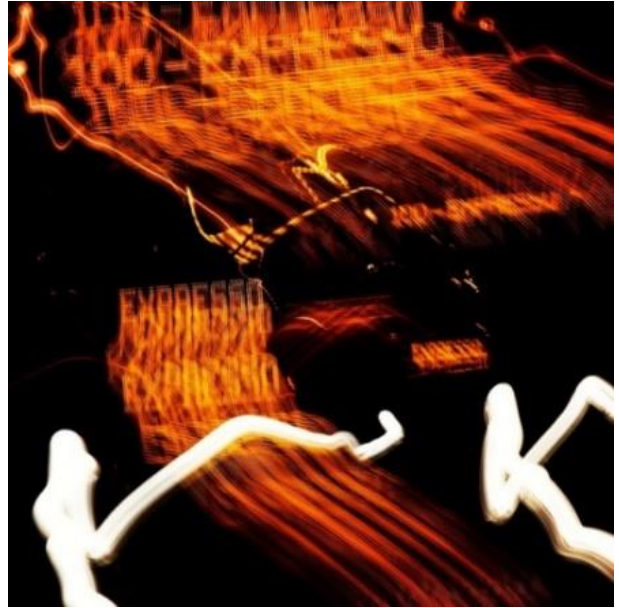
Esta dissertação foi organizada em três itens com a estratégia de relacionar o objeto de estudo e teoria. Logo, os pontos teóricos apresentados são “ilustrados” com especificidades do Instagram e da fotografia. Esta dinâmica textual busca a coesão entre os temas para que possam ser compreendidos com clareza.

O item, **O Instagram em uma sociedade hipermidiática**, apresenta o aplicativo Instagram e o contexto contemporâneo no qual se insere. O aplicativo é apresentado em suas minúcias de utilização e relacionada com os estudos

contemporâneos. Conceituações teóricas sobre comunicação, cultura, cultura digital e o sujeito desta pesquisa, também, estão descritas.

No item, **A fotografia, desdobramentos e atualizações**, pontua-se discussões sobre a imagem e fotografia. Buscou-se averiguar os intercâmbios entre ato fotográfico, dispositivos móveis e o cotidiano, as reverberações e enlaces que cada categoria promove na outra. A fotografia digital é amplamente discutida pelas possíveis alterações que passa no contemporânea, em relação a seus usos.

No último item, **Instagram e as possibilidades tecnológicas**, desdobram-se os conceitos dos itens anteriores por meio de discussão sobre as possibilidades tecnológicas que o Instagram promove para a fotografia e como as teorias discutidas podem ser observadas no aplicativo. Por fim, uma experimentação poética equaciona e solidifica o conhecimento adquirido com esta pesquisa para propor um pensamento fotográfico, baseado nos autores estudados, assim como na observação do objeto de estudo.



2. O INSTAGRAM NA SOCIEDADE HIPERMIDIÁTICA

Comunicação e cultura constituem-se desse modo, em esferas indissociáveis. Impossível pensar a comunicação humana sem a vertente histórica dada pela cultura. Igualmente impraticável compreender os fatos da cultura humana (entendida como esfera de registros dos anseios e aspirações, das leituras e dos relatos do espírito humano) sem considerar as maneiras como eles se transmitem e se conservam no tempo e no espaço da vida.

(Norval Baitello Junior, 2014, p. 12)

Este item apresenta o Instagram e delinea o contexto ao qual se insere: a sociedade hipermidiática. De modo mais específico, apresenta uma discussão a respeito de como as tecnologias emergentes podem atualizar as práticas culturais e comunicacionais do usuário-interator no ciberespaço, introduzindo “novas/outras” maneiras de ser/estar. A discussão pontua conceituações, posicionamentos e perpassa as esferas da comunicação e a inscrição do objeto de estudos nestes cenários.

A sociedade contemporânea hipermidiática em constante atualização e inovação faz parte do contexto em que o Instagram entra na cena como ferramenta tecnológica que contribui para as atualizações das práticas fotográficas. Descortina-se o objeto de estudo da referida pesquisa ao observar os fenômenos culturais e comunicacionais que borbulham no ciberespaço e têm como linguagem a fotografia. Para isso, apresenta-se o Instagram por sua história, interface, funções e relações com a comunicação e com a cultura, assim como o perfil do usuário-interator.

Como estudar os fenômenos da cultura digital, que transformam-se no momento em que são estudados? Será que o objeto de estudo ainda existirá ao final da pesquisa? Um terreno movediço, estudar interações em mídias sociais que, como modismos, alteram-se as tops do momento. O alento é que não estudamos tecnologias, mas os fenômenos comunicacionais mediados por mídias sociais, a mídia é vista apenas como uma intermediária (PRIMO, 2013, p. 7-8).

Como alerta o autor da citação acima, o Instagram é um intermediário para discutir a fotografia contemporânea alocada em mídias sociais, assim como o contexto comunicacional. É possível que, ao final desta pesquisa, mediante as atualizações e inovações tecnológicas, outras especificidades sejam incorporadas ao aplicativo; porém, justifica-se o estudo pelo caráter emergente e instigante dos fenômenos da cultura digital.

2.1 Notas sobre comunicação e cultura

Inicia-se a reflexão desta pesquisa, que lança o olhar para a fotografia, por intermédio da tecnologia, sob a ótica da comunicação e cultura. De acordo com Jenkins (2009), a comunicação transforma-se com a introdução de novas tecnologias e se atualiza mediante as inovações. A fotografia, como mídia e forma de comunicação (KOSSOY, 2003), segue na mesma vertente e se transforma e adapta mediante os avanços tecnológicos. Partindo desse pressuposto, observa-se o Instagram para verificar as potencialidades que esta tecnologia emergente traz ao fazer fotográfico.

Sistemas de distribuição são apenas e simplesmente tecnologias; meios de comunicação são também sistemas culturais. Tecnologias de distribuição vêm e vão o tempo todo, mas os meios de comunicação persistem como camadas dentro de um estrato de entretenimento e informação cada vez mais complicado. [...] cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. [...] os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias (JENKINS, 2009, p. 41-42).

Ao refletir sobre a citação acima, compreende-se a fotografia como mídia. Logo, a interação com novas tecnologias propicia constante adaptação aos novos recursos disponíveis que podem incorporar inovações.

A cultura sob a qual se debruça é a digital. Investigá-la refere-se a olhar para as condições de possibilidade do surgimento do Instagram e o meio no qual se desenvolve. Apresentar a cultura digital precede de breve explanação sobre a possibilidade de existência: a rede mundial de computadores ou internet. Meio de comunicação que a partir da fusão da tecnologia analógica com a informática permite a comunicação por meio de um mesmo suporte: o computador.

Para Keen (2012), pode-se ver os valores dominantes da sociedade quando se olha para a internet, pois estão representados nos ambientes digitais. A internet, para o autor, é como um cérebro digital que conecta produtos, serviços, pessoas,

transmite conteúdos e gostos pessoais. Na forma 3.0, é a internet das pessoas, que compartilham informações privadas, constroem e fortalecem coletivamente o conteúdo midiático. O espaço de existência do Instagram é a *Web 3.0*, que tem como pressupostos a interação e participação em um trabalho coletivo e cooperativo (PRIMO, 2013).

A internet da pessoas, a terceira grande onda de inovação tecnológica, tão profunda quanto a invenção do computador pessoal e da própria *word wide web*. A infraestrutura comercial da internet, sua arquitetura central, passa por uma grande reforma social – de modo que toda plataforma tecnológica e todo serviço passam de um modelo de *web 2.0* para um modelo *web 3.0*; Browsers de internet, mecanismos de busca, e serviços de e-mail. – a trindade de tecnologias que moldam nosso uso diário de rede – estão se tornando sociais (KEEN, 2012, p. 46).

Cibercultura, cultura digital, ciberespaço, tecnologia são palavras-chave que estarão presentes no desenrolar deste trabalho. Mediante isso, suas conceituações fazem-se necessárias. Cultura digital atua como configuração material, simbólica e imaginária da vida humana a partir de valores construídos por meio de tecnologias, redes digitais e internet em renovação permanente. Os computadores funcionam como estações de comunicação com a formação de cultura de rede ou cibercultura, ou ainda, cultura digital. O novo meio ou rede de comunicação que se solidifica na internet é denominado ciberespaço e Levy o define abaixo:

O ciberespaço (que também chamarei de rede) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que alimentam que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (matérias e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LEVY, 1999, p. 17).

Na cultura digital, Lemos (2002b) reconhece dois modelos de comunicação: (um para todos) e (todos-todos). Progressivamente, o modelo de comunicação e mídia de massa (um para todos) foi dando lugar ao modelo (todos-todos).

O que chamamos de novas tecnologias de comunicação e informação surge a partir de 1975, com a fusão das telecomunicações analógicas com a informática, possibilitando a veiculação por um mesmo suporte: o computador, de diversas formatações de mensagens. Esta revolução digital implica, progressivamente, a passagem do *mass media* (cujos símbolos são a tv, o rádio, a imprensa, o cinema) para formas individualizadas de produção, difusão e estoque de informações. Aqui a circulação das informações não obedece à hierarquia da árvore (um-todos), e sim à multiplicidade do rizoma (todos-todos) (LEMOS, 2002b, p. 73).

No primeiro modelo, as corporações midiáticas, como emissoras de televisão, rádio, jornais, detinham o monopólio da comunicação e enviavam conteúdo aos receptores – o modelo de comunicação de massa. Em todos-todos, a produção de conteúdo e informações é individualizada, em tempo real e em escala global. As novas mídias digitais promovem que a comunicação, produção e difusão dos conteúdos midiáticos estejam disponíveis ao domínio do público, ou seja, o acesso a produção midiática está disponível, e não mais em monopólios. Por meio de sites como *YouTube*, *Facebook* e *Instagram*, o usuário-interator comunica-se e pode gerar conteúdo. Quanto mais o modelo de comunicação é “todos-todos”, o usuário-interator ganha voz e visibilidade midiática. A mídia massiva parece não ter a mesma força de imposição de conteúdos; ao contrário, busca na internet fontes para pautas.

2.1.1 O usuário-interator

Os sujeitos inseridos na cultura digital devem ser compreendidos em várias instâncias do ser/estar. Canclini (2008) os define como além de leitores: espectadores e internautas. Garcia (2013a) e Lemos (2002b) os nomeiam como usuários-interatores e Jenkins (2009) os chama de participativos. Cada pensador, à sua maneira, comunga da mesma sensação: o usuário-interator da cultura digital tende a ser ativo e demonstra o desejo em contribuir para a cultura com seu repertório.

Para tanto, este sujeito, nesta pesquisa denominado como usuário-interator exerce múltiplas funções, em que coopera e participa com os papéis de emissor e receptor fundidos (GARCIA, 2011; LEMOS, 2002b). Ao mesmo tempo em que emite informações midiáticas, as recebe. Não apenas leitor, ou espectador, mas internauta (CANCLINI, 2008). Ser usuário-interator na internet é utilizar as potencialidades da rede como desejar, e, para tanto, tomar decisões disponíveis ao clique ou toque. Passear pelo ciberespaço como turista em busca de diversão – uma liberdade não oferecida pelos meios de comunicação de massa, que oferecem opções, porém restritas aos conteúdos disponíveis no momento.

Nesta pesquisa, o usuário-interator compõe-se pelos membros ativos do Instagram. As mulheres são a maioria, representam 55% dos usuários-interatores; e 90% têm menos de 35 anos. Segundo pesquisa sobre os hábitos do internauta brasileiros realizado em 2013 pela E. Life⁵:

- As classes sociais que mais utilizam o Instagram são A e B, com 48,5% e 46,6% de penetração, respectivamente;
- Jovens de 12 a 34 anos correspondem a 77% dos usuários-interatores;
- O crescimento do Instagram em 2013 foi de 22,7%, o maior das principais mídias sociais;
- Divulgar e acompanhar fotos dos amigos é o principal motivo de utilização.

Os dados confirmam as tendências apontadas por Baitello Junior (2012) sobre adolescentes e jovens representarem o maior público utilizador nas mídias sociais, em consequência da adaptação ao uso das tecnologias. Contudo, a utilização restringe-se aos portadores de celulares, modelo *smartphone*, com acesso à internet, fator econômico restritivo e que pode refletir sobre as classes A e B serem as maiores utilizadoras. O percentual de penetração na classe C é 30% e, mesmo que inferior às outras classes, pode ser considerado como alta penetração de mercado.

Baitello Junior (2012) alerta para a tela-dependência e faz analogia ao vício por telas e imagens, objeto que exerce fascínio para o usuário-interator. As telas são

⁵ (E LIFE, 2014). Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/Elife2009/estudo-habitos-do-internauta-brasileiro-elif-2013>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

como janelas: recortam o tempo e espaço, apresentam experiências e vivências, porém não as são em si. São suportes de imagens. “Portanto, é o desejo por telas, um desejo por imagens e por superfícies que exigem imagens. Tal *display* parece exercer um fascínio sobre os usuários” (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 83).

Para TÜRCKE (2010), o usuário-interator, munido de celular e conexão à internet, tonar-se o transmissor de “si mesmo”, expõe publicamente a intimidade, subjetividade e imagens. Com efeito, **ser** passa à esfera do **ser percebido**, pois quem não é notado, curtido e compartilhado **não é**. Como na citação abaixo, assinala-se a vontade de emissão como compulsão, ou seja, o indivíduo sente a necessidade de estar conectado para sentir-se bem e ser “alguém”.

Hoje, uma compulsão a emitir tão intangível quanto crescente, soma-se a suas condições de existência. Se a globalização microeletrônica possui uma marca, é esta. [...] Não emitir é equivalente a não ser – não apenas sentir *horror vacui* da ociosidade, mas ser tomado da sensação de simplesmente não existir [...] Quando a linguagem dos jovens se refere a alguém dormindo até tarde e ainda sonhando como “ainda não conectado”, ela expressa bem mais do que se imagina, a saber, a lei básica de uma nova ontologia: quem não transmite não está “aí”. Não irradia nada. [...] No entanto, a tecnologia vai tão fundo no indivíduo que cada um não pode senão metamorfosear-se em um transmissor de si próprio. [...] Quem não emite não é. Ou seja, ele pode estar tão vivo quanto possível, ter os melhores parâmetros sanguíneos e o melhor caráter; midiaticamente está morto, é irradiada por sua vez, como se representasse a vida plena, embora seja feita através de pixels mortos (TÜRCKE, 2010, p. 45-46-57).

As mídias sociais tornam-se o principal palco do espetáculo contemporâneo dos usuários-interatores. “Nossa vida, nossos relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais de mídia. Ser amante, mãe ou professor ocorre em plataformas múltiplas” (JENKINS, 2009, p. 45). Delineia-se a convergência midiática, quando pessoas comuns protagonizam as mídias com os cotidianos privados, do cotidiano. As subjetividades ganham visibilidade e permanecem nesse estado (TÜRCKE 2010; KEEN, 2012; JENKINS, 2009; GARCIA, 2013a).

Expor informações pessoais, emoções, afetos, fotografias, vídeos e opiniões por meio de ferramentas tecnológicas está na pauta das práticas contemporâneas.

Souza (2014)⁶ indica que o indivíduo transforma-se em mídia geradora de conteúdos em várias esferas (pessoal, profissional), com atuação multidimensional no ambiente da cultura digital. O cotidiano fornece os conteúdos, e a exposição da vida faz parte do sistema midiático. Lemos (2002a) atenta que esta espetacularização declina-se ao simples e cotidiano. A vida trivial do usuário-interator:

A vida comum transforma-se em algo espetacular, compartilhada por milhões de olhos potenciais. E não se trata de nenhum evento emocionante. Não há histórias, aventuras, enredos complexos ou desfechos maravilhosos. Na realidade, nada acontece, a não ser a vida banal, elevada ao estado de arte pura. A vida privada, revelada pelas *webcams* e diários pessoais, é transformada em um espetáculo para olhos curiosos, e este espetáculo é a vida vivida na sua banalidade radical. A máxima é: “Minha vida é como a sua, logo tranquilize-se, estamos todos na banalidade do cotidiano” (LEMOS, 2002a, p. 12).

Esse cenário não representa a totalidade dos indivíduos. Alguns, por questões pessoais, econômicas, políticas ou culturais, optam por não participar dessas dinâmicas de exposição. Contudo, tais práticas instauram-se como tendências emergentes contemporâneas atreladas em maior parte a adolescentes e jovens adultos habituados às tecnologias.

