

**UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA
FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**

**AS CONTRIBUIÇÕES DO INSTAGRAM NA
FORMAÇÃO DA CULTURA DIGITAL DA
SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

HUGO DE LIMA

**PIRACICABA, SP
(2014)**

AS CONTRIBUIÇÕES DO INSTAGRAM NA FORMAÇÃO DA CULTURA DIGITAL DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

HUGO DE LIMA

ORIENTADOR: PROF. DR. BRUNO PUCCI

**Dissertação apresentada à
Banca Examinadora do
Programa de Pós-Graduação
em Educação da UNIMEP
como exigência parcial para
obtenção do título de Mestre
em Educação**

**PIRACICABA, SP
(2014)**

Ficha Catalográfica elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da UNIMEP
Bibliotecária: Luciene Cristina Correa Ferreira CRB-8/ 8235

L732c Lima, Hugo de.
As contribuições do Instagram na formação da cultura digital da sociedade contemporânea / Hugo de Lima. – Piracicaba, SP: [s.n.], 2014. 114 f. ; il.

Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Ciências Humanas / Programa de Pós-Graduação em Educação - Universidade Metodista de Piracicaba. 2014.

Orientador: Dr. Bruno Pucci.

Inclui Bibliografia

1. Educação. 2. Fotografia. 3.Semiformação. 4. Imagem-técnica. I. Pucci, Bruno. II. Universidade Metodista de Piracicaba. III Título.

CDU 37

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Bruno Pucci, UNIMEP

Prof. Dr. Alex Sander da Silva, UNESC

Prof. Dr. Belarmino Cesar Guimarães da Costa, UNIMEP

AGRADECIMENTOS

Em 2012, ano em que iniciei meu mestrado, muito se ouvia, pelos corredores do bloco 7 da Universidade, que o período de mestrado era uma fase de grandes transformações. Pois bem, passado estes dois anos e meio, tive a certeza que estas transformações vieram, porém não passei por elas sozinho e, sem dúvida alguma, tive grandes companhias, que agradeço por não me deixarem enfrentá-las sozinho. A primeiríssima doce companhia que tive neste período também se transformava; Luiza Cazetta aceitara adicionar o sobrenome “de Lima” e, junto com essas charmosas letrinhas, vieram as responsabilidades da vida a dois. Durante todo o tempo de mestrado, ela foi a grande parceira, a quem sempre recorri nos conflitos e, com toda sua paciência e sabedoria, soube sempre fazer uma boa limonada com o limão da vida. Minha mãe e meu pai também se transformaram neste período, porque, após 31 anos de um divertido convívio familiar, o apartamento 302 voltava a ficar só para eles, como nos tempos de ouro do namoro. Agradeço ao meu irmão Ivan pelos incansáveis auxílios durante o processo de escrita e à minha cunhada Márcia, que sempre esteve presente e participativa. Vó Sophia e tia Célia, uma dupla inseparável, da qual senti muita saudade neste período. Agradeço à Aldenice, ao Luiz, à Eliana, à Tarcila, à Paula, ao Pedroca, ao Matheus, ao Josafá pela maravilhosa acolhida que tive pela família Cazetta e pelo apoio durante os longos períodos de estudos. Agradeço ao meu orientador Bruno Pucci que aceitou o desafio da minha dissertação, e soube me conduzir com clareza e objetividade. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES – BRASIL. Aos amigos do curso de Comunicação Visual, agradeço por todos os momentos de parceria, Patrícia Scalon, Carolina Smania, Fábio Di Mauro, Nilvo Colucci, José Gomes Neto, Léo Salvato. Agradeço à compreensão de todos os familiares e amigos, que souberam entender a ausência do casal Cazetta de Lima durante este período.

RESUMO

O *Instagram* e sua fotografia digital móvel são os objetos de estudo desta dissertação, sendo que a importância desta pesquisa se justifica por ser um tema atual e relevante para a educação. Com o desenvolvimento da tecnologia, o educador cada vez mais se depara com este tipo de imagem no ambiente escolar, sem de fato refletir sobre a relação dessa fotografia na formação da cultura digital da sociedade contemporânea. O objetivo da dissertação é analisar as contribuições do *Instagram* na formação da cultura digital da sociedade contemporânea, a partir do levantamento histórico da invenção e evolução da fotografia. Para alcançar os objetivos propostos, a metodologia utilizada segue a abordagem qualitativa, que tem a pesquisa bibliográfica como base dos procedimentos técnicos. Já a fundamentação teórica adotada para tratar o tema e o problema desta pesquisa será a partir das teorias de semiformação, proposta por Theodor Adorno, e de imagem técnica, apresentada por Vilém Flusser.

Palavras-chave: educação, fotografia, semiformação, imagem-técnica.

ABSTRACT

Instagram and its mobile digital photograph are the purposes of this study and the importance of this search can be justified, because it is a modern and very important subject for education. Due to the technology development, the pedagogue will frequently come across with this kind of image in the school environment without thinking about the influence of this photograph on the shaping of the contemporaneous society digital culture. The purpose of this study is to analyze the contributions of Instagram concerning to the shaping of contemporaneous society culture, from the historical survey of photograph invention and evolution. In order to reach the proposed objectives, the methodology used follows a qualitative approach, with the bibliographical research as basis of technical procedures. And the theoretical foundation used to discuss the subject and the problem of this search will be from the semi-shaping theories, proposed by Theodor Adorno, and of technical image, presented by Vilém Flusser.

Keywords: education, photograph, semi-shaping, image-technique.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – GALERIA DE FOTOGRAFIA DA HASHTAG #SELFIE	79
FIGURA 2 – GALERIA DE FOTOGRAFIA DA HASHTAG #ME	79
FIGURA 3 – SUNDAY CASUAL.....	79
FIGURA 4 – FOTOGRAFIA SEM FILTRO.....	81
FIGURA 5 – FOTOGRAFIA COM FILTRO.....	81
FIGURA 6 – FOTOGRAFIA COM FILTRO.....	81
FIGURA 7 – PESQUISA DA #INSTADAILY	82
FIGURA 8 – RESULTADO DE PESQUISA DA #INSTADAILY	82
FIGURA 9 – HASHTAG #INSTADAILY NA FOTOGRAFIA	82
FIGURA 10 – PERFIL DO JUSTIN BIEBER.....	86
FIGURA 11 – ME AND UNCLE WILL	86
FIGURA 12 – BEERS IN THE JUNGLE.....	86
FIGURA 13 – PERFIL DO NEYMAR.....	88
FIGURA 14 – VOLTANDO PARA CASA.....	88
FIGURA 15 – FELIZ DIA AS CRIANÇAS.....	88
FIGURA 16 – PERFIL DO INSTAMMISSION	91
FIGURA 17 – FOTOGRAFE SUAS FÉRIAS COM A HASHTAG #INSTAMMISSION151.....	91
FIGURA 18 – RESULTADO FOTOGRÁFICO DA #INSTAMMISSION151.....	91
FIGURA 19 – PERFIL DO MARCELO NAVA	93
FIGURA 20 – GALERIA DO MARCELO NAVA.....	93
FIGURA 21 – ROUND SERIES.....	93
FIGURA 22 – PERFIL DO EVERY DAY AFRICA.....	95
FIGURA 23 – GALERIA DO EVERY DYA AFRICA	95
FIGURA 24 – PRIMEIRA FOTOGRAFIA PUBLICADA PELO EVERY DAY AFRICA.....	95
FIGURA 25 – PERFIL DO DAILYDOODLEGRAM	97
FIGURA 26 – GALERIA DO DAILYDOODLEGRAM	97
FIGURA 27 – IMAGEM DO DAILYDOODLEGRAM	97
FIGURA 28 – REFERÊNCIA 1.....	97
FIGURA 29 – REFERÊNCIA 2.....	97

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
CAPÍTULO I - INVENÇÃO E EVOLUÇÃO DO PROCESSO FOTOGRÁFICO.....	12
1.1. OS PRECURSORES DA FOTOGRAFIA	13
1.2. OS INVENTORES DA FOTOGRAFIA	20
1.3. OS PRIMEIROS FOTÓGRAFOS E O RETRATO	26
1.4. A MASSIFICAÇÃO E A INDUSTRIALIZAÇÃO DA FOTOGRAFIA.....	33
CAPÍTULO II – INVENÇÃO E EVOLUÇÃO DA FOTOGRAFIA DIGITAL MÓVEL.....	38
2.1. INSTAGRAM.....	39
CAPÍTULO III – A FORMAÇÃO CULTURAL E A IMAGEM NA SOCIEDADE.....	55
3.1. ADORNO E A SEMIFORMAÇÃO CULTURAL.....	56
3.2. FLUSSER E A IMAGEM TÉCNICA	64
CAPÍTULO IV – AS CONTRIBUIÇÕES DO INSTAGRAM.....	77
CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
REFERÊNCIAS	101

INTRODUÇÃO

A imagem, como forma de representação e expressão da realidade, sempre teve uma relação íntima com a humanidade e, desde o seu surgimento, no século XIX, a imagem fotográfica teve a responsabilidade de representar a realidade de maneira fiel, capturando, em cada momento, um traço do mundo visível. Entretanto, a imagem fotográfica contemporânea é resultado de inúmeras transformações tecnológicas, as quais levaram esta imagem a um novo significado, criando verdadeiros mundos mágicos, repletos de fantasia e concebendo outras realidades.

Atualmente, a fotografia pode ser produzida por meio de um dispositivo telefônico móvel, com acesso a internet, possibilitando que as pessoas, em poucos segundos, fotografem e, em uma dimensão planetária, publiquem e compartilhem estas imagens. Muitas vezes, o conteúdo dessas fotografias corresponde simplesmente a ações do cotidiano e, quando publicado, torna-se ‘vitrine’ da vida de um indivíduo anônimo nas redes sociais.

O *Instagram* e sua fotografia digital móvel são os objetos de estudo desta dissertação, sendo que a importância desta pesquisa se justifica por ser um tema atual e relevante para a educação, pois, com o desenvolvimento da tecnologia, o educador cada vez mais se depara com este tipo de imagem no ambiente escolar. Acredita-se que o entendimento sobre essa fotografia digital móvel é fundamental para uma maior compreensão de sua relação com a sociedade contemporânea.

O objetivo da dissertação é analisar as contribuições do aplicativo fotográfico móvel, o *Instagram*, na formação da cultura digital da sociedade contemporânea, a partir do levantamento histórico da invenção e evolução da fotografia, desde o Renascimento, com o ideal na captura do mundo visível, até o seu avanço, no período da Revolução Industrial, com a criação da Kodak. O exato momento da sua invenção, no início do século XIX, e os principais fotógrafos que surgiram neste período, também fazem parte deste apontamento.

Com este levantamento histórico, pretende-se mostrar como a ideia de fotografia surgiu e, depois, como ela foi se inserindo na cultura de forma a transformar a relação do homem com a imagem.

Na sequência, serão apresentadas a história e as funcionalidades do *Instagram*, ressaltando suas características enquanto aplicativo fotográfico para *smartphone* e como

rede social virtual móvel. A contextualização deste aplicativo fotográfico é feita de forma cronológica, evidenciado desde o seu surgimento, no ano de 2010, até o final do ano de 2013, sendo que as informações foram obtidas pelo *website* do próprio aplicativo. Nesta fase, é demonstrado como a fotografia digital, a internet e o surgimento do *smartphone* contribuíram para a existência desta ‘nova’ dinâmica fotográfica.

Para alcançar os objetivos propostos deste estudo, a metodologia utilizada segue a abordagem qualitativa, sendo que a pesquisa bibliográfica embasou os procedimentos técnicos. Já a fundamentação teórica, adotada para tratar o tema e o problema desta pesquisa, será a partir das teorias de semiformação, proposta por Theodor Adorno (2010), e de imagem técnica, apresentado por Vilém Flusser (2011).

Nesta etapa, a estruturação conceitual, que dará sustentação ao desenvolvimento da pesquisa, traz o pensamento do filósofo frankfurtiano Theodor Adorno (2010), que é apresentado a partir da sua compreensão sobre cultura e seus processos formativos, tendo em vista a elaboração da formação da cultura da sociedade moderna. Para evidenciar a semiformação, Adorno (2010) se propõe discutir, na Teoria da Semiformação, questões como cultura, processo formativo, autonomia, indústria cultural, entre outros pontos, que são tratados paralelamente por Horkheimer (1985) e Benjamin (1985).

Se a presente dissertação tem por objetivo analisar as contribuições do *Instagram* na formação cultura digital da sociedade contemporânea, os conceitos apresentados por Adorno (2010) vão ao encontro dos pontos chaves a serem refletidos.

Por sua vez, o pensamento do filósofo tcheco Vilém Flusser (2011) complementa as reflexões teóricas a partir da sua compreensão sobre imagem e os seus desdobramentos na história da humanidade. Para o filósofo, a imagem técnica se fez presente na sociedade contemporânea, a partir de duas grandes crises que ocorreram na estrutura cultural da humanidade – imagem tradicional e texto. Ao definir o conceito de imagem técnica, Flusser (2011) evidencia outros pontos que permeiam este conceito, como por exemplo: aparelho, operador, distribuição e informação. A partir deste ponto, o filósofo tcheco constrói uma ampla reflexão sobre os aparelhos midiáticos contemporâneos, considerações que contribuem para a análise do objeto estudado.

Após a reflexão sobre a contribuição do *Instagram* na formação da cultura digital da sociedade contemporânea, por meio dos teóricos e seus conceitos de análise, supõe-se, como uma das hipóteses, que o aplicativo irá evidenciar pontos relevantes para a cultura

digital contemporânea, proporcionando uma nova dinâmica para a fotografia, até então, nunca imaginada. Contudo, como a abordagem do objeto desta pesquisa será dialética, pressupõe-se, concomitantemente, que o *Instagram* seja apenas mais um objeto manipulador, propagado pela indústria cultural, que reforça os aspectos semiformativos da sociedade contemporânea.

Ao final deste trabalho de pesquisa, espera-se auxiliar a discussão sobre a imagem fotográfica digital móvel e suas implicações na cultura digital da sociedade contemporânea, de forma a somar às reflexões já produzidas e às que estão por vir.

CAPÍTULO I

INVENÇÃO E EVOLUÇÃO DO PROCESSO FOTOGRÁFICO

Ao longo da história, a imagem, como forma de representação e expressão da realidade, sempre teve uma relação íntima com a humanidade, buscando registrar, de maneira singular, através de formas e cores, as experiências com a natureza. As antigas pinturas rupestres de bisões, mamutes e renas, encontradas na gruta de Lascaux, sul da França, servem de amostra dessa antiga proximidade com a imagem.

“Imagens são mediações entre homem e mundo. O homem ‘existe’, isto é, o mundo não lhe é acessível imediatamente. Imagens têm o propósito de lhe representar o mundo.” (FLUSSER, 2011, p. 23).

A partir da produção de imagem – antiga maneira de se estabelecer contato com a natureza – o homem sempre buscou desenvolver uma diversidade de materiais, visando aprimorar e explorar novas técnicas para representar e expressar a sua realidade, de maneira única, em cada momento de sua história.

Segundo Freund (2010), é possível notar, em cada momento da História, o surgimento de diferentes modos de expressão artística, de acordo com o caráter político, as maneiras de pensar e os gostos particulares da época. Ela salienta que o gosto é uma manifestação que pode ser explicada, pois “forma-se em função de condições de vida bem definidas que caracterizam a estrutura social em cada etapa da sua evolução.” (FREUND, 2010, p. 19).

Quando, no tempo de Luís XVI, a burguesia se tornou próspera, ela deleitou-se a dar o mais possível aos seus retratos um carácter principesco, pois os gostos da época eram determinados pela classe no poder, quer dizer, pela nobreza. À medida que a burguesia fazia a sua ascensão, e que o seu poder político se tornava mais firme, mudava-se a clientela e transformava-se o gosto. O tipo ideal deixara de ser principesco: no seu lugar aparecia o rosto burguês (FREUND, 2010, p. 19).

Assim, ela conclui que “cada sociedade produz formas definidas de expressão artística que, em grande medida, nascem das suas exigências e das suas tradições” conforme o período, e que “qualquer modificação na estrutura social influi tanto no tema quanto nas modalidades da expressão artística.” (FREUND, 2010, p. 19).

Neste capítulo, será apresentado o surgimento da fotografia, assim como, sua evolução, desde o Renascimento, com o objetivo de, simplesmente, capturar o mundo visível; o

que perdurou até o seu avanço no período da Revolução Industrial com a criação da Kodak. O exato momento da sua invenção, no início do século XIX e os principais fotógrafos que surgiram nesse período também farão parte deste apontamento. Com este levantamento histórico, pretende-se mostrar como a ideia de fotografia surgiu e, depois, como ela foi se inserindo na cultura de forma a transformar a relação do homem com a imagem.

1.1. OS PRECURSORES DA FOTOGRAFIA

Foi no século XIX, no período da Revolução Industrial, que as primeiras imagens fotográficas começaram a surgir, mas o início das técnicas que culminaram na invenção da fotografia ocorreu em séculos anteriores, mais precisamente, entre o XV e o XVIII.

Algumas dessas técnicas tiveram seu surgimento e aperfeiçoamento durante a Renascença, época em que os artistas “queriam ir além do domínio recém-adquirido de pintar detalhes de flores ou animais copiados da natureza; queriam explorar as leis da visão, e adquirir suficientes conhecimentos do corpo humano para incluí-los em suas estátuas e pinturas [...]” (GOMBRICH, 1999, p. 221).

Conforme Janson (1989), foi com Petrarca que o início da Renascença se dá no apelo em ‘renascer’, resgatando os princípios da Antiguidade Clássica que ficaram esquecidos durante a Idade Média, sendo a consciência e a afirmação do eu pontos fundamentais no desenvolvimento do homem renascentista.

Foi com o espírito renascentista inflamado, na busca de reavivar a arte, a ciência e o saber da Antiguidade Clássica, que cientistas e artistas realizaram inúmeras experiências com o objetivo de descrever o mundo em que viviam, possibilitando, assim, séculos mais tarde, o surgimento da fotografia.

É possível notar, nas palavras de Janson (1989, p. 367), a importante contribuição que o resgate da Antiguidade proporcionou para o futuro da fotografia: “É um paradoxo fundamental que o anelo de regressar aos Clássicos, baseado numa rejeição da Idade Média, em vez de trazer à nova era uma Antiguidade renascida, contribuisse tanto para a formação do homem moderno.”

Com os ideais do Renascimento sendo acolhidos e propagados pela Europa, diversos campos, como da ciência, da cultura e da economia, se transformaram e principalmente o da arte passou por uma significativa revolução e levou o homem a grandes descobertas.

A matemática, nesse período, teve um papel importante sendo um dos principais eixos da organização desse espaço. Segundo Meggs e Purvis (2009), os inovadores desse período, por meio da ciência exata, modificaram a percepção da informação com a criação de dois sistemas visuais: a pintura e a tipografia.

A pintura evocou ilusões do mundo natural em superfícies planas por meios como a fonte única de luz e a modelagem de claro e escuro, o ponto de vista fixo e a perspectiva linear, e a perspectiva aérea. A tipografia criou um ordenamento sequencial e repetível de informações e espaço. Ela levou as pessoas rumo ao pensamento linear e à lógica e a uma categorização e compartimentalização de informações que constituíram a base para a investigação científica empírica. Fomentou o individualismo, um aspecto dominante da sociedade ocidental a partir do Renascimento (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 106).

A representação do espaço tridimensional expressa em imagens planas, como nos desenhos e nas pinturas, foi uma das técnicas resgatadas dos gregos e dos romanos. No Renascimento, passou, porém, por uma ampla transformação, tendo seus estudos sistematizados por artistas e cientistas nesse período.

A transformação geométrica, baseada na projeção de um espaço tridimensional sobre um espaço de superfície plana, podendo ser uma folha de papel, seguindo certas regras da divisão racional do espaço, capaz de transmitir a ideia desse espaço referente, se dá o nome de perspectiva.

O fato é que mesmo os artistas do período helenístico desconheciam o que chamamos de leis da perspectiva. A famosa avenida de choupos, que se afasta até um ponto de fuga e que muitos de nós desenhamos na escola, não constituía então uma tarefa rotineira. Os artistas desenhavam mais pequenas as coisas distantes e maiores as coisas mais próximas ou importantes, mas a lei da redução regular de objetos à medida que se distanciam, o enquadramento fixo em que podemos representar uma paisagem, não eram adotados pela antiguidade clássica (GOMBRICH, 1999, p. 114-115).

Para o autor Aumont (2011, p. 222), a projeção ideal de uma perspectiva “deve permitir que se reconstituam mentalmente os volumes projetados e sua disposição no espaço”, porém, “as regras dessa transformação são muito variáveis, e existe, geometricamente falando, uma grande quantidade de sistemas perspectivísticos.” Para ele, a perspectiva *artificialis*, ou perspectiva curvilínea, é uma das mais importantes regras da perspectiva inventada no Renascimento e, ainda, muito utilizada nos dias atuais. A aplicação dessa técnica consiste em transformar retas, paralelas entre si, do espaço referente de três

dimensões em retas convergentes em um ponto na imagem plana, tendo, ao final, um ponto de fuga central.

Aumont (2011) salienta que muitos autores atribuíram o estudo e desenvolvimento da perspectiva do período renascentista, como sendo uma redescoberta que ganhou maior valor simbólico, fazendo, da visão humana, uma regra de representação, mais do que a busca pela perfeição geométrica, pois, na Antiguidade Clássica, já se tinha o conhecimento da perspectiva, mas, até então, não era dado valor a essa técnica de representação de espaço em superfície plana.

É verdade que a pintura universal alcançara diferentes tipos de equilíbrio entre o simbolismo e o realismo das formas, mas no século XV o pintor ocidental começou a se afastar da preocupação primordial de tão só exprimir a realidade espiritual por meios autônomos para combinar a sua expressão com a imitação mais ou menos integral do mundo exterior. O acontecimento decisivo foi sem dúvida a invenção do primeiro sistema científico e, de certo modo, já mecânico: a perspectiva [...]. Ele permitia ao artista dar a ilusão de um espaço de três dimensões onde os objetos podiam se situar como na nossa percepção direta (BAZIN, 1983, p. 122-123).

Filippo Brunelleschi (1377-1446), na arquitetura, e Leon Battista Alberti (1404-1472), na pintura, foram os principais responsáveis, no Renascimento, pela sistematização do conhecimento no que se refere à perspectiva, auxiliando, assim, toda a uma geração de artistas e cientistas que buscavam a representação do real a partir de um ponto de vista.

Com o avanço das técnicas da perspectiva, a reprodução do ponto de vista se fortaleceu com o desenvolvimento de inúmeras ferramentas, dentre elas está a câmara escura como o principal instrumento que possibilitou um olhar único e singular sobre a realidade.

A câmara escura é antecessora da câmera fotográfica, e que, inicialmente, era uma sala ou uma caixa internamente escura devidamente vedada à entrada de luz, com apenas um pequeno orifício em um dos lados da caixa. Com a passagem de um feixe de luz, permitia-se que uma imagem do exterior fosse projetada invertida, na superfície oposta ao pequeno buraco, para dentro da caixa.

Segundo Gernsheim (1986), muito antes da Renascença, já há relatos da existência e utilização da câmara escura, onde, até mesmo o filósofo Aristóteles (384-322 a.C.) já fazia experiência com os princípios de formação de imagem, observando o eclipse do sol através dos furos de uma peneira. E ele próprio descobriu que quanto menor o furo mais nitidez se tinha da imagem observada.

Mas foi no Renascimento que a câmara escura chegou ao auge de seu desenvolvimento ganhando notáveis aperfeiçoamentos para melhor projetar o mundo real.

De uma simples câmara com orifício, a câmara escura, ao longo desse período, se transformou em um grande equipamento de auxílio a pintores quando o trabalho visava gravar e fixar a realidade a partir das imagens externas projetadas por ela.

Resumindo: a câmara escura sofreu inúmeros aperfeiçoamentos para viabilizar e atender o rigor artístico que se buscava no período da Renascença. Ganhou, inicialmente, pequenos discos de cristais até as lentes côncavas e convexas intermutáveis com um sistema reflex similar a câmeras fotográficas dos dias de hoje; de grandes instalações, para o seu funcionamento, até as pequenas dimensões, passou a ser portátil e transportada para diversos lugares com facilidade; e, ainda, até mesmo a imagem que, muitas vezes, tinha pouca definição quando projetada pela caixa, recebeu pequenos ajustes a partir de técnicas de perspectivas para completar e corrigir a projeção em busca de um resultado mais próximo da realidade observada.

Conforme descreve Sougez (2001), muitos artistas e cientistas, como Leonardo da Vinci (1452-1519), o astrônomo Kepler (1571-1630), o milanês Girolamo Cardano (1501-1576), o alemão Johann Zahn (1631-1707), o padre Athanasius Kircher (1602-1680) e o abade Nollet (1700-1770), aderiram ao uso de meios técnicos, como a câmara escura para auxiliar em suas atividades de observação, visto que, muitas vezes, a imagem projetada era conservada a partir de esboços ou desenhos.

Os pintores renascentistas utilizavam com muita frequência esses aparelhos, pois eles pareciam favorecer uma reprodução mais 'fiel' do mundo visível: afinal, era a própria 'realidade' externa que se fazia projetar de forma invertida na parede oposta ao orifício, enquanto o papel do artista consistia apenas em fixar essa imagem com o pincel e tinta (MACHADO, 1984, p. 30).

Importante observar que o acesso a esse equipamento era restrito, pois dependia de certos conhecimentos para a sua fabricação e utilização. Com isso, a câmara escura era apenas manuseada por artistas, cientistas e estudiosos. Sougez (2001) apresenta uma descrição, feita por Leonardo da Vinci (1452-1519), a respeito da câmara escura, e afirma que o pintor produziu anotações minuciosas nas quais descreve, detalhadamente, o funcionamento da câmara escura.

Quando as imagens dos objetos iluminados penetram por um furo num quarto muito escuro, receberéis essas imagens no interior do dito aposento num papel branco situado a pouca distância do furo; vereis

no papel todos os objetos com as suas formas e cores. Aparecerão reduzidos no tamanho. Apresentam-se numa situação invertida, e isto em virtude da intercepção dos raios. Se as imagens procedem de um lugar iluminado pelo Sol, aparecerão como pintadas no papel, que deve ser muito fino e visto por detrás (POTONNIÉE, 1989 apud SOUGEZ, 2001, p.19-20).

O cientista napolitano Giovanni Battista della Porta (1538-1615) também fez uma descrição completa do funcionamento e da utilização da câmara escura em sua obra de ciência popular *Magiae Naturalis* (1558), que foi publicada no século XVI. Gernsheim (1986) aponta que neste material, della Porta recomenda o uso da caixa a pessoas que não pintavam, mas que desejavam apenas contornar a imagem refletida, auxiliando no desenho de paisagem e de retrato.

Com todo esse avanço e sistematização da câmara escura e da perspectiva, Machado (1984) salienta que, muito antes da invenção da fotografia, as questões óticas, da câmera fotográfica, já estavam solucionadas.

[...] os aparelhos de produzir retratos com base no fenômeno da câmara obscura, a técnica da perspectiva artificialis sistematizada por Alberti e as objetivas inventadas por Barbaro e já temos solucionados nos séculos XV e XVI todos os problemas ópticos que intervêm no processo fotográfico (MACHADO, 1984, p. 32).

Outro equipamento de observação da realidade que teve seu desenvolvimento no início do século XIX – quando da invenção da fotografia – foi a câmara clara. Ela contribuiu para melhor enquadramento do olhar, auxiliando, com isso, a construção da composição de uma imagem. Esse acessório de enquadramento foi fruto do aperfeiçoamento de várias técnicas ópticas e dos inúmeros equipamentos de desenhar que surgiram durante o Renascimento.

[...] não passa de um olhinho de telescópio munido de um prisma, de um jogo de espelho e de lente, fixado à extremidade de uma haste imóvel, ela própria presa a uma mesa de desenho. Basta que o ‘pintor’ ajuste seu olho no visor, ‘enquadre’ seu objeto e deixe sua mão correr pelo papel, trace simultaneamente na folha o que o olho vislumbra (DUBOIS, 2003, p. 131).

Sendo muito difundida entre os desenhista e pintores dessa época, a câmara clara teve uma função específica: enquadrar a realidade que se observava para, ao final, desenhá-la. O princípio de enquadrar o olhar a partir de um aparelho óptico é algo que se mostra muito próximo das ações desenvolvidas pela câmera fotográfica.

[...] qual é o interesse para o desenhista de olhar por seu pequeno dispositivo o que ele poderia ver diretamente tão bem quanto e até melhor – o que está ali diante de seus olhos –, senão precisamente porque a intermediação do dispositivo lhe fornece um quadro, ou seja, um espaço de representação, eixos e relações, uma composição? (DUBOIS, 2003, p. 132).

Nota-se que a ação de enquadrar, dando um recorte ao referente, já era algo muito difundido na arte. Porém, com a câmara escura e, um tempo mais tarde, com a câmara clara, a ação de se representar a realidade, através de um olhar selecionado mediado por um aparelho, ocorre muito antes da criação da câmera fotográfica.

Ainda assim, faltava a descoberta de algo que pudesse fixar, de maneira automática, a projeção produzida pelas câmaras – escura e clara –, sem precisar da intervenção dos artistas – a partir de cópias manuais – para o processo de reprodução da realidade.

A prata foi o principal elemento utilizado como substância fotossensível para gerar as primeiras imagens fotográficas; e era na presença da luz que ela reagia.

[...] a ação da luz sobre certas substâncias que, assim levadas a reagir quimicamente, são chamadas fotossensíveis. Uma superfície fotossensível exposta à luz será transformada provisória ou permanentemente. Ela guarda um traço da ação da luz. A fotografia começa quando esse traço é fixado mais ou menos em definitivo, finalizado para certo uso social (AUMONT, 2011, p. 170).

Sougez (2001) afirma que, desde a Antiguidade, já se conhecia a propriedade dos sais de prata, que exposta a luz ganhavam uma tonalidade mais escura. A autora, porém, salienta que foi só no século XVIII que os estudos das propriedades da prata se sistematizaram e auxiliaram na invenção da fotografia no século XIX. As primeiras experiências e sistematizações das substâncias sensíveis à luz foram feitas pelo médico alemão Johan Heinrich Schulze (1687-1744), em 1727, pelo físico francês Jacques-Alexandre-César Charles (1746-1823), aproximadamente em 1780 e pelo ceramista inglês Thomas Wedgwood (1771-1805), que, em 1802, teve suas investigações publicadas por Humphrey Davy (1778-1829) no *Journal of the Royal Institution of Great Britain*, com as seguintes orientações:

uma cópia de um quadro ou de um perfil, imediatamente obtidos, devem (Sic) conservar-se na escuridão. Pode-se, quanto muito, examiná-la à sombra mas, neste caso, a exposição não pode ser senão de escassos minutos... Os intentos feitos até agora para impedir que as partes tingidas [...] sejam logo impressionadas pela luz resultaram sem êxito (DAVY, 1802 apud SOUGEZ, 2001, p. 25).

Nota-se, nas orientações de Thomas Wedgwood (1771-1805), a existência da dificuldade em fixar a imagem, pois a luz, principal fonte geradora, em contato com as substâncias fotossensíveis, não parava de escurecer a ponto de sumir com a imagem inicialmente formada. Nessa publicação, ele descreve qual seria a melhor forma de manipular essas imagens, podendo-se, por exemplo, apenas armazená-las e exibi-las em locais escuros para não sofrerem com a ação constante da luz, preservando-as, assim, sem correr riscos de perder a imagem.

Mesmo com tais dificuldades na preservação das imagens produzidas pela luz, a partir dos compostos de prata, as substâncias fotossensíveis foram muito utilizadas na produção das silhuetas, no século XVIII. Segundo Dubois (2003), ter o perfil decalcado por um artista que se utilizava de um ponto principal de luz para gerar uma sombra, projetada em uma tela branca, fez sucesso, e a técnica se espalhou rapidamente. E, com o aumento na demanda desses retratos, as substâncias fotossensíveis se fizeram úteis para reproduzir, com facilidade. Os quadros começaram, então, a ser produzidos em menor tempo e em maior quantidade para atender à demanda da época.

Com isso, o registro luminoso tinha sido descoberto e foi fundamental, mais tarde, para a invenção da fotografia. Porém, segundo Sougez (2001), a utilização de um fixador para os sais de prata, de forma a preservar a imagem sem sofrer reações na exposição à luz, só ocorreu em 1819, pelo astrônomo John Hersehl (1792-1871) com a descoberta do hipossulfito de sódio. Hersehl, porém, não teve a ideia de aplicar esse fixador no composto de prata presente nos experimentos de Wedgwood. Se isso ocorresse, ele poderia ter antecipado a invenção da fotografia.

E somente com as inúmeras técnicas desenvolvidas no campo da arte, junto com a ciência, influenciadas pelo pensamento de ‘renascer’ renascentista, é que foi possível a produção de uma nova imagem.

A invenção da fotografia representou portando o cruzamento de duas descobertas distintas no tempo e no espaço. De um lado, a fotografia se baseia no fenômeno da câmara escura, tal como foi entendido no Renascimento, e num código de representação que completa e corrige esse fenômeno: a perspectiva artificialis, sistematizada por Leo Batista Alberti em seu Trattato dela pintura (1443) [...] Faltava apenas descobrir um meio de fixar o ‘reflexo’ luminoso projetado na parede interna da câmara escura. A descoberta da sensibilidade à luz de alguns compostos de prata, no começo do século XIX, veio solucionar esse problema e representou o segundo grande passo decisivo na invenção da fotografia (MACHADO, 1984, p.31-32).

A partir da sistematização de estudos que permitissem representar a visão humana, com a perspectiva *artificialis*, com os avanços óticos da câmara escura, com a criação da câmara clara – que permitia um olhar selecionado – e com a descoberta de substâncias fotossensíveis, essa nova imagem, que já estava destinada a representar uma captura fiel da realidade aos olhos humanos, só se concretizou no século XIX, e que, bem mais tarde, será reconhecida pelo nome de fotografia.

1.2. OS INVENTORES DA FOTOGRAFIA

Se a Renascença reavivou o saber da Antiguidade Clássica e, com isso, possibilitou a descoberta de novas técnicas no campo da arte e da ciência, auxiliando, assim, o início do pensamento fotográfico. Foi na Revolução Industrial, período de transição do processo produtivo de forma artesanal para uma produção conduzida por máquina, que a invenção da fotografia se concretizou.

Nessa revolução – que inclui a das máquinas – a câmara fotográfica foi descoberta e se desenvolveu, deixando para trás o ideal do pintor renascentista, que era, a partir da pintura, ter uma cópia fiel do mundo visível, pois, com essa nova máquina, as diversas técnicas de ilusão haviam sido sintetizadas, por ser ela capaz de reunir e de reproduzir tudo em uma única imagem.

Logo, trazendo consigo marcas do pensamento e do ideal do Renascimento, a fotografia teve a responsabilidade de representar a realidade de maneira fiel em seu início, capturando, em cada momento, um traço do mundo visível.

Pela primeira vez, entre o objeto inicial e a sua representação nada se interpõe, a não ser um outro objeto. Pela primeira vez, uma imagem do mundo exterior se forma, automaticamente, sem a intervenção criadora do homem, segundo um rigoroso determinismo (BAZIN, 1983, p. 125).

Por isso, o caminho para a invenção da fotografia estava, de fato, aberto, pois todos os fatores que envolviam sua criação já haviam sido rigorosamente sistematizados, restava, porém, sintetizar essas técnicas em um único aparelho.

No início do século XIX, ainda havia uma considerável população analfabeta que influenciava na crescente demanda pela informação visual por parte de alguns setores, como a propaganda política e a publicidade comercial. E para atender este efervescente mercado, conforme salienta Fabris (2008b, p. 12): “a produção de imagens vê-se

obrigada a pautar-se por novos requisitos: exatidão, rapidez de execução, baixo custo, reprodutibilidade.”

A reprodução de imagem impressa como uma ‘imagem de consumo’, segundo Fabris (2008b), vem desde a Idade Média com a xilografia¹, mas, em 1796, com a invenção da litografia, na Alemanha, por Aloysius Senefelder (1771-1834), a produção de imagem de consumo ganhou maturidade atendendo à grande demanda do mercado de impressão e à exigência dos consumidores que ocorreram nesse período.

A litografia, técnica de reproduzir imagem a partir de uma matriz de pedra, foi um dos principais meios utilizados nessa época para atender o mercado voltado para a reprodução de imagem. Ela consistia em:

[...] desenhar sobre uma pedra especial com uma tinta gordurosa. Em seguida, banha-se a pedra com ácido diluído e fixa-se o desenho, conferido ao resto da superfície a propriedade de repelir a tinta gordurosa. Por conseguinte, só os traços do desenho retêm a tinta, o que permite obter um grande número de provas em papel (SOUGEZ, 2001, p. 29).

E foi com a litografia que a descoberta da fotografia esteve estreitamente vinculada, a partir de pequenos experimentos visando transferir uma imagem, de forma automática, para essa lâmina de impressão.

Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833) era francês, nasceu em Chalon-sur-Saône, e era filho de um advogado de Borgonha; e, conforme salienta Sougez (2001), pertencia à burguesia intelectual. Graças à sua posição social, dispunha de meios suficientes para manter suas pesquisas, o que o permitiu desenvolver seu apego científico e artístico em algumas áreas. Uma dessas investigações científicas consistia em mover um barco sem vela ou remo. Junto com seu irmão Claude, em 1807 patenteou o motor de fogo, sendo o precursor do motor de explosão.

Paralelamente a isso, Niépce dedicava-se, com entusiasmo, à litografia, atividade que desenvolvia em conjunto com seu filho Isidore, a quem cabia fazer os desenhos sobre a pedra, e ao pai, processar e produzir as tiragens. Além disso, em seus experimentos litográficos, Niépce procurava outras possibilidades de gravar o desenho sobre a pedra e, em uma dessas gravações, ele descobriu uma nova forma de fixar uma imagem nessa lâmina, à qual deu o nome de heliografia, gravação pelo sol. Essa técnica consistia em expor ao sol uma folha de peltre revestida com uma solução sensível à luz, chamada betume da Judeia, o qual, em contato com o sol, endurecia e formava uma imagem.

¹ Xilografia é a técnica de reprodução de imagem a partir de uma matriz entalhada na madeira.

Em 1826, ele expandiu sua descoberta colocando uma de suas lâminas de peltre no fundo de sua câmara escura e apontando-a para fora da janela. Isso lhe possibilitou fazer um retrato direto da natureza; a mais antiga foto existente é uma folha de peltre que Niépce expôs durante um dia inteiro. Quando ele a retirou da câmara escura e a lavou com óleo de lavanda, foi capturada uma imagem nebulosa dos prédios iluminados pelo sol do lado de fora da janela de seu ateliê (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 185).

Em 1826 é que surge a primeira imagem fotográfica, com pouca definição, mas já era o primeiro registro permanente da vista que Niépce tinha através da janela do seu ateliê. Entretanto, a descoberta da heliografia só viria a ser anunciada, ao grande público, em 1839, muito tempo após o falecimento de Niépce; anúncio feito pelo então sócio Daguerre, com o nome de daguerreótipo.

Louis-Jacques Mandé Daguerre (1787-1851) era francês, nasceu em Corneilles-en-Parisis; era pintor e decorador e, conforme saliente Sougez (2001), era um homem ativo e trabalhador, conhecido por suas imagens em perspectivas para decorações em teatro e famoso por sua invenção, o diorama.

Tratava-se de uma ampla cena de vários planos recortados e que, com luzes apropriadas, dava impressão de perspectiva. O Diorama de Daguerre e Bouton, seu sócio, instalado em 1822, perto dos boulevards, na actual praça da República, atraía uma multidão [...] Um cenário giratório permitia três quadros sucessivamente na mesma sessão. Durante o tempo que funcionou (sic), os espectadores puderam admirar paisagens de Roma, Nápoles, Montmartre, a ilha de Santa Helena, o templo de Salomão... O quadro mais conseguido era a ‘missa do galo em Saint-Etienne-du-Mont’, onde a luz, depois de ser filtrada pelos vitrais ia, caindo até dar lugar às velas do altar, que se acendiam uma a uma. Um ambiente musical juntava-se ao efeito óptico (SOUGEZ, 2001, p. 37-38).

Para a criação dos seus grandes cenários ilusórios, Daguerre recorria à utilização da câmara escura na construção das perspectivas e, em conjunto, aplicava seu amplo conhecimento em iluminação para conseguir o efeito ótico em seu trabalho. E, conforme ressalta Fabris (2008b), foram os conhecimentos, como iluminador e manipulador das projeções luminosas, base para uma “arquitetura da imagem de um tempo e de um movimento absolutamente realista e totalmente ilusórios” (VIRILIO, 1988, p. 93 apud FABRIS, 2008b, p. 13), que prevaleceram em Daguerre e que o aproximaram da invenção da fotografia.

Daguerre passou a conhecer todo o processo da heliografia de Niépce a partir de correspondências compartilhadas com seu inventor. E, em 1829, decidiram formar uma sociedade realizando, em conjunto, diversas pesquisas para o aperfeiçoamento da nova

descoberta, pois ela ainda produzia uma imagem nebulosa, com baixa nitidez e definição.

Em 1833, Niépce morre de ataque cardíaco, deixando todo o legado de seu invento a Daguerre e a seu filho Isidore, que, mais tarde, segundo Sougez (2001), pouco a pouco, vai perdendo espaço na sociedade por modificações contratuais proposta por Daguerre, até que, em 1837, a invenção passa a se chamar Daguerreótipo. Joseph Nicéphore Niépce desaparece por completo como um dos responsáveis da descoberta. Porém, anos mais tarde, conforme evidencia a autora, Isidore e alguns historiadores devolveram à história da fotografia a sua importância na paternidade do processo de invenção.

O novo processo, intitulado de daguerreótipo, ganhou modificações em seu processo químico, revelando, assim, imagens mais nítidas com incrível precisão na apresentação de detalhes.

[...] uma folha de cobre banhada em prata e extremamente polida era sensibilizada mediante sua colocação, com a face prateada para baixo, acima de um recipiente de cristais de iodo. Depois que o vapor de iodo ascendente se combinava com a prata para produzir iodeto de prata sensível à luz, a lâmina era colocada na câmara e exposta à luz que passava através da lente, para produzir uma imagem latente. A lâmina exposta era então colocada sobre um recipiente de mercúrio aquecido e com isso se produzia a imagem visível. Depois que os vapores de mercúrio formavam uma liga com as áreas expostas da prata, o iodeto de prata não exposto era removido e a imagem era fixada com um banho de sal (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 186).

Segundo Sougez (2001), com o invento remodelado e dominando todo o processo, Daguerre recebe uma proposta de um grupo de deputados, comandado por François Jean Dominique Arago (1786-1853), para ceder os direitos autorais do daguerreótipo ao Estado francês, tornando a invenção pública, em troca de uma pensão vitalícia.

Arago, impregnado por essa convicção liberal, de que é preciso encorajar tudo aquilo que pode concorrer para o progresso, era dos que mais acentuadamente pertencia ao tipo do intelectual burguês. Ele foi, portanto, o primeiro a reconhecer a extraordinária importância que a fotografia deveria vir a assumir nas ciências, nas artes, e ainda em outros domínios. Foi o que fez propor, na Câmara dos Deputados, a aquisição da fotografia pelo Estado. Deve sublinhar-se que, se Arago encorajava a fotografia, fazia-o sobretudo tendo em consideração a sua utilidade científica (FREUND, 2010, p. 37).

Em 1839, na sessão da Academia Francesa de Ciências, perante membros da Academia de Belas Artes, cientistas estrangeiros e público parisiense, é anunciada, publicamente, a

invenção de um equipamento capaz de capturar a realidade com a mais fiel perfeição, e, assim, a fotografia era levada para o interior da vida pública.

Com o sucesso, Daguerre organizou diversas demonstrações públicas e iniciou a fabricação do daguerreótipo para atender uma demanda que teve seu início na classe dominante, a que possuía o poder: industriais, proprietários de fábricas e banqueiros, homens de Estado, literatos e sábios, e tudo o que fazia parte dos meios intelectuais de Paris.

A nova invenção tinha despertado a atenção e o interesse de quase todos os meios da sociedade; porém, a sua imperfeição técnica e os custos extraordinários que ela representava nos seus inícios apenas a tornavam acessível, momentaneamente, à burguesia desafogada. Apenas alguns amadores ricos ou alguns sábios podiam permitir-se tal luxo (FREUND, 2010, p. 40).

Fabris (2008b) ressalta que seu poder de sedução estava na fidelidade da imagem, proporcionando uma representação precisa e fiel da realidade, retirando da imagem o valor da subjetividade.

Após o anúncio oficial do daguerreótipo e seu ingresso ao domínio público em 1839, surgiu uma série de reivindicações sobre a verdadeira paternidade do invento, o que evidencia que a fotografia correspondia às necessidades do seu tempo. “Qualquer invenção é condicionada, por um lado, por uma série de experiências e de conhecimentos anteriores e, por outro, pelas necessidades da sociedade.” (FREUND, 2010, p. 37).

O cientista inglês William Henry Fox Talbot (1800-1877) reivindicou primazia sobre o invento francês, apresentando, em uma sessão na *Royal Institution de Londres*, imagens obtidas a partir de simples exposição ao sol de objetos aplicados sobre um papel sensibilizado, nomeados por ele como Desenho Fotogênico.

Em 1833, ao fazer croquis na região do Lago di Como, na Itália, Talbot ficou decepcionado com sua limitada capacidade para desenhar e a dificuldade de registrar belas paisagens. Refletiu sobre ‘como seria maravilhoso se fosse possível fazer com que essas imagens naturais se imprimissem por si mesmas de modo duradouro e permanecessem fixas no papel’. Depois de regressar à Inglaterra iniciou uma série de experiências com papel tratado com compostos de prata, escolhidos porque ele sabia que nitrato de prata era sensível à luz (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 186-187).

Os resultados finais das imagens obtidas pela técnica desenvolvida por Talbot não eram melhores se comparadas com o daguerreótipo de Daguerre. A princípio, suas imagens

eram negativas, sendo todas as luzes escuras e todas as sombras claras, porém, pouco a pouco, buscando melhorar seu processo, Talbot desenvolveu, em 1841, um novo processo que intitulou de calótipo, se diferenciando do daguerreótipo.

[...] trata-se um papel com nitrato de prata e iodeto de potássio. Imediatamente antes de expô-lo à luz, volta a sensibilizar-se o papel com uma solução de nitrato de prata e ácido gálico. Depois da exposição à luz, forma-se uma imagem pouco visível. O negativo, uma vez seco, revela-se com nitrato de prata e ácido gálico e fixa-se com hipossulfito. De seguida, o papel torna-se transparente mediante um banho de cera derretida. Com este negativo produz-se um positivo por contato sobre um papel idêntico, de preferência papel salgado, sensibilizado com nitrato de prata (SOUGEZ, 2001, p. 89-90).

Em seu novo processo, o cientista Fox Talbot apenas procurava produzir uma imagem positiva única, por isso, segundo Sougez (2001), ele não soube medir a importância dessa brilhante descoberta que marcaria, na história da fotografia, a imagem multiplicável, produzindo quantas cópias positivas fossem necessárias a partir de um negativo.

Além de Talbot, o pesquisador Kossoy (2008), após empreender um longo resgate histórico, em 1976, comprovou que, simultaneamente, em 1833, ano da morte de Niépce, o francês Antoine Hercules Romuald Florence (1804-1879), que nasceu em Nice, residia no Brasil, na vila São Carlos – a atual cidade de Campinas situada no Estado de São Paulo – e já realizava experimentos, que havia batizado de *photographie*. Segundo o pesquisador,

As impossibilidades de impressão motivaram Florence a desenvolver pesquisas explorando a natureza própria da fotografia, aplicando-a as artes gráficas. O objetivo era conseguir cópias seriadas de desenhos e de escritos a partir de uma única matriz. Em consonância com o espírito europeu do seu tempo, ele associava arte e indústria para obter séries dos mais variados “impressos” – como diplomas maçônicos, rótulos para produtos farmacêuticos e etiquetas para outras atividades do comércio (KOSSOY, 2008).

Kossoy (2008) salienta que Hercules Florence tomou conhecimento da descoberta de Daguerre e informou, pela imprensa de São Paulo (*A Phenix*, 26/10/1839) e a do Rio de Janeiro (*Jornal do Commercio*, 29/12/1839) que não buscava reconhecimento. Afirmou, nesse comunicado, que uma mesma ideia poderia vir a duas pessoas salientando que, em suas pesquisas, os resultados obtidos eram precários. Coube, contudo, a Florence o emprego pioneiro do termo *photographie* – entre 1833 e 1834 – pelo menos, cinco anos antes que o vocábulo surgisse na Europa.

Existiram muitos outros pesquisadores, espalhados pela Europa, que reivindicaram a autoria do invento. Coube, porém, a Niépce, Daguerre e Talbot a glória de terem seus nomes inscritos, como pioneiros, na história da fotografia. Cada um, inicialmente, esteve procurando resolver questões pessoais, como Niépce, à procura de eficácia na impressão da litografia; Daguerre, com o Diorama, na busca de novas técnicas de ilusão; e Talbot, no desejo de encontrar uma técnica que fosse melhor do que aquela que ele utilizava em seus desenhos. E mesmo Florence, vivendo em outro continente e sendo descoberta a sua existência e seus experimentos, é possível, um século depois, observar que a intenção de se obter a captura da natureza, de forma fiel e automática, sem a intervenção do homem, permeava os pensamentos do homem daquele período. Segundo Freund (1986 apud SOUGEZ, 2001, p. 57), “não foi, seguramente, nenhuma casualidade o fato de, no final do primeiro terço do século, quando as ciências exatas começavam a ter um amplo impulso, vários sábios se interessassem pela fotografia”, e com esta confirmação nota-se que foi a partir dos vários investigadores, espalhados pelo mundo ocidental, que o caminho estava definitivamente aberto para a descoberta e desenvolvimento da fotografia.

1.3. OS PRIMEIROS FOTÓGRAFOS E O RETRATO

No início do século XIX, com o enorme alvoroço que se formou com a descoberta do daguerreótipo e o fato de ter se tornando domínio público, rapidamente, multiplicaram-se réplicas da nova máquina, e, a partir daí, a invenção recebeu inúmeras modificações e aperfeiçoamentos.

Em 1839, ano de publicação da invenção da fotografia, o tempo necessário para a exposição da placa à luz de um sol resplandecente era de quinze minutos. Um ano mais tarde, à sombra, treze minutos eram o suficiente. Em 1841 esta duração tinha já sido reduzida a dois ou três minutos, e em 1842 não são precisos mais do que vinte a quarenta segundos. Um ou dois anos mais tarde a duração da pose não constituía já obstáculo para a realização do retrato fotográfico (FREUND, 2010, p. 41-42).

Conforme Freund (2010) salienta, na metade do século, os métodos e os processos para a produção da imagem fotográfica já se encontravam bastante apurados de forma a não exigir conhecimentos especiais dos amadores que os utilizavam. Sougez (2001, p. 97) afirma também que, nesse mesmo período, meados de 1850, no campo do

desenvolvimento da fotografia, “já não havia inventores propriamente ditos, mas sim investigadores a quem se devem melhorias mais ou menos notáveis.”

A fotografia tinha saído do domínio da experimentação científica. A preparação das soluções de revelação e de fixação deixaria de exigir conhecimentos químicos particulares. Era possível dotar-se de aparelhos de variados formatos nos estabelecimentos de um bom número de fabricantes de óptica. Publicou-se toda uma série de manuais de fotografia, acessíveis a todos os profanos, que forneciam a descrição exacta dos processos. Podia instalar-se um estúdio fotográfico por algumas centenas de francos (FREUND, 2010, p. 48).

O interesse público que despertou e a importância econômica que teve a fotografia, desde a sua invenção, foram pontos cruciais que a ajudaram no processo de aperfeiçoamento da sua técnica, de forma há permitir que, logo após sua descoberta, houvesse a diminuição dos custos investidos na compra dos equipamentos e de todos os acessórios fotográficos.

O aperfeiçoamento dos equipamentos fotográficos, facilitando o seu manuseio, faz expandir a produção da imagem fotográfica para além dos inventores. E a respeito dos primeiros ensaios fotográficos, Fabris (2008a, p. 174) constata que é possível notar que, de início, “o novo invento se pauta, sobretudo por um repertório derivado da tradição pictórica – retratos, paisagens, natureza-morta.”

Com o avanço da nova invenção, o antigo pintor retratista, que havia retratado inúmeras pessoas, foi tomado de forte angústia por causa do daguerreótipo, e a sua arte de retratar quase foi esquecida por completo.

Todas as grandes descobertas técnicas são, sempre, origem de crises e de catástrofes. Os velhos ofícios desaparecem, e surgem outros novos. Em todo o caso, o seu nascimento significa progresso, mesmo se as atividades por eles ameaçadas estão condenadas a sucumbir (FREUND, 2010, p. 47).

É importante lembrar que, desde a nobreza, a pintura do retrato teve o propósito de anunciar a aspiração da classe dominante e que, conforme salienta Freund (2010, p. 25), “era um daqueles actos simbólicos pelos quais os indivíduos da classe social ascendente tornavam visível para si mesmos e para os outros a sua ascensão e se classificavam entre os que gozavam de consideração social.”

Quando, no tempo de Luís XVI, a burguesia se tornou próspera, ela deleitou-se a dar o mais possível aos seus retratos um carácter principesco, pois os gostos da época eram determinados pela classe no poder, quer dizer, pela nobreza. À medida que a burguesia fazia a sua

ascensão, e que o seu poder político se tornava mais firme, mudava-se a clientela e transformava-se o gosto. O tipo ideal deixara de ser principesco: no seu lugar aparecia o rosto burguês (FREUND, 2010, p. 19).

Das formas principescas ao rosto burguês, o retrato passou por inúmeras alterações para acompanhar as transformações da classe dominante, “à medida que a necessidade de representação de si mesmo se afirmava, esta moda criava novas formas e novas técnicas para satisfazer.” (FREUND, 2010, p. 25). E nessa mudança, a técnica de reproduzir traços humanos deixou de ser um modelo artesanal para ser uma produção cada vez mais mecanizada.

O retrato miniatura, que possuía um enorme valor estético por ser executado pela intuição dos grandes mestres da pintura de forma minuciosa, deixou praticamente de existir para ceder lugar a uma reprodução de rosto que se utilizava da exatidão matemática e que, ao final, sempre mantinha a mesma expressão. A silhueta, primeiramente e, na sequência, o fisionotroço foram as técnicas que ganharam espaço na ascensão da nova classe. Porém, como último estágio dessa evolução do retrato, a fotografia ocupou-se em atender ao aumento da demanda, devido à facilidade de execução e por não exigir nenhuma habilidade específica com a pintura.

No momento da invenção da fotografia começou uma evolução em cujo decurso a arte do retrato, sob as formas da pintura a óleo, da miniatura, da gravura, tal como ela se exercia, enfim, no sentido, de corresponder à procura da média burguesia, foi quase completamente destituída (FREUND, 2010, p. 47).

Segundo Fabris (2008a), para sobreviver, muitos pintores miniaturistas abandonaram o ofício e se aventuraram com o daguerreótipo na produção do retrato fotográfico, pois os ganhos já não eram tão generosos com a antiga técnica renascentista de retratar porque a clientela, formada com a evolução da fotografia – que ocorreu no século XIX – não dispunha dos mesmos recursos econômicos que a nobreza, mas exigia, também, uma maior verossimilhança nos retratos. Benjamin (1985) salienta, ainda, mais alguns motivos para o declínio da profissão.

A fotografia leva ao aniquilamento da grande corporação dos pintores de retratos miniaturais. Isso não acontece apenas por motivos econômicos. Em seus primórdios, a fotografia era artisticamente superior ao retrato miniatural pintado. A razão técnica disso reside no longo tempo de exposição, que exigia a máxima concentração do retratado. A razão social disso reside na circunstância de que os primeiros fotógrafos pertenciam à vanguarda e dela é que provinha em grande parte a sua clientela (BENJAMIN, 1985, p. 34).

É oportuno lembrar que esses antigos pintores retratistas possuíam uma extensa formação acadêmica na arte e uma longa experiência com a pintura, conhecimentos que foram de muita valia no desenvolvimento estético nos primeiros retratos fotográficos. Segundo Freund (2010, p.48), “muitos dos primeiros fotógrafos saíram do meio a que geralmente se dá o nome de *Bohème*”; eram artistas medianos e pequenos talentos, como pintores e escritores, que não haviam atingido a fama e o sucesso com a sua arte, mas que pressentiam que o novo ofício traria o reconhecimento e a promessa de uma melhor fonte de subsistência.

A experiência das profissões que abandonaram serviu-lhes de muito. É, com efeito, não só às suas qualidades de artistas mas também às suas capacidades de artesões, que se deve a alta qualidade das suas produções fotográficas. A descoberta técnica da fotografia deu-lhes a ideia de uma forma artística nova que, por sua vez, inspirava a técnica, dava-lhe uma orientação e impunha-lhe deveres. [...] A fotografia, no limiar mesmo do seu desenvolvimento, quando possuía ainda uma técnica bastante primitiva, manifesta um acabamento artístico excepcional (FREUND, 2010, p. 47).

Na fase dos primeiros fotógrafos destacados por Freund (2010) como os artistas-fotógrafos, alguns nomes se evidenciaram fazendo história na fotografia pela alta qualidade nas produções fotográficas, conforme observação feita por essa autora.

Um dos nomes mais distintos na arte do retrato fotográfico dessa época foi o escritor e caricaturista Gaspard-Félix Tournachon (1820-1910), ou Nadar, como era conhecido o retratista francês, que nasceu em Paris, mas viveu grande período da sua juventude na cidade de Lyon com sua família, que pertencia à burguesia intelectual da província. O pai de Nadar era livreiro, editor e impressor, e Freund (2010, p. 49) salienta que a família Tournachon “era desafogada, de espírito favorável à realeza, influente nos meios da boa sociedade”, e graças à sua posição social, “era absolutamente evidente que os seus filhos deveriam dedicar-se aos estudos.”

Inicialmente, para atender o desejo de sua família, Nadar direcionou seus estudos para a medicina, porque, por influência da época, seus pais sabiam que um médico era muito bem visto pela sociedade, por isso, foi estudar no Colégio Bourbon, em Paris, para se preparar para a universidade, mas Sougez (2001) informa que, na capital francesa, ele se familiarizou com o mundo artístico, sendo a literatura o principal interesse em seus estudos. Já morando, novamente, em Lyon, seus estudos na universidade de medicina duraram um pequeno período. Foi obrigado a abandoná-los porque seu pai foi à falência, consequência de uma produção editorial de alto luxo que não teve êxito.

Para ganhar dinheiro, o jovem Nadar iniciou sua vida literária produzindo pequenos artigos para a imprensa de Lyon e, mais tarde, regressou a Paris, onde teve suas primeiras publicações de conto no jornal *Le Corsaire* e suas caricaturas, no jornal *Le Charivari*. Entusiasmado com a capital, o jovem escritor e caricaturista levou uma vida boêmia, e seus laços de amizade provinham de discussões sobre literatura, política e outros campos da arte.

Nadar casou-se cedo e viu suas encomendas de artigos, contos e caricaturas não mais lhe garantirem uma fonte tranquila de economia para alimentar sua nova família. E, mesmo sendo contra a fotografia, como a maioria dos artistas da época, em 1853, pela necessidade de manter sua família e pela influência de seu amigo, o escritor Eugène Chavette, o jovem iniciou suas atividades, como fotógrafo, em seu novo estúdio situado na Rue Saint-Lazare, em Paris.

Freund (2010) evidencia que a primeira clientela do jovem fotógrafo se originou da burguesia, tendo sua fama amplamente divulgada, principalmente, entre os artistas e os intelectuais.

Para o estúdio de Nadar, que conhece Paris inteiro e cujas fotografias rapidamente se tornam famosas, aflui para se fazer fotografar tudo quanto conta nas artes, na literatura e na política. Em alguns anos ele tornou-se numa das celebridades parisienses. O seu estúdio tornou-se ponto de encontro da elite intelectual de Paris. O pintor Eugène Delacroix, o desenhador Gustave Doré, o compositor Giacomo Meyerbeer, o escritor Champfleury, o crítico Saint-Beuve, o poeta Baudelaire, o revolucionário Bakunine e muitas outras grandes personagens da época vêm posar no seu estúdio (FREUND, 2010, p. 52).

Para a autora, Nadar foi o primeiro a descobrir o rosto humano através da câmara fotográfica, e conclui dizendo: “Esses rostos olham-nos, falam-nos quase, com uma vida surpreendente. A superioridade estética destas imagens reside na importância preponderante que nelas assume a fisionomia: as atitudes do corpo apenas servem para sublinhar a expressão.” (FREUND, 2010, p. 52-53). Ela afirma que a grande diferença do fotógrafo retratista para os demais desse período é que ele não perseguia a beleza exterior do rosto, mas sua superioridade estética procurava salientar a expressão particular do retratado. Essa sensibilidade no olhar se deve, em grande parte, ao seu envolvimento na produção de desenho e caricatura e, principalmente, à relação de intimidade que mantinha com os modelos que posavam em seu estúdio; “Os artistas que

se deixavam fotografar tinham-no procurado inteiramente de boa vontade” (FREUND, 2010, p. 53).

A autora, no entanto, salienta que Nadar não retirava desse trabalho um rendimento satisfatório porque executava a maior parte dos seus retratos por amizade. O baixo rendimento, em termos financeiros, que a fotografia de retrato proporcionava não era um problema apenas para Nadar. Sougez (2001) destaca que, por serem verdadeiros artistas e, talvez, pela falta de tino para o comércio, outros importantes retratistas parisienses viviam em dificuldades financeiras.

Os primeiros fotógrafos não tinham qualquer pretensão à arte e, mais frequentemente, trabalhavam para si mesmos, modestamente, não sendo as suas obras conhecidas além de um restrito círculo de amigos. Essa pretensão à arte eram os comerciantes da fotografia que a manifestavam, pois à medida que a qualidade dos seus trabalhos diminuía e perdia todo seu carácter artístico, eles esperavam, travestindo a sua mercadoria com a etiqueta de arte, mais aliciar o público (FREUND, 2010, p. 48).

Ao lado de Nadar, outros grandes artistas da fotografia de retrato se destacaram nesse período, fazendo parte da lista dos primeiros fotógrafos e deixando belíssimos retratos para a história. Um deles foi o francês Étienne Carjat (1828-1906), que, era conhecido pela alta qualidade dos retratos de personalidades políticas e literárias de Paris. Teve uma trajetória profissional muito semelhante à Nadar: antes de chegar à fotografia de retrato, foi caricaturista, escritor e editor da revista *Le Boulevard*. Sougez (2001, p. 116) destaca, inclusive, que “dos dois retratos de Baudelaire que existem, o de Carjat é possivelmente mais impressionante que o de Nadar.”

Também merece destaque, por ser reconhecida pela história da fotografia, Julia Margaret Cameron (1815-1879), que, aos quarenta e oito anos de idade, se apaixonou pelo novo invento e dedicou-se, intensamente, à produção de retratos fotográficos. Com seus belos registros de composição alegórica, influenciada pelo pintor vitoriano George Frederick Watts (1817-1904), fez parte da lista dos primeiros fotógrafos retratistas.