2.2 O aplicativo Instagram

A fotografia, para Keen (2012), em meio a tecnologia é a mídia do século XX, mais drasticamente socializada, sobretudo após a *Web 3.0*. O autor pontua que milhões de dólares são investidos para podermos compartilhar fotografias por meio de mídias sociais.

⁶ SOUZA, Marco. **Cultura visual e espaço midiático**. Sorocaba: Universidade de Sorocaba, 2014. (Comunicação oral no evento Human Connection).

O aplicativo de fotografia social Instagram atingiu 2 milhões de usuários em apenas quatro meses desde seu lançamento no fim de 2010 – tornando sua fenomenal taxa de crescimento três vezes mais acelerada que a da Foursquare e seis vezes mais viral que o Twitter (KEEN, 2012, p. 40).

Keen (2012) observa o Instagram como fenômeno de crescimento nas mídias sociais. Isso implica na ascensão da fotografia e tendência do fortalecimento da imagem como mídia para comunicação e interação nas mídias sociais. Para Recuero (2009), mídias sociais são o conjunto de dois elementos: os atores, ou seja, o usuário-interator, e as conexões. Os usuários-interatores atuam por meio das interações e construção de laços sociais; por sua vez, as conexões, os laços sociais formados pelas interações dos atores, que agem como espaços de interações, lugares de fala para expressar a individualidade.”

O Instagram pode ser definido como mídia social para compartilhamento de fotografias. Sua proposta, descrita em sua página inicial, é: “Uma forma atraente para compartilhar o seu mundo. É rápido, grátis e divertido”.

O nome é originário da fusão de *Insta* – ideia de instante, instantâneo – e *gram* – telegrama. Nas proposições básicas do nome escolhido e na frase inicial ao entrar, estão escritos o posicionamento e a missão do aplicativo. Compartilhar o mundo, remete ao íntimo, pessoal e cotidiano e não deve ser mantido restrito, mas externado. Rápido e grátis, sugere simplicidade e consumo, isso implica que o ato de fotografar e compartilhar imagens do cotidiano pode ser simples.

Instante e telegrama complementam o posicionamento. Os conteúdos veiculados remetem ao presente, ao instante da fotografia que rapidamente pode ser consumida ao ser entregue como telegrama. A lógica é do imediatismo.

Compartilhar o mundo sugere à vida comum e, para Bretas (2006), essa vida está no cotidiano, permeado por rotinas, refeições, trabalho, trânsito, amigos, filhos, animais. Por meio dele, os indivíduos constroem as relações no mundo e os laços sociais. O tempo do cotidiano é o presente, efêmero e deslizando, situado em um presente não absoluto, mas que se renova com outro presente a cada dia.

Cada dia, um novo presente e instante e, portanto, uma nova fotografia. Garcia (2013b), ao apontar os enunciados contemporâneos baseados na cultura digital, discorre sobre a condição inacabada, deslizante, efêmera e fugaz. Nesse sentido, a fotografia no Instagram, ao se relacionar ao tempo presente, o cotidiano e o instante, reflete os enunciados contemporâneos e, em consequência, a sociedade na qual se insere.

Figura 02 – Logotipo do Instagram.



Fonte: BLOG DO INSTAGRAM.⁷

O logotipo, em olhar simples, faz referência à identidade visual da câmera *Polaroid*, que traz, na gênese, a ideia do instantâneo fotográfico e da rápida visualização da imagem. O Instagram, assim, promove uma atualização das ideias que começaram a se consolidar como cultura com a *Polaroid*.

Duas objetivas fotográficas são observadas no logotipo: uma que remete às câmeras digitais (grande ao centro) e a outra (menor, no canto superior direito), a câmeras acopladas em celulares. Pode-se averiguar a presença de ambas como junção de dispositivos tecnológicos para o compartilhamento de fotografias. Múltiplos universos fotográficos são bem-vindos ao aplicativo sem distinções da origem da imagem, desde que seja compartilhada. As imagens no aplicativo podem ser capturadas, diretamente, pela interface do Instagram, por meio da câmera do

⁷ BLOG DO INSTAGRAM. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/>>. Acesso em: 31 out. 2014.

celular ou, ainda, importadas das galerias de imagens do dispositivo (neste caso podem ter sido geradas por câmeras fotográficas).

A tipografia da palavra Instagram, escrita com letras cursivas (que parece ser feito à mão) denota a personalidade do conteúdo veiculado, que, mesmo sendo produto da máquina, tem a intervenção pessoal de um sujeito.

O uso do aplicativo é idealizado pelos fundadores para funcionar apenas por meio de dispositivos móveis (aparelhos celulares ou tablets digitais). Esclarece-se que não é qualquer celular que pode acessar o Instagram; apenas os modelos *smartphone*. Esse modelo de celular, segundo Siqueira (2013), possui funcionalidades avançadas ao permitir que os usuários-interatores instalem programas adicionais com diversas opções de entretenimento e utilização. A interação com o aparelho ocorre por intermédio de uma tela sensível ao toque, como observa-se na figura abaixo. Ao ser tocada pelos dedos, ocorre a interação com a interface do dispositivo e o acesso a suas múltiplas funções.

No Instagram, a principal forma de comunicação e interação é pela imagem fotográfica. É possível compartilhar pequenos vídeos de até 15 segundos, muito embora, para esta pesquisa, o foco de discussão são as imagens fotográficas, nos processos de captação, edição e compartilhamento. Para Garcia (2013a), o usuário-interator se adapta à tecnologia, para, por meio dela, compartilhar seus textos, imagens e sons e, assim, contribui para atualizar e inovar os discursos pelas apropriações, consumo e relações sociais que se atualizam constantemente na hipermídia.

Com perfil na mídia social, criado a partir de uma conta com inserção de dados pessoais, como nome de usuário-interator, foto de perfil e pequena biografia, pode-se iniciar as interações e compartilhamentos de conteúdo. O perfil no Instagram é público, ou seja, pode ser visualizado por quem não tem uma conta, mas oferece a possibilidade de bloqueio do conteúdo, para que este seja visualizado apenas por amigos. As conexões entre participantes são unilaterais. Pode-se seguir artistas, celebridades, marcas e personagens, sem ter uma relação pessoal, ou seja, um contato mais direto.

É comum que algumas contas, como as de celebridades, tenham muitos seguidores. Isso porque podem ser modelos de referência e comportamento devido a fama e popularidade, ou ainda, instigar a curiosidade sobre fatos da vida privada. Segundo ranking⁸ divulgado pelo Instagram em 2014, os 10 brasileiros com mais seguidores são: Neymar, Wellington Campos, David Luiz, Bruna Marquezine, Dani Alves, Adriana Lima, Gisele Bündchen, Kaká, Thiago Silva e Anitta. Com exceção de Wellington Campos, os demais são celebridades. O mesmo ranking divulgou as marcas com mais seguidores no mundo, que são: Nike; Starbucks; Adidas; Topshop; Gucci; NBA; Go Pro; Vans; Prada; Dior; Zara; Louis Vitton; BMW; H&M; Jordan; Burberry; Forever 21; Vogue Magazine.

As empresas utilizam o Instagram como forma de gerar interação com consumidores e, até mesmo, para realizar vendas. É possível ainda a compra de conteúdos patrocinados, que ganham mais visibilidade junto ao público, uma forma de propaganda. A utilização do Instagram como uma ferramenta de Marketing é uma tendência mediante ao crescimento acelerado do aplicativo em relação a outras mídias digitais, assim como bons resultados de interações e entrega de conteúdo. Esta pesquisa não abarca a discussão sobre as potencialidades comerciais do Instagram, mas ressalta a amplitude de tal discussão.

Até o final de 2014, o Instagram tinha mais de 300 milhões de usuários ativos, postando 70 milhões de fotos diariamente, em total crescente de 30 bilhões de fotos já postadas na rede em seus 4 anos de vida on-line. Compartilhando os momentos reais, o Instagram comemora em seu Blog esse resultado⁹.

⁸ DIÁRIO DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.diariosp.com.br/mobile/noticia/detalhe/75550/ibirapuera-e-estadios-lideram-ranking-do-instagram>>. Acesso em: 03 dez. 2014.

⁹ BLOG DO INSTAGRAM. 300 milhões de membros. Disponível em: <http://blog.instagram.com/post/104847837897/141210_300million>. Acesso em: 10 dez. 2014.

2.2.1 História, atualização e inovação

O Instagram foi criado pelo americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger em 6 de outubro de 2010 com a intenção de ser um aplicativo simples e divertido para comunicação por meio de imagens. A primeira foto postada foi de um de seus fundadores, o brasileiro Michel Krieger, em 16 de julho de 2010, antes do lançamento oficial. A foto é uma cena cotidiana que mostra um cachorro encontrado em uma barraca de tacos na Califórnia. Esse primeiro teste fornece indícios para o conteúdo a ser veiculado no aplicativo.

Na figura 03, observa-se abaixo que além do cachorro retratado, o pé do Michel aparece na imagem. Além de uma cena simples do cotidiano, a primeira fotografia veiculada no Instagram pode ser classificada como selfie. Cotidiano e selfie são categorias que aparecem com frequência nas imagens compartilhadas pelos usuários-interatores.

Figura 03 – Primeira imagem postada no Instagram.



Fonte: G1.

A seguir, no quadro 04, em linha cronológica, agrupam-se os principais fatos históricos do aplicativo relacionados a conquistas e inovações tecnológicas até dezembro de 2014.

Quadro 04: A história do Instagram.

Linha do tempo da história do Instagram	
2010	
Mês	Acontecimento
Julho	A primeira fotografia é compartilhada
Outubro	Lançamento oficial
Dezembro	Atinge 1 milhão de membros
2011	
Agosto	150 milhões de fotos são compartilhadas
Setembro	Versão 2.0 e inclusão de 4 novos filtros
	10 milhões de membros
Dezembro	Apple nomeia Instagram como aplicativo do ano
2012	
Fevereiro	Versão 2.1, novo filtro, controle de luz e melhora a aparência
Abril	Liberado para os dispositivos Android
	Comprado em transação bilionária pelo Facebook
Agosto	Introdução da Geolocalização
Setembro	Novo design para o aplicativo
Novembro	Lançamento da página na internet para visualização
Dezembro	Versão 3.2 com novo filtro e câmera atualizada
	Versão 3.4.1 em 25 idiomas e um novo filtro
2013	
Fevereiro	Inclusão da linha do tempo na versão para internet
	Crescimento para 100 milhões de membros ativos
Junho	Vídeos de 15 segundos são introduzidos
Setembro	150 milhões de membros
	Versão para iOS 7
Outubro	Fotos e vídeos patrocinados são liberados
Dezembro	Ferramenta para conversa ou envio de fotos privadas
2014	
Março	Versão Android 5.1, mais rápido e elegante
Junho	Novas ferramentas de edição para fotografias
Agosto	Introdução do Hyperlapse iOS para os vídeos
Novembro	Edição de legendas
Dezembro	300 milhões de membros ativos
	5 novos filtros adicionados

Fonte: Autoria própria.

Dados disponíveis em: <<http://instagram.com/press/>>. Acesso em: 21 dez. 2014.

Nota: Quadro elaborado com as informações disponíveis no site do Instagram

Observam-se, no quadro acima, os principais acontecimentos na história do Instagram. O crescimento do número de membros é acelerado e inovações tecnológicas são introduzidas com frequência. Em abril de 2012, foi comprado em

uma transação bilionária pelo Facebook, a mídia social de maior relevância e com o maior número de usuários-interatores atualmente. Essa transação pode ser considerada positiva, pois, além do aporte financeiro, o incremento em popularidade reflete em crescimento e possibilidades de inovações tecnológicas. Hoje, na versão 5.1, já passou por diversas atualizações e inserção de ferramentas para acompanhar a demanda dos usuários-interatores, diferenciando-se de seu formato original.

Sob as bases de atualização e inovação, a história do Instagram se desenrola. Desde a fundação, o aplicativo constantemente atualiza os recursos tecnológicos oferecidos aos usuários-interatores, assim como as formas e modismos fotográficos criados pelos membros. A atualização e a inovação constantes permitem a não obsolescência.

Para Garcia (2013a), a sensação de ser/estar no contemporâneo passa pela experimentação da inconstância. Em várias instâncias do viver – no cotidiano, nas leis, nos estudos, trabalho, religião e até nas relações interpessoais. Atualizar e inovar são expectativas poéticas do contemporâneo. Inovar significa criar, ou ainda, recriar, reinventar. Já atualizar, é alcançar patamar além do criar e incorporar mudanças, relaciona-se às práticas cotidianas, que cria novas possibilidades interligadas ao campo das ideias.

Novos aplicativos para celulares relacionados à fotografia surgem com rapidez ao mercado ávido por novidades, com novas possibilidades tecnológicas. Atualizar e inovar podem ser estratégias para uma empresa manter-se ativa na sociedade. Nota-se que as práticas culturais reinscrevem-se com velocidade. Fotografa-se de uma maneira no presente, mas de outra no passado, tal como o aparelho celular mais conceituado do momento tende a se tornar obsoleto em breve.

Atualizar e inovar são como uma missão, e ambas entrecruzam-se e se promovem mutuamente. A tecnologia propicia a atualização das práticas, assim como as práticas requerem novas tecnologias. Ambas alimentam-se em um ciclo interminável em consonância com o futuro.

O presente, assim como o tempo, está em movimento e progressão, e a Comunicação, a Cultura e as práticas sociais acompanham o ritmo acelerado das novas condições. Não há esgotamento no sentido de que o norte está no tempo futuro. Esperam-se novidades e atualizações sem nenhum desfecho.

2.3 Interfaces e funções

Interfaces são aparatos materiais que permitem a interação entre universos, a informação digital e o mundo exterior (LEVY, 1999). Nos aplicativos que funcionam em dispositivos móveis, as interfaces estão nas telas disponíveis ao toque do dedo. Essa é a forma de interação com o dispositivo. No Instagram, a interface foi desenhada exclusivamente para o uso em *smartphones*, ainda que possua navegador desktop para visualização e interação do conteúdo.

A navegação pelas funcionalidades do aplicativo é simples e guiada por ícones acessados por meio do toque na tela dos dispositivos. Na figura abaixo, observam-se os principais menus de acesso ao Instagram. Por eles, as funcionalidades são acessadas, como fotografar, editar o perfil e interagir.

Figura 04 - Menu de navegação.



Fonte: Captura de tela do Instagram pelo celular desta pesquisadora.

O ícone casa é o primeiro no menu do Instagram. Ao clicar, visualiza-se a linha do tempo, com as fotos, vídeos, comentários e curtidas dos usuários que são seguidos. Além de visualizar o conteúdo, é possível curtir e adicionar comentários às fotografias, denunciar conteúdo impróprio ou compartilhar imagens. Para demonstrar que determinada imagem agradou, é necessário tocar duas vezes rápidas e seguidas em uma fotografia. Surge a imagem de um pequeno coração ao centro, o

qual indica que a curtida do usuário-interator foi registrada. No canto superior direito, na guia casa, encontra-se o ícone para enviar fotografias privadas a outros usuários: o *direct*.

A linha do tempo está em constante atualização, na medida em que novas fotografias são inseridas pelo usuário-interator. Não há esgotamento de conteúdo, tampouco a visualização completa da linha tempo é possível. As fotografias dos amigos virtuais surgem conforme são inseridas. A navegação é feita ao deslizar a tela pelo toque. Pode-se visualizar quantas imagens se desejar, sem limite de tempo ou amigos. Porém, ver imagens com tamanha rapidez, talvez, reverbere em uma invisibilidade pelo excesso (BAITELLO JUNIOR, 2014).

No menu bússola abre-se a guia *Explorar*. As fotografias mais populares no momento aparecem na tela ou usuários sugeridos pelo Instagram, que o aplicativo considera como membros interessantes. Não se sabe ao certo quais são os critérios para uma fotografia ser exibida nesse seletor espaço. Ainda nessa página está o ícone para buscas que são feitas tendo como parâmetros: fotos, usuários, *hashtags* ou locais.

Hashtags ou *tags* são palavras-chaves precedidas do símbolo # (jogo da velha), que colaboram para a interação, ao associar a informação de cada postagem a um tema e promover organização dos conteúdos.

As *hashtags* adicionadas a uma foto constroem uma espécie de álbum de fotografias colaborativo. Etiquetam os assuntos da imagem, facilitando buscas, promovendo organização e interações. Os usuários costumam adotar tags comuns como #instadog, #instagirl, #instalove. As tags acompanhadas da palavra “insta” remetem ao do universo do Instagram

Por elas, observa-se as discussões na rede. Como recurso tecnológico, promovem visibilidade aos conteúdos, facilitando o consumo. Como se, por essas palavras, fosse possível estar em um lugar ao alto a observar as reações dos usuários-interatores das mídias sociais sobre os assuntos.