Estas composições da Cameron não eram as únicas. Pertencem às primeiras manifestações de uma tentativa de assimilação da fotografia com a pintura. Se, mais adiante, essa tentativa – que foi propriamente a corrente pictorialista – obedeceu a uma busca formal, recorrendo a processos muito elaborados, estas primeiras tentativas adequaram-se melhor ao tema, procurando dar uma fotografia chamada artística, à base de temas literários, sobretudo alegóricos (SOUGEZ, 2001, p. 118).

Segundo Sougez (2001), Cameron era uma mulher enérgica envolvida com arte e literatura, e para a produção dos seus retratos fotográficos, costumava observar, a distância, seus modelos: os membros de sua família, como filhos, noras, genros e netos, inclusive, empregados e vizinhos não escapavam do seu atento olhar de fotógrafo. Perseguiu as celebridades de sua época, e na base de troca praticamente as obrigava a posar para a seu equipamento. Porém, mesmo com retratos belíssimos equiparáveis com Nadar e Carjat, a *The Photographic Society of London*² não a aceitava como membro por considerar que suas imagens fotográficas possuíam problemas técnicos, e que grande parte de seu acervo fotográfico era constituído de chapas manchadas ou riscadas, considerando-a assim tecnicamente deficiente e descuidada.

O parisiense Gustave Le Gray (1820-1882), mesmo com uma ampla formação na pintura junto ao grande artista Père Picot, também foi reconhecido no grupo dos artistas-fotógrafos, deixando grandes contribuições na ciência e na arte da fotografia. No campo da ciência, Le Gray desenvolveu o processo de colódio seco, pois, como pintor, gostava de se dedicar às experiências de química, e, com a invenção da fotografia, sua atenção voltou-se para o aperfeiçoamento dos processos químicos. Já no campo da arte, encorajado pela família, Le Gray abandonou a pintura e, na busca de ampliar seus ganhos, tornou-se fotógrafo retratista. Financiado pelo conde Briges para a abertura de um belíssimo estúdio em Paris, Le Gray produzia obras com rico acabamento e as exibia nesse espaço atraindo a atenção de muitos, que, rapidamente, o transformaram em um ponto de encontro dos artistas da época.

Reconhecidos pela história como os artistas-fotógrafos, os retratistas Nadar, Carjat, Cameron e Le Gray, entre outros, formaram o grupo dos primeiros fotógrafos a se aventurarem no novo invento em busca de melhores ganhos para o seu sustento ou como meio de expressão e experimentos artísticos. E, segundo Freund (2010, p. 47), “a descoberta técnica da fotografia deu-lhes a ideia de uma forma artística nova que, por sua vez, inspirava a técnica, dava-lhe uma orientação e impunha-lhe deveres.” Mesmo não sendo bem vista a nova técnica entre os pintores retratistas, foram eles, os artistas-fotógrafos que trouxeram o desenvolvimento na produção do retrato fotográfico, pois, com as aptidões artísticas que possuíam e com o amplo conhecimento e envolvimento com o mundo da arte, principalmente da pintura, puderam registrar belíssimas expressões que marcaram o início do retrato na fotografia.

² *The Photographic Society of London* é a mais antiga sociedade de fotografia, e foi fundada em 1853 com o objetivo de promover a arte e a ciência da Fotografia.

Nos primeiros tempos do retrato fotográfico pode constatar-se um facto de extraordinário interesse. A fotografia, no limiar mesmo do seu desenvolvimento, quando possuía ainda uma técnica bastante primitiva, manifesta um acabamento artístico excepcional. À medida que se produziu esse desenvolvimento pôde constatar-se uma deterioração de dez em dez anos (FREUND, 2010, p. 47).

Entretanto, Freund (2010) salienta que, por não possuírem espírito comercial e não obterem os ganhos esperados com o novo invento, alguns artistas fotógrafos perderam seus financiadores, e outros tiveram que ceder ao processo de industrialização da fotografia primando os ganhos sobre a qualidade para se manterem vivos e atuantes no mercado da fotografia

1.4. A MASSIFICAÇÃO E A INDUSTRIALIZAÇÃO DA FOTOGRAFIA

Após o anúncio oficial da invenção da fotografia, pelo governo francês, em 1839, e seu desenvolvimento entre a elite intelectual, a partir dos primeiros fotógrafos, conhecidos como artistas-fotógrafos, a popularização do retrato fotográfico e da câmara fotográfica foram dois fatos, de muita importância, que irão fortalecer os rumos da fotografia para que ela se transformasse em uma indústria próspera, deixando de ser controlada, unicamente, pela classe dominante possibilitando o acesso a ela das demais classes sociais da época.

Em algumas civilizações, o registro da fisionomia humana sempre fez parte da cultura para se perpetuar, de alguma forma, a imagem das pessoas, tornando-se conhecida das gerações futuras. Conforme afirma Lemos (1983, p. 49), “desde a Grécia já podemos observar, principalmente, bustos evocativos de personagens dignos de memórias coletivas.” Porém, ele ressalta, também, que “o veraz registro fisionômico era dispensável, sendo o retratado reconhecível, ou identificável, pela simbologia contida na organização da pintura, no significado dos vestuários ou objetos ali desenhados” (LEMOS, 1983, p. 49), resultando em uma enorme representação simbólica do retratado. Mas é possível observar que, ao longo da história, o hábito de preservar os traços de uma pessoa esteve ligado, diretamente, à sua posição social, haja vista os faraós, no Antigo Egito e os reis, na Idade Média. Lemos (1983, p. 52-53) confirma isso dizendo que “sempre os retratos, ou a arte de retratar, entre nós, estiveram ligados à classe dominante, aos políticos de grande influência, ao clero resumido nos bispos. Raríssimos os retratos de gente do povo, ou de um ou outro membro da burguesia.”

Conforme já apresentado, o retrato produzido pelos artistas-fotógrafos, no início do desenvolvimento da fotografia, esteve restrito a uma classe dominante capaz de pagar seu alto custo, mas Lemos (1983, p. 53) constata que o novo invento “veio alterar certas regras. Veio popularizar o retrato. Veio democratizar a oportunidade de se ter fisionomia fixada no papel e perpetuada, como a dos reis, dos bispos, dos deputados, dos ricos.”

Se François Jean Dominique Arago (1786-1853), em seu pronunciamento, em 1839, na Academia Francesa de Ciências, havia se empenhado, perante um grupo que era formado, principalmente, por cientista e artistas, em tornar os conhecimentos da fotografia de domínio público – pois como visionário, previa a importância que o novo invento poderia trazer para a arte e, principalmente, para o campo da ciência – somente depois de quinze anos é que o retrato fotográfico começou a atingir um público mais vasto e passou a não mais registrar apenas a fisionomia da elite intelectual da época.

O responsável pela popularização do retrato fotográfico foi o comerciante francês André-Adolphe Disderi (1819-1890), que nasceu em Gênese, era filho de comerciante de pano e não possuía nenhuma formação na arte ou na ciência; era inculto de pouca instrução, porém, como afirma Freund (2010, p. 69), “era seguramente dotado de inteligência prática e do sentido das realidades.”

Em Paris, Disderi estava à procura de uma fecunda fonte de renda e, como muitos indivíduos daquele período, pressentia que a fotografia poderia trazer um ganho certo e seguro sem exigir competência alguma, pois, para entrar nesse novo ofício, bastava ao indivíduo ter um bom dinheiro para investir em um estúdio e a sua formação se daria à medida que ele trabalhasse.

Porém, conforme salienta Freund (2010), Disderi sabia que o valor cobrado pelos estúdios para se obter um belo retrato fotográfico era inviável para grande parte da população daquela época, mas também tinha consciência de que o processo fotográfico praticado pelos estabelecimentos não favorecia ampliar o negócio visto que, além do alto custo da matéria-prima para a produção do retrato, a maioria dos fotógrafos não contava com ajudantes impossibilitando-os de expandir sua clientela.

Com o instinto ajustado à realidade da época e sendo um exímio comerciante, Disderi fez uma transformação radical na forma de como o retrato fotográfico era negociado, substituindo a placa metálica por um negativo em vidro que pudesse produzir cópias. Diminuiu o tamanho do grande formato do retrato para, aproximadamente, 6x9cm e o chamou de *carte de visite*, oferecendo-o, a um preço muito mais acessível, à população.

Disderi pedia vinte francos por doze fotografias enquanto, até então, se tinha pago entre cinquenta e cem francos por uma única prova. Graças a esta mudança radical dos preços e dos formatos, Disderi tornou a fotografia definitivamente popular. Retratos até então reservados à nobreza e à burguesia rica tornaram-se acessíveis aos menos desafogados. Por uma soma que não ultrapassava os seus meios, o pequeno burguês poupado podia satisfazer a sua necessidade de se medir com os ricos (FREUND, 2010, p. 69).

Entretanto, Disderi não ajustou apenas o valor do retrato para a classe menos favorecida, mas redefiniu a imagem dos novos retratados, fabricando uma diversidade de truques para simular um *status* social para satisfazer a nova clientela, que, até então, nunca havia entrado em um estúdio fotográfico. “Numa paródia da autorrepresentação em que se fundem o realismo essencial da fotografia e a idealização intelectual do modelo” (GUBER, 1974, p.35 apud FABRIS, 2008b, p. 21), Fabris (2008b) salienta que Disderi passou a fotografar o corpo inteiro (diferentemente dos artistas fotógrafos que mantinham a atenção no rosto) e a utilizar um grande cenário com elementos teatrais, como roupas e mobílias típicas da alta burguesia, para produzir imagens estereotipadas.

Se Nadar, Carjat, Le Gray, Hill, Adamson e Julia Cameron são exemplos do fotógrafo como artista, atento à captação da interioridade do modelo, muitas vezes próximo de resultados pictóricos, Disderi representa, ao contrário, o protótipo do fotógrafo industrial, disposto a usar todos os truques a seu alcance para adular e seduzir a clientela. A relação pessoal fotógrafo/fotografado, que está na base das obras dos artistas fotógrafos, é substituída pela relação puramente mecânica entre o homem e a máquina instaurada por Disderi (FABRIS, 2008b, p. 17-20).

Com o enorme sucesso e as mudanças trazidas pela *carte de visite*, de Disderi, a fotografia inaugurou uma nova fase em que o artista-fotógrafo com um amplo conhecimento no campo artístico cedeu espaço para o fotógrafo de ofício, que possuía apenas o conhecimento operacional do equipamento. O retrato passou a não ser exclusividade da classe dominante. Poderia, por isso, o fotógrafo fotografar e reproduzir fisionomias de desconhecidos.

Paralelamente ao êxito e expansão da profissão de fotógrafo retratista, os equipamentos fotográficos continuavam recebendo inúmeros aperfeiçoamentos feitos por diversos pesquisadores e apaixonados, espalhados, principalmente, pela Europa. Grande parte dessas melhorias foi patenteada. Sougez (2001) apresenta a quantidade de registros de patentes de forma a evidenciar o enorme desenvolvimento industrial por que passou a fotografia desde a sua invenção. Ela mostra que, de 1839 (ano em que o governo francês anunciou, oficialmente, o invento) até 1885, o número de patentes que implicavam

melhorias para a fotografia aumentou de forma exorbitante. No primeiro ano, o número foi de duas patentes; no período de 1854 a 1877, foram registradas, em média, anualmente, 24 patentes e, em 1885, o número sobe para 119 patentes. Além de ficar evidente que o equipamento e a produção de imagem fotográfica haviam deixado o processo artesanal para se tornar uma próspera indústria, essas melhorias ajudaram a ampliar o acesso à fotografia para além dos muros da classe dominante. Seu custo que, no início, só poderia ser arcado pela elite, passou a diminuir progressivamente com o aumento do processo de industrialização. Assim, o investimento feito para adquirir um bom equipamento já não era mais algo possível somente para a elite.

Passado, porém, um tempo depois da invenção de Disderi, inúmeros amadores invadiram o mercado da fotografia, causando um grande mal-estar entre os que haviam abandonado tudo e adotado a fotografia como a principal profissão e a única fonte de sustento.

[...] os progressos técnicos que tornaram possível o sucesso do retrato fotográfico são os mesmos que lentamente a condenam a sucumbir. Aquilo que caracteriza essencialmente a fotografia é a sua técnica de reprodução mecânica. Na medida em que a máquina assumia uma importância preponderante entre os meios de produção da sociedade burguesa, o trabalho manual e o espírito individual dos princípios da fotografia desapareciam pouco a pouco para cederem o lugar a um ofício cada vez mais impessoal (FREUND, 2010, p. 92).

Muitas melhorias técnicas foram feitas nos equipamentos tornando, cada vez mais, a fotografia numa máquina de fácil manuseio. E foi durante essa evolução que, em 1888, George Eastman (1854-1932) apresentou, ao mercado, a marca *Kodak* com sua primeira câmera, que revolucionou a indústria fotográfica, remodelando, inclusive, a profissão do fotógrafo.

George Eastman era estadunidense que nasceu em Waterville, no estado de Nova Iorque e trabalhava como bancário e, paralelamente, desenvolvia experimentos com o objetivo de melhorar as técnicas da fotografia. Sougez (2001) afirma que, em 1881, Eastman abandonou, de vez, o trabalho no banco para se dedicar, exclusivamente, à sua indústria fotográfica, a *Kodak*. A primeira câmera lançada pela prospera fábrica de Eastman era conhecida como *Kodak 100 vistas* vendida com um rolo de papel sensível para se produzirem cem imagens fotográficas. Depois disso, o fotógrafo deveria enviar a câmera para a *Kodak* para que fosse processado o rolo, revelando o negativo e produzindo as cópias positivas, e, na sua devolução, a máquina era carregada com um novo rolo. Todo este ‘ciclo’ – do processamento, no estúdio, de um rolo e, em seguida,

o carregamento de outro rolo – era executado por 10 dólares, e uma máquina nova poderia ser adquirida por 25 dólares.

Com o lema “*Carregue no botão, nós fazemos o resto*”, a *Kodak* de Eastman colocou a fotografia ao alcance de muitos amadores e continuou inovando na fabricação de equipamentos, desenvolvendo inclusive o primeiro rolo de celuloide, conhecido como película.

As centenas de milhares de pessoas que antes tinham acorrido ao fotógrafo profissional para se fazerem fotografar começaram a fotografar-se a si mesmas. A fotografia de amador adquire um grande impulso. O comércio realiza aí enormes lucros. Em todos os bairros das cidades surgem lojas de fotografia. A maioria dos seus proprietários são retratistas fotográficos que deixaram de poder viver unicamente das encomendas de retratos. Continuam a exercer essa profissão, mas o público só apela para eles em circunstâncias especiais, tais como fotografias de recém-nascidos, batizados, casamentos, etc... (FREUND, 2010, p. 92).

O grande triunfo de Eastman esteve em atender a classe de amadores que despontava naquele período, deixando uma boa parte desses fotógrafos em pânico, pois pressentiam novos rumos obscuros com uma possível decadência da profissão.

Com toda essa transformação e massificação da imagem fotográfica, ao final do século XIX a fotografia já era um fenômeno prevalentemente comercial e representava grande importância para a indústria, se transformando em um dos maiores impérios comerciais na venda de equipamentos e acessórios no início do novo século.

Portanto, a partir de sua invenção, a fotografia registra, na história da humanidade, uma nova etapa na sua profunda relação com a imagem, possibilitando ao homem, segundo Kossoy (2012, p. 28), “um conhecimento mais preciso e amplo de outras realidades que lhe eram, até aquele momento, transmitidas unicamente pela tradição escrita, verbal e pictórica.” Ele afirma que a descoberta da fotografia propiciaria o surgimento de um novo método de aprendizado do real, culminando em uma grande revolução na estrutura da cultura do Ocidente. “O mundo tornou-se, assim, portátil e ilustrado.” (KOSSOY, 2012, p. 29).

CAPÍTULO II

INVENÇÃO E EVOLUÇÃO DA FOTOGRAFIA DIGITAL MÓVEL

Passados quase dois séculos de sua descoberta, a fotografia tem desempenhado um papel fundamental nos dias de hoje. Afinal, não existe uma atividade humana que não faça uso dela, tornando-se, inclusive, indispensável em diversos setores, como a ciência e a indústria, e se apresentando, diariamente, em milhares de meios impressos, digitais e virtuais.

“Tudo, atualmente, tende para as imagens técnicas, são elas a memória eterna de todo empenho. Todo ato científico, artístico e político visa eternizar-se em imagem técnica, visa ser fotografado, filmado, videoteipado.” (FLUSSER, 2011, p. 35).

Porém, desde o ano em que o governo francês anunciou, oficialmente, o invento, em 1839, a câmera fotográfica passou por inúmeras transformações e atualmente ela é fruto de duas significativas alterações tecnológicas: a mudança na forma de processar e armazenar a imagem, passando do sistema analógico para o digital, e, mais recentemente, a fotografia móvel com os *smartphones*¹, através dos quais as imagens fotográficas digitais têm sido compartilhadas no mundo virtual, principalmente nas redes sociais virtuais, por meio de câmeras fotográficas digitais acopladas a aparelhos telefônicos móveis com acesso a internet.

A tecnologia digital revolucionou inúmeros setores na sociedade, e com a fotografia não seria diferente, pois este sistema transformou o dispendioso processo fotográfico analógico – película, revelação, ampliação, químico e papel – em uma instantânea imagem digital. No entanto, a fotografia móvel tem se apresentado como um novo suporte para esta fotografia digital, pois além de produzir uma imagem instantânea também é capaz de promover conexões simultâneas entre pessoas a partir do compartilhamento de imagens digitais por meio de sua rede social virtual móvel.

Mediado por um *smartphone*, o *Instagram* foi o primeiro representante desta fotografia móvel, possibilitando às pessoas, em poucos segundos, fotografar, e, em uma dimensão planetária, publicar e compartilhar imagens fotográficas digitais, de forma instantânea, aliado aos meios virtuais a partir da internet.

¹ Smartphone é um dispositivo de telefonia móvel com câmera fotográfica acoplada e com acesso a internet, que por meio de um sistema operacional móvel possui funcionalidades avançadas que podem ser ampliadas por meio da instalação de uma variedade de aplicativos disponíveis na internet.

Esta nova dinâmica na relação do homem com a imagem, por meio do *Instagram*, tem contribuído na formação da cultura digital na sociedade contemporânea.

Para este capítulo, serão apresentadas a história e as funcionalidades do *Instagram*, ressaltando suas características como aplicativo fotográfico para dispositivos telefônicos móveis e rede social virtual móvel para internet. A história do *Instagram* será apresentada de forma cronológica sendo evidenciada desde o seu surgimento, no ano de 2010, até o final do ano de 2013. A partir deste recorte histórico de três anos, será demonstrado como a fotografia digital, a internet e o surgimento da câmera fotográfica digital acoplada em aparelho telefônico móvel contribuíram para a existência desta ‘nova’ dinâmica fotográfica, a fotografia móvel.

Grande parte das informações detalhadas sobre o *Instagram* apresentadas neste capítulo foram extraídas da *website* oficial do aplicativo móvel, o qual possui uma ampla base de dados repleta de conteúdo e que, semanalmente, é atualizado.

2.1 INSTAGRAM

Ao final da primeira década de 2000, no dia seis de outubro de 2010, o norte-americano Kevin Systrom (2014) e o brasileiro Michel Krieger (2014), ambos graduados pela Universidade de Stanford (ABOUT..., 2014), situada no Estado da Califórnia, anunciavam o lançamento oficial, através do ambiente virtual de aplicações para *smartphone* da *Apple*², o *iTunes App Store*³, do mais novo *aplicativo*⁴ para *iPhone*⁵ (WELCOME..., 2010).

Essa nova aplicação desenvolvida por eles recebeu o nome de *Instagram* e foi responsável por disponibilizar um novo *suporte*⁶ para a fotografia digital capaz de apresentar uma nova dinâmica na distribuição de imagens fotográficas digitais.

Com o crescente aumento do desenvolvimento de inúmeras aplicações para *smartphone*, Kevin Systrom e Michel Krieger decidiram aproveitar o momento e, juntos, montaram

² *Apple Inc.*, anteriormente conhecida por *Apple Computer Inc.*, é uma empresa multinacional norte-americana que projeta e comercializa produtos eletrônicos e software de computador. Ela foi fundada por Steve Wozniak, Steve Jobs e Ronald Wayn, em 1976, na Califórnia. Website Oficial: <<http://www.apple.com>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

³ *iTunes App Store* é um ambiente virtual que disponibiliza por meio da internet uma diversidade de aplicações para os dispositivos móveis projetados e comercializados pela *Apple Inc.* Website Oficial: <<https://itunes.apple.com/us/genre/ios/id36?mt=8>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

⁴ *Aplicativo* é um programa para *smartphone* que tem por objetivo auxiliar o usuário a desempenhar uma tarefa específica. O *Instagram* é um aplicativo fotográfico capaz de produzir uma fotografia digital e de compartilhá-la em uma rede social virtual móvel.

⁵ *iPhone* é uma linha de *smartphone* produzido e comercializado pela *Apple Inc.* desde 2007.

⁶ A palavra *suporte* é entendida como a forma de apresentar uma fotografia, sendo que sua apresentação e ou distribuição pode ocorrer a partir de papel, tecido ou até mesmo por meios eletrônicos e ou virtuais.

um pequeno ambiente de trabalho no South Park, bairro situado na cidade de São Francisco, no estado da Califórnia (FIRST..., 2011).

Segundo afirmações por eles divulgadas na *website* do *Instagram*, a intenção era criar um aplicativo capaz de melhorar a estética visual das fotografias produzidas pelas câmeras digitais acopladas à telefonia móvel, pois, segundo eles, até aquele momento, as imagens fotográficas, produzidas pelos aparelhos de telefonia móvel, ainda não despertavam grande interesse do público, mesmo com os aperfeiçoamentos técnicos das câmeras digitais acopladas. Além disso, queriam, também, simplificar o processo de distribuição e compartilhamento, na internet, das fotografias digitais produzidas pelos dispositivos de telefonia móvel, já que, até aquele momento, o mecanismo mais utilizado para se compartilhar qualquer imagem fotográfica na *web* não se apresentava de forma rápida e eficaz, por estar restrito a uma dinâmica que envolvia a utilização de computadores desktops ou laptops e câmeras digitais, separadamente (WELCOME..., 2010).

Para isso, resolveram projetar e desenvolver um aplicativo que reunia dois pontos cruciais, de forma a se diferenciar das demais alternativas existentes até então: o desenvolvimento de filtros digitais, para manipular as fotografias produzidas pelas câmeras digitais acopladas à telefonia móvel, e a criação de uma rede social virtual móvel capaz de permitir que fossem compartilhadas imagens fotográficas digitais em um instante por meio dos aparelhos móveis; tudo isso deveria ser executado no *smartphone* da *Apple*, o *iPhone*, juntamente com acesso a internet.

Vale destacar que filtros digitais para manipulação da fotografia digital são conjuntos de ações programadas de pós-produção para modificar propriedades específicas de uma imagem digital, como: cor, brilho, saturação, contrastes, nitidez entre outras características. Os filtros digitais são desenvolvidos para facilitar e agilizar o processo de pós-produção digital de uma fotografia digital, podendo realçar uma cor, clarear e tornar nítida uma imagem digital apenas com a execução de uma ação programada.

Com manchas amareladas, brilhos e cores excessivas e cantos escurecidos, os filtros digitais propostos inicialmente por seus fundadores possuíam um forte apelo visual nostálgico, pois grande parte deles simulava características das antigas fotografias analógicas ampliadas em papel. No passado, esses pequenos ‘efeitos’ apresentados pela fotografia analógica eram produzidos por película ou papel fotográfico fora do prazo de validade, ou por deteriorações ocasionadas pela ação do tempo ou, até mesmo, podiam ser causados pelo próprio equipamento fotográfico analógico, como é o caso das

câmeras fotográficas *LOMO LC-A*, de origem russa, que marcaram uma estética fotográfica própria, que ficou conhecida como *lomography*⁷. Com o formato quadrado, semelhante às câmeras *Kodak Instamatic* e *Polaroid*, as imagens fotográficas digitais produzidas pelo *Instagram* também reforçavam o objetivo nostálgico idealizado por seus inventores.

Além da criação dos filtros digitais, outro ponto importante, que contribuiu para o desenvolvimento do *Instagram*, foi a implementação de uma rede social virtual móvel para o acesso exclusivo dos usuários do aplicativo através da conexão da internet disponível nos *smartphones*. Kevin Systrom (2010; 2011) e Michel Krieger planejaram esse ambiente fechado com o objetivo de desenvolver uma comunidade virtual móvel capaz de promover conexões entre pessoas a partir do compartilhamento de fotografias digitais, produzidas e manipuladas pelo próprio aplicativo *Instagram*, por meio exclusivo do dispositivo de telefonia móvel.

Nessa relação virtual, segundo seus idealizadores, a fotografia digital móvel, produzida pelo aplicativo, seria o principal elo entre os usuários dessa rede social virtual móvel, pois, através de um aparelho de telefonia móvel, cada membro cadastrado nesse ambiente virtual poderia adicionar inúmeras fotografias à sua conta e, ao mesmo tempo, visualizar outras inúmeras publicações fotográficas feitas por outros usuários conectados a essa grande rede de imagem digital (A GROWING..., 2011).

Com essa estrutura, o *Instagram*, como um aplicativo fotográfico digital para *smartphone* capaz de permitir o compartilhamento de uma fotografia em um instante através da sua rede social virtual móvel, possibilitou o desenvolvimento de uma diferente dinâmica de produção e distribuição da fotografia digital, até então, privilégio dos grandes portais de transmissão de conteúdo fotográfico – impresso, eletrônico e virtual –, que controlavam os veículos de distribuição e selecionavam os produtores de imagem fotográfica e seu conteúdo.

Com o término do desenvolvimento do aplicativo e a criação da rede social virtual móvel, o *Instagram* entrava na lista do mercado de aplicativos no *website* do *iTunes App Store*, estando disponível, de forma gratuita, para download. Bastava, agora, uma pessoa acessar o ambiente virtual do *iTunes*, a partir do *smartphone* da *Apple*, o *iPhone*, e transferir e instalar o aplicativo nesse dispositivo de telefonia móvel. Depois, era necessário o usuário criar um perfil, por meio de identificação e senha, na rede social

⁷ Website Oficial da *Lomography* no Brasil: < <http://www.lomography.com.br>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

virtual móvel do *Instagram* e, a partir daí, era só enquadrar e clicar um cenário, manipular o registro fotográfico a partir da seleção de um filtro e, no final, publicar, na rede social virtual móvel do *Instagram*, compartilhando, com os demais membros, sua fotografia digital móvel.

As fotografias digitais produzidas pelo usuário eram armazenadas no *smartphone*, além de serem publicadas na rede social do *Instagram* por meio da internet. Nesse novo ambiente virtual móvel para fotografia digital, os usuários poderiam seguir e ser seguidos por outros usuários e acompanhar as publicações fotográficas em seu *feed*⁸ de fotografia e, assim, se tornar uma rede social virtual móvel de fotografia. Nesse espaço virtual, também era permitido publicar comentários de texto em todas as fotografias compartilhadas, além de poder marcar a opção ‘*curtir*’ nas fotografias digitais compartilhadas. Essa opção, além de ser uma forma de interação entre os usuários da rede social *Instagram*, ela também serve como uma ferramenta para mensurar a popularidade da fotografia digital compartilhada.

O aplicativo, inicialmente, havia sido desenvolvido apenas para ser executado nos dispositivos de telefonia móvel que utilizavam a *plataforma iOS*⁹; porém, em um pouco mais de um ano, os usuários de aparelho *smartphone* desenvolvido pela *Apple*, o *iPhone*, tiveram a exclusividade de registrar e manipular suas fotografias digitais móveis a partir do aplicativo *Instagram* e de compartilhar essas imagens através da rede social virtual móvel do *Instagram*.

Passados apenas dois meses após o lançamento oficial do *Instagram*, em dezembro de 2010, o cofundador Kevin Systrom (2010) afirmou, por meio da *website* do *Instagram*, que o aplicativo de fotografia digital móvel e a sua comunidade virtual móvel de imagem digital haviam obtido a marca de um milhão de usuários ativos durante esse período. Com mais de um milhão de usuários, o *Instagram* mostrava, em pouco tempo, ser um aplicativo promissor com um rápido crescimento exponencial de novos usuários e no volume de compartilhamento de imagem fotográfica digital em sua rede social virtual móvel.

Por isso, no início do ano de 2011, os responsáveis pelo desenvolvimento do *Instagram* divulgaram, aos usuários, a implementação da *hashtag* no aplicativo, algo que iria

⁸ A palavra *feed* vem do verbo *alimentar*, em inglês, e é utilizada para designar um conteúdo atualizado frequentemente entre usuários da rede social virtual do *Instagram*.

⁹ *Plataforma* é um sistema operacional móvel que gerencia todas as aplicações em execução no *smartphone*. As plataformas mais conhecidas entre os usuários de dispositivos móveis são *iOS* (da *Apple*) e *Android* (da *Google*).

facilitar a organização do conteúdo fotográfico dentro de sua rede social virtual móvel (INTRODUCING..., 2011a).

As *hashtags*, como ficaram conhecidas no serviço de rede social virtual de texto, como o *Twitter*¹⁰, que depois se expandiram para outras redes sociais e microblogs, possuem um formato bem característico, podendo ser uma palavra ou uma frase precedida pelo símbolo de suspenso (#); seu principal objetivo é classificar e organizar, agrupando o conteúdo publicado pelo usuário por meios de palavras-chave; as palavras ou frases são criadas livremente por qualquer usuário da rede social virtual e, normalmente, associadas a uma temática, porém, dentro dessa comunidade virtual, na qual a *hashtag* foi criada, ninguém detém o uso exclusivo dela, podendo, assim, qualquer membro citá-la em uma publicação particular (INSTAGRAM..., 2012f); a *hashtag* *#unimep*¹¹ provavelmente foi criada para ser utilizada para demarcar assuntos que remetam a essa temática; outro exemplo é a *hashtag* *#selfie*¹² que ficou famosa dentro da rede social virtual móvel do *Instagram* por empregar demarcações em fotografias de autorretrato, e que foi criada e utilizada, pela primeira vez, em janeiro de 2011, pela escritora norte-americana Jenniffer Lee¹³ (WEEKEND..., 2013).

Segundo a *website* do *Instagram*, a *hashtag* no aplicativo teria o mesmo funcionamento do *Twitter*, tendo como objetivo etiquetar e arrumar as fotografias digitais publicadas na rede social virtual móvel. As palavras ou frases criadas com o sinal de suspenso (#) poderiam ser inseridas como legendas nas fotografias digitais quando publicadas ou como comentário em fotografias já publicadas pelos usuários. Além da inserção, foi desenvolvido, no aplicativo, um campo para pesquisa das *hashtags*, possibilitando consultar, a partir de uma determinada palavra-chave, imagens fotográficas publicadas na rede social do *Instagram*. Essa opção de consulta também fornece a quantidade de fotografias demarcadas com a *hashtag* pesquisada, porém a consulta é restrita aos usuários do aplicativo (INTRODUCING..., 2011a).

Da implantação do uso da *hashtag* na rede social *Instagram* até os dias atuais, algumas *hashtags* ganharam visibilidade para fora do ambiente virtual, tendo sido, também, amplamente divulgadas e utilizadas por usuários da rede social móvel do *Instagram*

¹⁰ Website Oficial do *Twitter*: < <https://twitter.com>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

¹¹ *Hashtag*: *#unimep*. Disponível em: <<http://web.stagram.com/tag/unimep>>. Acesso em: 11 jul. 2014. (visualização não oficializada pelo *Instagram Inc.*).

¹² *Hashtag*: *#selfie*. Disponível em: <<http://web.stagram.com/tag/selfie>>. Acesso em: 11 jul. 2014. (visualização não oficializada pelo *Instagram Inc.*).