Os usuários das mídias sociais aderiram ao uso das *hashtags*, que rapidamente ocuparam o Facebook e o Instagram. Além das mídias, a comunicação

por tags invadiu o cotidiano, tornando-se código. Campanhas publicitárias, novelas, programas de TV, emissoras, slogans, embalagens e até mesmo sinalizações de trânsito aderiram a essa forma de comunicação rápida, objetiva e clara.

As 20 *hashtags* mais postadas no Instagram remetem a fatos do cotidiano: #love, a campeã exibe imagens de amor, casais e coisas que evocam bons sentimentos com imagens diversas; #instagood abrange fotos que são motivo de orgulho e acompanham muitas fotos diversas; #me e #selfie são usadas para autorretratos; #tbt remete ao passado (nas quintas-feiras tem-se o costume de postar fotos antigas na rede, devidamente assinaladas); #follow, #followme e #tagsforlike e #like angariam seguidores e curtidas; #cute para coisas fofas; #photooftheday, #picoftheday, #instadaily assinalam fotos do cotidiano; #happy, #fun #smile demonstram sentimentos; #girls também mostram retratos. O ranking, com o número de imagens pode ser observado na figura abaixo:

Figura 05 - As 20 *hashtags* mais postadas.

1.	#love	615,816,942 posts
2.	#instagood	281,139,528 posts
3.	#me	266,041,041 posts
4.	#tbt	236,786,266 posts
5.	#follow	231,830,165 posts
6.	#cute	229,175,374 posts
7.	#photooftheday	212,564,392 posts
8.	#followme	210,498,543 posts
9.	#tagsforlikes	195,569,979 posts
10.	#like	193,577,034 posts
11.	#happy	192,108,178 posts
12.	#beautiful	186,788,609 posts
13.	#girl	181,636,021 posts
14.	#picoftheday	156,244,566 posts
15.	#selfie	149,994,399 posts
16.	#summer	146,384,197 posts
17.	#fun	143,590,958 posts
18.	#smile	139,871,631 posts
19.	#instadaily	139,550,985 posts
20.	#friends	138,137,499 posts

Fonte: WEBSTA. Disponível em: <<http://websta.me/hot>>. Acesso em: 16 jun. 2014

Nem todas as *hashtags* são liberadas para buscas. As que fazem alusão a pornografia, pedofilia ou anorexia são bloqueadas pelo mecanismo do sistema, uma vez que se tratam de temas polêmicos. Ao procurar pela hashtag *#anorexia*, por exemplo, o usuário-interator é advertido sobre o conteúdo e direcionado a uma página de informações e apoio sobre distúrbios alimentares. Somente após concordar em exibir o conteúdo, ele aparece. Já as vinculadas a pornografia ou pedofilia não geram resultados de buscas, pois estão vinculadas a atos criminosos e poderiam gerar censuras ou infortúnios legais para o Instagram e seus usuários.

O terceiro ícone na barra de ferramentas do Instagram é a câmera. As fotografias compartilhadas podem ser capturadas diretamente pelo aplicativo ou adicionadas da galeria do celular para edição. Se as imagens não estiverem no formato padrão do Instagram, o quadrado, são cortadas. Caso opte por fotografar no aplicativo, é possível escolher se a foto será com a câmera dianteira ou traseira do celular. A foto é gerada no formato quadrado. É possível exibição de linhas norteadoras para orientar os enquadramentos, adicionar ou remover o *flash* embutido.

Após a captura da imagem, abre-se a janela de edição, para adicionar filtros e intervenções. Depois, abre-se a página de compartilhamento. Pode-se inserir legendas ou *hashtags*, adicionar a geolocalização da imagem, marcar pessoas e compartilhar. O compartilhamento da imagem pode ser aos seguidores – no Instagram ou em outras mídias sociais que se convergem – ou ainda na aba *Direct*, em que o compartilhamento é feito apenas a usuários-interatores selecionados, de forma privada, sem que a imagem seja exibida na linha do tempo. Visualiza-se a tela de compartilhamento na figura abaixo.

Figura 06 - Tela de postagem e compartilhamento.



Fonte: Captura do tela do Instagram no celular desta pesquisadora.

A convergência do Instagram com outras mídias digitais ocorre quando o conteúdo é compartilhado simultaneamente no Facebook, no Twitter, no Flickr, no Tumblr ou no Foursquare. Jenkins (2009) discorre a respeito da convergência midiática, pela qual o mesmo conteúdo fluiria por diversos canais de mídia, com os meios de comunicação integrados. As tecnologias emergentes facilitam a fluidez do mesmo conteúdo por vários canais de mídia, com o conteúdo adaptado a cada usuário-interator. Observa-se a integração dos meios de comunicação com dispositivos tecnológicos que proporcionam a troca de informações audiovisuais.

No ícone balão de coração visualizam-se as interações, chamadas novidades. É dividido em duas partes. Em “Você”, o usuário-interator pode ver as imagens curtidas, os comentários, as pessoas que o seguem e seus amigos de outras mídias sociais incorporadas à sua conta que entraram no Instagram. Na aba “Seguindo”, visualizam-se interações dos amigos, ou seja, comentários ou curtidas que outros usuários-interatores fizeram, as fotos que adicionaram, quem estão seguindo.

A partir das novas mídias comunicacionais, outras formas de interação emergem. São mediadas por aparatos tecnológicos em que os usuários-interatores

estão separados pelo espaço em tempo simultâneo ou não. Assim, Thompson (2008) alerta para uma nova forma de visibilidade, mediada, com diversas interferências tecnológicas, culturais e interações provenientes da forma de uso dos aparatos técnicos.

No contexto hipermidiático, os usuários-interatores são participativos e contribuem com suas vivências e repertório. As interações delineiam os processos comunicacionais entre os usuários-interatores. O modelo de comunicação assinalado por Lemos (2002b), de todos para todos, representa as interações no ciberespaço e conseqüentemente no Instagram. Qualquer usuário-interator pode ser produtor e consumidor dos conteúdos hipermidiáticos, ou seja, atua como participante.

O último ícone na tela é o perfil em que estão as informações sobre o usuário-interator: fotos, número de seguidores e usuários seguidos, foto do perfil, nome de usuário e uma minibiografia. A edição desses dados, também, é feita nessa página. O número total de fotografias da conta e de visualização do álbum é feita nessa aba. Ainda há espaço para edição geral de dados da conta, vinculação com outras mídias sociais e acesso ao suporte, central de ajuda e denúncia de problemas. As informações sobre o aplicativo, política de privacidade, termos de serviço, detalhes técnicos e o blog são outras opções do mesmo ícone que pode ser visualizado na figura abaixo, com dados sobre o perfil do usuário Instagram.

Figura 07 - Perfil do usuário-interator.



Fonte: Captura de tela do Instagram pelo celular desta pesquisadora.

As funções são de fácil acesso e simples. Utilizar o Instagram não impõe dificuldades. A plataforma é aberta e gratuita e qualquer um pode ter uma conta, desde que possua *smartphone* e interesse em compartilhar fotografias.

2.3.1 Geolocalização

A geolocalização é uma funcionalidade que permite a criação de um mapa de fotos, ao vincular as imagens a locais geográficos em que o usuário-interator esteve. Essa função é opcional, ou seja, pode-se postar conteúdo desvinculado a uma localização e manter o sigilo. Na figura abaixo, observa-se o mapa de fotos do usuário Instagram. As imagens observadas com numerações acima referem-se aos locais marcados geograficamente que são distribuídos pelo mapa.

O usuário-interator pode criar um mural dos lugares que conheceu. A veracidade do mapa é garantida, ao Instagram verificar o local marcado através dos

recursos de localização do celular (na abertura da conta o usuário-interator autoriza o Instagram a ter acesso a tais dados), isto é, mesmo que se informe que a localização de uma imagem é na Europa e o usuário-interator estiver presente na América, a foto aparecerá na América. Esse recurso deve ser utilizado com cuidado, atenta-se para o Instagram ser uma plataforma aberta, ou seja, se o usuário possuir perfil público, pode ser visualizado por qualquer um na internet. Fotografias atuam como vestígios da presença no tempo e espaço; assim, usuários mal intencionados podem ter a informação exata da localização do usuário-interator.

Figura 08 – Mapa de fotos do usuário Instagram.



Fonte: Captura de tela do Instagram pelo celular por esta pesquisadora.

No fim do 2014, o Instagram divulgou o ranking¹⁰ dos lugares mais marcados pela geolocalização no Brasil e no mundo. Em primeiro lugar, o Parque do Ibirapuera, em São Paulo, foi o local com mais fotografias, seguido por: Estádio do

¹⁰REVISTA EXAME. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/os-10-brasileiros-com-mais-seguidores-no-instagram/lista>>. Acesso em: 03 dez. 2014.

Maracanã, no Rio de Janeiro; Estádio Nacional Mané Garrincha, em Brasília; Arena Castelão, em Fortaleza; e Mineirão, em Minas Gerais. A presença dos estádios de futebol no ranking é proveniente da Copa do Mundo realizada no Brasil, em 2014, e, certamente, em outros anos não estarão na listagem. Avenida Paulista, GRU – Aeroporto Internacional de São Paulo, Lagoa Rodrigo de Freitas e as praias de Copacabana e de Ipanema, no Rio de Janeiro, ocupam as demais posições da listagem.

Nota-se a preponderância de locais turísticos como os mais marcados, o que pode sugerir que o usuário-interator tende a compartilhar as viagens que faz, impreterivelmente, as feitas para os Estados Unidos. A Disneylândia, seguida de: Dodger Stadium, de Los Angeles; Times Square, em Nova York; shopping center Siam Paragon, em Bangcoc; Gorky Park, em Moscou; Museu do Louvre, em Paris; a Praça Vermelha, também na capital russa; Madison Square Garden e o Yankee Stadium, ambos em Nova York; e o shopping center The Dubai Mall, foram os locais mais marcados no mundo.

Aquino (2014) considera que a fotografia e o turismo possuem relação estreita. Para a autora, desde que o turismo se instaura como prática, o turista relaciona-se com fotografias. Nomeia este sujeito como “turista-fotógrafo” e o define como indivíduo que registra as viagens através de imagens, como forma de validação da mesma. Ao retornar da viagem, o turista-fotógrafo mostra as fotografias que obteve e estas atuam como objetos de poder. Aquino, ainda salienta o papel da empresa Kodak como a propulsora da necessidade de fotografar viagens, utilizando-se de artifícios como a publicidade. O usuário-interator do Instagram, ao viajar e exercer o turismo, pode ser um turista fotógrafo, visto que, conforme informações do ranking acima, compartilha as imagens das viagens e referencia a localização pelo recurso de geolocalização.

Neste item expuseram-se as funcionalidades do Instagram relacionadas às teorias de contextualização desta dissertação, assim como o posicionamento referente à área de Comunicação e Cultura. Ao prosseguir com a investigação, debruça-se sobre a imagem fotográfica contemporânea e suas especificidades, visto que o Instagram, em visão simplista, é uma mídia social de fotografias e as utiliza como código comunicacional.



3.

A FOTOGRAFIA: DESDOBRAMENTOS E ATUALIZAÇÕES

As fotografias são tecidos, malhas de silêncios e ruídos. Precisam de nós para que sejam desdobrados seus segredos. As fotografias são memórias, histórias escritas nelas, sobre elas, de dentro delas, com elas. É por essa razão, ainda, que as fotografias se acumulam como tesouros, dentro de pastas, de caixinhas, de armários, que elas se escondem dentro de uma carteira. Elas são nossos pequenos refúgios, os envelopes que guardam nossos segredos. As pequenas peles, as películas, de nossa existência.

(Etienne Samain, 2012, p. 160)

Este item apresenta a discussão acerca da fotografia e seus desdobramentos. Ao estudar o Instagram inserido na sociedade contemporânea, é necessário refletir sobre o código utilizado como base da comunicação no aplicativo: a imagem fotográfica. Para tanto, posiciona-se a respeito da imagem e fotografia enquanto mídia em seu surgimento e atualização: fotografia analógica e digital e suas reverberações em relação ao cotidiano e à tecnologia.

3.1 Imagem

Imagens materializam-se desde os primórdios da humanidade. Enquanto objetos, são a presença e a permanência do passado ou imaginação do futuro. Desenhadas nas cavernas, pedras, papel, telas, computadores, atualizam-se em relação aos tempos nas formas de suporte e produção. Foram encontradas em diversos povos da antiguidade, como em tumbas egípcias, cerâmicas, cavernas, igrejas. As imagens podem ser compreendidas em dois momentos históricos: imagens tradicionais (pinturas em paredes, cavernas, túmulos, afrescos, quadros) e imagens técnicas, diferenciando-se das primeiras pela sua produção necessitar da intervenção de aparelhos (BAITELLO JUNIOR, 2014; FLUSSER, 2002).

As imagens, segundo Hans Belting (apud BAITELLO JUNIOR, 2012), podem ser compreendidas em duas categorias. A primeira, das imagens endógenas são as que estão introjetadas na mente humana, como os sonhos, devaneios, pensamentos, memória e imaginação, ligadas a corporeidade. A segunda categoria, as imagens exógenas, são as existentes fora do corpo humano, necessitando de aparato para se materializar, como pinturas, fotografias, publicidade. Nesta pesquisa, a discussão é referente às imagens exógenas, ou seja, averíguam-se as imagens midiáticas no Instagram, produzidas pelo usuário-interator com seu repertório e cultura.

Estamos todos refletidos de algum modo nas inúmeras e distintas imagens que nos rodeiam, uma vez que elas já são parte daquilo que somos: imagens que criamos e imagens que emolduramos, imagens que compomos fisicamente à mão, e imagens que se formam espontaneamente na imaginação; imagens de rostos, árvores, prédios, nuvens, paisagens, instrumentos, água, fogo, e imagens daquelas imagens – pintadas, esculpidas, encenadas, fotografadas, impressas, filmadas. Quer descubramos nessas imagens circundantes lembranças de uma beleza que, em outros tempos, foi nossa [...] somos essencialmente criaturas de imagens, de figuras (MANGUEL, 2001, p. 20-21).

Manguel, na citação acima, dialoga com Baitello Junior (2012) ao afirmar que as imagens são partes inerentes do ser humano, uma vez que se refletem *no*, rodeiam *o* e produzem-se *pelo* homem e habitam o interior do ser humano, em pensamentos, memórias, sonhos e visão.

Baitello Junior (2014¹¹) considera importante avaliar o ambiente em que as imagens se situam e o que tais imagens pretendem. Pontua três. O ambiente das imagens de culto, da arte e das imagens midiáticas. Vivencia-se o terceiro ambiente e, para o autor, este ambiente incorpora aspectos dos anteriores e produz sensação de transcendência. Ou seja, as imagens midiáticas têm a característica de transportar os indivíduos a outro lugar e requerer uma ação, que pode ser o consumo, a curtida e o compartilhamento. As imagens veiculadas pelos canais de mídia, como o Instagram, podem ser consideradas midiáticas. No aplicativo, ao olhar as fotografias disponíveis na linha do tempo, o usuário-interator pode “transportar-se” em pensamento ao cotidiano dos amigos, por meio da visualização do que fazem em tempo real. Esse ato pode reverberar em uma ação, que pode ser uma interação.

Baitello Junior (2014) considera esse ambiente imagético (midiático) excessivo, com a proliferação descontrolada de imagens e presença constante no cotidiano. Tal fenômeno, para o autor, faz emergir a invisibilidade, isto é, mediante tantas possibilidades de imagens para serem vistas, não são apreciadas e tornam-se invisíveis.

¹¹ BAITELLO JUNIOR, NORVAL. **A imagem e os ambientes de imagem**: o mito, o culto, a arte e a mídia. Londrina: Universidade Estadual de Londrina. (Comunicação oral em palestra proferida no Encontro de Comunicação e Imagem). 2014

Mas, com o dilúvio de telas, quadros, retângulos, imagens, janelas inflacionadas, entra em cena um fenômeno novo: por excesso de imagens, passamos a vê-las cada vez menos: nossos olhos ficam fatigados e deixam de percebê-las. Uma oftalgia generalizada começa a ocupar nossas vidas, uma doença dos olhos que nenhum oftalmologista pode diagnosticar. Sua fisiologia e sua anatomia estão perfeitas, mas os olhos deixam de enxergar o que veem, ou deixam de ver o que enxergam perfeitamente (BAITELLO JUNIOR, 2012, p. 56).