¹³ LEE, Jenniffer. **@jennlee - Jennifer Lee**: Bestselling author. Disponível em: <<http://instagram.com/jennlee>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

para transmitir informações visuais de acontecimentos locais, que normalmente estão ligadas as manifestações populares ao redor do mundo: *#occupywallstreet*¹⁴, *#resistanbul*¹⁵, *#vemprarua*¹⁶, *#sosvenezuela*¹⁷, *#vzlaelquesecansapierde*¹⁸, *#naovaitercopa*¹⁹, entre outras.

Passados cinco meses desde seu lançamento, no dia 24 de março, os criadores do *Instagram* promoveram um evento intitulado *InstaMeet*²⁰ para impulsionar, ainda mais, o uso do aplicativo fotográfico, que, inicialmente, era restrito aos usuários do *iPhone*.

Com o objetivo de reunir usuários do *Instagram*, os *Instagrammers*²¹ como ficaram conhecidos, a dinâmica desse evento era muito simples: a partir da *website* do *InstaMeet*, qualquer usuário poderia promover um dia de encontro entre os *Instagrammers* na sua cidade para fotografar alguma temática; bastava, para isso, cadastrar a cidade descrevendo o local, o dia e o horário do encontro; as fotografias produzidas nessa caminhada fotográfica deveriam ser publicadas na rede social virtual móvel do *Instagram* com as identificações das seguintes *hashtags*: *#instameet* e *#instameetyourcity* (WORLDWIDE..., 2011). A primeira iniciativa do evento “*InstaMeet*” se estendeu até os dias atuais e, a cada ano, novas cidades são cadastradas totalizando 1.821 diferentes localidades espalhadas pelo mundo até o final do ano de 2013, cujo propósito é reunir usuários que se utilizam do aplicativo *Instagram* para uma caminhada fotográfica tematizada de um dia (MEETUP..., 2011).

Em agosto de 2011, a assessoria de imprensa do *Instagram*, por meio da sua *website*, tornou públicos os números que evidenciavam um novo crescimento, com uma ampla aceitação do aplicativo entre os usuários do dispositivo de telefonia móvel, o *iPhone*. A equipe anunciava que a rede social virtual móvel de imagem digital havia atingido, desde seu lançamento, a quantia de 150 milhões de imagens fotográficas compartilhadas

¹⁴ *#occupywallstreet* (Estados Unidos da América). Disponível em: <<http://web.stagram.com/tag/occupywallstreet>>. Acesso em: 11 jul. 2014. (visualização não oficializada pelo *Instagram Inc.*)

¹⁵ *#resistanbul* (Istambul) Disponível em: <<http://web.stagram.com/tag/resistanbul>>. Acesso em: 11 jul. 2014. (visualização não oficializada pelo *Instagram Inc.*)

¹⁶ *#vemprarua* (Brasil). Disponível em: <<http://web.stagram.com/tag/vemprarua>>. Acesso em: 11 jul. 2014. (visualização não oficializada pelo *Instagram Inc.*)

¹⁷ *#sosvenezuela* (Venezuela). Disponível em: <<http://web.stagram.com/tag/sosvenezuela>>. Acesso em: 11 jul. 2014. (visualização não oficializada pelo *Instagram Inc.*)

¹⁸ *#vzlaelquesecansapierde* (Venezuela). Disponível em: <<http://web.stagram.com/tag/vzlaelquesecansapierde>>. Acesso em: 11 jul. 2014. (visualização não oficializada pelo *Instagram Inc.*)

¹⁹ *#naovaitercopa* (Brasil). Disponível em: <<http://web.stagram.com/tag/naovaitercopa>>. Acesso em: 11 jul. 2014. (visualização não oficializada pelo *Instagram Inc.*)

²⁰ A palavra *InstaMeet* é a junção de ‘*Instagram*’ com ‘*Meet up*’, que, na tradução livre, quer dizer ‘encontrar-se’. Com isso, *InstaMeet* seria um encontro de usuários do *Instagram*. Website Oficial do *InstaMeet*: <<http://www.meetup.com/instagram>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

²¹ *Instagrammers* é a denominação para os usuários do aplicativo *Instagram*.

até aquele momento, com um fluxo médio de quinze fotografias por segundo (150,000,000..., 2011).

No mês seguinte, próximo de completar um ano de existência, dois anúncios foram feitos pela equipe do *Instagram*. Por meio da *website*, ela divulgou que o aplicativo havia atingido a marca de dez milhões de usuários (THE..., 2011) e que ele ganhava uma nova versão, o *Instagram v2.0*, com algumas atualizações importantes na produção da fotografia digital (INTRODUCING..., 2011b).

A nova versão do aplicativo disponibilizou, aos seus usuários, quatro novos filtros de manipulação de imagem (*Amaro, Rise, Hudson e Valencia*) e aumentou a qualidade de resolução dos arquivos de imagem digital produzidos pela câmera fotográfica do *smartphone*, deixando o antigo formato de *612 por 612 pixels* para produzir uma fotografia digital de *1.936 por 1.936 pixels* (INTRODUCING..., 2011b). Atualmente, a versão mais recente do aplicativo *Instagram* salva as fotografias digitais nos dispositivos de telefonia móvel com a resolução de *2.048 por 2.048 pixels* (CENTRAL..., 2014b).

Ao final de 2011, em dezembro, a equipe de desenvolvimento do *Instagram*, por meio da sua *website*, anunciou que o aplicativo havia sido eleito como destaque pela empresa norte-americana fundada por Steve Jobs (1955-2011), a *Apple*, recebendo, por isso, o título de aplicativo do ano, o *App Store Rewind 2011 iPhone* (WE'RE..., 2011). As indicações feitas pela *Apple* são divididas em categorias que vão desde jogos, músicas, filmes, livros, *podcast* até aplicativos. Todos os indicados estiveram disponíveis para *download*, no ano de 2011, no espaço virtual do *iTunes App Store* para o uso principalmente em aparelhos produzidos pela *Apple*, como: *iPad, iPod, iPhone e Macintosh*. Os melhores de cada categoria são apresentados ao final de cada ano e são escolhidos a partir de avaliações feitas pelos usuários e pela sua popularidade, que é medida pela quantidade de *download* feita no ambiente virtual da *Apple*.

Além dessa premiação da *Apple*, a *website* divulgou um balanço de 2011 do *Instagram* (YEAR..., 2011a) evidenciando números surpreendentes atingidos pelo aplicativo nesse período: quinze milhões de usuários até aquele momento, com um total de 400 milhões de fotografias publicadas em toda a rede social virtual móvel do aplicativo, tendo uma média de 60 fotografias publicadas por segundo (YEAR..., 2011b). Junto com esse balanço, a equipe do *Instagram* apresentou uma lista com quinze lugares mais fotografados em 2011: *Disneyland, Suvarnabhumi International Airport em Bangkok (BKK), AT&T Park, San Francisco International Airport (SFO), Los Angeles*

International Airport (LAX), Hong Kong International Airport (HKG), MoMA (Museu de Arte Moderna), Golden Gate Bridge, Metropolitan Museum of Art, Parque do Ibirapuera, Siam Paragon, Mission Dolores Park, Terminal 21, LACMA (Los Angeles County Museum of Art) e Times Square (YEAR..., 2011c).

No início do ano seguinte, em fevereiro, a equipe de desenvolvimento do aplicativo apresentou uma nova versão aos usuários da *plataforma iOS*, o *Instagram v2.1*. Essa versão trouxe novos filtros de manipulação de imagem e também exibiu modificações em comando de interação do usuário com o aplicativo, facilitando seu acesso a funções básicas (UPDATE..., 2012b).

Além disso, nesse mesmo mês, o aplicativo recebeu uma nova atualização, o *Instagram v2.2*, e sua rede social virtual móvel aumentou sua amplitude de compartilhamento de imagem digital, passando a publicar suas fotografias digitais em conjunto com outras redes sociais virtuais, como: *Mixi* (japonesa) e *Weibo* (chinesa) (UPDATE..., 2012c). Com essa atualização, os usuários do *Instagram*, além de publicar em sua rede social própria, no *Twitter* e no *Facebook*²², passariam a publicar, a partir do seu *smartphone*, fotografias digitais nessas outras novas redes sociais virtuais.

Foi, porém, no início de abril de 2012 que Kevin Systrom e Michel Krieger decidiram ampliar, ainda mais, sua rede social virtual móvel de imagem anunciando uma nova versão dela incluindo os usuários da *plataforma Android*. Além da apresentação dessa nova versão, os administradores do aplicativo informaram que, até aquele momento, a rede social virtual de imagem, o *Instagram*, contava com um pouco mais de trinta milhões de usuários provenientes apenas da *plataforma iOS* (INSTAGRAM..., 2012d).

O sistema operacional móvel *Android* ganhou notoriedade no mundo dos dispositivos móveis em novembro de 2007 quando foi adquirido e passou a ser desenvolvido pela empresa *Google*²³, que entra, a partir daí, no mercado de dispositivos móveis com o principal objetivo de oferecer uma *plataforma* de código aberto capaz de atender diversos fabricantes de aparelhos móveis (GOOGLE..., 2014a; 2014b). Diferentemente da *plataforma iOS*, o sistema operacional móvel *Android* foi construído para ser executado em diversos fabricantes de dispositivos móveis, como *Motorola, Sony*

²² Website Oficial do *Facebook*: <<https://www.facebook.com>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

²³ *Google Inc.* é uma empresa multinacional norte-americana que foi fundada 1998 por Larry Page e Sergey Brin. A dupla inicialmente criou em 1996 um mecanismo de pesquisa chamado de BackRub que usava *links* para determinar a importância de páginas individuais, e que após dois anos se tornaria um grande *website* de pesquisa, a *Google*. Website Oficial da *Google*: <<https://www.google.com>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

Ericsson, Samsung, HTC, LG, entre outros, tornando-se a *plataforma* mais executada e atendendo o maior número de *smartphones* e *tablets* (ANDROID..., 2014)

Segundo a assessoria de imprensa do *Instagram*, após disponibilizar o aplicativo para a *plataforma Android* na *website* da *Google Play*²⁴, ao final do primeiro dia, o aplicativo *Instagram* atingiu a marca de 1 milhão de downloads nas suas primeiras horas (INSTAGRAM..., 2013b). Essa quantia de novos usuários, em um tão curto espaço de tempo, evidenciava que a nova aplicação, que produzia fotografia digital, aplicava filtros de manipulação e compartilhava as imagens em uma rede social virtual móvel a partir da internet, já se espalhava rapidamente em outros aparelhos de telefonia móvel, consolidando, cada vez mais, a nova dinâmica de compartilhamento de fotografia digital móvel.

Porém, a abertura do *Instagram* para a *plataforma Android*, não foi bem recebida por alguns usuários mais fervorosos do *iPhone*, prevendo a perda de exclusividade do sistema operacional móvel *iOS* na rede social virtual de imagem. Pouco tempo após o anúncio que informava a respeito dos novos usuários *Androids*, duras críticas foram propagadas pelas redes sociais como *Twitter, Facebook* e *Instagram*, com a alegação de que a popularização do aplicativo fotográfico digital iria prejudicar o bom gosto fotográfico que tinha sido construído na rede social virtual de imagem, levando a um empobrecimento na produção da fotografia digital móvel.

A matéria intitulada “A ‘orkutização’ do *Instagram* e a natureza gregária da internet”, veiculada após seis dias do lançamento da versão do *Instagram* para a *plataforma Android* no caderno Link, do jornal O Estado de S. Paulo, serve como registro desse período, evidenciando a enorme insatisfação dos usuários do sistema operacional *iOS* (MATIAS, 2012). Nessa reportagem, o jornalista Alexandre Matias (2012) ressalta que, indignados, os usuários do aparelho móvel *iPhone* declaravam que “agora o *Instagram* perderia o seu status, pois uma tal ‘horda de pobres’ começaria a usar o aplicativo.”

A desaprovação, por parte de alguns usuários do sistema *iOS*, pelo lançamento do *Instagram* para *Android*, imaginando que o aplicativo não deveria agregar outras *plataformas*, devendo ser apenas aberto para quem portasse *iPhone*, relembra um fato semelhante ao início da história da fotografia, período em que a câmera fotográfica e o retrato fotográfico já se desabrochavam para um processo industrial saindo das mãos da

²⁴ *Google Play* é um ambiente virtual que disponibiliza por meio da internet uma diversidade de aplicações para os dispositivos móveis para a *plataforma Android* da *Google*. Website Oficial: <<https://play.google.com/store/apps>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

elite intelectual e dando seus primeiros passos rumo à industrialização de forma a fortalecer sua popularização.

Contudo, mesmo com toda a polêmica gerada pelos usuários do *iPhone*, o lançamento de uma nova *plataforma* tornou o aplicativo *Instagram*, e sua rede social virtual de fotografia digital móvel, ainda mais popular entre os dispositivos móveis, aumentando o número de usuários e as publicações fotográficas digitais pela internet.

Merece registro o fato de que, ao completar um ano do *Instagram* para o sistema operacional móvel *Android*, a equipe do *Instagram* emitiu um comunicado de agradecimento, por meio da *website* do aplicativo, a todos os *Instagrammers Android*, pois, segundo ele, a nova *plataforma* havia se equiparado ao número de usuários do sistema *iOS*, tornando ainda mais global a comunidade virtual de fotografia digital móvel. Esse comunicado também destaca que o compartilhamento fotográfico de eventos culturais, como o *Festival Círio de Nazaré do Brasil* e o *85º aniversário do Rei Bhumibol da Tailândia*, só foi possível graças aos usuários do *Instagram* para *Android* (INSTAGRAM..., 2013b).

No dia 9 de abril, seis dias após o lançamento da versão da *plataforma Android*, Kevin Systrom (2012) anunciava a venda do recém-criado e promissor aplicativo de fotografia digital para telefonia móvel, o *Instagram*, para o americano Mark Elliot Zuckerberg, fundador da maior rede social virtual de computadores, o *Facebook*. Mesmo após a venda, Kevin Systrom, Michel Krieger e sua equipe continuaram responsáveis pelo desenvolvimento e atualizações do *Instagram* (INSTAGRAM..., 2012c).

A transação não alterou a dinâmica e nem o funcionamento do aplicativo. Pelo contrário, passados três meses da aquisição do *Facebook*, segundo a assessoria de imprensa do aplicativo, o *Instagram* continuava a crescer, registrando 80 milhões de usuários ativos em sua rede social virtual móvel e uma movimentação de 4 bilhões de imagens digitais publicadas desde o seu surgimento (THE..., 2012).

Ainda nesse mesmo período, o aplicativo para telefonia móvel recebeu atualizações específicas da *plataforma Android*, na busca de se equiparar ainda mais com a *plataforma iOS* que já se apresentava bem avançada em suas ações voltadas para a produção e compartilhamento de fotografia digital móvel para os aparelhos *iPhone*.

A versão *Instagram v1.1.0* para *Android* trouxe a função *tilt-shift* como a principal atualização do aplicativo (UPDATE..., 2012a). Essa função era para o *Instagram* como mais uma opção de manipulação de imagem digital capaz de definir um foco seletivo, colocando o ponto de focagem em uma área específica e desfocando todo o resto da

imagem fotográfica digital. Importante ressaltar que a função *tilt-shift* foi desenvolvida, inicialmente, para câmeras profissionais a partir de lentes com movimentação especial e tinha como principal objetivo obter uma perspectiva diferente e impossível de ser realizada com as lentes convencionais (PHOTO..., 2011).

Pouco tempo após o lançamento da nova versão para *Android*, a equipe do *Instagram* iniciava uma pequena transformação, mas significativa para todos os usuários da *website* do *Instagram*. Essa mudança trazia consigo uma nova forma de interagir com as fotografias digitais publicadas na rede social virtual móvel, porém essa atualização não estava ligada ao aplicativo móvel, mas à *website* do *Instagram*. Até aquele momento, a única forma de os usuários do *Instagram* interagirem com as fotografias digitais compartilhadas na rede social virtual móvel era apenas através do aplicativo instalado nos aparelhos móveis. Porém, os responsáveis pelo desenvolvimento do *Instagram* decidiram expandir a visualização e a interação da rede social virtual móvel ao sistema de internet *desktop*. Foi ao final do primeiro semestre de 2012, no mês de junho, que a *website* do *Instagram* iniciou sua primeira pequena reformulação (INTRODUCING..., 2012). Mas foi nos meses de novembro, de 2012 (ANNOUNCING..., 2012), e fevereiro, de 2013 (SYSTROM, 2013b), que ocorreram as duas transformações mais significativas, que possibilitaram aos membros da comunidade virtual de imagem uma maior interação, a partir dos computadores *desktops* e dos *laptops*. Essas reformulações permitiram visualizar, curtir e escrever um comentário nas fotografias publicadas, visualizar e adicionar novos perfis à lista de seguidores. Bastava o usuário acessar, a partir de um navegador, a *homepage* do *Instagram*; mas para se ter acesso completo às configurações do seu perfil, era necessário digitar o nome do usuário e senha para executar a verificação e autenticação da conta no *Instagram*. Porém, mesmo tendo acesso para navegar em algumas informações do próprio perfil, atualmente, não é possível, ainda, publicar e compartilhar uma fotografia digital pela *website* do *Instagram*. Segundo informações publicadas na própria *website*, o *Instagram* foi desenvolvido para ser aplicativo móvel de publicação e compartilhamento de fotografias digitais. E para se manter assim, apenas os dispositivos móveis poderiam publicar e compartilhar as fotografias digitais na sua rede social virtual móvel (SYSTROM, 2013b; ANNOUNCING..., 2012).

Finalizada toda a atualização, a *website* oficial do *Instagram* ficou mais simples e rápida para acesso às informações referentes às fotografias publicadas e compartilhadas na rede social virtual móvel. Nesse ambiente virtual reestruturado, é possível encontrar

também informações referentes a atualizações anunciadas do aplicativo (NEWS..., 2014), dicas sobre fotografias fornecidas por *Instagrammers* (TIPS..., 2014), sugestões para o acesso a perfis interessantes do *Instagram* (USER..., 2014; PHOTO..., 2014), informações sobre o *WHP* (*Weekend Hashtag Project*) – um concurso fotográfico temático lançado pelos criadores do *Instagram* semanalmente (WEEKEND..., 2011; 2014) –, e a notícias sobre eventos culturais e manifestações que ocorrem no mundo (THE..., 2014). Enfim, a *website* do *Instagram*, a partir da sua última reformulação, tornou-se um amplo espaço virtual de replicação de conteúdo fotográfico produzido pelos próprios usuários do aplicativo (ARCHIVE..., 2014).

Uma nova versão do aplicativo, o *Instagram v3.0*, foi lançada no mês de agosto de 2012 e foi desenvolvida para ambas as *plataformas*, *iOS* e *Android*. Por meio da *website* do *Instagram*, essa versão foi apresentada trazendo um novo *layout* totalmente reformulado, que, segundo a assessoria, tornou o aplicativo ainda mais rápido na publicação das fotografias digitais e mais dinâmico durante a navegação, possibilitando a exibição de mais imagens na linha do tempo dos usuários. Além disso, foi adicionada nessa versão uma opção para denunciar abusos ou *spam*, que violem as diretrizes ou os termos de uso da comunidade virtual móvel *Instagram* com publicações, comentários ou usuários indevidos, como é o caso de fotografias que envolvem a pedofilia (PRIVACY..., 2012). Porém, a atualização mais cogitada pelos desenvolvedores do aplicativo para essa versão foi a inserção de uma opção chamada '*Photo Maps*', também conhecida por '*Geotag*', capaz de registrar e exibir a localização geográfica da fotografia publicada (INSTAGRAM..., 2012a).

Para isso, o usuário, antes de finalizar a publicação da fotografia, deve marcar o item '*adicionar ao mapa de fotos*' para registrar a localidade da fotografia e disponibilizá-la em um mapa geográfico para os demais usuários da rede social virtual móvel. Além da localidade geográfica, é possível identificar um local específico pelo nome, como: Parque do Ibirapuera, Museu do Ipiranga, Memorial JK, entre outras inúmeras localidades que estão disponíveis em uma lista de localização pública a partir do aplicativo. Com os mesmos princípios de organização das *hashtags*, a função '*Photo Maps*'; ou '*Geotag*'; possibilitou, ao usuário, identificar e organizar, por meio das marcações geográficas, suas fotografias digitais dentro da rede social virtual móvel do *Instagram* (CENTRAL..., 2014e).

No mês de novembro, o dia de Ação de Graças, comemorado pelos norte-americanos, ganhou destaque na rede social virtual móvel do *Instagram*. Segundo a assessoria de

imprensa do aplicativo, a *hashtag #thanksgiving* foi a mais utilizada nas publicações fotográficas dentro da rede social do *Instagram*, armazenando mais de dez milhões de fotografias e tendo um fluxo de 200 imagens publicadas a cada segundo ao longo desse dia de celebração (THANKSGIVING..., 2012).

No mês seguinte, foram lançadas duas importantes atualizações para o aplicativo. A primeira foi disponibilizada no início de dezembro com as versões v3.3 para *Android* e v3.2 para *iOS*, que tinham como principal objetivo aumentar a qualidade na captura das imagens fotográficas através das câmeras acopladas aos aparelhos móveis. Essa atualização também recebeu um novo filtro de edição de imagem, disponibilizou, por isso, melhorias na visualização das imagens na linha de tempo, entre outros pequenos ajustes na interação com o aplicativo (INSTAGRAM..., 2012b). Já a segunda atualização, na versão v3.4 para *Android* e *iOS*, veio próximo ao final do mês com o intuito de ampliar e aproximar o acesso a usuários de outras culturas a partir da tradução do aplicativo para 25 novos idiomas, incluindo o português (INSTAGRAM..., 2012e).

Ao final de 2012, a assessoria de imprensa do *Instagram*, por intermédio da *website*, divulgou um balanço geral das inúmeras transformações pelas quais o aplicativo havia passado no período de doze meses desde o início do ano (YEAR..., 2012). Nessa lista constam, além de fatos já descritos anteriormente, nomes de celebridades e de empresas que adotaram o aplicativo como uma ferramenta de registro fotográfico móvel diário, como: Oprah Winfrey, Cristiano Ronaldo, Beyoncé Knowles, Lady Gaga, Usain Bolt, Kaká, Louis Vuitton, Wall Street Journal, Ralph Lauren, Fundação das Nações Unidas, BMW e o gabinete do prefeito de Nova Iorque (WHO..., 2012). O *Suvarnabhumi International Airport*, em *Bangkok (BKK)*, na Tailândia, foi um dos destaques dessa lista por ser o local mais registrado pelo mundo, com cem mil imagens fotográficas apenas nesse período; merecem destaque, também, outras localidades como: *Siam Paragon Shopping*, em *Bangkok*, *Disneyland Park*, na Califórnia, *Times Square*, em Nova Iorque e *Eiffel Tower*, em Paris (2012'S..., 2012); e alguns eventos culturais importantes capturados pelos usuários do *Instagram*, ao longo de 2012, também foram destaque, como: o severo frio Europeu, dia da Independência Americana, cerimônia de abertura das Olimpíadas de Londres, a peregrinação muçulmana a Meca e o Protesto na Argentina (DOCUMENTING..., 2012).

No ano seguinte, o aplicativo *Instagram* e sua rede social virtual móvel continuaram a receber atualizações, mantendo seu fluxo de crescimento nas publicações e

compartilhamento de novas imagens fotográficas digitais e na aquisição de novos usuários.

Passados dois anos e meio desde o lançamento da sua primeira versão, no dia 26 de fevereiro de 2013, por intermédio da assessoria de imprensa, via *website*, o cofundador Kevin Systrom (2013a) anunciava que o *Instagram* havia chegado a 100 milhões de contas ativas que desfrutavam do aplicativo pelo mundo, clicando e compartilhando inúmeras imagens do cotidiano através da rede social virtual móvel de fotografia.

A versão do *Instagram*, v3.5 para *iOS* e *Android* foram lançadas em maio de 2013 e exibiram, como principal atualização ao aplicativo, uma função chamada de ‘*Photo of You*’, tendo como possibilidade a marcação de usuários do *Instagram* nas fotografias digitais publicadas na própria rede social virtual móvel. A inserção de informações complementares na imagem compartilhada no *Instagram*, como legenda, *hashtag* e *geotag*, foi, até aquele momento, de grande valia, uma vez que a utilização desses recursos permitiria a identificação de questões como “o que?” e “onde?” na fotografia publicada. Com essa atualização no aplicativo, a marcação de pessoas na fotografia digital seria capaz de responder à indagação “quem?” na imagem compartilhada na rede social virtual móvel (INTRODUCING..., 2013c; CENTRAL..., 2014c).

No mês de junho, o *Instagram v4.0* apresentou, para ambas as *plataformas*, uma importante novidade para os usuários do *Instagram*, trazendo uma maior versatilidade às suas produções iniciais do aplicativo. A mais nova atração anunciada foi a possibilidade da produção e do compartilhamento de vídeos digitais, de no máximo 15 segundos, além de treze novos filtros para a edição dessas imagens em movimento (INTRODUCING..., 2013d; CENTRAL..., 2014f). Esse formato de vídeo curto apresentado pelo aplicativo *Instagram* relembra as características dos vídeos produzidos pelos anúncios publicitários e que são exibidos na televisão e que, normalmente, não ultrapassam os 30 segundos, tendo como finalidade principal passar uma ideia ou transmitir um conteúdo de forma muito rápida. Com isso, o *Instagram* deixava de ser apenas um aplicativo móvel de compartilhamento de fotografia digital, para se aventurar, também, no compartilhamento de vídeos digitais a partir da sua rede social virtual móvel.

No segundo semestre de 2013, a equipe do *Instagram* fez importantes anúncios que transformaram, ainda mais, em uma ampla experiência a utilização do aplicativo como uma rede social virtual móvel de compartilhamento de fotografia digital e, recentemente, de vídeo digital.

A primeira ocorreu pouco tempo depois do lançamento da função de vídeo, no mês de agosto, e teve como destaque a apresentação do *Instagram v4.1*. O aplicativo *Instagram* recebeu uma atualização e passou a aceitar a importação de vídeos digitais filmados e editados por outros aparelhos de produção de imagem em movimento, trazendo aprimoramentos no compartilhamento de vídeo (ANNOUNCING..., 2013).

Logo no mês seguinte, a assessoria de imprensa anunciou que a grande rede social virtual móvel de imagem havia conseguido muitos novos membros, passando para 150 milhões de usuários ativos, e que 60% desse total de usuários estavam localizados fora do território dos Estados Unidos da América (INSTAGRAM..., 2013c).

No dia 3 de outubro, depois de completar três anos de existência, a equipe do *Instagram* noticiou, com muita cautela, na sua *website*, a implantação de um formato experimental de divulgação publicitária com anúncios patrocinados dentro da sua rede social do *Instagram*. Essa opção, porém, ainda estava disponível apenas para usuários residentes em território americano, sendo que os usuários dos demais países não dispõem dessa opção em sua linha do tempo (INSTAGRAM..., 2013a; A LOOK..., 2013). A forma de anúncio patrocinado também foi adotada pelas grandes redes sociais virtuais de expressividade dentro da internet. O *Instagram*, por isso, não poderia ficar fora dessa prática, pois, para sobreviver e se desenvolver, também necessita de uma fonte financeira segura. Com isso, após o seu terceiro ano de existência e se mantendo em ampla expansão, lançou o formato de anúncio patrocinado na tentativa de explorar uma forma que lhe pudesse trazer rentabilidade financeira a partir da dinâmica dessa rede social virtual móvel de imagem, que não para de crescer, e que, atualmente, possui um pouco mais de 150 milhões de usuários ativos (SPONSORED..., 2013, CENTRAL..., 2014a).

No mês seguinte, em novembro, o aplicativo *Instagram*, com sua rede social virtual móvel de imagem, anunciou que buscava, novamente, ampliar seu alcance fazendo o lançamento de uma nova versão para atender uma terceira *plataforma* em crescimento entre os aparelhos móveis, o *Windows Phone*²⁵, agregando, com isso, novos usuários ao aplicativo fotográfico digital móvel (INTRODUCING..., 2013b).

Com a atual versão, o *Instagram v5.0*, lançada em dezembro para as três *plataformas*, o aplicativo passou por atualização e recebeu uma nova função capaz de enviar e receber

²⁵ *Windows Phone* é um sistema operacional móvel e um ambiente virtual desenvolvido e gerenciado pela empresa multinacional norte-americana de *software* para computadores, a *Microsoft Corporation*. Website Oficial da *Microsoft*: < <http://www.windowsphone.com/pt-br/store>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

fotos e vídeos direcionados a uma pessoa ou um grupo de pessoas, o '*Instagram Direct*'. Essa opção tem como principal objetivo criar um canal exclusivo de publicação e compartilhamento entre duas ou mais pessoas, de forma a não permitir que a fotografia digital seja vista por todos os seus seguidores, tendo os momentos fotográficos fechados a grupo de pessoas (INTRODUCING..., 2013a; CENTRAL..., 2014d). Além do anúncio dessa nova versão, foi divulgado, como nos anos anteriores, um balanço fotográfico dos grandes eventos do ano de 2013, que foram publicados e compartilhados pelo aplicativo *Instagram* através de sua rede social virtual móvel (CAPTURING..., 2013). Merece registro o fato de, pela primeira vez, a cidade de São Paulo e do Rio de Janeiro aparecerem na lista de cidades mais fotografadas durante esse período (TOP..., 2013).

Ao longo de todo esse período, de 2010 a 2013, foi possível evidenciar que o aplicativo fotográfico digital para dispositivo de telefonia móvel, o *Instagram*, sempre teve como objetivo principal a produção e edição de fotografias digitais por meio das câmeras digitais acopladas aos *smartphones*, e ao compartilhamento dessas imagens através de sua rede social virtual móvel, consolidando assim uma nova dinâmica do homem com a imagem, mais especificamente com a fotografia digital móvel. Desde o seu surgimento, inúmeros usuários registraram e compartilharam uma diversidade de acontecimentos por todo o planeta, fazendo da fotografia digital móvel, o *Instagram*, uma possibilidade diferente na disseminação de conteúdo fotográfico digital.

CAPÍTULO III

A FORMAÇÃO CULTURAL E A IMAGEM NA SOCIEDADE

Em razão do objetivo desta dissertação – pensar sobre a contribuição do *Instagram* na formação da cultura digital da sociedade contemporânea – a apresentação dos desdobramentos históricos da fotografia foi importante para ressaltar a relação do homem com a imagem, a imagem automática (a fotografia). Pontos que foram evidenciados a partir dos momentos descritos como o início da fotografia desde a sua descoberta até o atual estágio de desenvolvimento em que esse recurso tecnológico se encontra, a fotografia digital móvel, a fim de que se ponham em evidência as mudanças no pensamento sobre essa imagem automática, em conformidade com as transformações na sociedade.

Por isso, na busca de aprofundar a discussão sobre a questão chave desta pesquisa, o levantamento e a apresentação de alguns teóricos se fazem necessários, principalmente para embasar certos conceitos que permeiam a proposta desta análise.

Conceitos como *cultura* e *formação cultural* serão fundamentados em uma profunda análise feita pelo filósofo alemão Theodor Adorno (2010) e que está disponível sob o título *Teoria da Semiformação*. Nessa produção, o filósofo frankfurtiano levanta questões antagônicas sobre a compreensão de cultura em diferentes períodos, a fim de analisar a formação cultural da sociedade moderna e as influências que recebe através das produções da indústria cultural, originando assim uma semiformação. A discussão proposta por Adorno (2010) na sua Teoria da Semiformação traz grandes contribuições e vai ao encontro de pontos-chave que esta dissertação se propõe a discutir.