Como afirma Baitello Junior na citação acima, o dilúvio de telas, informações, imagens, torna os olhos fatigados, que, pelo excesso visual tendem a ver menos. Assim, as imagens tornam-se cada vez mais numerosas e apelativas para serem vistas. No Instagram, até o momento da elaboração desta dissertação mais de 30 bilhões de fotos estão disponíveis, segundo dados disponíveis no site da empresa <<http://instagram.com/press/>>, porém, por mais organizado que esteja este conteúdo, visualizar a totalidade destas imagens seria impraticável por um usuário-interator. As 30 bilhões de fotos tornam-se “invisíveis”.

3.2 O código fotografico

Das imagens disponíveis ao homem, a fotografia torna-se a mais incorporada ao cotidiano. Em ato solene, no ano de 1839, na França, é oficialmente apresentada ao mundo como invenção de Niépce-Daquere. O encontro de saberes distintos, a óptica com a química, proporcionou o registro da luz e apreensão de imagens do mundo salvas em daguerriótipos.

A máquina passa a ocupar-se da atividade, então, feita pelo homem: a pintura. Surge a máquina de representar, de ver, e inicia-se a produção em série de fotografias. “Cada sociedade necessita de uma imagem à sua semelhança” (FONTCUBERTA, 2012, p. 14), e a fotografia é a imagem da sociedade industrial. Ela se insere com o destino de satisfazer as necessidades de representação da sociedade que a viu nascer. O homem passa a não ser mais o criador de representações, mas operador da máquina (ROIULLÉ, 2009).

Como é sabido, todos os elementos que intervêm no processo fotoquímico da fotografia eram conhecidos com muita anterioridade a data de divulgação do daguerriótipo: Aristóteles menciona os princípios ópticos da câmera escura; os alquimistas árabes estavam familiarizados com as propriedades sensíveis dos haletos de prata. No entanto o que conhecemos usualmente como fotografia só se cristaliza no início do século XIX porque é justamente nesse momento em que a cultura tecnocientífica do positivismo requer um procedimento que certifique a observação empírica da natureza. A câmera aparece, portanto, ligada as noções de objetividade, verdade, identidade, cor, documento, arquivo, etc. A câmera será um instrumento a serviço da industrialização (FONTCUBERTA, 2012, p. 63).

Em diálogo com Roiullé (2009), Fontcuberta (2012) indica que a fotografia é a imagem dessa sociedade e materializou-se apenas em seu meio pelos processos e pensamentos que a sustentaram. Não foi por ela descoberta, seus preceitos já eram conhecidos por outras culturas, como afirma na citação acima, em que os processos químicos e óticos necessários à fotografia eram conhecidos havia muito tempo.

A fotografia foi a solução encontrada ao sistema de representação imagética que a sociedade necessitava, adequada a seu nível de desenvolvimento técnico e cultural. O valor documental atrelado à necessidade de registro fidedigno era requerido no início da história da fotografia (FONTCUBERTA, 2012).

A partir de processos óticos, químicos ou digitais, a fotografia captura através da luz as cenas do mundo e as transfere para um suporte. Salva fisicamente o que nunca mais ocorrerá no tempo. Para Soulages (2009), as fotografias são como vestígios que propiciam sonhar e nesse espaço da imaginação está a poética. Ao mostrar o passado, atuam como prova que ele não volta e, assim, a fotografia torna-se a propriedade de algo que permanece após a perda. A imagem permanece oferecendo-se como privilégio ao homem. Por meio de imagens, tem-se o conhecimento do modo de vida das culturas anteriores, a lembrança da infância, de rostos de familiares e eventos.

Por meio de fotografias pode-se conhecer o mundo e outras realidades que antes da invenção da câmera não estavam disponíveis. Fornecem testemunho, como documento e prova de que algo aconteceu. (KOSSOY, 2003).

O mundo tornou-se de certa forma “familiar” após o advento da fotografia; o homem passou a ter conhecimento mais preciso e amplo de outras realidades que lhe eram, até aquele momento, transmitidas unicamente pela tradição escrita, oral, e pictórica (KOSSOY, 2003. p. 26).

Soulages (2009), assim como Rouillé (2009), afirma que a fotografia funciona em um jogo de encenações. Diante da câmera a realidade se faz encenada e ensaiada ao registro. A câmera não mostra apenas o que “isto foi”, (BARTHES, 1984). Para Soulages (2010), assim como para Rouillé (2009), “isto foi encenado”. Há o caráter de ficção diante da câmera fotográfica. Rouillé (2009) coloca que a fotografia não é um corte, tampouco captura ou registro direto e automático, pois não existe sem transformar, construir e criar. E, nesse caso, explica:

Da coisa a imagem o caminho nunca é reto, como creem os empiristas e como queriam os enunciados do verdadeiro fotográfico. Se a captação requer um confronto entre o operador e a coisa, no decorrer do qual esta vai imprimir-se na matéria sensível, bem por isso a coisa e a imagem se situam em uma relação bipolar de sentido único. Entre a coisa e a imagem, os fluxos não seguem a trajetória da luz, mas dirigem-se a sentidos múltiplos. (...) a imagem e a coisa estão ligadas por uma série de transformações. (...) muitas sinuosidades que vem perturbar as premissas tão sumárias dos enunciados do verdadeiro fotográfico (ROUILLE, 2009, p. 79).

Inúmeras interferências provenientes do código fotográfico acontecem com as fotografias como explicitadas na citação acima. Nesses processos estão a riqueza de seu código que a fazem como mídia única. “Diante de um fotógrafo representamos e somos representados” (SOULAGES. 2010, p. 74).

Toda fotografia, seja qual for o referente que a motiva, é sempre um retângulo que recorta o visível. O primeiro papel da fotografia é selecionar e destacar um campo significativo, limitá-lo pelas bordas do quadro, isolá-lo da zona circunvizinha que é sua continuidade censurada. O quadro da câmera é uma espécie de tesoura que recorta aquilo que deve ser valorizado, que separa o que é importante para os interesses da enunciação do que é acessório, que estabelece logo de início uma primeira organização das coisas visíveis (MACHADO, 1984, p. 76).

O enquadramento, como alerta Machado na citação acima é uma interferência do fotógrafo para que este demonstre a intencionalidade com a imagem ao ocultar ou revelar elementos da cena. A fotografia como recorte manifesta uma posição ideológica. Kossoy (2003) e Rouillé (2009) dialogam com Machado (1984), ao conferir às escolhas fotográficas a ideologia que o fotógrafo pretende transmitir. Realizar exatamente a mesma fotografia de um mesmo assunto é tarefa complicada, assim, tornam-se pessoais e transmitem o que o indivíduo vê, sendo mais que simples registro, mas visão do mundo. O fotógrafo atua como filtro cultural e age em função de sua cultura ao selecionar o momento apto ao registro (ROUILLÉ, 2009). Para Kossoy (2003), nas fotografias estão escritas, devido aos recursos tecnológicos, a atitude do fotógrafo, como se explica na citação abaixo:

A exploração dos recursos oferecidos pela tecnologia: todos são fatores que influenciarão decisivamente no resultado final e configuram a atuação do fotógrafo enquanto filtro cultural. O registro visual documenta, por outro lado, a própria atitude do fotógrafo diante da realidade; seu estado de espírito e sua ideologia acaba, transparecendo em suas imagens, particularmente naquelas que realiza para si mesmo enquanto forma de expressão pessoal [...] seu talento e intelecto influirão no produto final desde o momento da seleção do fragmento até sua materialização iconográfica (KOSSOY, 2003, p. 42-43-49).

Como pistas do passado, nos conteúdos fotográficos inscrevem-se informações sobre a tecnologia e a ideologia utilizada para gerar o registro; a época e o espaço estão inscritos em suas superfícies, representadas por objetos, roupas, técnicas, e demais símbolos presentes. Assim, pode-se olhar para a produção fotográfica como metáfora das mudanças socioculturais da sociedade no campo da tecnologia e comunicação (KOSSOY, 2003).

O assunto e outros elementos constituem o código fotográfico: enquadramento, luz, sombra, cores, linhas, volumes, texturas, formas, padrões, tons, equilíbrio, contraste, ponto de vista, perspectiva, além dos códigos técnicos (velocidade de obturador, abertura do diafragma, sensibilidade à luz) e o equipamento utilizado (câmera e objetiva fotográfica) incorporam ao registro fotográfico complexidade (ROUILLÉ, 2009).

A mensagem visual é produto da máquina, do dispositivo, e o ponto de vista utilizado pelo fotógrafo, aliado aos códigos técnicos, produz sentido e comunica. A câmera fotográfica e o olho humano não “enxergam” da mesma forma. Para Adams (2000), dominar os mecanismos de geração da imagem propiciam ao fotógrafo melhor controle, ou seja, conhecer a técnica e código fotográfico é um elemento fundamental para colocar na imagem a intenção do autor, e não as intencionalidades da tecnologia, pois, caso contrário, pode impor seus resultados como esclarece na citação abaixo:

Se entendermos as maneiras pelas quais cada estágio do processo irá formar a imagem final, teremos inúmeras oportunidades de controlar esse resultado de modo criativo. No caso de não compreendermos o processo, ou renunciarmos ao controle em favor da automação de um ou outro tipo, estaremos permitindo que o sistema imponha os resultados, em vez de controlá-los para nossa finalidades [...] Não há menor dúvida que uma câmera de grande formato (4x5 ou 8x10), exige uma forma de “ver” diferente da proporcionada por uma câmera portátil de 35 mm. (ADAMS, 2000, p. 19).

Adams (2000) salienta que cada câmera exige determinada forma de ver. Câmeras de 35 mm ou de médio formato exigem do fotógrafo postura diferente na geração da imagem, assim como, os telefones celulares e câmeras digitais também proporcionam outras formas de ver.

A objetiva fotográfica é elemento importante para o código. A visão da câmera é determinada pelo alcance focal da lente que pode distorcer a visão. Basicamente, pode-se dividi-las em três categorias: as objetivas normais, que possuem visão equivalente ao olho humano; grande angulares, que ampliam o ângulo de visão do olho humano e as teleobjetivas, que ampliam o alcance da câmera, úteis para fotografar objetos distantes. Outras objetivas como olho de peixe, objetivas macro ou *till-shift* proporcionam distorções e efeitos óticos. Para cada tipo de fotografia, um tipo de objetiva adequa-se melhor. As teleobjetivas são adequadas para fotografar retratos, pois produzem poucas distorções no plano principal e podem aumentar a “fotogenia” do modelo. As normais podem produzir imagens com fundo desfocado e com fidelidade ao que capturam, visto que produzem poucas distorções. As grandes angulares adaptam-se às fotos de paisagens, cidades, espaços grandes, grupos de

pessoas. Objetivas como “olho de peixe”, que arredondam a imagem, podem servir a experimentações. Com o domínio das potencialidades, que cada dispositivo tecnológico oferece ao fotógrafo, é possível criar imagens como se desejar.

3.3 Fotografia digital

As fotografias veiculadas no Instagram são digitais. Além de gerada por câmeras fotográficas, pode surgir por outros dispositivos (celulares, tablets digitais, computadores) e salva em sensores eletrônicos que captam informações e transferem ao cartão de memória. Rouillé (2009) aponta que, a partir da imagem digital, novas redes de produção e circulação de imagens seriam criadas, com formas de consumo e interação por imagens com valores atualizados, ou seja, outros usos, linguagens, produtores e espectadores.

A fotografia eletrônica não constitui uma simples transformação da fotografia fotoquímica, mas introduz toda uma nova categoria de imagens que já devem ser consideradas “pós-fotográficas”. A pergunta sobre se a fotografia digital ainda é fotografia não tem resposta conclusiva. Por enquanto entendemos por fotografia digital aquela cuja visualidade já não repousa em um sentimento de prata metálica, mas em uma retícula de pixels provisoriamente ordenados conforme determinados códigos gráficos (FONTCUBERTA, 2012, p. 62-63).

Considerar apenas a mudança material dos sais de prata para *pixels* (pequenos elementos formadores da imagem digital), para Fontcuberta (2012), assim como para Rouillé (2009), representa olhar parcial. Como na citação acima, concordo com Fontcuberta que diz que a mudança na materialidade da fotografia, antes analógica e agora digital, introduz uma nova categoria de imagens que podem ser consideradas “pós-fotográficas” (FONTCUBERTA, 2012, 2014). Para o autor, o estágio do fazer fotográfico atual assemelha-se com a pintura ao admitir com naturalidade o retoque ou mesmo a criação digital. Não é apenas adaptação tecnológica, mas outro contexto e novo regime de imagem e ruptura na maneira de circulação. O acesso está disponível a qualquer um.

A representação fotográfica caminha para a libertação de ser registro da memória. “A fotografia sofre processo de ‘desindexilização’, a representação fotográfica se liberta da memória, o objeto se ausenta, o índice se evapora”. (FONTCUBERTA, 2012, p. 65). O importante são as experiências – o experimentar e vivenciar a fotografia.

A história da fotografia pode ser compreendida como percurso, que vai do objeto à informação, em processo de desmaterialização dos suportes que foram metais, papel, vidro, filme, já passaram por quadros, porta-retratos, álbuns e agora estão nas telas do ciberespaço, tornando-se mais leve e efêmera (FONTCUBERTA, 2012). Ampliaram-se os lugares e a velocidade de circulação de imagens. Novas redes de produção e circulação são criadas, agrega-se formas de consumo e interação e assim transformam-se usos, valores, linguagens, produtores e espectadores das imagens contemporâneas (ROUILLÉ, 2009).

A tecnologia digital possibilita uma nova ordem visual e maneiras de produzir imagens com infinitas possibilidades. Sabe-se que mesmo a fotografia analógica pode ser editada por diversas técnicas, mas as possibilidades digitais abrem leques de opções. Em diálogo com Soulages (2010), Keen (2012) também atribui às tecnologias digitais a elevação dos recursos fotográficos em manipulação e distribuição de imagens com possibilidade mais ricas. Múltiplas possibilidades, baseadas na pós-produção.

Felizardo e Samain (2007) preocupam-se com as fotografias digitais e a facilidade proporcionada pela tecnologia em descartá-las ao simples apertar de um botão e eliminar fotografias que por algum motivo não tenham mais interesse. Ainda atenta-se para a maneira na qual armazenamos imagens, pois os dispositivos tecnológicos (computadores, cds, dvds, pen-drives, cartões de memória, hds) podem tornar-se obsoletos ou sofrer algum dano e, mesmo que guardadas no ciberespaço, em álbuns digitais alocados em redes, a perda das memórias imagéticas é uma possibilidade.

A lógica do ciberespaço é o instantâneo no que concerne as imagens fotográficas. Os sujeitos requerem para si visibilidades através das imagens e registrar o dia a dia para compartilhar na internet aos mais diversos propósitos,

como gerar engajamento, curtidas, compartilhamentos ou apenas estar no universo on-line. Para Fontcuberta (2012), as fotografias existem como parte dos acontecimentos em si, em que registro e imagem, fundem-se:

tirar uma foto já não implica tanto um registro de um acontecimento quanto uma parte substancial de um acontecimento em si. Acontecimento e registro fotográfico se fundem. [...]. Não existem mais fatos desprovidos de imagem, e a documentação e transmissão do documento gráfico já não são faces indissociadas do mesmo acontecimento (FONTCUBERTA, 2012, p. 30).

Na lógica do instante, as imagens representam as vivências, que depois de consumidas, cumprem seu papel. A onipresença das câmeras acopladas ao celular e circulação em redes de compartilhamento de imagens impulsiona o surgimento de um conteúdo visual efêmero atrelado ao cotidiano. Para Fontcuberta (2012), quanto mais fotografias se tem, mais dinâmico, divertido e vivo se aparenta ser e como expõe na citação anterior, fotografar faz parte dos acontecimentos em si.

Hoje em dia, todos levam câmeras fotográficas e além disso as novas tecnologias permitem fazer tantas fotos quanto queiramos [...] essa evolução tecnológica e as consequências nos hábitos da sociedade contemporânea favorecem a noção da captação da fotografia como instante. A necessidade de capturar tudo é acentuada. Tudo é fotografável, e além do mais, tudo é mostrável. [...] quanto mais fotos você tem, mais visto e divertido você é (FONTCUBERTA, 2012, p. 32).

O autor adverte sobre a onipresença das câmeras em dispositivos tecnológicos e alerta como consequência uma fotografia instantânea, que não necessita de um fato gerador para existir em um contexto com facilidades tecnológicas. Isso propicia fotografar em excesso, sem razões prévias. Tais dinâmicas representam mudanças na maneira de relacionamento com a imagem, que podem até ser banalizadas, mediante a proliferação desenfreada, sem conferir as fotografias seu valor.

Nessas circunstâncias de absoluta saturação icônica, porque continuamos fotografando? por que levar as imagens até essa proliferação infinita? Quais são hoje os usos predominantes da fotografia? [...] Tanto pesquisas de mercado efetuadas por empresas do setor quanto estudos acadêmicos demonstram que antigamente o grosso da produção de fotos instantâneas compediava cenas familiares ou de viagens: era uma forma de proteger vivências felizes. Hoje, os que fazem mais fotos não são os adultos, mas os jovens e adolescentes. E as fotos que eles fazem não são concebidas como “documentos”, mas como “diversão”, como explosões vitais de auto afirmação; já não celebram a família nem as férias, mas as salas de festas e os espaços de entretenimento (FONTCUBERTA, 2012, p. 31).

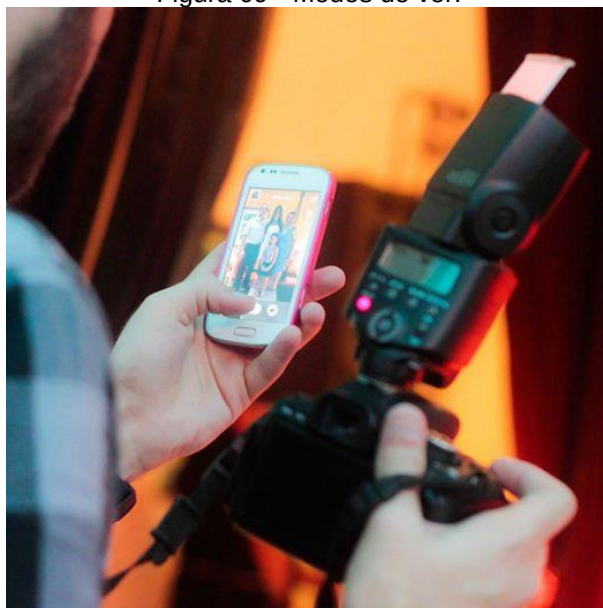
Para o autor, antes as fotografias eram formas de proteger bons momentos, enquanto hoje, colocam-se a disposição da diversão, ao propósito do entretenimento. As fotografias para os jovens e adolescentes segundo o autor divertem e assim podem servir, cada vez mais, a função de comunicar.

Os estatutos da nova visibilidade não estão elucidados. Ao atuar no tempo presente, vinculada ao entretenimento as fotografias digitais ganham novos contornos e missões além de suas antecessoras analógicas. Servem ao propósito de comunicar e interagir, através da circulação, consumo e compartilhamento nas mídias sociais.

3.3.1 A fotografia com dispositivos móveis

A percepção do fotógrafo se altera mediante o tipo de câmera fotográfica que utiliza. A fotografia de um mesmo assunto com esses diversos dispositivos certamente resultaria em imagens diversas, pois exigiriam do fotógrafo atitudes distintas. Por telefones celulares e câmeras digitais, o enquadramento para fazer a fotografia é visualizado na própria tela do dispositivo, diferente das câmeras fotográficas que possuem visor, e o enquadramento é feito ao olhar pelo próprio usuário. Na figura 09, pode-se observar dois dispositivos geradores de fotografias: o celular e uma câmera fotográfica – e cada um exige uma forma diferente de ver (ADAMS, 2000) por meio da tecnologia. Os dispositivos móveis, ao contrário das câmeras fotográficas, não possuem visor; apenas telas.

Figura 09 - Modos de ver.



Fonte: Autoria própria.

Cada dispositivo tecnológico confere distintas possibilidades. O celular não oferece as qualidades técnicas para a geração de fotografias como as máquinas semi ou profissionais; porém, a facilidade e a rapidez de geração, edição e compartilhamento de imagem faz do aparato algo mais prático. As câmeras, em relação ao celular, estão, defasadas no que se refere ao compartilhamento. Logo, algumas ocasiões demandam registros pelos dois dispositivos: um, com o objetivo de gerar as imagens oficiais, que serão postas em álbuns e paredes, enquanto as outras, no mesmo instante, irão para as mídias sociais com a sua função primordial de comunicar e divertir; não para ser memória, mas para ser presente.

A fotografia, com a ascensão da internet aliada às tecnologias emergentes, como o celular, aproximou-se ao cotidiano do usuário-interator. Utiliza-se a fotografia para partilhar, comunicar e interagir por meio das mídias sociais (KEEN, 2012). Visualizar a fotografia no instante em que é realizada. Compartilhar ou apagar são ações típicas do fotógrafo contemporâneo, que munido de celular pode catalogar em imagens os momentos que desejar, com facilidades técnicas e baixo custo.

O Instagram é planejado e formatado para o uso somente por meio do celular ou *tablet*, e, esta característica reverbera na comunicação externada por meio dessa mídia. Na fotografia, a simplicidade de produção, edição e compartilhamento por um

único aparelho traz simplicidade aos procedimentos, que antes, necessitavam de um aparato tecnológico específico.

A mobilidade da fotografia com celular é o grande diferencial na medida em que os conteúdos são gerados e compartilhados em trânsito, no fluxo do ir e vir e, quase no mesmo instante disponibilizar as imagens nas mídias digitais sem a necessidade de um local físico, como escritório ou computador. Na rua, ao caminhar, pode-se fotografar, editar e, com acesso à internet, compartilhar rapidamente.

O caráter de personalidade do telefone celular e pertencimento a um único indivíduo proporciona singularidades a seu uso. A comunicação e o compartilhamento de informações pessoais, com o dispositivo conectado à internet, estão disponíveis ao toque. O usuário-interator tem nas mãos a possibilidade de criar as próprias histórias. A simplicidade de obter e editar o registro fotográfico por meio dos filtros disponíveis nos aplicativos, a instantaneidade, a democratização do acesso ao celular e a adjacência, que se refere a constante presença do aparelho junto ao seu proprietário tende a aumentar a produção de fotografias dos momentos cotidianos e não ritualísticos.

Os celulares atuam como máquinas contemporâneas de emitir informações pessoais, confessionários eletrônicos através dos quais as subjetividades afloram em imagens, textos, vídeos e sons no ciberespaço, com tendências comunicacionais e dinâmicas culturais inéditas.

“A internet do futuro será móvel. Mobilidade faz sentido, ninguém nasce em uma cadeira curvado sobre um monitor e teclado” (RADFAHRER, 2009, p. 47). “Você é o presente que é ofertado ao celular” (CANCLINI, 2008, p. 41). O mercado de consumo está em alto crescimento. Os dispositivos móveis (tablets digitais e aparelhos celulares) são a principal forma de acesso à internet no Brasil em 2013. Pesquisas e dados levantados até meados de 2014 pelo instituto F/nasca¹² e Cetic¹³ apresentam os números desse mercado de consumidores.

¹²FNAZCA. Panorama do Brasil na internet, realizada em parceria com o instituto Datafolha. Disponível em: <<http://www.fnazca.com.br/index.php/2013/12/20/fradar-13%C2%AA-edicao/>> Acesso em 29 jun. 2014.

Com o crescimento acelerado desse nicho e constante atualização tecnológica em breve os dados estarão defasados, mas no momento ilustram a dimensão quantitativa desse fenômeno. As principais finalidades de uso do celular, além das funções primárias de receber e efetuar ligações telefônicas e enviar mensagens, tirar fotografias, ouvir músicas, jogar e acessar mídias sociais figuram como principais usos para o dispositivo. Quando conectados à internet, participar das mídias sociais é a principal atividade realizada nos aparelhos celulares (77%).

Jenkins (2009) confere ao telefone celular o papel de propulsor nas mudanças hipermediáticas, sendo muito mais que um sistema de comunicação, mas dispositivo midiático que relaciona tecnologias, linguagens e práticas culturais ao propiciar a circulação dos conteúdos. Agambem (2009) interpreta os dispositivos como qualquer coisa capaz de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar gestos, condutos, opiniões e discursos ligados a subjetividade. Ao agenciar tais ações, inscreve-se como dispositivo que conjectura os adjetivos colocados pelo autor, relacionado diretamente a subjetividade.

Celulares são pessoais e geralmente estão ligados a um único indivíduo. Atuam como extensão do corpo e essa singularidade do indivíduo com seu dispositivo particular acrescenta especificidades a seu uso. As fotografias geradas pelos aparelhos tendem a apresentar conteúdo visual singular e pessoal. Teme-se que sejam vasculhados, roubados, que se quebrem e são levados até para a cama e descanso. Capas, acessórios, rastreamento, proteção e roupas especiais são alguns mimos proporcionados pelos donos, que o estimam. O cotidiano “pensado” para estar junto ao pequeno aparelho fiel e protetor que jamais pode ser esquecido, desligado ou deixado de lado.

¹³CETIC. Centro de estudos sobre tecnologias da informação e comunicação. TIC domicílios 2013 (dados recolhidos entre setembro de 2013 e fevereiro de 2014 em 350 municípios brasileiros). Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>>. Acesso em 29 jun. 2014.

Figura 10 – Portuguesainha.



Fonte: Autoria própria.

Este cotidiano emerge nas imagens feitas a partir do celular. Como na imagem anterior, uma cena simples de uma criança pode ser registrada e compartilhada nas mídias digitais. Em um passeio ao parque, a câmera fotográfica poderia não estar presente, mas o celular, faz-se disponível e constantemente ao alcance das mãos. A rapidez que o celular é colocado à disposição para uma fotografia permite que momentos triviais, cotidianos e não ritualísticos sejam captados.

Para Bretas (2006), no cotidiano está a vida comum, com as rotinas, refeições, trabalho, trânsito, amigos. Por ele há a construção dos indivíduos no mundo, seus laços e sociabilidades. Metodologicamente, propicia abordar as questões comunicacionais e interações que se instauram no contemporâneo. As imagens produzidas na vida social servem como base empírica para averiguação de objetos.

Ainda, o tempo em que o cotidiano se inscreve refere-se ao presente, permeado pelo passado e futuro. Efêmero e deslizando, pois esse presente indica o futuro, numa condição contemporânea: inacabada, incompleta e fragmentada. “Cotidiano se refere ao presente, não absoluto, mas o presente que se renova em cada dia na forma de outro presente” (BRETAS, 2006, p. 40).

No Instagram, o cotidiano faz-se presente nas imagens dos usuários-interatores. As *hashtags* mais postadas (ver item 1, interface e funções) confirmam essa tendência da figuração do cotidiano como tema dos registros imagéticos. Não buscam refletir grandes acontecimentos – na fotografia, são compreendidos rituais como casamentos, aniversários, formaturas, batizados. Isso não significa que esses momentos não sejam veiculados e fotografados, mas sim que a tendência da fotografia nas mídias digitais feita à partir de celulares é relacionar-se aos acontecimentos triviais.

3.4 Possibilidades de intervenção

Através de recursos tecnológicos, o Instagram oferece a possibilidade de diversas intervenções na imagem original. As fotografias características do aplicativo são exibidas no formato quadrado, referenciando as fotografias tiradas com a máquina Polaroid, e conseqüentemente, reiterando a ideia do instantâneo. A customização das imagens é feita por meio de filtros, desfoques, molduras e efeitos de cor.

Os criadores do aplicativo não apreciavam as fotografias feitas por celular. A falta de resolução, impossibilidade de ajustes manuais, desfoques, borrões e outros defeitos provenientes da câmera de celulares. Os filtros foram a maneira encontrada para tornar essas imagens mais atrativas ao esconder defeitos e potencializar qualidades. O celular não tem funções de controle que a câmera fotográfica tem (controle de abertura, velocidade, iso, balanço de brancos). Nesse problema, encontrou-se a solução que se torna o diferencial.

Os filtros disponíveis para edição das imagens disfarçam defeitos, adicionam cor, contraste, temperatura, desfoque, atenuam linhas. O objetivo não é substituir softwares de edição, mas criar imagens esteticamente tratadas.

Rettberg (2014) avalia os filtros do Instagram como metáfora da forma em que a tecnologia interfere na cultura ao distorcer textos, imagens e dados. Os filtros além de tecnológicos podem ser culturais (normas, expectativas, protocolos). Filtrar algo, assim como se faz com a água, é tentativa de retirar impurezas. Os filtros do

Instagram podem remover “impurezas” provenientes da câmera do celular. Realçar luzes, clarear peles, marcar sombras, contrastes, mudar cores, adicionar elementos, aquecer ou esfriar as imagens ou incorporar um estilo *vintage*. Os filtros, sejam eles tecnológicos ou culturais, para a autora, evidenciam que a imagem é produto da máquina. Isso implica em uma obra conjunta do homem com o dispositivo tecnológico em que ambos são interdependentes e sem o auxílio da ferramenta o usuário-interator não pode concluir, por exemplo, imagens.

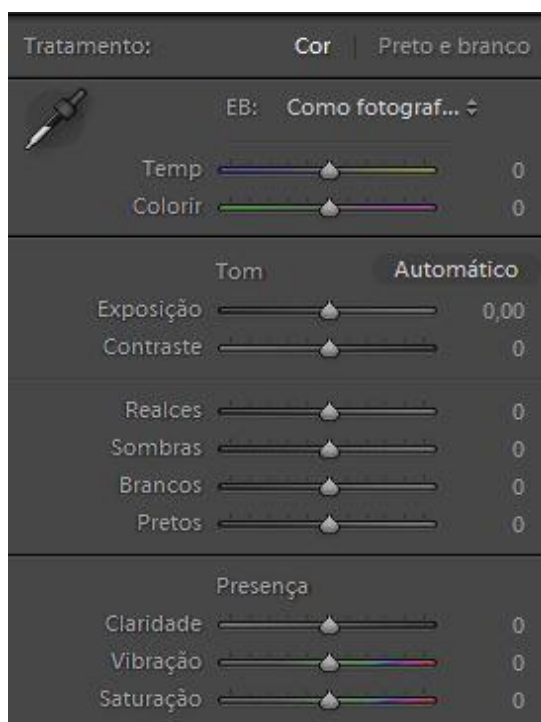
Além dos filtros, o Instagram possui mais ferramentas de edição. Os filtros podem ser editados e a intensidade do efeito controlada. Diversas intervenções na imagem, com ajustes de brilho, contraste, temperatura, saturação, áreas claras e escuras, adição de vinheta, desfoque e controle de nitidez, alteração do balanço de brancos estão disponíveis.

Figura 11 - Ferramentas de edição.



Fonte: Montagem da pesquisadora.

Figura 12 - Ferramentas de edição do Adobe Photoshop Lightroom.



Fonte: Captura de tela do computador da pesquisadora.

Em comparação a *softwares* profissionais de edição de imagens utilizados por fotógrafos como o Adobe Lightroom,¹ os comandos básicos são parecidos, proporcionando, por meio de celular, produzir imagens de qualidade. Na figura anterior, visualiza-se os comandos que o *software* de edição de fotografias mais comumente utilizado pelos fotógrafos oferece. Controle sobre luminosidade, contraste, sombras, luzes e nitidez estão em ambas ferramentas.

Esses recursos disponíveis no Instagram, em relação aos softwares de edição de imagens tem o uso simplificado, o que facilita ao usuário-interator produzir imagem com qualidade estética sem a necessidade de estudos aprofundados sobre fotografia e edição.

Finalizo este item que teve como enfoque a discussão da fotografia, sobretudo a digital, com discussões pontuais a respeito das novas práticas culturais observadas como a intersecção da fotografia com as tecnologias emergentes, em que ressalto a vinculação ao presente, aos acontecimentos, instantaneidade, tendo como tendência deixar de ser suporte de memória, relacionando-se a diversão.

No item seguinte, o enlace entre fotografia, tecnologias emergentes e sociedade contemporânea é demonstrado por meio da discussão das especificidades observadas no Instagram em relação as formas de uso. Por fim, uma experimentação poética ilustra os conceitos discutidos nesta dissertação.



4. **O** INSTAGRAM E AS POSSIBILIDADES TECNOLÓGICAS

A inscrição da visualidade surge em sua máxima expressão visual, mediante os aparatos/dispositivos das tecnologias emergentes.

(Wilton Garcia, 2014, p. 14).

Neste item, desdobram-se os conceitos vistos anteriormente para explorar o Instagram e verificar quais potencialidades, através das tecnologias emergentes oferece a fotografia contemporânea. Discutir a sociedade contemporânea hipermidiática é a base para a exploração do Instagram.