Além das contribuições do filósofo alemão, será apresentado o pensamento do filósofo tcheco Vilém Flusser (2011) no que diz respeito à sua compreensão sobre *imagem* e os seus desdobramentos na história da humanidade; pensamento expresso no livro *Filosofia da Caixa Preta*. Para o filósofo, a *imagem técnica* se fez presente na sociedade contemporânea a partir de duas grandes crises que ocorreram na estrutura cultural da humanidade – imagem tradicional e texto. Ao definir o conceito de imagem técnica, Flusser (2011) evidencia outros pontos que permeiam esse conceito e que, por meio deles, o filósofo tcheco constrói uma ampla reflexão sobre os aparelhos midiáticos contemporâneos.

3.1. ADORNO E A SEMIFORMAÇÃO CULTURAL

Theodor Ludwig Wiesengrund-Adorno era alemão e nasceu no ano de 1903. Foi um importante membro da Escola de Frankfurt, junto com outros renomados filósofos do seu tempo, como Ernst Bloch (1885-1977), Walter Benjamin (1892-1940), Max Horkheimer (1895-1973) e Herbert Marcuse (1898-1979). Para Adorno e seus companheiros a Teoria Crítica era essencial para a construção do pensamento filosófico, tendo como foco a elaboração de uma ampla reflexão e discussão sobre a sociedade moderna.

Dentre os inúmeros escritos produzidos por Theodor Adorno, o conceito sobre formação cultural, assim como, seus desdobramentos, durante o desenvolvimento da sociedade burguesa, será o principal enfoque da apresentação deste tópico. Para isso, será utilizado, como base de definição sobre o conceito de formação cultural e seu desdobramento, o texto Teoria da Semiformação, produzido no ano de 1959. A apresentação desse conceito teve como base a mais recente tradução apresentada no livro Teoria Crítica e Inconformismo, de 2010, que apresenta, também, pontos de vista de importantes comentadores da obra desse filósofo alemão.

Na obra Teoria da Semiformação, Theodor Adorno (2010) inicia sua reflexão afirmando a existência de uma crise nos mecanismos da formação cultural da sociedade moderna em que está inserido.

Ele ressalta, porém, que esta atual instabilidade na formação cultural não deve ser avaliada, como objeto de estudo, somente pela pedagogia, que, segundo ele, está acostumada a praticar, em ações isoladas, mudanças educacionais ineficazes, ou mesmo, se limitar a discussões sociológicas baseadas em reflexões e investigações insuficientes, já que, para ele, “os sintomas de colapso da formação cultural que se fazem observar por toda parte, mesmo no estrato das pessoas cultas, não se esgotam com as insuficiências do sistema e dos métodos da educação” (ADORNO, 2010, p. 8).

Para Adorno (2010, p.9), essa crise não deve ser, superficialmente, analisada e, para a concepção de uma teoria, “a ideia de cultura não pode ser sagrada”, uma vez que ele mesmo ressalta as afirmações de Max Frisch (1911-1991) que diz que, mesmo com o elevado nível de formação cultural, foi permitida a ascensão de regimes totalitários – “havia pessoas que se dedicavam, com paixão e compreensão, aos chamados bens culturais, e que, no entanto, puderam se encarregar tranquilamente da práxis assassina do nacional-socialismo” (ADORNO, 2010, p. 10).

Portanto, conforme afirma Pucci (1998), para que pudesse pensar sobre essa instabilidade na sociedade moderna, o filósofo alemão decide confrontar dois pontos importantíssimos, a fim de ampliar sua reflexão sobre a crise na formação cultural:

a) como o capitalismo tardio educa/forma seus reprodutores/clientes através da negação da formação cultural; b) ao mesmo tempo, como, a partir da semiformação generalizada, se resgatar a *Bildung* (cultural/formação cultural) para os construtores da sociedade em que vivemos (PUCCI, 1998, p. 89).

Para o frankfurtiano, a formação é entendida como “a cultura tomada pelo lado de sua apropriação subjetiva” (ADORNO, 2010, p. 9), sendo a cultura constituída pelo duplo caráter do ser: “remete à sociedade e intermedeia esta e a semiformação.” (ADORNO, 2010, p. 9).

Com isso, Adorno (2010), inicialmente, se propõe a pensar cultura a partir de dois pensamentos antagônicos – a tradição alemã atual e o idealismo hegeliano – a fim de ponderar possíveis transformações no pensamento que possam auxiliá-lo em sua reflexão. Pucci (1998), no livro *Educação Danificada*, baseando-se nos escritos de Theodor Adorno, apresenta, de maneira sintetizada, as tensões antagônicas sobre a cultura, expostas pelo filósofo.

Cultura (*Bildung*), na tradição germânica, ao mesmo tempo que compreende o conjunto de criações espirituais (intelectuais, artísticas e religiosas) traz em si a exigência de formar seres humanos que, por sua vez, são consumidores/criadores da cultura. A dialética produto/processo constitui sua historicidade, pelo menos em seus primórdios. O conceito de *Bildung* revela a tensão entre as dimensões: autonomia, liberdade do sujeito e sua configuração à vida real, adaptação. Já no idealismo hegeliano significava a trajetória de estranhamento e reapropriação entre o espírito e o mundo, como seu objeto. Ser autônomo sem deixar de se submeter; submeter-se sem perder a autonomia. Aceitar o mundo objetivo, negando-o continuamente; afirmar o espírito, contrapondo-lhe a natureza (PUCCI, 1998, p. 90).

A partir dessas tensões, Pucci (1998) ressalta dois pontos centrais na elaboração reflexiva proposta pelo filósofo: a autonomia e a adaptação. Para ele, a autonomia foi um dos principais pontos na concepção da cultura burguesa em oposição à antiga hegemonia social da nobreza.

A postulação da autonomia – da formação artística e intelectual – constituía, pois, um dos momentos da essência da cultura da classe média burguesa inicial, em oposição à hegemonia político-econômico-social da nobreza. E como na ideia da formação cultural estava

presente a possibilidade de *uma humanidade sem status e sem exploração*, sonhava-se com a realização de uma sociedade de seres livres e iguais. Com a queda do sistema feudal e a progressiva implantação do domínio burguês (séculos XVII, XVIII e XIX), a possibilidade do usufruto dos bens espirituais e da cultura se apresenta mais concreta para a maioria da população (PUCCI, 1998, p. 90, grifo do autor).

Em suas reflexões, Adorno (2010) observa que o feudalismo, com sua antiga erudição teológica, haveria de se despir de toda sua tradição e de suas determinações específicas para ceder espaço a uma humanidade repleta de autonomia, constituída por seres livres e iguais. Ele salienta que foi com a jovem burguesia que o conceito de formação se emancipou, durante a tomada de poder político, ao final do período feudal entre o século XVII, na Inglaterra, e XVIII, na França.

A formação tornou-se objeto de reflexão e, consciente de si mesma, foi devolvida purificada aos homens. Sua realização haveria de corresponder a uma sociedade burguesa de seres livres e iguais. [...] A formação devia ser aquela que dissesse respeito — de uma maneira pura como seu próprio espírito — ao indivíduo livre e radicado em sua própria consciência, ainda que não tivesse deixado de atuar na sociedade e sublimasse seus impulsos. A formação era tida como condição implícita a uma sociedade autônoma: quanto mais lúcido o singular, mais lúcido o todo (ADORNO, 2010, p. 13).

Porém, o filósofo alemão nota que, passado o tempo de consolidação da burguesia como classe dominante, a autonomia, como princípio da cultura burguesa, não evoluíra para além de uma minoria de intelectuais e artistas burgueses. A sociedade racional, de seres justos e igualitários, havia avançado. A proposta inicial da burguesia, no entanto, estava muito distante de se realizar para além dos poderes dessa classe a ponto de não estender seus ideais de formação cultural para a classe dos trabalhadores.

Adorno (2010, p. 14) observa que, “quando as teorias socialistas se preocuparam em despertar nos proletários a consciência de si mesmos, o proletariado não se encontrava, de maneira alguma, mais avançado subjetivamente que a burguesia” e afirma que “o proletariado, ao começar o capitalismo avançado, era socialmente extraterritorial, objeto das relações de produção e só sujeito enquanto produtor.” (ADORNO, 2010, p. 16). Ele ressalta que a autonomia, uma das características, significativamente predominante na formação cultural da classe burguesa durante o período liberal do capitalismo, não se evidencia na formação cultural do proletariado no capitalismo monopolista, tornando-se apenas um discurso ideológico para essa classe social.

Segundo Pucci (1998, p. 94), “a burguesia continuou o processo de exclusão dos trabalhadores da *Bildung* mediante a *Halbbildung* – exclusão da formação pela semiformação. Continuou negando-lhes a formação cultural e em seu lugar possibilitou-lhes a falsificação de formação.” A partir disso, a formação passa a ser entendida como uma maneira de conformar-se à vida real, destacando, unilateralmente, o momento da adaptação, impedindo, assim, que os homens educassem uns aos outros.

Os dominantes monopolizaram a formação cultural numa sociedade formalmente vazia. A desumanização implantada pelo processo capitalista de produção negou aos trabalhadores todos os pressupostos para a formação e, acima de tudo, o ócio. As tentativas pedagógicas de remediar a situação transformaram-se em caricaturas. Toda a chamada *educação popular* – a escolha dessa expressão demandou muito cuidado – nutriu-se da ilusão de que a formação, por si mesma e isolada, poderia revogar a exclusão do proletariado, que sabemos ser uma realidade socialmente constituída (ADORNO, 2010, p. 14, grifo do autor).

O pensamento de Adorno (2010) sobre a monopolização da formação cultural pela classe dominante é muito bem sintetizado por Pucci (1998, p. 91) ao afirmar que, “na adaptação predomina o esquema da dominação progressiva, a sujeição do existente por outro existente, acomodação à natureza, autolimitação de suas potencialidades.” Para Maar (2003), foi a partir dessa monopolização da formação cultural, concebida pela classe burguesa, que a teoria emancipadora da classe proletária cedeu espaço ao estudo e elaboração da teoria crítica da semiformação.

A *teoria emancipadora da consciência de classe proletária*, construção ideal-típica a orientar a intervenção social rumo à libertação do modo de reprodução vigente, seria substituída pela *teoria crítica da semiformação da classe burguesa* vigente, decifrada em sua forma social determinada, entre outras, como ordenamento de adequação, de sujeição aos termos existentes da reprodução social (MAAR, 2003, p. 462, grifo do autor).

O filósofo frankfurtiano observa que, com o avanço do capitalismo monopolista no século XX em conjunto com a revolução científico-tecnológica, proveniente do racionalismo técnico, o ideal semiformativo sobre a cultura vai se enraizando cada vez mais – “A formação cultural agora se converte em uma semiformação socializada, na onipresença do espírito alienado, que, segundo sua gênese e seu sentido, não antecede à formação cultural, mas a sucede.” (ADORNO, 2010, p. 9). Ele salienta que o *a priori* da formação cultural – tendo na autonomia a possibilidade de reflexão crítica – não se constituiu no desenvolvimento da cultura do proletariado, passando de uma tutela para

outra – “No lugar da autoridade da Bíblia, instaura-se a do domínio dos esportes, da televisão e das ‘histórias reais’, que se apoiam na pretensão de literalidade e de facticidade aquém da imaginação produtiva.” (ADORNO, 2010, p. 15).

Segundo Pucci (1998), nesse momento, os produtos culturais deixam de ser valores de uso para se tornarem valores de troca e são produzidos e reproduzidos em série como qualquer outro objeto, desenvolvendo-se uma indústria da produção cultural. Para ele, as consequências da aparição da indústria da produção cultural e a universalização do mercado cultural não se evidenciam a não cultura, ou o não saber, mas a semicultura:

[...] com a universalização do mercado, a contradição entre *formação cultural* e a *sociedade de consumo* não apresenta como resultado a *não-cultura*, o *não-saber* e sim a *semicultura*. [...] A incorporação do ‘novo’, na consciência do homem simples trabalhador, não se dá via *não-saber* para *saber* e sim pelo trajeto *não-saber* para *semi-saber*. No *não-saber* há uma predisposição do homem para a busca do *saber*. [...] No *semi-saber* a pessoa se julga *sabedora* e se fecha às possibilidades da *sabedoria*. (PUCCI, 1998, p. 96, grifo do autor)

E com isso, o processo de semiformação, para Adorno (2010), é consolidado quando a produção dos bens culturais da classe proletária se distancia do ideal inicial de formação cultural burguesa, que tinha na autonomia um dos pontos mais relevantes, e se integra aos interesses do mercado, os quais se transformam em mercadorias produzidas de tal modo que possam se adaptar e se adequar à realidade, via indústria cultural.

Por inúmeros canais, fornecem-se às massas bens de formação cultural. Neutralizados e petrificados, no entanto, ajudam a manter no devido lugar aqueles para os quais nada existe de muito elevado ou caro. Isso se consegue ao ajustar-se o conteúdo da formação, pelos mecanismos de mercado, à consciência dos que foram excluídos do privilégio da cultura – e que tinham mesmo de ser os primeiros a serem modificados (ADORNO, 2010, p. 16).

Para o filósofo alemão, “o consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é sujeito dessa indústria, mas seu objeto” (ADORNO, 1978, p. 288), pois renuncia a sua autonomia e adere ao movimento de coisificação, fixando-se, de forma obstinada, em elementos culturais aprovados que fortalecem manifestações irracionais.

Para Maar (2003), a profundidade do termo *indústria cultural*, assim como, sua aproximação com a semiformação, é evidenciada na preocupação dos filósofos frankfurtianos Adorno e Horkheimer, quando ambos se prontificam na substituição do antigo termo *cultura de massas* pelo conceito de *indústria cultural*, na tentativa de

expressar a “subsunção real da sociedade ao capital” (MARX apud MAAR, 2003, p. 460).

Cultura de ‘massas’ parece indicar uma cultura solicitada pelas ‘massas’, como se fossem ‘sujeito’ pressuposto acriticamente, fora do alcance da totalização. Já o termo indústria cultural resalta o ‘mecanismo’ pelo qual a sociedade como um todo seria ‘construída’ sob a égide do capital, reforçando o vigente. Os autores pensaram, nos termos da produção pela *indústria* capitalista, na construção da sociedade como sendo cópia feita na medida em que a sociedade é *cultural*, ordena e organiza o que seria natural (MAAR, 2003, p. 460, grifo do autor).

Em suas reflexões, Adorno (2010, p. 27) evidencia, por meio do estudo produzido por Edward Schumann, como os bens culturais reproduzidos pela indústria cultural resultam em uma formação superficial – semiformação – fortalecendo ao que ele chama de “ideologia comercial pseudodemocrática”. Nesse estudo, Schumann compara duas diferentes experiências vivenciadas por meio da música erudita e nota que a experiência mediada pelo meio de comunicação proporciona a um grupo de pessoas algo de superficial ao contato com a música.

[...] entre dois grupos semelhantes que escutavam a chamada música erudita, um em audições ao vivo e outro apenas pelo rádio, o grupo do rádio reagia com maior superficialidade e menor entendimento. Do mesmo modo que para estes a música séria se transformava virtualmente em música de diversão, as formas espirituais, em geral, que atingem os homens com o impacto do repentino [...] tornam-se bens culturais congelados (ADORNO, 2010, p. 27).

Para o filósofo frankfurtiano, a reprodução da música erudita, por meio do rádio, atende ao mercado de massificação, proposto pela indústria cultural, potencializando os aspectos presentes na semiformação. Ressalta, também, que “elementos formativos inassimilados fortalecem a reificação da consciência que deveria justamente ser extirpada pela formação” (ADORNO, 2010, p. 29).

[...] com a elevação do nível de vida, crescem as reivindicações de uma formação como índice para ser considerado integrante da camada superior, da qual, aliás, cada vez menos se distingue subjetivamente. Como resposta, incentivam-se camadas imensas a pretender uma formação que não têm. O que antes estava reservado ao rico e ao *nouveau riche* se converteu em espírito popular. Um grande setor da produção da indústria cultural vive dessa nova realidade e, por sua vez, incentiva essa necessidade por semicultura (ADORNO, 2010, p. 27).

A partir dessas reflexões, o filósofo frankfurtiano nota que a atual formação cultural foi convertida em semiformação, negando, constantemente, ao indivíduo os pressupostos de sua formação. Ele evidencia que a semiformação se faz socializada. Por ser onipresença do espírito alienado, “a semiformação passou a ser a forma dominante da consciência atual.” (ADORNO, 2010, p. 9).

A indústria da produção cultural, consciente da expansão do espírito alienado por meio da semiformação socializada, reproduz e reforça seus métodos de formação na atualidade. Porém, Adorno (2010, p. 28) ressalta que “a alegre e despreocupada expansão da formação cultural, nas condições vigentes, é, de modo imediato, sua própria aniquilação”. No período em que viveu exilado no país mais avançado do mundo burguês, os Estados Unidos da América, Adorno (2010) constata a “alegre e despreocupada expansão da formação cultural” e “sua própria aniquilação” em diversos momentos. Como exemplo disso, o filósofo alemão nota uma ampla divulgação, em território americano, do livro *Great Symphonies*, produzido por Sigmund Speath (1936). Com base nesse material, ele destaca, em suas reflexões, a expansão desenfreada da semiformação promovida pela indústria cultural.

Na América, existe um livro extraordinariamente divulgado, *Great Symphonies*, de Sigmund Speath (1936), que foi concebido, sem quaisquer justificativas, em atendimento a uma pressão da semiformação: a de que, para mostrar aparência ser culta, a pessoa deve reconhecer de pronto as obras sinfônicas típicas e obrigatórias na crítica musical. O método consiste em colocar letra nos principais temas sinfônicos – frequentemente com assuntos estranhos a eles – para que possam ser cantados e forcem a memorização de frases musicais, como acontece com as canções populares (ADORNO, 2010, p. 30).

Na descrição inicial do material de Sigmund Speath (1936), o frankfurtiano ressalta que o reconhecimento de importantes obras sinfônicas, eleitas pela crítica musical, com o objetivo de fazer parte de grupo de destaque, torna a existência desse conteúdo algo “fundamental”, porém, carregado de uma falsa formação – semiformação.

Pucci (1998, p. 91, grifo do autor) reforça isso quando ressalta que “a consciência da massa, ‘formada’ por bens ‘culturais’ *neutralizados* e *petrificados*, é levada a desenvolver valores de consumo imediatos, mantendo distância em relação às reais criações artísticas, excluída do privilégio da cultura.”

Após introduzir-se no conteúdo do livro *Great Symphonies*, Adorno (2010) faz algumas reflexões sobre as práticas de utilização desse material pela sociedade.

Esta explosão de barbárie, que com certeza prejudicou a consciência musical de milhões de pessoas, ensina-nos muito também sobre a semicultura mais discreta e média. As frases idiotas que ali se cantam nada têm a ver com o conteúdo da obra, no entanto, a agarram e chupam de seu êxito como sanguessugas, testemunhas concludentes do fetichismo da semicultura em suas relações com os objetos. [...] Além disso, nas músicas sinfônicas, os temas não são o mais importante, e sim um mero instrumento. A popularização que desloca a atenção para os temas desvia-se do essencial, que é o curso estrutural da música como algo total. Ao destacar o atômico, as fragmentadas melodias isoladas, este, que se apresenta como recurso de difusão, sabota o próprio conteúdo que pretende difundir. Eis um aspecto que, se o qualificarmos como satânico, ainda, estaremos sendo delicados. Muito dificilmente alguém que tenha memorizado esses temas com essas letras horripilantes conseguirá depois libertar-se de tais palavras e escutar a música como ela é, um todo harmonioso (ADORNO, 2010, p. 31-32).

As obras sinfônicas selecionadas para compor o material de Sigmund Speath (1936) são apontadas por Adorno (2010) como um dos inúmeros exemplos de bens culturais que são neutralizados e petrificados pela indústria cultural e que serão aniquilados pelo imenso desejo de “democratizar” a formação. E ele reforça isso dizendo que “a informação cultural, mascarada de gosto artístico, desnuda-se como destruição.” (ADORNO, 2010, p. 32)

Segundo Duarte (2007), o filósofo frankfurtiano reconhece a importância da disseminação, em massa, de bens culturais. Teme, porém, que, nesse processo de difusão, haja a falta de seriedade, ao afirmar que, em muitos aspectos, o “recurso de difusão, sabota o próprio conteúdo que pretende difundir” (ADORNO, 2010, p. 31), como é o caso do material de Sigmund Speath (1936) – *Great Symphonies*.

No entanto, alguns poderiam avaliar que o contato precário com a cultura ainda seja a melhor maneira de formação frente a uma realidade de exclusão no que se refere ao acesso à cultura. Duarte (2007, p. 98) ressalta que, no entendimento de Adorno, “as manifestações da semicultura não levam de modo algum a um desenvolvimento cultural, afastando, pelo contrário, um possível apreciador da cultura não administrada.”

Assim como na arte não existem valores aproximados, e uma execução medianamente boa de uma obra musical não expressa em termos médios seu conteúdo – pois toda execução fica sem sentido quando não é boa inteiramente –, assim também ocorre com a experiência espiritual como um todo. O entendido e experimentado medianamente – semientendido e semiexperimentado – não constitui o grau elementar da formação, e sim seu inimigo mortal. Elementos que penetram na consciência sem se fundir em sua continuidade, se transformam em substâncias tóxicas (ADORNO, 2010, p. 28-29).

Entretanto, Duarte (2007, p. 99) observa que Adorno “continua acreditando que alguns objetos culturais conseguem escapar ao âmbito da semicultura e simbolizam a própria capacidade humana para a autonomia e a liberdade” mesmo após ter construído suas reflexões a partir da instabilidade na formação da sociedade moderna, na qual viveu e nela apontou os inúmeros descasos com a formação cultural do indivíduo, quando este nega e substitui a formação pela simplista semiformação. O filósofo frankfurtiano finaliza, esperançoso, seu texto ao afirmar que “a única possibilidade de sobrevivência que resta à cultura é a autorreflexão sobre a semiformação, em que necessariamente se converteu.” (ADORNO, 2010, p. 39).

3.2. FLUSSER E A IMAGEM TÉCNICA

Vilém Flusser era tcheco, nasceu na cidade de Praga, em 1920, numa família de intelectuais e de artistas, de origem judaica. Seu pai, Gustav, era professor acadêmico formado em matemática e física, e sua mãe, Melitta, era cantora. Vilém era o filho mais velho, acompanhado da sua única irmã Ludovika (FINGER, 2008).

O jovem Flusser iniciou seus estudos em filosofia na Universidade Carolíngia de Praga (*Karls-Universität*), no ano de 1938. Porém, com a invasão nazista, Vilém foi forçado a abandonar seus estudos em 1939 e convencido, pela namorada Edith Barth, que se tornaria sua esposa no futuro, a fugir; primeiro, para Inglaterra. O jovem foi o único membro da família Flusser a sair da Tchecoslováquia, tornando-se o único sobrevivente dela. Na Inglaterra, em 1940, a invasão nazista assombrava. Por isso, Vilém Flusser e a família de Edith embarcaram, em uma nova e longa viagem, rumo ao Brasil, tendo a cidade do Rio de Janeiro como primeira parada. Pouco tempo depois, os dois jovens namorados, que haviam emigrado para o Brasil, para fugir do nazismo, casaram-se e mudaram-se para a cidade de São Paulo (FINGER, 2008).

Nesse período, Vilém Flusser tornou-se membro e colaborador da *Revista Brasileira de Filosofia*. Escreveu inúmeros ensaios para o Suplemento literário do jornal *O Estado de São Paulo* e, como professor convidado, lecionou, por diversas vezes, disciplinas ligadas à filosofia, comunicação e a arte, tendo em seu currículo três grandes institutos brasileiros: *Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP)*, *Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA)* e *Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP)* (FINGER, 2008).

Além disso, no longo período em que viveu no Brasil, Flusser publicou três livros: *Língua e realidade* (1963), *A história do diabo* (1965) e *Da religiosidade* (1967) e

participou de inúmeros congressos, tornando-se uma personalidade intelectual importante no ambiente brasileiro (FINGER, 2008).

Após 30 anos de intenso engajamento intelectual em solo brasileiro, no ano de 1972, Vilém Flusser e sua esposa retornam à Europa. Inicialmente, desembarcam na Itália e fixam residência na cidade de *Meran*. Porém, em 1975, Vilém e Edith se mudam, novamente, para um novo destino, o sul da França e, em 1981, vão para *Robin*, em *Provence* (FINGER, 2008).

Nesse período de mudanças constantes, de um lugar para outro, Vilém Flusser continuou a produzir e a publicar textos curtos, artigos e inúmeros livros. Ministrou, também, diversas aulas, palestras e conferências em diferentes espaços acadêmicos pelo mundo, inclusive em solo brasileiro, e sempre proporcionando calorosos debates no campo da filosofia e comunicação (FINGER, 2008).

E foi nessa mesma época que Flusser publicou o livro *Filosofia da caixa preta*, tornando-o reconhecido no campo da comunicação, como filósofo da mídia e despertando interesse internacional no campo acadêmico. Publicado em 1983, inicialmente, pela *Göttingen*, em alemão, *Filosofia da caixa preta*, mais tarde, foi traduzido para o inglês, em 1984, e para o português, em 1985 (FINGER, 2008).

Nesse livro, Vilém Flusser evidencia sua teoria sobre as *imagens técnicas* por meio de analogia com o objetivo de analisar os mecanismos culturais da contemporaneidade.

O autor Arlindo Machado (2000, p. 133) destaca a importância desse livro e o reconhecimento que ele trouxe para Flusser e afirma que a versão em língua portuguesa, lançada depois da edição em língua alemã, deveria ser tomada como o texto definitivo dessa obra, visto que, para ele, essa versão, que recebeu pequenos ajustes feitos pelo próprio autor, é a que mais se aproxima do pensamento do filósofo tcheco.

Falar de Flusser significa falar, em primeiro lugar, de *Filosofia da caixa preta*, sua obra mais densa e também a mais conhecida. Esse livro apresenta uma história bastante singular. Publicado pela primeira vez na Alemanha em 1983, a sua versão para o português não é simplesmente uma tradução, mas já uma revisão da versão alemã (MACHADO, 2000, p. 132, grifo do autor).

É importante lembrar que será neste livro, *Filosofia da caixa preta*, que esta dissertação se apoiará, destacando seu principal conceito, *imagens técnicas*, a fim de refletir sobre a contribuição do Instagram na formação da cultura da sociedade contemporânea.

Os objetivos de Vilém Flusser (2011, p. 14, grifo do autor) nessa obra são apresentados logo no prefácio, no qual ele enfatiza que sua intenção é contribuir para um “diálogo

filosófico sobre o *aparelho* em função do qual vive a atualidade” e que o tema fotografia é apenas tomado como um pretexto para a reflexão sobre a invenção de um novo tipo de imagem, a *imagem técnica*. Para o filósofo tcheco “o aparelho fotográfico é o primeiro, o mais simples e o relativamente mais transparente de todos os aparelhos” (FLUSSER, 2011, p. 48) e que é a partir dele que ocorre a inauguração da imagem técnica.

Para melhor compreender a dinâmica entre *aparelho* e *imagem técnica*, os quais refletem o pensamento do filósofo Vilém Flusser, se faz necessário apresentar fatores que precedem tais conceitos e que são descritos por ele como: *imagem (tradicional)*, *magia* e *pré-história*.

Na obra *Filosofia da caixa preta* (2011), o filósofo tcheco, inicialmente, apresenta sua compreensão sobre imagem e, em seguida, aponta suas implicações na estrutura cultural da sociedade: “Imagens são superfícies que pretendem representar algo. Na maioria dos casos, algo que se encontra lá fora no espaço e no tempo.” (FLUSSER, 2011, p. 21).

Para esse filósofo, o homem, desde a sua origem, transita em um ambiente de quatro dimensões – comprimento, largura, profundidade e tempo – e que, por isso, o processo de *produção*¹ da imagem seria “resultado do esforço de se abstrair duas das quatro dimensões espaço-temporais” (FLUSSER, 2011, p. 21), conservando apenas as dimensões do plano. Esta imagem – bidimensional que representa o mundo –, Flusser (2011) a classifica como *abstração de primeiro grau*.

E para *decifrar*² as dimensões planas produzidas pelas imagens, Flusser (2011, p. 21, grifo do autor) ressalta que “*imaginação* é a capacidade de codificar fenômenos de quatro dimensões em símbolos planos e decodificar as mensagens assim codificadas” e conclui que é por meio da *imaginação*³ que o homem é capaz de produzir e decifrar imagens.

Entretanto, o filósofo tcheco afirma que, para revelar o significado aprofundado da imagem e restituir as dimensões abstraídas, o processo não deve ocorrer de forma simplista, apenas com um “golpe de vista”, gerando um significado superficial. É necessário que o observador, além de seguir a estrutura da própria imagem, com o olhar, deve estabelecer uma relação em seu íntimo com a imagem.

¹ *Produção*: “atividade que transporta o objeto da natureza para a cultura.” (FLUSSER, 2011, p. 19).

² *Decifrar*: “revelar o significado convencionado de símbolos.” (FLUSSER, 2011, p. 17).

³ *Imaginação*: “capacidade para compor e decifrar imagens.” (FLUSSER, 2011, p. 18)

O significado decifrado por este método será, pois, resultado de síntese entre duas “intencionalidades”: a do emissor e a do receptor. Imagens não são conjuntos de símbolos com significados inequívocos, como o são as cifras: não são “denotativas”. Imagens oferecem aos seus receptores um espaço interpretativo: símbolos “conotativos” (FLUSSER, 2011, p. 22).

Para Flusser (2011), o olhar do observador, durante o processo de deciframento, estabelece uma relação de tempo entre os elementos da imagem em que um elemento é visto após o outro. Essa relação temporal entre os elementos da imagem se apresenta de forma circular, visto que volta a contemplar elementos já observados e conclui, a partir disso, que o olhar passa a estabelecer uma relação de significado, já que “tende a voltar sempre para elementos preferenciais” (FLUSSER, 2011, p. 22), os quais “passam a ser centrais, portadores preferenciais do significado.” (FLUSSER, 2011, p. 22). Este tempo que circula e que estabelece relações significativas no deciframento da imagem, o filósofo tcheco dá o nome de *tempo de magia*.

No tempo linear, o nascer do sol é a causa do canto do galo; no circular, o canto do galo dá significado ao nascer do sol, e este dá significado ao canto do galo. Entre outros termos: no tempo da magia, um elemento explica o outro, e este explica o primeiro. O significado das imagens é o contexto mágico das relações reversíveis (FLUSSEER, 2011, p. 23).

No tempo da magia, o olhar, enquanto decifra, percorre a imagem por trás e pela frente estabelecendo relações reversíveis entre os elementos que a compõem. O filósofo tcheco ressalta que o caráter mágico da imagem é imprescindível para compreender o significado das suas mensagens.

Na dinâmica de deciframento, a imagem bidimensional descrita por Flusser (2011) assume o propósito de operar como mediadora entre homem e mundo, servindo de instrumento para orientá-lo: “Imagens são códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas. Não que as imagens *eternalizem* eventos; elas substituem eventos por cenas.” (FLUSSER, 2011, p. 23, grifo do autor). Para o filósofo, o propósito da imagem é auxiliar o homem na aproximação do mundo por meio de sua representação e significação, pois, conforme ressalta, “o homem ‘existe’, isto é, o mundo não lhe é acessível imediatamente.” (FLUSSER, 2011, p. 23).

É no processo de representação de mundo que a imagem se entrepõe entre homem e mundo. As antigas pinturas rupestres de bisões, mamutes e renas, encontradas na gruta de Lascaux, sul da França, servem de amostra dessa proximidade do homem para com o mundo por meio da imagem.

No entanto, Flusser (2011) nota que o homem, em um determinado momento, se esquece do propósito com o qual a imagem é produzida, e sua função de mediação passa a ser substituída: “O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas.” (FLUSSER, 2011, p. 23) A esta atitude de subserviência – do homem em relação à imagem – o filósofo tcheco dá o nome de *idolatria*⁴.