As inscrições contemporâneas através das categorias de Gumbrecht (1998): *desreferencialização*, *destotalização* e *destemporalização* são apresentadas, assim como as *Selfies* e intervenções possíveis na imagem. Por fim, uma experimentação poética é realizada para equacionar os saberes entre teoria e prática.

4.1 A sociedade contemporânea

O contexto que abriga a sociedade atualmente permeia o tempo contemporâneo, não pautado por questão temporal, mas por maneiras de ser/estar do sujeito. O tempo do contemporâneo é o presente, mas Garcia (2011) ressalta que além da questão temporal, seria um território de reflexões e desafios, em que fundamentos e conceitos devem ser (re)vistos, (re)pensados, (re)feitos. Esta instabilidade do repensar das ações associa-se a condição contemporânea como não linear, fragmentada, descontínua, simultânea, acelerada e incompleta.

No contemporâneo, as coisas alteram-se – de modo instantâneo, imediato – sem necessariamente operacionalizarem uma síntese de pensamento (teórico) ou realização (prática) de algum desfecho. Há mudanças. Torna-se quase impossível haver apenas um ponto de vista exclusivo, fixo para uma resposta concreta. As coisas padecem de ser agenciáveis, negociáveis: nada de esgotamento! (GARCIA, 2011, p. 50).

O viver atual, cada vez mais, é tecnológico e permeado por dispositivos eletrônicos que facilitam tarefas, como, por exemplo, fotografar. No dia-a-dia, nas esferas pessoal e profissional, computadores, celulares, televisores e carros são alguns dos diversos outros aparatos que participam do viver tecnológico em aderência a rotina como algo usual e comum.

O contato dos sujeitos com as tecnologias emergentes promove novas/outras práticas culturais, assim como, potencialidades são inclusas no campo contemporâneo da comunicação em plena era da convergência midiática (JENKINS, 2009). Ao olhar para a cultura no contemporâneo, deve-se ponderar a respeito da tecnologia, pois estão imbricadas, uma alterando a outra.

Tais mudanças, vorazes nas práticas culturais, refletem os enunciados do contemporâneo descritos por Garcia (2013b). Nota-se que as relações com o tempo inscrito sob os patamares da velocidade e do instantâneo, aliadas ao fazer tecnológico em constante atualização promovem nos indivíduos contemporâneos as características dos tempos. Novas/Velhas/Outras práticas comunicacionais e culturais são atualizadas em amplo contexto.

No contexto do ciberespaço e da cultura digital, a mídia adapta-se as novas condições tecnológicas e culturais e passa a chamar-se hipermídia (GARCIA, 2013a), ou ainda, convergência midiática. As relações comunicacionais que ocorrem nesse ambiente midiático pertencem ao universo hipermidiático. Garcia (2013a) relaciona o campo contemporâneo da comunicação e cultura como propulsor desta nova condição

Atenta-se para a hipermídia não ser condição tecnológica imposta apenas por aparelhos, mas transformação cultural promovida pelo usuários-interatores. Essas relações culturais atualizam-se constantemente e não há um ponto privilegiado para observar os fenômenos e descrevê-los com precisão mediante as variantes. As tecnologias emergentes, em plena euforia, contribuem para mudanças no cotidiano da comunicação digital, ao promover novos e outros saberes, assim como maneiras de ser/estar virtualmente (GARCIA, 2013, JENKINS, 2009).

4.2 As materialidades da comunicação no Instagram

As materialidades da comunicação, “São todos fenômenos e condições que contribuem para a produção do sentido, sem serem, eles mesmos, sentido”

(GUMBRECHT, 2010, p. 28). A inquietação reside em descobrir como os meios ou materialidades podem afetar o sentido que transportam.

Ao estudar o Instagram e debruçar-se sobre sua materialidade (a interação e apropriação pelo usuário-interator), pode-se verificar as (re)inscrições promovidas pela tecnologia em consonância com os enunciados contemporâneos, os quais aponta Garcia (2013; 2011), sobre a sociedade contemporânea, com as características de inacabada, efêmera, deslizante, multidimensional, provisória. Como reflexo, observa-se a sociedade não linear, fragmentada, descontínua, simultânea, incompleta e acelerada que urge pelo imediato, no tempo presente.

Em outras palavras, como o Instagram é um produto desta sociedade, reflete os seus enunciados. Pode-se auferir três principais características que o diferem das demais mídias sociais relacionadas a materialidade e produção de sentidos que permitem observar as características descritas por Garcia (2013b, 2011). Gumbrecht (1998), ao pesquisar a materialidade da comunicação, associa três categorias que contribuem para observar o mundo, que não está mais centrado no sujeito, mas sim no sentido, numa condição de futuro incerto. As categorias são: **destemporalização, destotalização e desreferencialização**.

A primeira categoria é a **destemporalização** (GUMBRECHT, 1998), indica um colapso do tempo que não é mais visto pelas noções de passado, presente e futuro. O futuro, mesmo que aberto, encontra-se bloqueado pela sua imprevisibilidade. O presente é o tempo do contemporâneo, que se faz em condição onipresente. Vive-se na sensação do presente estendido, assim como no álbum do Instagram, que é completado com o presente; o passado e o futuro não podem ser capturados.

O álbum fotográfico do Instagram promove essa possibilidade de deslocamentos temporais. Ainda que o usuário-interator compartilhe fotos pertencente ao passado, como prática cultural das quintas-feiras, que através da hashtag #tbt (*through back Thursday*), pode-se postar fotos antigas desde que devidamente assinaladas, tal ato se faz pertencente ao presente e insere-se na narrativa contínua. Como diz Gumbrecht (1998, p. 138), “o presente parece invadido por passados artificiais”.

No Instagram, o fluxo visual é contínuo, sem esgotamento. Não há limitações quanto ao número de fotografias inseridas. Com efeito, essa característica reverbera na noção de inacabado, incompleto, fragmentado, parcial. As fotografias presentes apontam ao futuro e assinalam o tempo presente, em detrimento ao passado. Somente um álbum está disponível, sem a possibilidade de separação por temas ou datas.

Já no conceito de **destotalização** (GUMBRECHT, 1998), o álbum do Instagram se inscreve por não ter esgotamento, novas imagens podem ser inseridas, sem chegar ao total ou fim. Mensurar ou compartilhar o total de fotografia feita por um indivíduo não é possível. O acervo fotográfico pessoal se constrói ao longo da vida, e assim, não chega a um total absoluto. Não há um total, as partes complementam-se para além do todo, assim como a identidade do usuário-interator, como aponta (HALL, 2002) apresenta-se múltipla e fragmentada, com diversas facetas.

O conteúdo do álbum aponta para nova lógica de produção e armazenamento da imagem, não mais pautado na produção de narrativa coesa, temática e finita. Não se esgota e vincula-se somente ao usuário-interator. Essa única linha do tempo reforça as ideias do instante e presente, e promove o parcial. Nas outras mídias sociais, como o *Facebook*, as fotografias podem ser organizadas em diversos álbuns temáticos. Tais álbuns, em certo nível, possuem coesão e completitude. O usuário-interator, ao abrir um álbum sobre um tema, por exemplo, um aniversário, insere imagens que pertencem a este evento e o álbum está pronto e acabado.

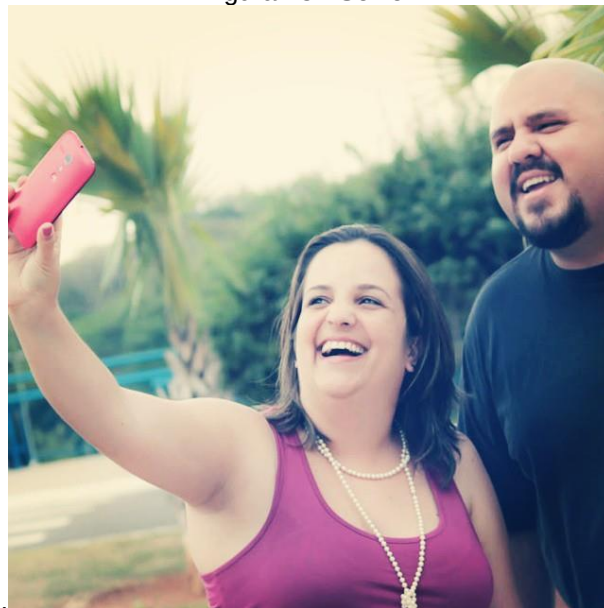
O Instagram permite a postagem de apenas uma fotografia por vez e, assim, sugere que o usuário-interator reflita a respeito de qual a melhor imagem para compartilhar, a que representa o instante, único que deve ser compartilhado. A lógica é do fragmento, pois não é possível compartilhar o todo.

A **desreferencialização** (GUMBRECHT, 1998) refere-se ao sujeito que se move em espaço povoado por representações que não são referências seguras do mundo externo. As fotografias compartilhadas no Instagram pertencem a ordem da ficção. A fotografia tem intrínseca a si ficcionalidade e encenação. Ou seja, nos registros imagéticos estão inscritas cenas, visões de mundo, ficcionalidades que são

subordinadas ao código fotográfico e suas intervenções. Tendo como base a linguagem fotográfica, o Instagram configura-se como espaço de representação, em que os usuários-interatores, em certa medida, atuam como filtros culturais e compartilham imagens que expressem a identidade que desejam ter aos olhos dos outros. Os conteúdos são feitos para o consumo, e assim, se inscrevem como ficcionais. A vida externada parece ser mais estética que a real. Não é referência segura do mundo externo dos sujeitos. Como alerta Goffman (1999), a existência de uma plateia, ou audiência sugere que o conteúdo veiculado é uma encenação. Para o autor, a vida real acontece sem que ninguém a veja.

4.3 As selfies como prática emergente

Figura 13 - Selfie.



Fonte: Autoria própria.

O autorretrato feito com celular ganha outro nome e chama-se “*Selfie*”. Expressões cotidianas como “vamos fazer um selfie” ou ainda anúncio publicitários com slogans como “o *smartphone* para a selfie perfeita” são usuais. Gradualmente, deixa-se de fotografar e, cada vez mais, faz-se selfies, dos mais variados, com amigos, celebridades, paisagens, e o que mais couber na tela dos celulares.

Na fotografia, pode-se categorizá-lo como gênero de auto-representação, atualizado pela tecnologia. São autorretratos (quando se tira a própria fotografia) feitos a partir de celulares e compartilhados nas mídias sociais. As tecnologias emergentes têm a sua contribuição nessa prática ao facilitar o acesso aos dispositivos móveis e mídias sociais para compartilhamento de imagem e internet.

Os selfies pertencem ao instante, como assinala Fontcuberta (2012) em tendência progressiva, a fotografia deixa de pertencer a esfera da memória (passado), e faz sentido no instante (presente), inerente aos acontecimentos e vivências ao servir ao propósito de diversão e comunicação. Fontcuberta esclarece:

Definitivamente, as fotos não servem para tanto para armazenar lembranças, nem são feitas para ser guardadas. Servem como exclamações da vitalidade, como extensões de certas vivências, que se transmitem, compartilham e desaparecem, mental ou fisicamente. [...] Transmitir e compartilhar fotos funciona então como novo sistema de comunicação social, de etiqueta e cortesia. Entre estas normas, a primeira estabelece que o fluxo de imagens é um indicador de energia vital, o que nos devolve ao argumento ontológico inicial do “fotografo, logo existo” (FONTCUBERTA, 2012, p. 32-33).

Os jovens, ao compartilhar selfies no Instagram buscam comunicar aos seguidores os lugares que estão, as companhias, roupas, comidas para gerar interação. Feldman (2013) acredita não ser apenas exposição da intimidade, mas criação da intimidade, que visa o público: a “exterioridade”. Nessa criação, as expressões podem não ser tão espontâneas, mas construídas para o olhar do outro.

Bruno (2004), ao estudar as visibilidades, afirma que esta é voltada sobre o indivíduo comum. Com os diversos recursos tecnológicos o sujeito está no foco de atenção. As tecnologias emergentes atuam como “máquinas de ver”, produzem novos “modos de ser/estar”; Práticas autobiográficas e confessionais, como selfies, borbulham nas mídias sociais.

Nas selfies, podem figurar diversas partes do corpo, como pés, mãos, nádegas, mas, a grosso modo, o rosto predomina. O rosto oferece-se ao outro nas interações comunicacionais, é o centro das percepções de si mesmo e através dele conhece-se o mundo, pois nele estão os órgãos que permitem o sentido.

Fontcuberta (2012), na citação abaixo confere ao rosto o espaço de configuração da identidade, porém sede da simulação e ainda ressalta que diante da câmera, o usuário-interator faz-se outro.

E no entanto, insistimos que o rosto humano é o espelho da alma, o lugar ao mesmo tempo mais íntimo e mais externo do sujeito, a tela em que se funde sua interioridade psicológica com as coerções a que a vida privada o submete. O rosto é, ao mesmo tempo, a sede da revelação e da simulação, da indiscrição e da ocultação, da espontaneidade e do engano, ou seja, de tudo aquilo que permite a configuração da identidade. Diante de uma câmera sempre somos outros: a objetiva nos transforma em arquitetos e administradores da nossa própria aparência (FONTCUBERTA, 2012, p. 23).

Oferecer o rosto em imagem ao outro insere-se nas interações comunicacionais, configuração de identidades e encenações. Para Fabris (2004), muito embora a autora não discuta os selfies, mas sim os retratos e autorretratos, os retratos são atos de sociabilidade moldados pelas práticas culturais em que o indivíduo se insere. A identidade representada em si não é o mais importante, mas sim a alteridade secreta, que permite que os indivíduos se revelem como máscaras, duplos de si mesmo. Este “eu” que ao mesmo tempo é “outro”, pode ser um “eu ficcional”. Nos retratos há a encenação de si para o outro para o alcance da identidade, como esclarece na citação abaixo:

O retrato como história enfeixa boa parte da produção do século XIX, seja sob forma de daguerriótipo, seja sob forma de fotografia em papel [...] ativa um mecanismo cultural que faz o indivíduo alcançar a própria identidade graças ao olhar do outro. [...] A identidade do retrato fotográfico é uma identidade construída de acordo com normas sociais precisas. Nela se assenta a configuração de um eu precário e ficcional – mesmo em seus usos mais normalizados. (FABRIS, 2004, p. 15-51-55).

Para Sontag (1985), ainda que esta autora não tenha vivenciado a experiência das selfies, pontua que existe na fotografia algo predatório, como se fosse arma. Fotografar as pessoas é quase uma violação, pois o fotógrafo vê o seu modelo como o indivíduo jamais conseguiria olhar-se, e assim, tem-se conhecimento

do outro que ele jamais pode ter. Nos autorretratos e nas selfies, este componente predatório é eliminado. Modelo e fotógrafo fundem-se na mesma pessoa, com o auxílio de diversas técnicas (timer disparador, tripés, extensor de selfies, inversão da câmera do celular com a mão) e tem-se o domínio da imagem que se deseja transmitir, sem outro indivíduo no processo, apenas a tecnologia.

A prática da selfie está em constante atualização nas mídias sociais. Novas modalidades entram em cena. *Selfie Bomb*, quando no fundo da imagem aparece algum estranho ou famoso sem querer. *Belfies* para mostrar o corpo, com ênfase no bumbum. Selfies com animais, com as tags #instadog, #instacat, selfies com amigos, com casais, amigos no segundo plano, selfies no espelho. Selfies dos pés, quando a paisagem é o mais importante. Extensores para Selfies com mais alcance e celulares formatados exclusivamente para esta prática. As atualizações não param de acontecer.

4.4 Experimentações poéticas

Nesta experimentação poética o conjunto de imagens realizadas visa a equacionar teoria e prática através da fotografia para o desdobramento dos conceitos expostos nesta dissertação. Foi realizada ao longo de um ano em um processo de amadurecimento do pensamento sobre fotografia da pesquisadora. A série de fotografias, intitulada **Desenhos** (fotografia digital, cor, 2014), propõe o debate das questões que relacionam a fotografia como representação da realidade e imagem que ativa a rememoração e lembrança.

As fotografias buscam o diálogo com os debates apresentados na pesquisa ao materializar, esteticamente, desafios críticos-conceituais que envolvem a fotografia contemporânea. Por meio de luzes e sombras, descontrolam-se elementos representados para criar imagens ficcionais. Paisagens, luzes, janelas, cidades servem de matéria prima para a construção de um registro visual que não se assemelham com objetos em si. A tentativa é ver o invisível (BRISSAC, 2007), em um jogo de codificação e decodificação, “o que observo, não significa necessariamente que enxergo. Ou melhor, o que tento considerar diante de

determinado campo de visão pode não refletir os fatos de modo verdadeiro” (GARCIA, 2014, p. 13). A busca pelo diálogo com as premissas de Garcia (2014) e Brissac (2007) são os embriões desta série, ao vislumbrar ver a invisibilidade, pelo artifício da encenação do código fotográfico.

A pesquisadora, como fotógrafa, entende as potencialidades e limitações do equipamento fotográfico utilizado e pretende subverter a maneira clássica de fotografar ao realizar interferências na câmera. Ao fotografar, no momento em que o obturador é disparado, move-se a câmera ou objetiva para gerar interferência e imprecisão com a intencionalidade de referenciar vanguardas artísticas como o expressionismo e o pictoralismo. Assim cria-se imagens que dialogam com a abstração e pintura.

Vestígios, desfoques, rastros luminosos, duplos, movimentos fazem parte da estética e são desejados para um resultado que se assemelhe ao desenho. Questiona-se a semelhança com o referente da imagem e se este deve existir. Reflete-se sobre a fotografia como documento e função de registrar eventos, pessoas, paisagens. Pensa-se sobre a tecnologia e os resultados positivos que podem agregar ao fazer fotográfico, e, ainda discute-se a fotografia que se vincula ao presente, e se liberta de ser registro de memória, documentação, comunicação. Tem-se uma imagem fotográfica que busca os vestígios de luz.

Figura 14 – Desenhos.



Fonte: Autoria própria.

Nota: Máquina: Canon EOS Rebel T3i
 Objetiva: Canon EF-S 55-250mm f/4-5.6 ISII; Distância focal: 55mm
 Exposição: 0.3 seg; Abertura: f/7.1; ISO: 100
 Software: Adobe Photoshop Lightroom 5.0 (Windows)

Na figura Desenhos, as luzes dos faróis de carros em uma rodovia são os constituintes dos rabiscos, da imprecisão e do fragmento. As cores vermelho e verde, saturadas, contrastam com o fundo escuro. Não há harmonia na composição em relação ao campo visual, os elementos espalhados pelo enquadramento de forma desconexa sugerem a desordem. As regras de composição e simetria não são seguidas. As linhas buscam o desenho de algo disforme que não se concretiza e ficam soltas, ao ir e vir dos limites do quadro. Como efeito visual, nota-se a incapacidade de apreensão da imagem e vinculação a um referente. Surge a visibilidade do invisível que ao passar em velocidade aos olhos não pode ser apreendido. As escolhas estéticas sugerem uma imagem plástica, semelhante a uma pintura. A fotografia permite pensar as categorias de Gumbrecht (1998), a destemporalidade faz-se presente, não há o passado, presente ou futuro, mas sim, o colapso do tempo que passa e tal movimento é apreendido pelas configurações da câmera em baixa velocidade do obturador. Os vestígios que os faróis deixam

propiciam enxergar a desreferencialidade, ao não se vincularem ao referente em si, e nesse sentido, a imagem torna-se ficcional.

Figura 15 – Vestígios.



Fonte: Autoria própria.

Nota: Máquina: Canon EOS Rebel T3i
Objetiva: Canon EF-S 55-250mm f/1.8; Distância focal: 55mm
Exposição: 1/5 segundos; Abertura: f/14; ISO: 400
Software: Adobe Photoshop Lightroom 5.0 (Windows)

Uma intervenção urbana em que um tecido é estendido sobre árvores em uma praça favorece o desenho da fluidez desta imagem, em que os vestígios do movimento apreendido do pano conferem uma textura visual. Há um jogo de encenações entre o revelar e o ocultar sobre o que estaria sob as cores que mostram-se. Tecido e luz se entrecruzam e se misturam. As cores quentes com tendência a tons alaranjados, assim como a textura da imagem podem fazer alusão ao fogo ou fumaça. Uma malha visual se estende por todo enquadramento perpassando o quadro e preenchendo-o com insinuações. A estética remete a pinceladas de tintas, com pincéis largos e fartos. Porém, um elemento distoa no canto inferior direito, ao sobrepor fundo e primeiro plano, com a alusão a profundidade. O fundo preto remete ao foco no tecido que levemente, se desfaz ao

fim da imagem no canto superior. A destotalização proposta por Gumbrecht (1998) se inscreve em um movimento desenhado pela baixa velocidade do obturador que não se finda, apenas surge na cena, sem começo e fim, somente continua pelas extremidades.

Figura 16 – Em frente.



Fonte: Autoria própria.

Nota: Máquina: Canon EOS Rebel T3i
Objetiva: Canon EF-S 55-250mm f/4-5.6 ISII; Distância focal: 55mm
Exposição: 1/25 seg; Abertura: f/5.6; ISO: 400
Software: Adobe Photoshop Lightroom 5.0 (Windows)

Parar ao semáforo transforma-se em um momento para a confecção desta imagem. Os breves 30 segundos até aguardar a luz verde propiciam apreender as nuances vermelhas do carro a frente e criar um registro da luz que nada se assemelha com seu referente: o farol do carro a frente. Os desfoques tornam-se formas geométricas arredondadas, quadradas, triangulares, propiciadas pela baixa abertura da objetiva e interferências do vidro do carro e do farol. As cores chamam atenção pela saturação e opacidade da variação dos tons de vermelho. Os elementos são distribuídos de maneira a criar uma composição visual que se assemelhe a maneira como se lê e escreve, ao insinuar um sentido que se esconde. A imagem não vincula-se ao referente, assim não pertence as esferas da memória,

apenas comunica sentidos, sensações e provoca. Um vestígio do breve período de tempo da perda e permanência em semáforo.

Figura 17 – Reflexos.

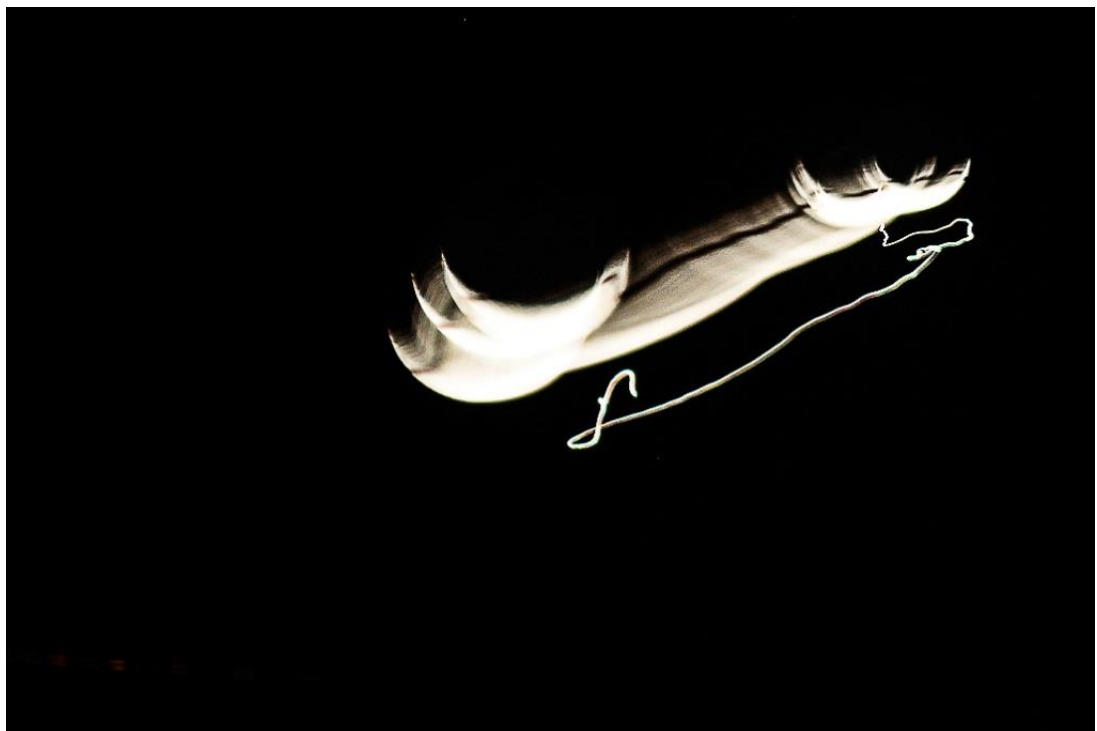


Fonte: Autoria Própria.

Nota: Máquina: Canon EOS Rebel T3i
Objetiva: Canon EF-S 55-250mm f/4-5.6 ISII; Distância focal: 55mm
Exposição: 0.3 seg; Abertura: f/9.0; ISO: 400
Software: Adobe Photoshop Lightroom 5.0 (Windows)

A chuva na cidade confere as ruas a propriedade de se tornar refletor das luzes dos carros, semáforos, fachadas, postes. A cidade molhada parece ser um tela negra para ser pintada com luzes ao acaso. O reflexo na luz no asfalto convida ao imaginar tintas jogadas ao deleite para uma composição visual. O referente nesta imagem é indicial, pois sugere os elementos presentes no quadro, mas não os atesta, apenas indica: pode ser uma rua qualquer de uma cidade qualquer. As cores misturam-se entre primárias e secundárias. Há uma sensação de profundidade e perspectiva advinda do afunilamento da rua, no centro da imagem. As regras de composição, fotometria, foco não são observadas, pois a intenção é testar novas possibilidades à partir dos desfoques, para imprimir na imagem a subjetividade da fotógrafa.

Figura 18 – Lua.

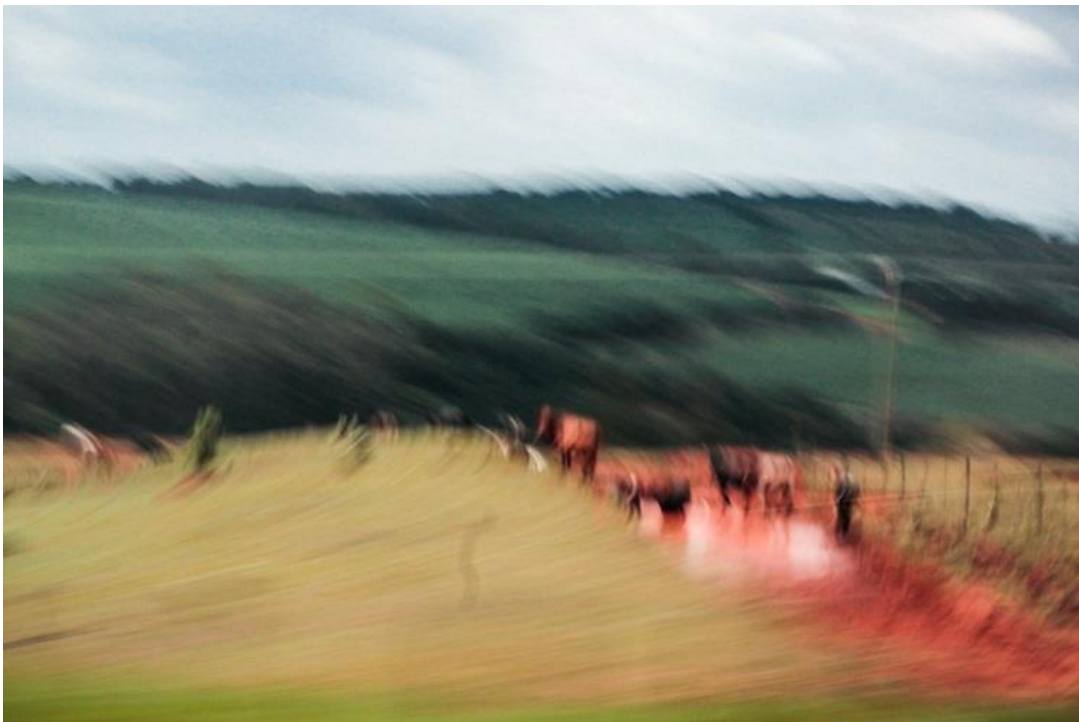


Fonte: Autoria própria.

Nota: Máquina: Canon EOS Rebel T3i
Objetiva: Canon EF-S 55-250mm f/4-5.6 ISII; Distância focal: 84mm
Exposição: 0,8 seg; Abertura: f4,5; ISO: 800
Software: Adobe Photoshop Lightroom 5.0 (Windows)

A lua ao céu está em constante movimento, e esta imagem não busca documentar esse deslocamento, mas buscar fragmentos, duplos, para uma imagem que se expande. O movimento da objetiva fotográfica é a base para obter esse desenho. Para Barthes (1984), nas fotografias existe o elemento do “isso foi”, mas, esta imagem dialoga com Soulages (2010), pois “isso foi encenado”. A encenação da imagem configura a poética não linear e fragmentada. As cores e formas indiciam o referente, que mesmo sendo reconhecido como lua, não pode ser testificado como tal.

Figura 19 – Pintura.



Fonte: Autoria própria.

Nota: Máquina: Canon EOS Rebel T3i
 Objetiva: Canon EF-S 50mm f/1.8; Distância focal: 50mm
 Exposição: 1/15 seg; Abertura: f18; ISO: 400
 Software: Adobe Photoshop Lightroom 5.0 (Windows)

A paisagem figurativa desenha-se ao colocar o movimento na imagem e extrair a nitidez, através de um processo de edição. A apreensão do movimento ocorre pela fotógrafa se colocar em um veículo em rápido movimento enquanto realiza os registros. A referência com o mundo é mantida pelas noções de céu, terra, mata, animais, pois a intencionalidade é observar uma cena que passa velozmente e

mal pode ser apreciada, foge do observador. Assim denota a crise da visibilidade da imagem (BAITELLO JUNIOR, 2014), que mediante a proliferação desenfreada, as imagens não são contempladas, assim como quando viaja-se e o longo caminho percorrido na estrada parece não mudar de cor, de tom, de tema, e ser um só.

Figura 20 – Bela Flor.

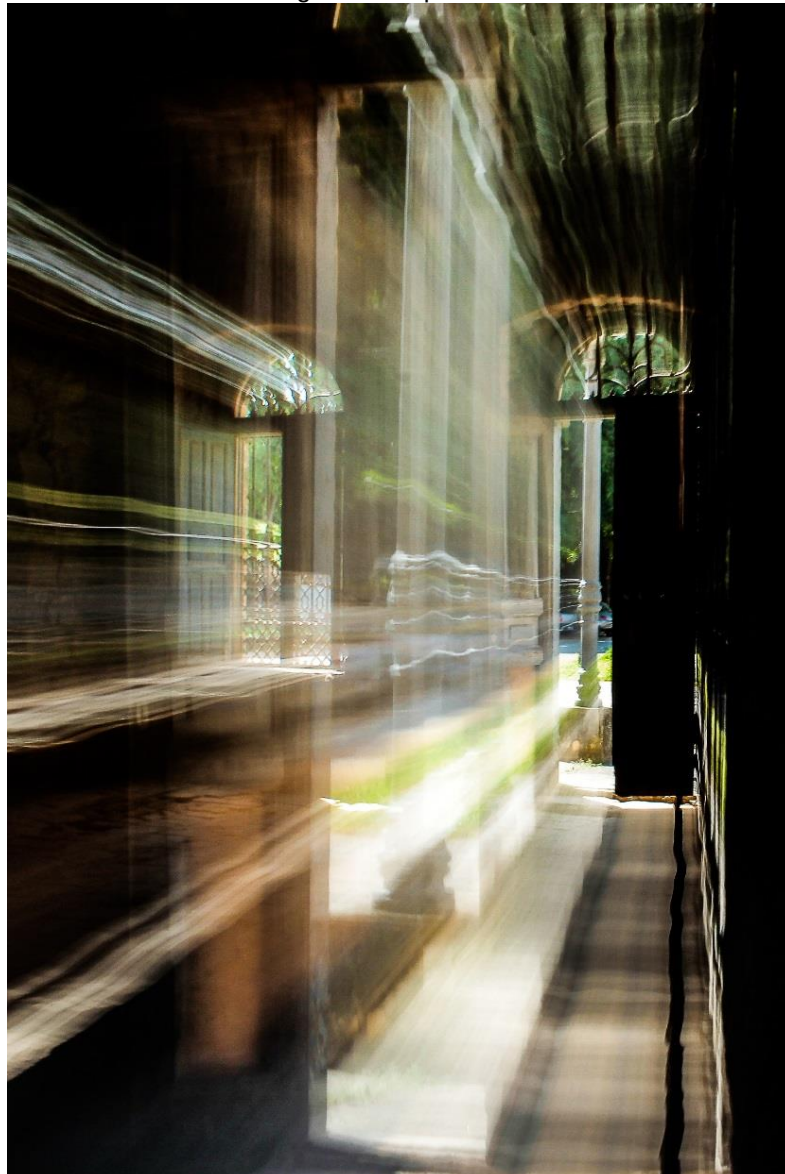


Fonte: Autoria própria.