Para o idólatra – o homem que vive magicamente –, a realidade reflete imagens. [...] Trata-se de alienação do homem em relação a seus próprios instrumentos. O homem se esquece do motivo pelo qual imagens são produzidas: servirem de instrumentos para orientá-lo no mundo. *Imaginação* torna-se alucinação e o homem passa a ser incapaz de decifrar imagens, de reconstituir as dimensões abstraídas (FLUSSER, 2011, p. 23-24, grifo do autor).

Contudo, Flusser (2011) observa que foi em meados do segundo milênio a.C., em meio à crise com as imagens na qual o homem se encontrava mergulhado por causa de sua idolatria, é que surgiu a escrita linear. Seu propósito era “desmágicizar” a imagem e alinhar os elementos “imaginísticos”.

Com a invenção da escrita, o homem deu início à *consciência histórica*⁵ – inaugurando a *História*⁶ – com o propósito de ultrapassar a consciência mágica da imagem tradicional da *pré-história*⁷: “A luta da escrita contra a imagem, da consciência histórica contra a consciência mágica [...]” (FLUSSER, 2011, p. 24). Por meio de exemplo, Flusser (2011) salienta a importância desta relação conflitante – *texto-imagem* – para a compreensão da história do Ocidente.

Na Idade Média, assume a forma de luta entre o cristianismo textual e o paganismo imaginístico; na Idade Moderna, luta entre a ciência textual e as ideologias imaginísticas. A luta, porém, é dialética. À medida que o cristianismo vai combatendo o paganismo, ele próprio vai absorvendo imagens e se paganizando; à medida que a ciência vai combatendo ideologias, vai ela própria absorvendo imagens e se ideologizando (FLUSSER, 2011, p. 25).

⁴ *Idolatria*: “incapacidade de decifrar os significados da ideia, não obstante a capacidade de lê-la, portanto, adoração da imagem.” (FLUSSER, 2011, p. 18).

⁵ *Consciência histórica*: “consciência da linearidade (por exemplo, a causalidade).” (FLUSSER, 2011, p. 17).

⁶ *História*: “tradução linearmente progressiva de ideias em conceitos, ou de imagens em textos.” (FLUSSER, 2011, p. 18).

⁷ *Pré-história*: “domínio de ideias, ausência de conceitos; ou domínio de imagens, ausência de textos.” (FLUSSER, 2011, p. 19).

Com a necessidade de explicar as imagens, o texto passa a traduzir cenas em processos e transcodificar o tempo circular, característico da consciência mágica, para o tempo linear. Sendo assim, o homem passa a conceber o significado do mundo a partir da estrutura linear – casualidade –, o qual será fundamental para o fortalecimento da consciência histórica.

Se a produção de imagem na pré-história era resultado do esforço de se abstraírem duas das quatro dimensões com o objetivo de preservar apenas a dimensão do plano, a produção da escrita, segundo Flusser (2011), passa a se apresentar como a nova capacidade de codificar planos em retas – dispor letras e palavras em linhas – e de abstrair todas as dimensões, com exceção da *conceituação*⁸, que será responsável pela codificação e deciframento dos textos.

“Isto mostra que o pensamento conceitual é mais abstrato que o pensamento imaginativo, pois preserva apenas uma das dimensões do espaço-tempo.” (FLUSSER, 2011, p. 24).

Assim, diferentemente da imagem bidimensional da pré-história, descrita por Flusser (2011) como abstração de primeiro grau, a *unidimensionalidade* da escrita é caracterizada como *abstração de segundo grau*, pois os textos não significam o mundo diretamente, mas através de imagens. O texto passa a ser o mediador entre homem e imagem.

“Ao inventar a escrita, o homem se afastou ainda mais do mundo concreto quando, efetivamente, pretendia dele se aproximar. A escrita surge de um passo para aquém das imagens e não de um passo em direção ao mundo.” (FLUSSER, 2011, p. 24-25).

Segundo o filósofo tcheco, foi a partir da invenção da imprensa e da alfabetização graças à escola obrigatória, que ocorreu a influência absoluta dos textos na vida do homem, trazendo, consigo, simultaneamente, a hegemonia do pensamento conceitual e da consciência histórica para a estrutura cultural da sociedade.

[...] todos sabiam ler e escrever, passando a viver historicamente, inclusive camadas até então sujeitas à vida mágica: o campesinato proletarizou-se. Tal conscientização se deu graças a textos baratos: livros, jornais, panfletos. Simultaneamente todos os textos se baratearam (inclusive o que está sendo escrito) (FLUSSER, 2011, p. 34).

⁸ *Conceituação*: “capacidade para compor e decifrar textos.” (FLUSSER, 2011, p.17).

Por isso, é a partir da radicalização do texto que o filósofo tcheco salienta o surgimento da *textolatria*⁹, sendo tão alucinatória quanto a idolatria da pré-história. “Ocorre, porém, que os textos podem tapar as imagens que pretendem representar algo para o homem” (FLUSSER, 2011, p. 26), tornando-o incapaz de decifrar o texto e de reconstituir as imagens abstraídas. Nesse processo, o homem passa a viver não mais para se servir dos textos, mas em função deles. É quando ocorre o esvaziamento da escrita.

Exemplo impressionante de textolatria é “fidelidade ao texto”, tanto nas ideologias (cristã, marxista, etc.), quanto nas ciências exatas. Tais textos passam a ser inimagináveis, como o é o universo das ciências exatas: não pode e não deve ser imaginado. No entanto, como são imagens o derradeiro significado dos conceitos, o discurso científico passa a ser composto de conceitos vazios; o universo da ciência torna-se universo vazio (FLUSSER, 2011, p. 26).

Em decorrência da crise da humanidade com os textos, Vilém Flusser ressalta que, paralelamente, ocorre o naufrágio da História. Para o filósofo tcheco, ela, a História, é a explicação linear progressiva de imagens em textos – “desmágicação” e conceitualização –, e se “os textos não mais significam imagens, nada resta a explicar, e a história para.” (FLUSSER, 2011, p. 26).

É nesse momento, porém, que o filósofo tcheco observa o aparecimento do *aparelho*¹⁰, que acarretou na invenção da *imagem técnica*¹¹. “As imagens técnicas são produzidas por aparelhos.” (FLUSSER, 2011, p. 37).

Segundo Flusser (2011), a importância do surgimento do *aparelho* – e, conseqüentemente, da *imagem técnica*, na história da humanidade – é semelhante à da invenção da escrita, com a mesma intensidade de envolvimento na concepção da estrutura cultural da sociedade:

“Textos foram inventados no momento de crise das imagens, a fim de ultrapassar o perigo da idolatria. Imagens técnicas foram inventadas no momento de crise dos textos, a fim de ultrapassar o perigo da textolatria.” (FLUSSER, 2011, p. 34)

Para superar a crise dos textos, o filósofo tcheco ressalta que a invenção da imagem técnica teve como propósito a substituição da consciência histórica – pensamento conceitual – pela consciência mágica – pensamento imaginativo, inaugurando, assim, a

⁹ *Textolatria*: “incapacidade de decifrar conceitos nos signos de um texto, não obstante a capacidade de lê-los, portanto, adoração ao texto.” (FLUSSER, 2011, p.20).

¹⁰ *Aparelho*: “brinquedo que simula um tipo de pensamento.” (FLUSSER, 2011, p. 17).

¹¹ *Imagem técnica*: “imagem produzida por aparelho.” (FLUSSER, 2011, p. 18).

era da *pós-história*¹². E foi nesse momento, ao reintroduzir a imagem na vida cotidiana do homem, que a produção das imagens técnicas “remagicizou” os textos, por meio da consciência mágica. Entretanto, diferentemente da pré-história, a consciência mágica da pós-história não visa modificar o mundo lá fora, mas, os conceitos em relação ao mundo.

Claro está que a magia das imagens técnicas não pode ser idêntica à magia das imagens tradicionais: o fascínio da TV e da tela de cinema não pode rivalizar com o que emana das paredes de caverna ou de um túmulo etrusco. Isto porque TV e cinema não se colocam ao mesmo nível histórico e ontológico do homem da caverna ou dos etruscos. A nova magia não precede, mas sucede à consciência histórica, conceitual, *desmágica* (FLUSSER, 2011, p. 32-33, grifo do autor).

Se Flusser (2011, p. 29) destaca que o caráter mágico da imagem técnica difere da imagem tradicional, o processo de produção da imagem técnica também é descrito de maneira diferenciada; dele se “abstrai uma das dimensões da imagem tradicional para resultar em textos (abstração de segundo grau); depois, reconstituem a dimensão abstraída, a fim de resultar novamente em imagem.” A imagem técnica da pós-história retraduz textos em imagens em um processo circular.

Diferentemente da imagem tradicional da pré-história – bidimensional que representava o mundo –, “as imagens técnicas imaginam textos que concebem imagens que imaginam o mundo.” (FLUSSER, 2011, p. 30). E esta imagem produzida por aparelhos – imagem técnica –, Flusser (2011) classifica como *abstração de terceiro grau*, pois ela não representa o mundo de maneira direta, mas sua produção ocorre por intermédio do mundo conceitual. Dessa forma, a imagem técnica faz mediação entre homem e texto.

“Quando as imagens técnicas são corretamente decifradas, surge o mundo conceitual como sendo o seu universo de significado. O que vemos ao contemplar as imagens técnicas não é o ‘mundo’, mas determinados conceitos relativos ao mundo [...]” (FLUSSER, 2011, p. 31).

Entretanto, por se tratar de uma imagem que se encontra no mesmo nível de realidade com o mundo, Flusser (2011) afirma que a imagem técnica passa a assumir, para o observador, uma aparência não simbólica, de completa objetividade. “Quem vê a imagem técnica parece ver seu significado [...]. O observador confia nas imagens técnicas tanto quanto confia em seus próprios olhos.” (FLUSSER, 2011, p. 30). Para o

¹² *Pós-história*: “processo circular que retraduz textos em imagens.” (FLUSSER, 2011, p. 19)

filósofo tcheco, o observador não acredita estar diante de uma imagem, mas, de uma janela, que não necessita de deciframento, simplificando, assim, seu processo de significação.

Elas são dificilmente decifráveis pela razão curiosa de que aparentemente não necessitam ser decifradas. Aparentemente, o significado das imagens técnicas se imprime de forma automática sobre as suas superfícies, como se fossem impressões digitais onde o significado (o dedo) é a causa, e a imagem (o impresso) é o efeito. O mundo representado parece ser a causa das imagens técnicas e elas próprias parecem ser o último efeito de complexa cadeia causal que parte do mundo (FLUSSER, 2011, p. 30).

Contudo, se para Flusser (2011) a aparente objetividade das imagens técnicas não passa de uma ilusão, revelando ser tão simbólica quanto as outras imagens, ele próprio analisa que a evolução das imagens técnicas na sociedade teve um rumo diferente do planejado. Conforme já evidenciado por esse filósofo, as imagens técnicas deveriam reintroduzir as imagens na vida do homem – remagicização e imaginação – e quando decifradas, deveriam representar conceitos relativos ao mundo. No entanto, Flusser (2011) nota que parte desta ilusão, entre o homem contemporâneo e as imagens técnicas, é ocasionada pelo amplo envolvimento da sociedade com o aparelho. Relação que ele ressalta ter atingido altos níveis de submissão, a partir da qual os aparelhos passaram a determinar ações programadas aos seres humanos. E é a partir desta complexa relação, homem e aparelho, que o filósofo tcheco lança suas reflexões, a fim de que se possa pensar na possibilidade de se viver livremente em um mundo programado por aparelhos.

Para Flusser (2011), as imagens técnicas são produzidas por aparelhos, que por sua vez, são produtos da técnica graças à aplicação de teorias científicas. Ele afirma que o “aparelho fotográfico é o primeiro, o mais simples e o relativamente mais transparente de todos os aparelhos” (FLUSSER, 2011, p. 48), e foi ele o responsável pela invenção da *fotografia*¹³. O filósofo tcheco reconhece no *aparelho fotográfico*¹⁴ e na fotografia características primárias que auxiliam na compreensão dos demais aparelhos e imagens técnicas existentes na sociedade contemporânea: “O aparelho fotográfico pode servir de modelo para todos os aparelhos característicos da atualidade e do futuro imediato” (FLUSSER, 2010, p. 37), pois nele, segundo Flusser (2011), constam todas as

¹³ *Fotografia*: “imagem tipo-folheto, produzida e distribuída por aparelho.” (FLUSSER, 2011, p. 18).

¹⁴ *Aparelho fotográfico*: “brinquedo que traduz pensamento conceitual em fotografias.” (FLUSSER, 2011, p. 17).

evidências “aparelhísticas”. Portanto, o aparelho fotográfico, a fotografia e o fotógrafo serão o objeto de sua análise, reflexão e estudo a respeito do intenso manuseio dos aparelhos na sociedade contemporânea.

Por sua vez, Flusser (2011) aponta que, diferentemente dos trabalhadores do período industrial que manipulavam máquinas, os informadores (fotógrafos) se utilizam do aparelho (aparelhos fotográficos) para produzir, manipular e armazenar símbolos (fotografias). Segundo ele, é dessa atividade que resultam mensagens informativas, que não servem para consumo, como bens de consumo, mas devem ser lidas, contempladas, analisadas e avaliadas para futuras decisões.

[...] fotografias são imagens técnicas que transcodificam conceitos em superfícies. Decifrá-las é descobrir o que os conceitos significam. Isto é complicado, porque na fotografia se amalgamam duas intenções codificadoras: a do fotógrafo e a do aparelho. O fotógrafo visa eternizar-se nos outros por intermédio da fotografia. O aparelho visa programar a sociedade através das fotografias para um comportamento que lhe permita aperfeiçoar-se. A fotografia é, pois, mensagem que articula ambas as intenções codificadoras (FLUSSER, 2011, p. 64-65).

No entanto, ele ressalta que a recente atividade executada por aparelhos, antes conhecida por “terciária”, vai dominando, programando e controlando o tradicional sentido de trabalho: “Enquanto não existir crítica fotográfica que revele essa ambiguidade do código fotográfico, a intenção do aparelho prevalecerá sobre a intenção humana.” (FLUSSER, 2011, p. 65). Para ele, a sociedade passa a ser comprometida com os aparelhos dominadores, programadores e controladores, rumo a um período para além do industrial – *pós-industrial*.

Em seus escritos, Flusser (2011) apresenta as práticas do fotógrafo amador como exemplo dessa submissão do homem ao aparelho. Ele chama a atenção para a alucinação provocada pelo impensado ato quanto ao uso do aparelho fotográfico e suas consequências na construção cultural da sociedade contemporânea. O homem não mais enxerga o mundo com os próprios olhos, mas através do aparelho fotográfico e de suas categorias programadas.

O aparelho fotográfico exige do seu possuidor (daquele que está possesso por ele), que o aperte constantemente. Tal fotomania do eterno retorno de imagens sempre idênticas ou muito semelhantes, tal cobiça de redundância, leva ao ponto a partir do qual o fotógrafo se sente cego sem aparelho. Doravante o fotógrafo não mais poderá olhar para o mundo, a não ser através do aparelho, e doravante perceberá ele o mundo apenas pelas categorias programadas no aparelho. Sua visão do mundo passará a ser programada, e independente da sua

posição individual, social, cultural ou geográfico. Todos os fotógrafos amadores no mundo inteiro terão visão idêntica do mundo. “Cultura de massa”. Isto é democracia pós-industrial (FLUSSER, 1983, p. 8).

E se para o amador, o aparelho fotográfico passa a intermediar o olhar sobre o mundo, o filósofo tcheco faz um alerta para quem observa essa produção descomedida da imagem fotográfica. Para ele, os inúmeros álbuns fotográficos resultam em “correnteza torrencial de fotografias”, representando apenas as memórias do aparelho e não do homem: “O álbum é, na realidade, documentação para algumas das virtualidades de um aparelho, que se realizaram automaticamente.” (FLUSSER, 1983, p. 8). E por meio dessa observação é que Flusser (2011), novamente, constata o mau uso que é feito das imagens técnicas.

A mania fotográfica resulta em torrente de fotografias. Uma torrente memória que a fixa. Eterniza a automaticidade inconsciente de quem fotografa. Quem contemplar álbum de fotógrafo amador, estará vendo a memória de um aparelho, não a de um homem. Uma viagem para a Itália, documentada fotograficamente, não registra as vivências, os conhecimentos, os valores do viajante. Registra os lugares onde o aparelho o seduziu para apertar o gatilho. Álbuns são memórias “privadas” apenas no sentido de serem memórias de aparelho. Quanto mais eficientes se tornam os modelos dos aparelhos, tanto melhor atestarão os álbuns, a vitória do aparelho sobre o homem (FLUSSER, 2011, p. 78-79).

Além dessa mania fotográfica, geradora do *universo*¹⁵ fotográfico, o filósofo tcheco ressalta a importância em se saber ler as imagens produzidas. Entretanto, ele destaca que o “deciframento” das imagens fotográficas não ocorre por parte do amador, pois a falsa objetividade expressa pela imagem técnica ilude quem aprendeu somente a operar o aparelho.

Todo mundo possui atualmente aparelho fotográfico, e sabe fazer fotografias. Como todo mundo aprendeu a escrever, e sabe fazer textos. Quem sabe escrever, sabe também ler textos. Isto porque ao aprender ler, aprendeu também regras da gramática e da ortografia. Mas quem sabe fazer fotografias, não sabe necessariamente como lê-las. Isto porque não aprendeu regras, mas apenas modos de usar de mais em mais simples. Por isto o fotógrafo amador é fotograficamente iletrado. Crê que o aparelho faz as fotografias automaticamente da seguinte maneira: raios são refletidos pelo mundo, entram pelo buraco *input* do aparelho, e saem pelo buraco *output* sob forma de fotografias. Crê portanto que as fotografias são imagens objetivas do mundo. Ignora todo o processo codificador que se passa no interior do aparelho. Não sabe portanto que fotografias, como toda imagem, são

¹⁵ *Universo*: “conjunto das combinações de um código, ou dos significados de um código.” (FLUSSER, 2011, p.20).

símbolos convencionados. Não sabe decifrar as fotografias que ele próprio produziu. A democratização da fotografia tornou mais difícil o deciframento das fotografias: como todo mundo sabe fazê-las, todo mundo crê que não é preciso decifrá-las. A democratização pós-industrial leva, de modo geral, à perda do senso crítico, porque faz com que todo mundo pense que está “participando ativamente” (FLUSSER, 1983, p.8).

Com essa afirmação, Flusser (2011) dá destaque às características já apresentadas da imagem técnica por meio da democratização do aparelho fotográfico, reforçando a falsa objetividade da imagem fotográfica que está impregnada nesse processo de expansão.

Entretanto, com referência a essa democratização, o filósofo ressalta que a aquisição do aparelho fotográfico ocorre por meio de ações programadas pela própria dinâmica do aparelho e que outros aspectos que envolvem a fotografia, como o seu aperfeiçoamento, também estão ligados a essa dinâmica programada: “O fotógrafo exerce poder sobre quem vê suas fotografias, programando os receptores. O aparelho fotográfico exerce poder sobre o fotógrafo. A indústria fotográfica exerce poder sobre o aparelho.” (FLUSSER, 2011, p. 47). A essa dinâmica programada, ele atribui a existência de outros aparelhos atrelados ao aparelho fotográfico.

Câmaras são compradas por gente programada para tal compra pelos aparelhos de publicidade. A câmara destarte adquirida será do “último modelo”: menos, mais barata, mais automatizada e mais eficiente que a de modelos precedentes. O progressivo aperfeiçoamento dos modelos das câmaras fotográficas é devido ao *feed-back* com o qual a indústria fotográfica é alimentada: os fotógrafos amadores que foram programados para fotografarem se comportam de forma que serve de retro-alimentação para a indústria fotográfica. Tal indústria aprende automaticamente a se reprogramar pela informação que lhe é fornecida pelo comportamento dos fotógrafos amadores, e pela imprensa especializada, a qual fornece à indústria “testes” constantes que analisam tal comportamento. Pois isto é característico da democracia pós-industrial em geral: os aparelhos se aperfeiçoam progressivamente pelo *feed-back* social, e a sociedade funciona enquanto funcionária de aparelhos (FLUSSER, 1983, p.8).

E assim, a fotografia e o aparelho fotográfico vão moldando seus emissores e receptores, os quais vivem, concretamente, os efeitos deles – imagem técnica e aparelho – e agem, de maneira ritual, a fim de proporcionar o fortalecimento, em sociedade, das ocultas forças complexas dos mesmos – fotografia e aparelho fotográfico.

Ainda assim, Flusser (2011) acredita no desenvolvimento de uma filosofia da fotografia, a qual levaria o homem contemporâneo a viver livremente em um mundo afogado pelas imagens técnicas e programado por aparelhos. Para ele, a luta contra o aparelho seria o

primeiro passo para essa liberdade: “As fotografias ‘melhores’ seriam aquelas que evidenciam a vitória da intenção do fotógrafo sobre o aparelho: a vitória do homem sobre o aparelho.” (FLUSSER, 2011, p. 64). No entanto, ele ressalta que, antes mesmo de o homem prevalecer sobre o aparelho, é importante, inicialmente, uma crítica fotográfica, que poria em evidência o desvio das intenções humanas em prol dos aparelhos fotográficos.

CAPÍTULO IV

AS CONTRIBUIÇÕES DO INSTAGRAM

A partir das reflexões sobre a formação da cultura da sociedade industrial apresentada pelos pensamentos de Adorno (2010), a partir da semiformação – iniciada na sociedade burguesa – e de Flusser (2011), por meio do aparelho e da imagem técnica – iniciada com o surgimento da fotografia –, é possível afirmar que o *Instagram* possui características da antiga fotografia analógica, mantendo hábitos da cultura da sociedade industrial, porém, concomitantemente, o aplicativo, que é representante da fotografia digital móvel, apresenta uma nova dinâmica para essa fotografia do passado e tem contribuído para a formação da cultura digital na sociedade contemporânea.

A imagem fotográfica, criada no início do século XIX, era produzida pela rudimentar câmara escura e por um dispendioso processo químico, gerando, por meio das primeiras experiências fotográficas, uma única e frágil imagem em papel – processo analógico. Essa imagem teve Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833) e Louis-Jacques Mandé Daguerre (1787-1851) como seus criadores sendo que a primeira imagem, datada de 1826, segundo Sougez (2010), foi produzida por Niépce da janela de sua propriedade em Gras, após inúmeras manipulações químicas em uma placa de estanho coberta por Betume da Judeia.

Já a imagem fotográfica digital móvel, é produzida por um dispositivo de telefonia móvel com câmera acoplada e acesso à internet – *smartphone* – e é publicada e compartilhada, infinitas vezes, de forma instantânea em uma rede social virtual móvel – processo digital móvel. Esse tipo de produção e distribuição instantânea da imagem fotográfica foi criado, em 2010, por Kevin Systrom (2014) e Michel Krieger (2014), e levou o nome de *Instagram*. Os primeiros registros produzidos e publicados, na rede social virtual móvel, desse aplicativo fotográfico datam dia 16 de julho de 2010. Seus criadores produziram e publicaram uma variedade de cinco imagens fotográficas cada, logo no primeiro dia de funcionamento do aplicativo.

Entretanto, esse longo período – de aproximadamente dois séculos – que separa esses diferentes meios tecnológicos fotográficos – a de Niépce (analógico) e a de Kevin e Michel (digital móvel) – não foi capaz de modificar a relação do homem com a imagem, principalmente, sobre o quesito “imagem técnica”, objeto de reflexão de Flusser (2011), descrita por ele como sendo uma imagem produzida por “aparelho”.

Se o filósofo tcheco, ao final do século XX, já salientava que “a gente se comporta conforme as fotografias, porque a gente vivencia, conhece e valoriza o mundo, em parte apreciável, por intermédio de fotografias” (FLUSSER, 1983, p.8), a fotografia digital móvel produzida pelo *Instagram*, por intermédio do aparelho de telefonia móvel com câmera acoplada e acesso à internet, reforça essa antiga relação “aparelhística”, pois, desde a sua invenção, o aplicativo fotográfico *Instagram* tem se tornado, cada vez mais, presente na vida diária do homem contemporâneo, registrando uma diversidade de imagens que o cerca em seu dia a dia.

Se os primeiros fotógrafos – Nadar, Carjat, Cameron, Le Gray – ficaram conhecidos como artistas-fotógrafos por evidenciarem o rosto humano por meio dos seus belos e encantadores retratos, na fotografia digital móvel produzida pelo *Instagram*, o rosto humano é uma das imagens diárias que o homem contemporâneo mais registra e compartilha na rede social virtual móvel do aplicativo.

Até mesmo Benjamin (1985), em suas reflexões sobre a fotografia, celebrou o aparecimento da imagem humana anônima que o primeiro decênio da fotografia trouxe para o campo dos antigos retratos em miniatura. Para ele, “a pintura já conhecia há muito rostos desse tipo” (BENJAMIN, 1985, p. 093), e a fotografia, por meio dos artistas-fotógrafos, produziu belíssimas imagens de pessoas desconhecidas, em que “o rosto humano era rodeado por um silêncio em que o olhar repousava” (BENJAMIN, 1985, p. 95).

Porém, engana-se quem imagina que os retratos digitais móveis produzidos e publicados pelo *Instagram* se assemelham, em algum ponto, aos retratos dos artistas-fotógrafos do passado, os quais tanto encantaram Benjamin (1985) ao afirmar: “Mas na fotografia surge algo de estranho e de novo: na vendedora de peixes de New Haven, olhando o chão com um recato tão displicentes e tão sedutor, preserva-se algo que não se reduz ao gênio artístico do fotógrafo Hill [...]” (BENJAMIN, 1985, p. 93).

Esses retratos contemporâneos produzidos pelo *Instagram* mais se assemelham às produções do antigo comerciante de retrato fotográfico Disderi, pois elas, além de exibirem em seu enquadramento fotográfico outras partes do corpo humano (e não se ater apenas em mostrar o rosto como era registrado pelos artistas-fotógrafos), mostram que os cenários, ao fundo, também têm importância na composição final desses retratos digitais móveis, como eram produzidos nas imagens estereotipadas de Disderi.

Entretanto, grande parte desses retratos produzidos e publicados na rede social do *Instagram*, são autorretratos – retrato de um indivíduo feito por ele próprio. O

autorretrato produzido pelo aplicativo é compartilhado em sua rede social virtual móvel normalmente com as *hashtags* *#selfie*¹ e *#me*², que, juntas, atualmente, somam, aproximadamente, 425 milhões de fotografias digitais móveis de autorretratos.

As figuras abaixo exibem uma galeria de imagem do *Instagram* a partir da pesquisa das *hashtags* *#selfie* (ver figura 1) e *#me* (ver figura 2). A figura 3 exemplifica, por meio de uma fotografia digital publicada pelo perfil Ayeasha, (2014) que compartilhou seu autorretrato a partir das *hashtags* *#selfie* e *#me*.

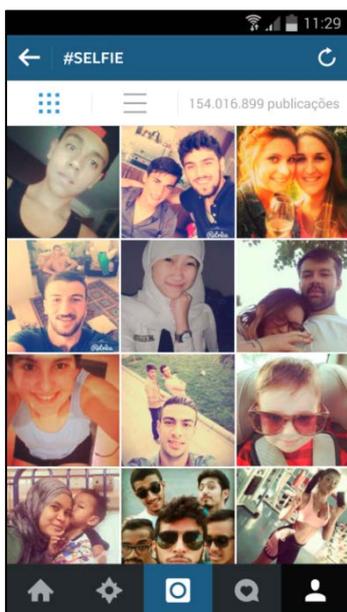


Figura 1 – Galeria de fotografia da hashtag *#selfie*

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Acesso em: 21 jul. 2014.



Figura 2 – Galeria de fotografia da hashtag *#me*

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Acesso em: 21 jul. 2014.

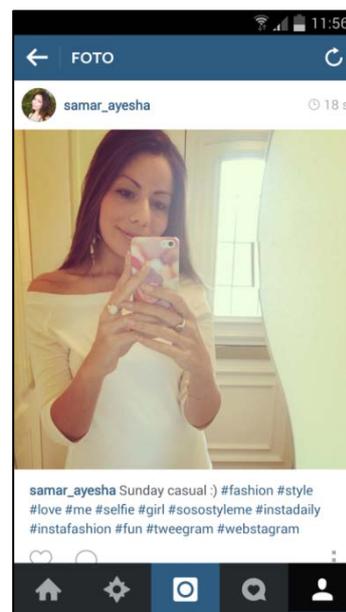


Figura 3 – Sunday casual

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em: <<http://instagram.com/p/rhZoFvCbcl>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

A popularização do retrato fotográfico, pelos métodos comerciais idealizados e desenvolvidos por Disderi e, em seguida, pela profissionalização do fotógrafo, propôs um violento descarte da singela imagem humana da fotografia impondo uma narcísica figura fantasiada de estereótipos.

Com a fotografia, o valor de culto começa a recuar, em todas as frentes, diante do valor de exposição. Mas o valor de culto não se entrega sem oferecer resistência. Sua última trincheira é o rosto humano. [...] A aura acena pela última vez na expressão fugaz de um rosto, nas antigas fotos. [...] Porém, quando o homem se retira da fotografia, o valor de exposição supera pela primeira vez o valor de culto (BENJAMIN, 1985, p. 174).

¹ *Hashtag*: *#selfie*. Disponível em: <<http://web.stagram.com/tag/selfie>>. Acesso em: 21 jul. 2014. (visualização não oficializada pelo *Instagram Inc.*).

² *Hashtag*: *#me*. Disponível em: <<http://web.stagram.com/tag/me>>. Acesso em: 21 jul. 2014. (visualização não oficializada pelo *Instagram Inc.*).

Essas características ainda persistem nas fotografias digitais móveis produzidas pelo *Instagram*, visto que grande parte dos autorretratos apresentados pelas *hashtags* *#selfie* e *#me* reproduzem uma diversidade de truques para simular um *status* social, as quais ignoram, por completo, a presença humana na composição fotográfica, assemelhando-se à antiga técnica proposta por Disderi, no final do século XIX: de representar a figura humana por meio de adereços.

A prática do retoque iniciou com os antigos retratos fotográficos. Para Benjamin (1985, p. 97), “o mau pintor se vingou da fotografia, acabou por generalizar-se, o gosto experimentou uma brusca decadência”. Tal prática se ampliou nos últimos tempos e também está presente no aplicativo fotográfico *Instagram*, o que já tinha sido pensado, desde o início de sua criação, com o objetivo de melhorar as imagens digitais produzidas pelos dispositivos telefônicos móveis. Entretanto, Flusser (1983, p. 8) já observava as facilidades com que os aparelhos fotográficos eram desenvolvidos e apresentados para os fotógrafos amadores de sua época. “Quem segura aparelho fotográfico de ‘último modelo’ pode fazer fotografias excelentes sem ter a mínima ideia quanto aos processos complexos que está pondo em ação ao apertar o botão apropriado.”

A proposta dos filtros digitais, de pós-produção do *Instagram*, é apresentar um simplificado conjunto de configurações com a capacidade de simular, em uma simples imagem fotográfica digital, efeitos visuais nostálgicos. Sem dúvida alguma, esses filtros digitais de pós-produção, propostos pelo aplicativo *Instagram*, acabam por padronizar e generalizar o gosto visual pela fotografia digital móvel. Para Horkheimer e Adorno (1985, p. 114), “a técnica da indústria cultural levou apenas a padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social.” Essa padronização do gosto estético pela fotografia digital móvel, (amplamente disseminada por meio do compartilhamento na rede social virtual móvel do aplicativo) neutraliza qualquer possibilidade de uma experimentação estética por parte dos usuários. “A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. Ela é o caráter compulsivo da sociedade alienada de si mesma.” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 114).

As figuras abaixo mostram a aplicação de dois filtros digitais de pós-produção diferentes em uma mesma imagem fotográfica. Os filtros utilizados foram escolhidos, de forma aleatória, apenas para exemplificar a sua utilização no aplicativo *Instagram*. A imagem utilizada para esta demonstração também foi selecionada de forma aleatória,

sendo que, na figura 4, não foi utilizado qualquer filtro disponível pelo aplicativo. A figura 5 recebeu a aplicação do filtro digital conhecido por “1977”, que remete efeitos estéticos adotados nas imagens da década de 70. Já a figura 6 recebeu a intervenção do filtro digital “Kelvin”, que aplica um brilho intenso somado a tons quentes e amarelados.



Figura 4 – Fotografia sem filtro

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Acesso em: 21 jul. 2014.

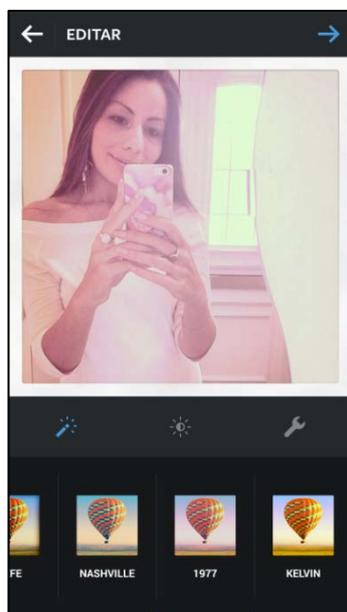


Figura 5 – Fotografia com filtro

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Acesso em: 21 jul. 2014.

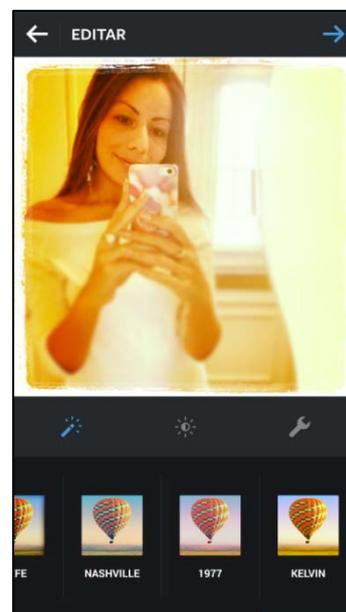


Figura 6 – Fotografia com filtro

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Acesso em: 21 jul. 2014.

Outro exemplo que revela mais detalhes sobre a racionalidade técnica da sociedade contemporânea, a partir da relação aparelhística entre o homem e a fotografia digital móvel do *Instagram*, é o uso da *hashtag* *#instadaily*³. *Hashtag* é formada por duas palavras; a palavra inicial *insta* é uma redução de *Instagram*, e a palavra inglesa *daily*, traduzida para o português, significa *diariamente*. Com cerca de 140 milhões e meio de imagens fotográficas digitais, compartilhadas em sua *hashtag*, na rede social virtual móvel, a *#instadaily* é exemplo da atual relação do homem com essa imagem técnica. Por meio dessa *hashtag*, os usuários do aplicativo formam uma grande vitrine global de imagens da sua vida privada, reunindo uma diversidade de fotografias do dia a dia deles. Não há limites para o registro e o compartilhamento do cotidiano: refeições diárias, momentos de lazer, trabalho, compras, viagens e passeios turísticos, atividades esportivas, festas, leituras, crianças, animais de estimação, escola. Enfim, uma simples

³ *Hashtag*: *#instadaily*. Disponível em: <<http://web.stagram.com/tag/instadaily>>. Acesso em: 21 jul. 2014. (visualização não oficializada pelo *Instagram Inc.*).

ação corriqueira do dia a dia é fotografada pelo usuário do *Instagram* e compartilhada pela *hashtag* #instadaily.

As figuras abaixo mostram como é feita uma pesquisa feita no aplicativo a partir da *hashtag* #instadaily. A tela de pesquisa por *hashtag* do aplicativo é exibida na figura 7. Ao inserir a #instadaily no campo de pesquisa, o *Instagram* exibe, como o resultado, todas as fotografias digitais compartilhadas na *hashtag* pesquisada – ver figura 8. A figura 9 exibe um exemplo de fotografia digital publicada pelo perfil Jana (2014), que compartilhou sua imagem por meio da *hashtag* #instadaily.

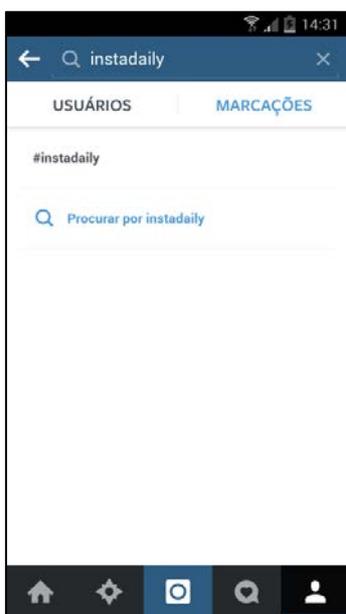


Figura 7 – Pesquisa da #instadaily

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Acesso em: 21 jul. 2014.

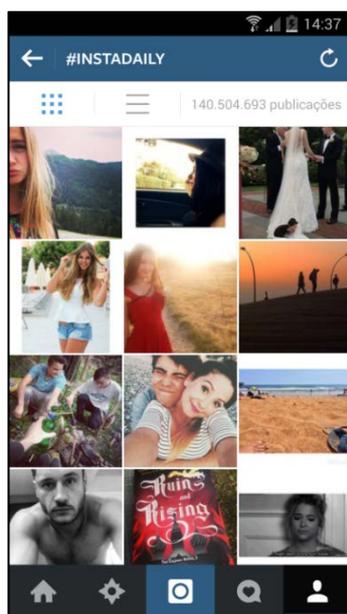


Figura 8 – Resultado de pesquisa da #instadaily

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Acesso em: 21 jul. 2014.



Figura 9 – Hashtag #instadaily na fotografia

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/p/rZGLudPPar>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

A fugacidade com que o mundo visível – a vida privada e o seu cotidiano – é reproduzido e compartilhado pelos usuários do aplicativo fotográfico digital móvel, o *Instagram*, reforça as reflexões de Flusser (2011, p. 41-42) sobre um mundo programado por aparelhos. “A maioria da sociedade está empenhada nos aparelhos dominadores, programadores e controladores.” Para o filósofo tcheco, “a democratização pós-industrial leva, de modo geral, à perda do senso crítico, porque faz com que todo mundo pense que está ‘participando ativamente’.” (FLUSSER, 1983, p. 8).

A *hashtag* #instadaily evidencia que uma simples atividade cotidiana, realizada pelo homem contemporâneo, já não faz o menor sentido se não for mediada pelo aplicativo

de fotografia digital móvel, o *Instagram*, e principalmente, se não for compartilhada, em sua rede social virtual móvel, com os inúmeros usuários.

Doravante o fotógrafo não mais poderá olhar para o mundo, a não ser através do aparelho, e doravante perceberá ele o mundo apenas pelas categorias programadas no aparelho. Sua visão do mundo passará a ser programada, e independente da sua posição individual, social, cultural ou geográfica. Todos os fotógrafos amadores no mundo inteiro terão visão idêntica do mundo (FLUSSER, 1983, p. 8).

O participante ativo, descrito acima por Flusser (2011), desprovido de senso crítico por estar programado por um aparelho que compartilha imagens fotográficas do seu dia a dia, pode, segundo Sontag (2004), ter, despersonalizada, a sua relação com o mundo, por esse aparelho.

A fotografia, que tem tantos usos narcisistas, é também um poderoso instrumento para despersonalizar nossa relação com o mundo; e os dois usos são complementares. [...] a câmera torna próximas, íntimas, coisas exóticas; e coisas familiares, ela torna pequenas, abstratas, estranhas, muito distantes. Numa atividade fácil, formadora de um hábito, ela oferece tanto participação quanto alienação em nossa própria vida e na dos outros – permitindo-nos participar, ao mesmo tempo que confirmamos a alienação. (SONTAG, 2004, p. 183-184).

Entretanto, esse “narcisismo coletivo” – promovido pelos usuários do aplicativo fotográfico *Instagram*, que transformam tarefas banais em um grande exibicionismo global por meio da *hashtag* *#instadaily* – pode ser entendido, a partir de Adorno (2010, p. 32), como uma “compensação de consciência de sua impotência social” mantida por um subjetivo mecanismo que prestigia “uma formação que já não se acolhe e que, em geral, só obtém atualidade por malograda identificação”. Para o filósofo frankfurtiano, as pessoas que não pertencem a essa realidade de prestígio “colocam-se a si mesma, real ou imaginariamente, como membros de um ser mais elevado e amplo, ao qual acrescentam os atributos de tudo o que lhes falta e do qual recebem de volta, sigilosamente, algo que simula uma participação naquelas qualidades.” (ADORNO, 2010, p. 32). A importância em ser desaparece, cedendo espaço ao simples parecer ser. “Mas, em todo o caso, para satisfazer os requisitos que a sociedade aponta aos homens, a formação se reduz às marcas distintivas da imanência e da integração sociais, e converte-se, sem reservas, em algo que admite trocas e aproveitamentos.” (ADORNO, 2010, p. 33).

Em outras palavras, os usuários do aplicativo fotográfico *Instagram*, ao usarem a *hashtag* *#instadaily*, sem se esquecer das *#selfie* e *#me*, evidenciam um narcisismo

coletivo que, por muito tempo, foi amplamente propagado pelas tradicionais mídias de comunicação exibindo, intensamente, a vida de suas celebridades em programas dominicais. Esse usuário, que apresenta aspectos semiformativos em sua formação cultural, adota e propaga este padrão, eleito de forma subjetiva, na rede social virtual móvel do aplicativo: o prestígio do notável e do bem-sucedido, com suas fantasiosas tarefas diárias.

E se, por um lado, os usuários do *Instagram*, por meio dessas *hashtags*, evidenciam características do indivíduo semiculto que, segundo Adorno (2010), demonstra estar sempre bem informado e ativo, porém, de forma superficial desprovido de senso crítico, por outro, o Instagram, com sua fotografia digital móvel, nada se diferencia das antigas imagens fotográficas que eram, cuidadosamente, selecionadas pelas técnicas de padronização da indústria cultural e veiculadas em grande tiragem nas capas de revistas impressas.

“O mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural.” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 119).

Para Horkheimer e Adorno (1985), a técnica da indústria cultural, por meio da padronização do modo de produção cultural, transformou o indivíduo em ilusório, desfocando o individual e sobressaindo a capacidade do universal. É importante lembrar que a padronização do modo de produção cultural, neutralizando e petrificando os bens de formação cultural, foi amplamente incentivada pela indústria cultural, disseminando, progressivamente, aspectos semiformativos na sociedade moderna.

Nos rostos dos heróis do cinema ou das pessoas privadas, confeccionados segundo o modelo das capas de revistas, dissipa-se uma aparência na qual, de resto, ninguém mais acredita, e o amor por esses modelos de heróis nutre-se da secreta satisfação de estar afinal dispensado de esforço da individuação pelo esforço (mais penoso, é verdade) da imitação (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 146).

Se nas reflexões de Horkheimer e Adorno (1985), sobre a indústria cultural, grande parte das celebridades se originavam das tradicionais mídias de comunicação – rádio, cinema e televisão –, no *Instagram*, as celebridades dessas mídias, segundo informações contidas *website* IconoSquare (ICONOSQUARE, 2005) são responsáveis pelos 10 perfis com maior número de seguidores. Esses perfis são administrados por jovens famosos que pertencem à nova geração de celebridades da televisão, da música, do esporte e da moda que, por meio do *Instagram*, compartilham, diariamente, imagens de

sua vida privada, arrebanhando ainda mais seguidores pelo mundo. Nomes como: Justin Bieber⁴, Kim Kardashian⁵, Beyoncé⁶, Ariana Grande⁷, Selena Gomez⁸, Kendall Jenner⁹, Khloe Kardashian¹⁰, Miley Cyrus¹¹, Kylie Jenner¹², Neymar¹³ compõem a lista, em ordem decrescente, dos 10 perfis com maior número de seguidores no *Instagram*. Entretanto, existem outros perfis, dentro da rede social do *Instagram*, com alto índice de popularidade, sendo verdadeiras celebridades virtuais. São, porém, anônimos para a mídia tradicional, mas não são menos importantes, já que muitos são formadores de opinião dentro desse ambiente virtual móvel. Sua fama e popularidade provêm de fatores específicos ligados aos conteúdos que publicam no próprio *Instagram*, os quais serão apresentados mais adiante.

O perfil com o maior número de seguidores é do cantor e compositor canadense Justin Bieber (2014), que possui em sua conta no *Instagram* 19 milhões e meio de seguidores – ver figura 10. Além disso, segundo a jornalista Melissa Cruz (2013), do *website Techtudo*, o perfil do cantor canadense, no *Instagram*, possui a imagem mais curtida do ano de 2013, a qual obteve 1 milhão e meio de curtidas em uma fotografia em que aparece abraçado ao ator americano Willard Christopher Smith Jr. – Will Smith – ver figura 11. Publicar no *Instagram* uma simples fotografia do cotidiano pode ter um alto índice de exposição dentro da rede social virtual móvel – 1,1 milhão de curtidas – quando se é responsável pelo perfil com o maior número de seguidores – ver figura 12.

⁴ BIEBER, Justin. @justinbieber - Justin Bieber: Música. Disponível em: <<http://instagram.com/justinbieber>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

⁵ KARDASHIAN, Kim. @KimKardashian - Kim Kardashian: Televisão. Disponível em: <<http://instagram.com/kimkardashian>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

⁶ BEYONCÉ. @beyonce - Beyoncé: Música. Disponível em: <<http://instagram.com/beyonce>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

⁷ GRANDE, Ariana. @arianagrande - Ariana Grande: Música. Disponível em: <<http://instagram.com/arianagrande>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

⁸ GOMEZ, Selena. @selenagomez - Selena Gomez: Música. Disponível em: <<http://instagram.com/selenagomez>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

⁹ JENNER, Kendall. @kendalljenner - Kendall Jenner: Moda. Disponível em: <<http://instagram.com/kendalljenner>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

¹⁰ KARDASHIAN, Khloe. @khloekardashian - Khloe Kardashian: Televisão. Disponível em: <<http://instagram.com/khloekardashian>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

¹¹ CYRUS, Miley. @miley Cyrus - Miley Cyrus: Música. Disponível em: <<http://instagram.com/mileycyrus>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

¹² JENNER, Kylie. @kyliejenner - Kylie Jenner: Moda. Disponível em: <<http://instagram.com/kyliejenner>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

¹³ NEYMAR. @neymarjr - Neymar: Esporte. Disponível em: <<http://instagram.com/neymarjr>>. Acesso em: 21 jul. 2014.



Figura 10 – Perfil do Justin Bieber

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em < <http://instagram.com/justinbieber> >. Acesso em: 21 jul. 2014.



Figura 11 – Me and uncle Will

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em < <http://instagram.com/p/dAu7UPgvn0> >. Acesso em: 21 jul. 2014.



Figura 12 – Beers in the jungle

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em < <http://instagram.com/p/ZISMMUgvky> >. Acesso em: 21 jul. 2014.

Os números apresentados pelo perfil do *Instagram* do cantor e compositor canadense Justin Bieber – seguidores e curtidas – apenas evidenciam que mesmo as mais recentes mídias de comunicação, ligadas à internet (como é o caso do aplicativo de fotografia digital móvel, o *Instagram*) se adaptam aos mecanismos de funcionamento da indústria cultural, pois conforme salienta Horkheimer e Adorno (1985, p.115) “[...] a determinação comum dos poderosos executivos, de nada produzir ou deixar passar que não corresponda a suas tabelas, à ideia que fazem dos consumidores e, sobretudo, que não se assemelha a eles próprio” se aplica ao perfil do cantor canadense.

A quantia de seguidores de um determinado perfil no *Instagram* pode representar o nível de alcance que suas fotografias digitais móveis podem atingir dentro da rede social virtual móvel do aplicativo, pois, quanto mais seguidores se associam a um perfil, maior abrangência terá o conteúdo fotográfico publicado pelo usuário. Porém, o número de curtidas de uma fotografia publicada nesse ambiente virtual também é um indicativo, que pode ser de aprovação ou de desaprovação do conteúdo fotográfico publicado. Ao navegar pela rede social virtual móvel do *Instagram*, as ações de *seguir* – um novo perfil – e de *curtir* – uma nova fotografia publicada – são livremente praticadas e facilmente incorporadas pelo usuário desse aplicativo.

No entanto, essas simples ações de *seguir* – perfil – e *curtir* – fotografia – podem se revelar como mecanismos que favorecem a propagação e a permanência de aspectos

semiformativos, produzidos pela indústria cultural na sociedade contemporânea, pois, conforme ressaltam Horkheimer e Adorno (1985, p. 145), “as particularidades do eu são mercadorias monopolizadas e socialmente condicionadas, que se fazem passar por algo natural.”

Acompanhar, diariamente, a vida de um jogador de futebol pelo *Instagram*, curtindo e compartilhando suas fotografias dentro da rede social do aplicativo, faz todo sentido para um brasileiro apaixonado pelo futebol que, inclusive, sempre ouviu, das tradicionais mídias de comunicação, a afirmação de que “o futebol é uma paixão nacional”. Logo, ter um jogador de futebol como o único representante brasileiro na lista dos 10 mais seguidos no *Instagram*, segundo o *website* IconoSquare (ICONOSQUARE, 2005), não parece uma mera coincidência e confirma o que foi dito, na citação acima, por Horkheimer e Adorno (1985).

O jogador brasileiro de futebol Neymar Júnior ocupa a décima posição nessa lista. Seu perfil, no entanto, não é menos importante no *Instagram* que o do cantor canadense, Justin Bieber (2014) – que está no topo da lista –. Pelo contrário. O perfil de Neymar (2014) confirma as influências da indústria cultural sobre a padronização da formação cultural do país, pois, conforme já citado em capítulos anteriores,

[...] inúmeros canais, fornecem-se às massas bens de formação cultural. Neutralizados e petrificados, no entanto, ajudam a manter no devido lugar aqueles para os quais nada existe de muito elevado ou caro. Isso se consegue ao ajustar-se o conteúdo da formação, pelos mecanismos de mercado, à consciência dos que foram excluídos do privilégio da cultura – e que tinham mesmo de ser os primeiros a serem modificados (ADORNO, 2010, p. 16).

O perfil do jogador Neymar (2014), no aplicativo fotográfico *Instagram*, possui, aproximadamente, 10 milhões e meio de seguidores constando, em sua galeria, mais de duas mil fotografias publicadas – ver figura 13. Na rede social virtual móvel do *Instagram*, o jogador brasileiro publica inúmeras imagens fotográficas do seu dia a dia de atleta, como: treinos, jogos oficiais, vestiário etc. – ver figura 14 – Ele também compartilha, com seus seguidores, uma diversidade de imagens de sua vida privada – ver figura 15.



Figura 13 – Perfil do Neymar

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/neymarjr>>. Acesso em: 21 jul. 2014



Figura 14 – Voltando para casa

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/p/g7KJafRtmI>>. Acesso em: 21 jul. 2014



Figura 15 – Feliz Dia das Crianças

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/p/fXJr7DRttQ>>. Acesso em: 21 jul. 2014

Com todas essas imagens fotográficas digitais móveis sendo publicadas e compartilhadas pelo Instagram, a rede social virtual móvel desse aplicativo expõe à sociedade contemporânea em um intenso fluxo de imagens a cada segundo. Produzir, publicar, compartilhar e curtir. Essa intensidade no volume de produção e de distribuição de imagens fotográficas é algo que se assemelha a uma linha produção de uma indústria, algo inclusive que já foi objeto de reflexão, no passado, de Benjamin (1985), que fez duras críticas ao excesso e ao valor das imagens fotográficas analógicas, para o amador.

“No fundo, o amador que volta para casa com inúmeras fotografias não é mais sério que o caçador, regressando do campo com massas de animais abatidos que só têm valor para o comerciante.” (BENJAMIN, 1985, p. 104).

Ao que tudo indicada, o aplicativo *Instagram*, com sua rede social virtual móvel, tem mantido essa voraz produção e distribuição de imagens, já observada no passado por Benjamin (1985), pois, com aproximadamente, dois anos de existência, o aplicativo já somava 10 milhões de imagens armazenadas em sua rede social virtual móvel, com uma média de 200 imagens fotográficas digitais publicadas por segundo (THANKSGIVING..., 2012). Com essa quantia, o *Instagram* confirma o que foi renunciado por Benjamin (1985, p. 104): “Na verdade, não está longe o dia em que

haverá mais folhas ilustradas que lojas vendendo caças ou aves.” Para Sontag (2004), o volume produzido de imagens fotográficas faz parte da própria dinâmica da fotografia.

A razão final para a necessidade de fotografar tudo repousa na própria lógica do consumo em si. Consumir significa queimar, esgotar – e, portanto, ter de se reabastecer. À medida que produzimos imagens e as consumimos, precisamos de ainda mais imagens; e mais ainda (SONTAG, 2004, p. 195).

Portanto, devido ao enorme acúmulo de imagens produzidas pelo aplicativo *Instagram*, ao que tudo indica, o homem contemporâneo está perdido por não saber ao certo o que elas são, para que servem e o que elas representam. Conforme ressalta Joly (2012, p. 10), “só estamos na alvorada de uma geração de imagens virtuais, essas ‘novas’ imagens que nos propõe mundos ilusórios e, no entanto, perceptíveis, dentro dos quais poderemos nos deslocar sem por isso ter de sair de nosso quarto...”

Além do que prenunciou Benjamin (1985) sobre o volume das imagens fotográficas, ele também propõe uma reflexão a partir de uma afirmação feita pelo professor húngaro de *design* da *Escola Staatliches-Bauhaus*, László Moholy-Nagy (1895-1946).

“Já se disse que ‘o analfabeto do futuro não será quem não sabe escrever, e sim quem não sabe fotografar’. Mas um fotógrafo que não sabe ler suas próprias imagens não é pior que um analfabeto? Não se tornará a legenda a parte mais essencial da fotografia?” (BENJAMIN, 1985, p. 107).

Se, inicialmente, a invenção da fotografia, segundo Fabris (1991, p. 13), “proporciona uma representação precisa e fiel da realidade, retirando da imagem a hipoteca da subjetividade”, para Benjamin, a operacionalização técnica da fotografia – expressa por László – e as orientações fotográfica oferecidas pela legenda retomam essa objetividade da antiga imagem fotográfica na sociedade moderna.

A rede social virtual móvel de fotografia, o *Instagram*, possui algumas ações promovidas por perfis que reforçam esse antigo aspecto de objetividade da imagem fotográfica.

Criado no dia 4 de fevereiro de 2011 (INSTAMMISSION, 2011), por duas brasileiras, Daniella Arrais (2014) e Luiza Voll (2014), o perfil *Instamission* (2011) é um projeto de fotografia feito de forma colaborativa usando o aplicativo fotográfico digital móvel do *Instagram*.

“O que deixa seu dia mais feliz? O sorriso de um desconhecido no meio da rua? Almoçar a comida mais gostosa do mundo? Pegar sua bicicleta e descobrir novos lugares da cidade? Encontrar um amigo querido e curtir um cineminha? Ou sentar no

sofá pra ver TV até cair no sono?” (ARRAIS; VOLL, 2011b). Essas são questões iniciais que sugerem, de forma sutil, os reais objetivos desse perfil no ambiente social virtual do *Instagram*.

Com características de um concurso cultural semanal, os seguidores do *Instamission* (2011) são convidados a participar de diferentes missões fotográficas, semanalmente. Fotografar e compartilhar os temas das missões na *hashtag* do *Instamission* e, ao final, ter sua fotografia eleita como vencedora da semana é a proposta desse perfil. Algumas dessas missões são patrocinadas por diferentes empresas que oferecem seus produtos como premiações para as fotografias vencedoras.

A gente adora esses momentos simples que enchem o coração de alegria e é isso que a gente quer que você mostre no Instamission! A cada semana, uma missão é liberada. Você fotografa e publica no Instagram, usando nossa hashtag. Assim, as fotografias reunidas viram um grande mosaico aqui no Instamission e todo mundo percebe como o dia a dia pode ser tão cheio de coisas bonitas!” (ARRAIS; VOLL, 2011b).

As figuras abaixo mostram a galeria do perfil do *Instamission* – ver figura 16 – e o funcionamento de suas missões que sempre são publicadas em seu perfil. A missão escolhida para exemplificar foi a última publicada no ano de 2013, no dia 27 de dezembro. Ela consistia em produzir imagens fotográficas que evidenciassem as férias dos participantes – ver figura 17. Ao final dessa missão, no dia 15 de janeiro de 2014, foram anunciadas as cinco imagens fotográficas eleitas como vencedoras, de um total de 2.314 fotografias compartilhadas na *hashtag* *#instamission151* – ver figura 18.



Figura 16 – Perfil do Instamission

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/instamission>>. Acesso em: 21 jul. 2014



Figura 17 – Fotografe suas Férias com a hashtag #instamission151

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/p/ibTnIclAhc>>. Acesso em: 21 jul. 2014



Figura 18 – Resultado fotográfico da #instamission151

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <http://instagram.com/p/jM6_W_FAo7>. Acesso em: 21 jul. 2014

É possível notar, a partir do *#instamission151* citado acima ou pela descrição do perfil do *Instamission*, em sua *website* – “O que deixa seu dia mais feliz?” (ARRAIS; VOLL, 2011b) – que o perfil do *Instamission*, por meio de suas missões, propõe temas que exploram o conceito de felicidade na vida cotidiana de seus participantes, e este conceito aparece, de forma objetiva, nas fotografias digitais móveis compartilhadas em sua *hashtag*. “[...] Assim, as fotografias reunidas viram um grande mosaico aqui no *Instamission* e todo mundo percebe como o dia a dia pode ser tão cheio de coisas bonitas!” (ARRAIS; VOLL, 2011b).

Com isso, é evidente que os temas propostos em missões pelo perfil *Instamission*, não passam de legendas predeterminadas, para conceber de forma objetiva a felicidade nas produções fotográficas digitais móveis dos participantes, algo muito similar que Benjamin (1985) já observava em seu tempo com as fotografias analógicas veiculadas nas revistas impressas.

[...] as revistas ilustradas começam a mostrar-lhe indicadores de caminho – verdadeiros ou falsos, pouco importa. Nas revistas, legendas explicativas se tornam pela primeira vez obrigatórias. É evidente que esses textos têm um caráter completamente distinto dos títulos de um quadro. As instruções que o observador recebe dos jornais ilustrados através das legendas se tornarão, em seguida, ainda mais precisas e imperiosas no cinema, em que a compreensão de cada

imagem é condicionada pela sequência de todas as imagens anteriores (BENJAMIN, 1985, p. 175).

No entanto, além do condicionamento do olhar proposto pelas missões, o anúncio das imagens fotográficas digitais móveis vencedoras, presentes na galeria das *hashtags* do *Instamission*, também representa um combustível a mais aos “indicadores de caminho” impostos aos usuários do aplicativo, visto que a escolha desse conjunto de imagens que representarão o tema – e receberão os produtos do patrocinador – apenas tende a delinear, ainda mais, de forma objetiva, os caminhos semiformativos para o homem contemporâneo.

Ao que tudo indica, retirar a subjetividade da imagem fotográfica digital móvel está tornando o homem contemporâneo incapaz de decifrar os significados da imagem. Esta idolatria pela imagem o leva, conseqüentemente, a adotar padrões de conduta, propagados pela indústria cultural, sem qualquer senso crítico, conduzindo ao fortalecimento e enraizamento de aspectos semiformativos em sua vida diária.

Crê, portanto, que as fotografias são imagens objetivas do mundo. Ignora todo o processo codificador que se passa no interior do aparelho. Não sabe, portanto, que fotografias, como toda imagem, são símbolos convencionados. Não sabe decifrar as fotografias que ele próprio produziu (FLUSSER, 1983, p. 8).

Contudo, mesmo que a disseminação progressiva dos aspectos semiformativos, ao longo da história, tenha deixado profundas marcas nos processos de formação cultural do homem contemporâneo, de tal modo que foi possível evidenciar os aspectos descritos por Flusser (1983; 2011), Adorno (1985; 2010), Horkheimer (1985) e Benjamin (1985), no uso da mais recente tecnologia fotográfica. É importante, mesmo assim, salientar que o *Instagram*, com sua fotografia digital móvel, apresenta uma nova dinâmica para a fotografia e que contribui na formação da cultura digital na sociedade contemporânea. Aspectos que envolvem o conteúdo fotográfico, como a sua produção, a sua difusão e o seu acesso, passaram por uma significativa transformação a partir da invenção do aplicativo fotográfico *Instagram*.

Se no passado, as imagens fotográficas produzidas pela sociedade industrial – em estúdio fotográfico após a massificação do retrato fotográfico ou por amadores com o advento da industrialização da câmera fotográfica – ficavam em álbuns fotográficos, que, segundo Benjamin (1985, p. 97), “podiam ser encontrados nos lugares mais glaciais da casa, em *consoles* ou *guéridons*, na sala de visitas – grandes volumes encadernados em couro, com horríveis fechos de metal, e as páginas com margens

douradas [...]”, na sociedade contemporânea, o aplicativo *Instagram*, com sua rede social virtual móvel, possibilitou que essas simples fotografias que estavam confinadas em álbuns saíssem dos recantos do lar e alcançassem uma difusão planetária virtual.

As *hashtags* *#instadaily*, *#selfie* e *#me*, citadas anteriormente neste trabalho, já exemplificaram essas potências de produção, difusão e acesso à fotografia digital móvel por meio do *Instagram*. No entanto, nem todos os usuários desse aplicativo fotográfico produzem conteúdos que exploram cenas narcísicas da sua própria vida privada. Pelo contrário. Alguns usuários do *Instagram* concebem, de forma muito artesanal, verdadeiras coleções fotográficas que exploram diferentes experimentações estéticas visuais em seu dia a dia.

O *instagrammer* brasileiro Marcelo Nava (2014), que mantém, desde 8 de novembro de 2011, um perfil no *Instagram* com, aproximadamente, 37 mil seguidores – ver figura 19 – é exemplo da utilização do aplicativo como possibilidade de experimento estético, uma vez que ele registra e explora a presença de objetos circulares em seu cotidiano – ver figura 21 – e compartilha essas formas com os demais usuários do aplicativo fotográfico, por meio de publicações, em sua galeria fotográfica – ver figuras 20.



Figura 19 – Perfil do Marcelo Nava

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/marcelonava>>. Acesso em: 21 jul. 2014



Figura 20 – Galeria do Marcelo Nava

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Acesso em: 21 jul. 2014



Figura 21 – Round series

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/p/UMXdN>>. Acesso em: 21 jul. 2014

A possibilidade de se produzir uma galeria fotográfica com experimentações estéticas visuais e de difundir, com alcance planetário, esse conteúdo fotográfico, sem necessitar de mediações das tradicionais corporações de mídia impressa para se dar acesso a essas informações, evidencia um diferente modo de tratar os processos de produção, difusão e acesso a esse conteúdo fotográfico que, até então, era produzido, distribuído, controlado e fiscalizado por grandes grupos empresariais do setor de mídia impressa. A imagem de um fotógrafo só era veiculada em revistas especializadas ou em jornais de grande tiragem, caso o profissional tivesse um contato com alguma dessas mídias. Caso contrário, a difusão de suas imagens fotográficas ficava restrita ao seu círculo de amizade. Além disso, com o aplicativo *Instagram*, o usuário passou a selecionar o conteúdo fotográfico que deseja receber em seu *feed*, bastando apenas seguir os perfis que lhe interessem e, assim, compor uma lista própria de informações fotográficas que deseja receber.