Nota: Máquina: Canon EOS Rebel T3i
Objetiva: Canon EF-S 18-55mm f/4-5.6 ISII; Distância focal: 18mm
Exposição: 1/4 seg; Abertura: f7.1; ISO: 100
Software: Adobe Photoshop Lightroom 5.0 (Windows)

Uma flor, rica em tons de rosa de vermelho é o referente para esta imagem que busca refletir sobre a semelhança da imagem com o real. É uma flor, a fotografia atesta, mas para o observador este elemento está invisível. Há um ponto de fuga ao centro, com linhas que criam um fluxo visual, não obedecendo as regras de composição fotográfica, como a dos terços, em que os pontos de interesse da imagem devem se concentrar na intersecção de três linhas paralelas distribuídas uniformemente pela imagem em sua extensão. O espaço é dominado pelas cores, e os pontos verdes ao fundo, indicam uma sobreposição de planos; Ao atentar-se nota-se primeiro e segundo plano, embora a flor se destaque no plano focal principal ao se desfazer em luz, cor e forma.

Figura 21 – Ipanema.



Fonte: Autoria Própria.

Nota: Máquina: Canon EOS Rebel T3i

Objetiva: Canon EF-S 18-55mm f/4-5.6 ISII; Distância focal: 18mm

Exposição: 0.3 seg; Abertura: f/16; ISO: 100

Software: Adobe Photoshop Lightroom 5.0 (Windows)

O percurso da luz ao entrar pelas portas e janelas propicia a reflexão sobre o código fotográfico, este que sujeita-se a diversas interferências provenientes dos dispositivos tecnológicos, escolhas e ideologias, que se configuram através de diversos elementos para constituir a imagem, basicamente em uma combinação da abertura do diafragma, velocidade do obturador e sensibilidade a luz (ROUILLÉ, 2009). Assim, o registro da luz não se faz neutro, transparente, real, indiferente, pois até chegar a materialidade (esta sendo outra interferência) em forma física ou virtual, impregnou-se de impressões, ficções, encenações, perdas e permanências que são testificadas em um tempo curtíssimo: a duração do clique fotográfico.

Há várias aberturas na fotografia (janelas e portas), pois para o ato fotográfico, também, há uma multiplicidade de maneiras de efetuar os registros, tanto por vanguardas estéticas, como escolhas técnicas, aparatos tecnológicos e fotógrafos. Cada fotógrafo pode ter a ciência dos elementos disponíveis e fazer as escolhas que deseja para criar registros, e assim decidir, como pontua Adams (2000), se dominará a máquina ou deixará a tecnologia impor seus caprichos.

As informações visuais disponíveis para o registro estão no mundo afora, assim como a luz na figura é proveniente do exterior, mas, o fotógrafo se coloca “dentro” da caixa preta (FLUSSER, 2002) e conjectura os elementos constituintes da fotografia para salvar das artimanhas do tempo os vestígios dos rastros, reflexos, linhas, caminhos, cruzamentos, enlaces, ausências, brilhos e poéticas da luz.

Encerro este item que buscou equacionar as teorias apresentadas nos itens 1 e 2 com o Instagram através das dinâmicas observadas no aplicativo e mostrou como as tecnologias emergentes e as premissas da sociedade contemporânea podem interferir no ato fotográfico e reverberar em práticas culturais dos usuários-interatores. Por fim, a experimentação poética promoveu o enlace dos conceitos estudados sobre fotografia.



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tudo parece estar mudando ao mesmo tempo,
e não existe um ponto privilegiado, acima da confusão,
de onde eu possa enxergar as coisas.

(Henry Jenkins, 2009, p.39).

Com múltiplas e ricas vivências, leituras de dezenas de livros e artigos, aulas instigantes, convivência com profissionais da área de comunicação e cultura, assim como a participação em diversos eventos acadêmicos o aprendizado é incomensurável nas esferas pessoal, profissional e acadêmica e foi fundamental para o alicerce do conhecimento ampliado, discutido e consolidado nesta dissertação.

Como perspectiva a curto prazo, vislumbro o início da prática docente e ingresso em um programa de doutoramento. A prática de uma fotografia mais autoral, também, é uma extensão do aprendizado que tive com professores que através das aulas, debates e orientações ampliaram a visão sobre o mundo.

A experiência sobre comunicação e cultura ampliou-se e a percepção sobre o enlace de ambas foi aguçado. A cultura não é apenas a maneira pela qual realizam-se tarefas ou, rotinas e o modo de viver, mas um entorno complexo e ímpar no qual a comunicação se transforma em ferramenta para a transmissão cultural.

Já a comunicação é conceituada para além de proposições binárias como emissor/receptor, mensagem/ruído, mas como parte integrante da natureza da vida, que na contemporaneidade se faz mediada por dispositivos tecnológicos que (re)editam e ampliam potencialidades do usuário-interator, participante dos atos comunicativos, tanto como produtor e receptor de conteúdos midiáticos.

Sobre esta pesquisa, observar, descrever e discutir o objeto de estudo desdobrou-se em um conjunto de reflexões à respeito da fotografia e os enlaces com a comunicação e cultura digital. Contudo, devido ao caráter emergente do objeto e a constante atualização e inovação dos contextos estudados, os resultados expostos nesta pesquisa têm caráter provisório. As inscrições contemporâneas não se fixam no tempo e espaço e as novidades surgem com urgência.

Com efeito, este trabalho não proporciona respostas, mas serve ao intuito de instigar novas perguntas. Os temas estudados não têm um esgotamento, apenas apontam caminhos para novas reflexões. O Instagram é um objeto rico em abordagens de estudo e não houve esgotamento das possibilidades.

As referências teóricas expostas nesta dissertação abarcam uma multiplicidade de ciências e autores, devida a complexidade das pesquisas em comunicação, entretanto, existem outras possibilidades teóricas que podem conduzir a outras conclusões. A metodologia utilizada mostrou-se satisfatória, pois devido ao caráter emergente do Instagram, a pesquisa qualitativa-exploratória de maneira experimental proporcionou a esta pesquisadora a imersão no universo estudado para descobrir as especificidades do mesmo.

Os estudos contemporâneos, como base teórica contribuíram para equacionar o observar, descrever e discutir os aspectos tecnológicos envolvidos na fotografia veiculada no Instagram, através de uma perspectiva não hermenêutica, pautada não na interpretação, mas na produção de sentidos através da materialidade da comunicação. Ou seja, os objetivos foram alcançados ao examinar o Instagram pelo viés comunicacional e cultural e a metodologia contribuiu para verificar as mudanças que os dispositivos tecnológicos conferem aos atos fotográficos, relacionadas as práticas dos usuários-interatores.

As novidades são velozes e novos dispositivos e tecnologias emergem na cena para subverter a maneira pela qual rotineiramente vive-se. Com a visão ampliada sobre fotografia, considero que na contemporaneidade as tecnologias emergentes, como o celular e o Instagram promovem novas possibilidades a fotografia e interferem nos conteúdos. Como demonstrado na dissertação, as facilidades de geração de um conteúdo imagético em trânsito aproximam o fotografar do cotidiano e trazem, cada vez mais, a fotografia ao presente, vinculada aos propósitos de diversão e comunicação.

Considera-se o Instagram como ferramenta tecnológica com a capacidade de aproximar a fotografia ao usuário-interator e promover um conteúdo visual relacionado ao presente, a instantaneidade e mobilidade, e assim, sugestiona o cotidiano como tema central dos compartilhamentos. Ainda, delineia-se como ambiente comunicacional em que interações são mediadas através de imagens e vídeos.

Fotografar faz parte da vida cotidiana e como prática é tanto facilitada quanto incentivada pelas tecnologias e mídias digitais que tem na imagem um dos principais

eixos comunicativos. Compartilhar imagens da vida privada, transforma-se em ato comum dos usuários-interatores que com celular e acesso à internet estão aptos a tal. Por um lado, atenta-se para uma possível “banalização” do ato fotográfico mediante tantas facilidades e comodidades propiciadas pela tecnologia, mas, por outro lado, vê-se com otimismo a democratização do acesso ao privilégio da geração das próprias imagens, sejam elas para lembrança, autoafirmação ou comunicação.

Por fim, como resultado desta pesquisa foi criado o blog *Pixgrafia* <<https://pixgrafia.wordpress.com/>> para divulgar os resultados desta dissertação, com periodicidade quinzenal de postagem em texto e imagem sobre fotografia, e, o *Coletivo Imbrica*, em parceria com Joana Fernandez e Felipe Parra, também, alunos do mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba para promover a reflexão sobre as tecnologias emergentes com intervenções artísticas na cidade de Sorocaba através da imagem, do corpo e da mediação. As ações do Coletivo estão registradas no Blog <<https://coletivoimbrica.wordpress.com/>>.

Ao final desta jornada novas indagações surgem. As Selfies, como modelo de representação, espelham os valores da sociedade contemporânea? Quais elementos estão implícitos neste fenômeno? Espero que essas indagações possam ser um novo ponto de partida para outros pesquisadores que desejem explorar as imagens na sociedade contemporânea.



REFERÊNCIAS

ADAMS, Ansel. **A câmera**. São Paulo: Senac, 2000.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** E outros ensaios. Chapecó, SC: Argos, 2009.

AQUINO, Livia Afonso de. Picture Ahead. A Kodak e a construção de um turista-fotógrafo. 2014. Tese (Doutorado em Multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2014.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1984.

BAITELLO JUNIOR, Norval. **A era da iconofagia**: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

_____. **O pensamento sentado em glúteos, cadeiras e imagens**. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

BLOG DO INSTAGRAM. Logotipo. Disponível em: < <https://instagram.com/press/> > Acesso em: 31 out. 2014.

_____. 300 million: Sharing Real Moments. Disponível em: <http://blog.instagram.com/post/104847837897/141210_300million>. Acesso em: 10 dez. 2014.

BRUNO, Fernanda. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e comunicação. **Famecos**, Porto Alegre, n. 24, jul. p. 110-124. 2004. Disponível em : < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3271> >. Acesso em 30 maio 2014.

BRETAS, Beatriz. Interações cotidianas. In: FRANÇA, Vera; GUIMARÃES, Cesar. **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica. 2006. p. 26-42.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CETIC. TIC domicílios 2013. Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>>. Acesso em 29 jun. 2014.

DIÁRIO DE SÃO PAULO. Ibirapuera e estádios lideram ranking do Instagram. Disponível em: <<http://www.diariosp.com.br/mobile/noticia/detalhe/75550/ibirapuera-e-estadios-lideram-ranking-do-instagram>>. Acesso em: 03 dez. 2014.

E LIFE. Estudo dos hábitos do internauta brasileiro em 2013. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/Elife2009/estudo-habitos-do-internauta-brasileiro-elif-2013>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

EXAME. Os 10 brasileiros com mais seguidores no Instagram. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/os-10-brasileiros-com-mais-seguidores-no-instagram/lista>>. Acesso em: 03 dez. 2014.

FABRIS, Annateresa. **Identidades virtuais**: uma leitura do retrato fotográfico. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

FNAZCA. Panorama do Brasil na internet. Disponível em: <<http://www.fnazca.com.br/index.php/2013/12/20/fradar-13%C2%AA-edicao/>>. Acesso em 29 jun. 2014.

FELDMAN, Ilana. O trabalho do amador. BRASIL, Andre; MORETTIN, Eduardo; LISSOVSKY, Mauricio (orgs). In: **Visualidades hoje**. Salvador: EDUFBA, 2013.

FELIZARDO, Adair; SAMAIN, Etienne. A fotografia como objeto e recurso de memória. **Discursos fotográficos**, Londrina, v. 3, n. 3, p. 205-220. 2007. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1500>>. Acesso em: 20 jun. 2014

FONTCUBERTA, Joan. A síndrome de Hong Kong. **Studium 36**, Campinas, v.1, n.36, p. 118-130, 2014 Disponível em: <http://www.studium.iar.unicamp.br/36/7/index.html#_ftn%5B1%5D>. Acesso em 25 jun. 2014.

_____. **A câmera de pandora**: a fotografi@ depois da fotografia. São Paulo: Gustavo Gili Br, 2012.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. Rio de Janeiro: Editora Relume Dumará. 2002.

GARCIA, Camila Lopes. **Coleções de imagens flutuantes**: álbuns fotográficos digitais on-line. Dissertação. (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Programa de comunicação e semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo. 2010.

GARCIA, Wilton. **O metrossesual no Brasil**: estudos contemporâneos. São Paulo: Factash editora. 2011.

_____. Imagem sensível da ordem humana. **Extraprensa**, São Paulo, v. 8, n.14, p.13-18, jun. 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/EPX14-A2>>. Acesso em 08 ago. 2014

_____. Uma condição (hiper)mediática. **Tríade**, Sorocaba, v.1, n.2, p. 364-380, 2013a. Disponível em: <<http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php?journal=triade&page=article&op=view&path%5B%5D=1766>> Acesso em 20 mar. 2014.

_____. Anotações estratégicas sobre consumo contemporâneo. **Comunicação & inovação**, São Caetano do Sul, v. 14, n. 27, p. 37-44, 2013b. Disponível em: <

http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/2082/1427> Acesso em 05 jul. 2014

GOFFMAN, Erving. A representação do eu na vida cotidiana. 8ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes. 1999.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Corpo e forma**: ensaios para uma crítica não hermenêutica. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

_____. **Produção de presença**. Rio de Janeiro: Contracampo, 2010.

HALL, Stuart. **Identidade cultural pós moderna**. 5 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KEEN, Andrew. **Vertigem digital**: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. São Paulo: Zahar, 2012.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & história**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

LEMONS, André. A arte da vida: diários pessoais e *webcams* na Internet. In: **Intercom** - XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2002, Bahia, 2002a Disponível em: <
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/37b5da563c6bc5ec6f2697de38bffd84.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

_____. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina. 2002b.

LÉVY, Pierre **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens**: uma história de amor e ódio. São Paulo. Cia das letras, 2001.

PEIXOTO, Nelson Brissac. Ver o invisível: a ética das imagens. In: NOVAES, Adauto (Org.) **Ética**: vários autores. São Paulo. Cia das letras, 2007. p. 425-453.

PEREZ, Clotilde; SATO, Silvio. Os múltiplos sentidos da cena midiática contemporânea. **Tríade**, Sorocaba, v.1, n.2, p. 279-291, 2013. Disponível em: <
<http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php?journal=triade&page=article&op=view&path%5B%5D=1760>>. Acesso em: 30 abr. 2014.

PRIMO, Alex (org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

RADFAHRER, Luli. Mobile in SPYER, Juliano (org.). **Para entender a internet**: noções, práticas e desafios da comunicação em rede. 2009. Disponível em:

<<http://ebookbrowse.com/spyer-juliano-org-para-entender-a-internet-pdf-d322865036>>, Acesso em 20.jun. 2014.

Disponível em: <<http://ebookbrowse.com/spyer-juliano-org-para-entender-a-internet-pdf-d322865036>>, p. 47. Acesso em 20. jun. 2014.

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

RETTBERG, Jill Walker. **Seing ourselves though technology**: How we use seilfies, bogas and wearable devices to see and shape ourselves. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.

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

SAMAIN, Etienne. As peles da fotografia: fenômeno, memória/arquivo, desejo. **Visualidades**, Goiânia, v. 10, n.1, p. 151-164, jan-jun. 2012. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/VISUAL/article/viewFile/23089/13635>> Acesso em: 20 jun. 2014.

SALGADO, Sebastião. **A fotografia deixou de ser memória**. Disponível em: <<http://virgula.uol.com.br/diversao/sebastiao-salgado-fotografia-deixou-de-ser-memoria/>> Acesso em 20 jan. 2015.

SIQUEIRA, Osmar Renato de Barros. **Comunicação e consumo no varejo eletrônico contemporâneo**. Dissertação. (Mestrado em Comunicação e Cultura) Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura - Universidade de Sorocaba, 2013.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. Rio de Janeiro: Arbor, 1985.

SOULAGEZ. François. **Estética da fotografia**: perda e permanência. Editora Senac, 2010.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade excitada**: filosofia da sensação. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2010.

THOMPSON. John B. A nova visibilidade. **Matrizes**, São Paulo, n. 2, p. 15-38, abr. 2008. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/82/124>>. Acesso em 30 set. 2014

WEBSTA. Hashtags mais postadas. Disponível em: <<http://websta.me/hot>>. Acesso em: 16 jun. 2014