Com o objetivo de apresentar outras realidades da vida cotidiana do povo africano por meio da fotografia digital móvel, indo além do que é retratado pelas mídias tradicionais sobre esse continente – guerra, pobreza e doença –, Peter DiCampo e Austin Merrill (2014a) criaram um perfil no *Instagram*, conhecido como *Every day Africa* (2014), para reunir *instagrammers* africanos que vivessem no continente africano e que pudessem compartilhar imagens fotográficas que evidenciassem o dia a dia de seu povo. Para eles, a mídia convencional não proporciona a difusão de um diversificado retrato da vida no continente africano. Em 12 de setembro de 2012, publicaram sua primeira imagem fotográfica nesse perfil – ver figura 24 (DICAMPO; MERRILL, 2004b). Segundo o *website* da *Every day Africa*, atualmente, são dezoito fotógrafos oficiais – *instagrammers* – (DICAMPO; MERRILL, 2004c) que publicam, diariamente, em suas galerias particulares no *Instagram*, cenas do cotidiano de vários países pertencentes ao continente. No final, essas imagens fotográficas são reunidas e compartilhadas na galeria da rede social virtual móvel do perfil *Every day Africa* (2014), que é acompanhada por, aproximadamente, 96 mil seguidores. Além disso, a *hashtag* *#everydayafrica* também é utilizada para o compartilhamento de imagens fotográficas que retratem o cotidiano das populações africanas. Muitas dessas imagens são republicadas no perfil do *Every day Africa* (2014).

A figura abaixo mostra o perfil do *Every day Africa* (2014) – ver figura 22 – e o o número de seguidores e de publicações até o presente momento. Uma parte da galeria fotográfica do *Every day Africa* (2014) é exibida na figura 23. Nela, é possível observar

a quantidade de imagens fotográficas que são compartilhadas pelos *instagrammers* oficiais.



Figura 22 – Perfil do Every day Africa

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/everydayafrica>>. Acesso em: 21 jul. 2014



Figura 23 – Galeria do Every day Africa

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Acesso em: 21 jul. 2014



Figura 24 – Primeira fotografia publicada pelo Every day Africa

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/p/Peced8jouW>>. Acesso em: 21 jul. 2014

A partir do perfil *Every day Africa* (2014), é possível observar a presença de uma diferente dinâmica no mecanismo de produção e difusão do conteúdo fotográfico, algo que, ainda, não havia sido experimentado pelo sistema tradicional da mídia impressa. A galeria fotográfica desse perfil, que é constituída por uma diversidade de imagens fotográficas que remontam à vida do povo desse continente, é produzida e atualizada, de forma colaborativa, por meio dos *instagrammers* africanos que vivem e convivem com muitas das realidades de seu povo. Esses *instagrammers* publicam, em seus perfis e compartilham, na *hashtag* *#everydayafrica*, cenas que desmistificam alguns estereótipos que, ao longo da história da imagem fotográfica dos povos africanos, foram amplamente difundidos pela tradicional mídia impressa. Isso – é notório – possibilitou ao aplicativo Instagram a publicação e o compartilhamento de imagens fotográficas que, até então, não faziam parte do repertório visual controlado e fiscalizado, por muito tempo, pelos mecanismos da indústria cultural.

A possibilidade de se montarem galerias fotográficas, de forma colaborativa, também pode ser observada por meio das *hashtags* *#vemprarua*, *#sosvenezuela* e *#resistanbul*. Essas *hashtags*, inicialmente, foram criadas para compartilhar imagens fotográficas dos

movimentos populares que se espalharam pelo Brasil, Venezuela e Istambul. No período dessas manifestações, uma diversidade de imagens fotográficas relacionadas a esses acontecimentos foi compartilhada por usuários do aplicativo *Instagram* por meio das *hashtags*. E muitas dessas imagens fotográficas, publicadas na rede social virtual móvel do aplicativo, ganharam repercussão na mídia impressa, sendo veiculadas em jornais e revistas. É importante destacar que o formato colaborativo virtual, nos últimos tempos, vem ganhando espaço nos ambientes virtuais a partir de serviços oferecidos por *websites*, como é o caso do *Catarse*¹⁴, – um espaço virtual que promove financiamentos colaborativos para viabilizar a execução de projetos em geral – e das *redes sociais virtuais*, como é o caso do *Youtube*¹⁵, do *Facebook*¹⁶ e do *Twitter*¹⁷.

Entretanto, é evidente que, mesmo com esses mecanismos que promovem a liberdade e autonomia dos usuários do *Instagram*, a partir da simplificação e da facilidade de acesso aos processos de produção, difusão e acesso ao conteúdo fotográfico, não se pode ignorar que, ao longo de todo esse tempo, a indústria cultural neutralizou os processos de formação cultural e petrificou uma diversidade de aspectos semiformativos que, ainda hoje, estão presentes na sociedade contemporânea e que interferem, diretamente, na relação do homem com a imagem. O fato é que o próprio aplicativo *Instagram*, com sua fotografia digital móvel, intensificou, ainda mais, a fugacidade e a fragmentação da imagem fotográfica por ter inaugurado a instantaneidade de difusão e o acesso a essas imagens digitais móveis.

Logo, se para Adorno (2010, p. 39) “a única possibilidade de sobrevivência que resta à cultura é a autorreflexão sobre a semiformação, em que necessariamente se converteu”, e para Flusser (2011, p. 64) “as fotografias ‘melhores’ seriam aquelas que evidenciam a vitória da intenção do fotógrafo sobre o aparelho [...]”, talvez, a ilustradora independente de Tel Aviv, Geffen Refaeli (2014), com sua proposta de selecionar elementos fragmentados de diferentes imagens fotográficas – que aparecem em seu *feed* do *Instagram* de forma descontinuada – para criar uma unicidade a partir de um simples desenho que é publicado na galeria do seu perfil, *Dailydoodlegram* – ver as figuras 25 e 26 – (REFAELI, 2014) se proponha à autorreflexão sobre os aspectos semiformativos, sugerida por Adorno (2010) e que evidencie a vitória do homem contemporâneo sobre o aparelho ao qual Flusser (2011) se referiu.

¹⁴ Website Oficial do *Catarse*: < <http://www.catarse.me>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

¹⁵ Website Oficial do *Youtube*: < <https://www.youtube.com> >. Acesso em: 21 jul. 2014.

¹⁶ Website Oficial do *Facebook*: < <http://pt-br.facebook.com/>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

¹⁷ Website Oficial do *Twitter*: <https://twitter.com/>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

A figura 27 exibe um desenho feito pela ilustradora Geffen Refaeli e publicado em seu perfil *Dailydoodlegram*. Essa ilustração foi produzida a partir de outras duas imagens fotográficas que foram publicadas no Instagram. As figuras 28 e 29 mostram a referência fotográfica em que Geffen Refaeli se baseou para montar sua ilustração.



Figura 25 – Perfil do *Dailydoodlegram*

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/dailydoodlegram>>. Acesso em: 21 jul. 2014



Figura 26 – Galeria do *Dailydoodlegram*

Fonte: Aplicativo *Instagram*



Figura 27 – Imagem do *Dailydoodlegram*

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/p/hGWUqtjWYe/>>. Acesso em: 21 jul. 2014



Figura 28 – Referência 1

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/p/hEEjYzIpZ0>>. Acesso em: 21 jul. 2014



Figura 29 – Referência 2

Fonte: Aplicativo *Instagram*

Disponível em <<http://instagram.com/p/hFsZugtUp3>>. Acesso em: 21 jul. 2014

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do estudo que esta dissertação se propôs a pesquisar, as contribuições do *Instagram* na formação da cultura digital da sociedade contemporânea, foi possível notar que o aplicativo *Instagram* e sua fotografia digital móvel apresentam inúmeras características similares da antiga fotografia, mesmo com suas recentes “inovações tecnológicas”.

A massificação do retrato fotográfico, a popularização do equipamento e a padronização da estética por meio do retoque foram fatos que puderam ser apresentados como semelhanças entre essas duas formas fotográficas: analógica e digital móvel.

Evidenciar essas similaridades, que estão separadas por quase dois séculos, auxiliou na reflexão sobre os reais avanços tecnológicos que a sociedade contemporânea afirma constantemente estar passando.

A partir deste ponto, foi possível aprofundar sobre os conceitos de aparelho e sua programação social, fazendo um paralelo com a padronização da produção cultural, intermediada pela indústria cultural.

Com isso, pode-se notar, de forma clara, que entre os filósofos frankfurtianos e o filósofo tcheco, mesmo separados por algumas décadas, existe uma enorme aproximação de seus pensamentos quando o assunto é campo da comunicação, principalmente sobre produção de imagem.

E se Adorno, Horkheimer e Benjamin iluminaram, por meio de suas reflexões, alguns trechos do caminho que a fotografia percorreu em seu período, Flusser acendeu uma forte clareira no percurso que a fotografia fez no século XX, inclusive esta iluminação ainda clareia os passos programados do homem contemporâneo. As luzes geradas por esses filósofos apresentaram inúmeros detalhes do objeto de pesquisa e que ao final contribuiu para uma ampla discussão.

Os caminhos traçados pelos filósofos frankfurtianos, para esta dissertação, revelaram que o aplicativo *Instagram* e sua rede social virtual móvel correspondem a mais um dispositivo fabricado aos moldes da indústria cultural para enraizar antigos aspectos semiformativos. Já o filósofo tcheco delineou toda a submissão programada que o homem contemporâneo ainda se submete ao aparelho fotográfico. Imagino, inclusive, que a discussão de Flusser, sobre o aparelho e sua imagem técnica, poderia se aproximar

ainda mais do campo da educação, propondo um novo olhar sobre os aparelhos tecnológicos que cercam o educador contemporâneo.

A partir do pensamento dos filósofos, ficou evidente que o usuário do *Instagram*, ao produzir e difundir as imagens fotográficas digitais móveis, ainda segue antigos padrões disseminados pela indústria cultural, mesmo que este ambiente permita produzir e difundir possibilidades novas de forma livre e autônoma. Com isso, o aplicativo fotográfico reforça os estímulos culturais semiformativos, que a indústria cultural tanto propagou pelas tradicionais mídias de comunicação.

Entretanto, além de contribuir para petrificar aspectos semiformativos na sociedade contemporânea, o *Instagram* também contribui com aspectos positivos na formação da cultura digital. Conceitos como produção, difusão e acesso foram evidenciados de forma positiva ao usuário, que pode produzir seu próprio conteúdo-e, ao final, a difusão deste conteúdo ocorre de forma desintermediada, sem envolver grandes corporações.

É válido ressaltar que a pesquisa proposta por esta dissertação foi capaz de ampliar o conhecimento muito além do tema, proporcionando reflexões transversais ao objeto de estudo, como: observar que as tendências aparalísticas deram seus primeiros passos no período do Renascimento; que a invenção da fotografia ocorreu de forma colaborativa e que inclusive precisou da política para se desenvolver; que os usuários da plataforma Android não tiveram culpa alguma pela popularização da câmera amadora da Kodak.

E é a partir disso, que é possível perceber que a pesquisa não se esgota com esta dissertação, podendo surgir outros pontos de reflexão por meio deste estudo.

Acredito, inclusive, que o *Instagram*, seja o início de uma geração de câmeras fotográficas que não mais terão o cartão de memória, mas suas imagens fotográficas digitais móveis estarão disponíveis direto pela internet, em rede sociais virtuais. Com isso, a dinâmica de profissionais, que trabalham com o fotojornalismo e outros segmentos da fotografia, passarão por transformações significativas.

A difusão de conteúdo fotográfico, como o compartilhamento de imagens em redes sociais virtuais, também acredito ser um tema de muita relevância, pois, durante as pesquisas para a elaboração desta dissertação, foi detectado alguns casos de usuários que fizeram mau uso desta autonomia e ao final tiveram consequências drásticas sobre suas ações impensadas.

Outro tema relevante para o estudo da fotografia e para as próximas gerações é sobre a preservação de arquivos digitais – e sua memória –, pois, com as constantes mudanças de tecnologia, as imagens fotográficas digitais móveis se perdem facilmente pelos

caminhos, durante a troca de dispositivo telefônico móvel ou, até mesmo, no cancelamento de contas em *websites* de armazenamento.

Enfim, o objeto desta pesquisa pode ser visto sob inúmeros ângulos, mudando, completamente, os objetivos de estudo.

Ao final deste trabalho de pesquisa, espero ter auxiliado na discussão sobre a imagem fotográfica e suas implicações na cultura digital da sociedade contemporânea, de forma a somar às reflexões já produzidas e às que estão por vir.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.. Teoria da Semiformação. In: PUCCI, Bruno; ZUIN, Antônio A. S.; LASTÓRIA, Luiz A. Calmon Nabuco (Org.). **Teoria Crítica e Inconformismo: Novas Perspectivas de Pesquisa**. Campinas: Autores Associados, 2010. Cap. 1. p. 7-40. (Coleção Educação Contemporânea).

_____. A Indústria Cultural. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural: Leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade**. 4. ed. São Paulo: Nacional, 1978. Cap. 16. p. 287-295. Tradução de: Amélia Cohn.

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. 16. ed. Campinas: Papyrus, 2011. Tradução de: Estela dos Santos Abreu; Cláudio Cesar Santoro.

BAZIN, André. Ontologia da Imagem Fotográfica. In: XAVIER, Ismal (Org.). **A Experiência do Cinema: antologia**. Rio de Janeiro: Graal, 1983. Cap. 1.5.1. p. 121-128. (Coleção Arte e Cultura). Tradução de: Hugo Sérgio Franco.

BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica. In: VERLAG, Suhrkamp (Ed.). **Magia e Técnica, Arte e Política**. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985. Cap. 14. p. 165-196. (Obras Escolhidas - Volume 1). Tradução de: Sergio Paulo Rouanet.

_____. Paris, capital do século XIX. In: KOTHE, Flávio Rene (Org.). **Walter Benjamin: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1985. Cap. 1. p. 30-43. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, 50). Tradução de: Flávio Rene Kothe.

_____. Pequena História da Fotografia. In: VERLAG, Suhrkamp (Ed.). **Magia e Técnica, Arte e Política: Ensaios sobre Literatura e História da Cultura**. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985. Cap. 9. p. 91-107. (Obras Escolhidas - Volume 1). Tradução de: Sergio Paulo Rouanet.

DUARTE, Rodrigo. **Teoria Crítica da Indústria Cultural**. 1. reimpr. Belo Horizonte: UFMG, 2007. 218 p. (Humanitas).

DUBOIS, Philippe. **O Ato Fotográfico e Outros Ensaios**. 7. ed. Campinas: Papyrus, 2003. (Ofício de Arte e Forma). Tradução de: Marina Appenzeller.

FABRIS, Annateresa. A Fotografia e o Sistema das Artes Plásticas. In: FABRIS, Annateresa (Org.). **Fotografia: Usos e Funções no Século XIX**. 2. ed. 1. reimpr. São Paulo: Edusp, 2008a. Cap. 6. p. 173-198. (Texto & Arte, 3).

_____. A Invenção da Fotografia: Repercussões Sociais. In: FABRIS, Annateresa (Org.). **Fotografia: Usos e Funções no Século XIX**. 2. ed. 1. reimpr. São Paulo: Edusp, 2008b. Cap. 1. p. 11-37. (Texto & Arte, 3).

FINGER, Anke. As Redes de Flusser. In: BERNARDO, Gustavo; FINGER, Anke; GULDIN, Rainer (Org.). **Vilém Flusser: Uma Introdução**. São Paulo: Annablume, 2008. Cap. 1. p. 13-32. Tradução de: Gustavo Bernardo.

FLUSSER, Vilém. A Democratização da Fotografia. **Iris: Fotografia, Vídeo, Som**, São Paulo, n. 359, p.8, maio 1983. Mensal.

_____. **Filosofia da Caixa Preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. São Paulo: Annablume, 2011. 110 p.

FREUND, Gisèle. **Fotografia e Sociedade**. 3. ed. Lisboa: Nova Vega, 2010. Tradução de: Pedro Miguel Frade.

GERNSHEIM, Helmut. **A Concise History of Photography**. 3. ed. New York: Dover Publications, 1986. 314 p. (Dover Photography Collections).

GOMBRICH, Ernst H.. **A História da Arte**. 16. ed. Rio de Janeiro: Ltc, 1999. Tradução de: Álvaro Cabral.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. **Dialética do Esclarecimento**: Fragmentos Filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985. Tradução de: Guido Antonio de Almeida.

JANSON, Horst W.. **História da Arte**. 4. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1989. 824 p. Tradução de: J. A. Almeida Ferreira; Maria Manuela Rocheta Santos.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. 14. ed. Campinas: Papirus, 2012. (Coleção Ofício de Arte e Forma). Tradução de: Marina Appenzeller.

KOSSY, Boris. **Fotografia & História**. 4. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2012.

LEMOS, Carlos A. C.. Ambientação Ilusória. In: MOURA, Carlos Eugênio Marcondes de (Org.). **Retratos Quase Inocentes**. São Paulo: Nobel, 1983. Cap. 2. p. 47-113.

MAAR, Wolfgang Leo. Adorno, Semiformação e Educação. **Educação & Sociedade: Revista de Ciência da Educação**, Campinas, v. 24, n. 83, p.459-476, ago. 2003. Trimestral.

MACHADO, Arlindo. **A Ilusão Especular**: Introdução à Fotografia. São Paulo: Brasiliense, 1984.

_____. Atualidade do Pensamento de Flusser. In: BERNARDO, Gustavo; MENDES, Ricardo (Org.). **Vilém Flusser no Brasil**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000. Cap. 8. p. 131-143.

MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W.. **História do Design Gráfico**. 4. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2009. 720 p. Tradução de: Cid Knipel.

PUCCI, Bruno. A Teoria da Semicultura e suas Contribuições para a Teoria Crítica da Educação. In: ZUIN, Antônio A. S.; PUCCI, Bruno; RAMOS-DE-OLIVEIRA, Newton (Org.). **A Educação Danificada**: Contribuições à Teoria Crítica da Educação. 2. ed. Petrópolis: Vozes; São Carlos: EdUFSCar, 1998. Cap. 3. p. 89-115.

SONTAG, Susan. **Sobre Fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004. Tradução de: Rubens Figueiredo.

SOUGEZ, Marie-Loup. **História da Fotografia**. Lisboa: Dinalivro, 2001. Tradução de: Lourenço Pereira.

DOCUMENTOS ELETRÔNICOS

150,000,000 Photos. 2 ago. 2011. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/8758450298/150-000-000-photos>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

2012'S Most Popular Locations on Instagram. 27 dez. 2012. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/38962824191/2012s-most-popular-locations-on-instagram-what>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

A GROWING Team for the Opportunity Ahead. 1 fev. 2011. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/8756020239/a-growing-team-for-the-opportunity-ahead>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

A LOOK at Ads on Instagram. 24 out. 2013. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/64973363225/adsoninstagram>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

ABOUT Us: The Team. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://instagram.com/about/us>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

AFRICA, Every Day. @everydayafrica - **Every day Africa**. Disponível em: <<http://instagram.com/everydayafrica>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

ANDROID: Phone and Tablets. Desenvolvido pelo: Website Google Inc.. Disponível em: <<http://www.android.com/phones-and-tablets/>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

ANNOUNCING Instagram 4.1. 7 ago. 2013. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/57626639051/instagram-4-1>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

ANNOUNCING Instagram Profiles on the Web! 5 nov. 2012. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/35068144047/announcing-instagram-profiles-on-the-web>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

ARCHIVE Instagram. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/archive>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

ARRAIS, Daniela. @**daniarrais** - **Daniela Arrais**: Jornalista. Disponível em: <<http://instagram.com/daniarrais>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

ARRAIS, Daniela; VOLL, Luiza. **Instamission**. 4 fev. 2011a. Disponível em: <<http://instamission.com>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

ARRAIS, Daniela; VOLL, Luiza. **Instamission**: Sobre o Instamission. 4 fev. 2011b. Disponível em: <<http://instamission.com/#sobre>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

AYESHA, Samar. @**samar_ayesha** - **Samar Ayesha**. Disponível em: <http://instagram.com/samar_ayesha>. Acesso em: 21 jul. 2014.

BEYONCÉ. @**beyonce** - **Beyoncé**: Música. Disponível em: <<http://instagram.com/beyonce>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

BIEBER, Justin. @**justinbieber** - **Justin Bieber**: Música. Disponível em: <<http://instagram.com/justinbieber>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

CAPTURING the Moments of 2013 on Instagram. 16 dez. 2013. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/70207870798/top-moments-of-2013>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

CENTRAL de Ajuda do Instagram: Anúncios no Instagram. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<https://help.instagram.com/1415228085373580>>. Acesso em: 11 jul. 2014a.

CENTRAL de Ajuda do Instagram: Como faço para salvar versões em alta resolução de minhas fotos filtradas? Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<https://help.instagram.com/276722745781769?sr=1&query=resolucao&sid=04jGV6Q37d831c9F3>>. Acesso em: 11 jul. 2014b.

CENTRAL de Ajuda do Instagram: Fotos com você. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<https://help.instagram.com/186952328121982/>>. Acesso em: 11 jul. 2014c.

CENTRAL de Ajuda do Instagram: Instagram Direct. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<https://help.instagram.com/400205900081854>>. Acesso em: 11 jul. 2014d.

CENTRAL de Ajuda do Instagram: Mapa de Fotos. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<https://help.instagram.com/169549819835551>>. Acesso em: 11 jul. 2014e.

CENTRAL de Ajuda do Instagram: Vídeo no Instagram. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<https://help.instagram.com/442610612501386>>. Acesso em: 11 jul. 2014f.

CRUZ, Melissa. **Justin Bieber é o dono da foto mais curtida do Instagram em 2013**. 12 dez. 2013. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/12/justin-bieber-e-o-dono-da-foto-mais-curtida-do-instagram-em-2013.html>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

CYRUS, Miley. **@mileycyrus - Miley Cyrus**: Música. Disponível em: <<http://instagram.com/mileycyrus>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

DICAMPO, Peter; MERRILL, Austin. **Every day Africa**. Disponível em: <<http://everydayafrica.tumblr.com/>>. Acesso em: 21 jul. 2014a.

DICAMPO, Peter; MERRILL, Austin. **Every day Africa: Info**. Disponível em: <<http://everydayafrica.tumblr.com/#/about>>. Acesso em: 21 jul. 2014b.

DICAMPO, Peter; MERRILL, Austin. **Every day Africa: Photographers**. Disponível em: <<http://everydayafrica.tumblr.com/#/about/photographers>>. Acesso em: 21 jul. 2014c.

DOCUMENTING 2012 Through Instagram. 26 dez. 2012. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/38879583079/documenting-2012-through-instagram-to-see-more>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

FIRST Three Months in Photos. 6 jan. 2011. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/8755526627/first-three-months-in-photos>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

GOMEZ, Selena. **@selenagomez - Selena Gomez: Música**. Disponível em: <<http://instagram.com/selenagomez>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

GOOGLE: About Company. Desenvolvido pelo: Website Google Inc.. Disponível em: <<http://www.google.com/about/company/>>. Acesso em: 11 jul. 2014a.

GOOGLE: About Company Timeline. Desenvolvido pelo: Website Google Inc.. Disponível em: <<http://www.google.com/about/company/timeline/>>. Acesso em: 11 jul. 2014b.

GRANDE, Ariana. **@arianagrande - Ariana Grande: Música**. Disponível em: <<http://instagram.com/arianagrande>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

ICONOSQUARE. **Top Brands: Categories All**. 2005. Elaborada por Tripnity. Disponível em: <<http://index.iconosquare.com/>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

INSTAGRAM 3.0: Photo Maps & More. 16 ago. 2012a. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/29555443184/instagram-3-0-photo-maps-more-weve-been>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INSTAGRAM 3.2: Improved Camera with a New Filter. 10 dez. 2012b. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/37657978245/instagram-3-2-improved-camera-with-a-new-filter>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INSTAGRAM and Facebook: Looking Ahead. 6 set. 2012c. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/30996220545/instagram-and-facebook-looking-ahead-this-is-an>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INSTAGRAM as a Growing Business. 3 out. 2013a. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/63017560810/instagramasagrowingbusiness>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INSTAGRAM for Android: Available Now. 3 abr. 2012d. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/20411305253/instagram-for-android-available-now>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INSTAGRAM for Android: One Year Later. 3 abr. 2013b. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/47035276788/instagram-for-android-one-year-later-one-year>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INSTAGRAM Now in 25 Languages. 21 dez. 2012e. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/38475918982/instagram-now-in-25-languages-weve-got-some>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INSTAGRAM Tips: Using Hashtags. 15 fev. 2012f. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/17674993957/instagram-tips-using-hashtags>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INSTAGRAM Today: 150 Million People. 8 set. 2013c. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/60694542173/150-million>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INSTAMMISSION. **@instamission - Instamission**. 4 fev. 2011. Disponível em: <<http://instagram.com/instamission>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

INTRODUCING Hashtags on Instagram. 26 jan. 2011a. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/8755963247/introducing-hashtags-on-instagram>>.

Acesso em: 11 jul. 2014.

INTRODUCING Instagram Direct. 12 dez. 2013a. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/69789416311/instagram-direct>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INTRODUCING Instagram for Windows Phone. 20 nov. 2013b. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/67574689360/instagramforwindowsphone>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INTRODUCING Instagram v2.0. 20 set. 2011b. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/10444123475/v20>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INTRODUCING Photos of You. 2 maio 2013c. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/49445004952/photosofyou>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INTRODUCING: New Photo Pages. 28 jun. 2012. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://instagram.com/p/MbwrDDhQSY/>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

INTRODUCING Video on Instagram. 20 jun. 2013d. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/53448889009/video-on-instagram>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

JANA. @**jana.goldig** - **Jana**: Jana | 24 | Hamburg. Disponível em: <<http://instagram.com/jana.goldig>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

JENNER, Kendall. @**kendalljenner** - **Kendall Jenner**: Moda. Disponível em: <<http://instagram.com/KendallJenner>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

JENNER, Kylie. **@kyliejenner - Kylie Jenner**: Moda. Disponível em: <<http://instagram.com/kyliejenner>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

KARDASHIAN, Khloe. **@khloekardashian - Khloe Kardashian**: Televisão. Disponível em: <<http://instagram.com/khloekardashian>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

KARDASHIAN, Kim. **@KimKardashian - Kim Kardashian**: Televisão. Disponível em: <<http://instagram.com/KimKardashian>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

KOSSY, Boris. **Inventor Solitário**. 6 ago. 2008. Elaborada pela Revista de História da Biblioteca Nacional. Disponível em: <<http://www.revistadehistoria.com.br/secao/retrato/inventor-solitario>>. Acesso em: 10 jan. 2013.

KRIEGER, Michel. **@mikeyk - Mike Krieger**: Co-founder at Instagram. Disponível em: <<http://instagram.com/mikeyk>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

LEE, Jennifer. **@jennlee - Jennifer Lee**: Bestselling author. Disponível em: <<http://instagram.com/jennlee>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

MATIAS, Alexandre. **A 'orkutização' do Instagram e a natureza gregária da internet**: O Instagram criou uma bolha de falso glamour. 8 abr. 2012. Elaborado pelo caderno Link do jornal O Estado de São Paulo. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/alexandre-matias/2012/04/08/a-orkutizacao-do-instagram-e-a-natureza-gregaria-da-internet/>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

MEETUP: Instagram. 2011. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://www.meetup.com/instagram/>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

NAVA, Marcelo. **@marcelonava - Marcelo Nava**: Collecting round things around me. Disponível em: <<http://instagram.com/marcelonava>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

NEWS. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <http://blog.instagram.com/tagged/instagram_news>. Acesso em: 11 jul. 2014.

NEYMAR. @**neymarjr** - **Neymar**: Esporte. Disponível em: <<http://instagram.com/neymarjr>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

PHOTO and Video Features. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <http://blog.instagram.com/tagged/photo_feature>. Acesso em: 11 jul. 2014.

PHOTO Tips: Tilt-shift & Depth of Field. 17 nov. 2011. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/12944993717/tilt-shift-and-dof>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

PRIVACY & Safety on Instagram. 30 ago. 2012. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/30559214465/privacy-safety-on-instagram>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

REFAELI, Geffen. @**dailydoodlegram** - **Dailydoodlegram**: Ilustradora. Disponível em: <<http://instagram.com/DailyDoodleGram>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

SPONSORED Photos and Videos. 24 out. 2013. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://instagram.com/about-ads>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

SYSTROM, Kevin. **Instagram + Facebook**. 9 abr. 2012. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/20785013897/instagram-facebook>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

_____. **Instagram Today: 100 Million People**. 26 fev. 2013a. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/44078783561/100-million>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

_____. **Instagram: One Year Later**. 6 out. 2011. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/11110125667/oneyear>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

_____. **Introducing Your Instagram Feed on the Web**. 5 fev. 2013b. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/42363074191/instagramfeed>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

_____. **The Instagram Community:** One Million and Counting. 20 dez. 2010. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/8755444024/the-instagram-community-one-million-and-counting>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

_____. **@kevin - Kevin Systrom:** CEO & Co-founder of Instagram. Disponível em: <<http://instagram.com/kevin>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

THANKSGIVING Day on Instagram. 23 nov. 2012. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/36359968655/thanksgiving-day-on-instagram>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

THE Instagram Community Hits 80 Million Users. 26 jul. 2012. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/28067043504/the-instagram-community-hits-80-million-users>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

THE Instagram Community: Ten Million and Counting. 26 set. 2011. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/10692926832/10million>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

THE Week on Instagram. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/tagged/the-week-on-instagram>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

TIPS. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/tagged/tips>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

TOP Locations on Instagram in 2013. 13 dez. 2013. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/69877035043/top-locations-2013>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

UPDATE: What's New in Android Version 1.1.0. 8 maio 2012a. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/22687540722/update-whats-new-in-android-version-1-1-0>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

UPDATE: What's New in Version 2.1. 10 fev. 2012b. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/17391329491/update-whats-new-in-version-2-1>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

UPDATE: What's New in Version 2.2. 29 fev. 2012c. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/18526791192/update-whats-new-in-version-2-2>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

USER Spotlights. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <http://blog.instagram.com/tagged/user_feature>. Acesso em: 11 jul. 2014.

VOLL, Luiza. @luizavoll - Luiza Voll: Publicitária. Disponível em: <<http://instagram.com/luizavoll>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

WEEKEND Hashtag Project. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/tagged/weekend-hashtag-project>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

WEEKEND Hashtag Project: #throughthefence. 21 nov. 2011. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/13120184445/throughthefence>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

WEEKEND Hashtag Project: #WHPselfportrait. 22 nov. 2013. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/67788793953/whp-98>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

WELCOME to Instagram. 5 out. 2010. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/8755272623/welcome-to-instagram>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

WE'RE the 2011 App Store iPhone App of the Year! 8 dec. 2011. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/13928169232/were-the-2011-app-store-iphone-app-of-the-year>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

WHO Joined Instagram in 2012. 28 dez. 2012. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/39051796398/who-joined-instagram-in-2012-this-past-year-has>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

WORLDWIDE InstaMeet: 24 March 2011. 24 fev. 2011. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/8756201749/worldwide-instameet-24-march-2011>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

YEAR in Review. 2011a. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/tagged/yearinreview>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

YEAR in Review: 2011 in Numbers. 31 dez. 2011b. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/15086846976/year-in-review-2011-in-numbers>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

YEAR in Review: Instagram em 2012. 29 dez. 2012. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/39142353889/year-in-review-instagram-in-2012-2012-has-been>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

YEAR in Review: Top 15 Places to Take An Instagram Photo. 20 dez. 2011c. Desenvolvido pelo: Website Instagram Inc.. Disponível em: <<http://blog.instagram.com/post/14528359286/year-in-review-top-15-places-to-take-an-instagram>>. Acesso em: 11 jul. 2014.