

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**MUNDOS-MOSAICOS: A ESTETIZAÇÃO DO COTIDIANO NO INSTAGRAM**

MANUELA DE MATTOS SALAZAR

Recife

2017

MANUELA DE MATTOS SALAZAR

**MUNDOS-MOSAICOS: A ESTETIZAÇÃO DO COTIDIANO NO INSTAGRAM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Estéticas e culturas da imagem e do som

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Nina Velasco e Cruz

Recife

2017

Catálogo na fonte  
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

S161m Salazar, Manuela de Mattos  
Mundos-mosaicos: a estetização do cotidiano no Instagram / Manuela de  
Mattos Salazar. – Recife, 2017.  
132 f.: il., fig.

Orientadora: Nina Velasco e Cruz.  
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro  
de Artes e Comunicação. Comunicação, 2017.

Inclui referências.

1. Instagram. 2. Estetização do cotidiano. 3. Fotografia vernacular. 4.  
Cultura visual. I. Cruz, Nina Velasco e (Orientadora). II. Título.

302.23 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC 2017-88)

MANUELA DE MATTOS SALAZAR

TÍTULO DO TRABALHO: “MUNDOS-MOSAICOS: A ESTETIZAÇÃO DO COTIDIANO NO INSTAGRAM”

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em: 06/03/2017

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Dra. Nina Velasco e Cruz (orientadora)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Profa. Dra. Ângela Freire Prysthon (membro interno)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof.. Dr. Antonio Pacca Fotorelli (membro externo)  
Universidade Federal do Rio do Janeiro/ECO

*Em memória de meu avô Oscar Salazar,  
de minha avó Janira Falcão Farias,  
e da amiga Barbara Gollner*

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, serei eternamente grata àqueles que desde o início me incentivam a seguir a intuição quando o assunto são meus sonhos: minha mãe Jussara, que me trouxe a poesia, e meu pai José, que me ensinou a ponderar. À minha irmã Mariana agradeço por ter me mostrado a importância de se buscar um trabalho que nos complete. E ao João, obrigada por me ensinar a amar a fotografia e a viver com mais paciência. Ao Henrique, agradeço pelo apoio incondicional em todas as etapas, com tanto amor e incentivo.

Difícil mensurar em palavras a importância do encontro com Nina. Nossa relação ultrapassou a formalidade da academia, e nos tornamos, sobretudo, amigas. Obrigada por tudo!

Agradeço especialmente aos professores membros da banca Angela e Fatorelli, e a todos o que despertaram reflexões neste período do mestrado: Afonso, Alfredo, Eduardo e Stephen. Também sou grata aos técnicos administrativos do PPGCOM, e aos colegas das disciplinas cursadas. Fica o carinho especial aos membros do grupo de estudos Imagem Tempo e Memória, e às amigas Olga e Liliana. Gostaria também de agradecer aos alunos da disciplina Cinema e Fotografia: Interseções, que receberam uma professora completamente inexperiente em sala de aula e cresceram junto comigo no apreço pelas teorias da imagem.

Agradeço às queridas amigas Amanda, Antonella, Flávia, Elisa, Iasa, Naiady e Julia, pelos onze anos de união e apoio. Sou imensamente grata também a meus amigos Jeniffer, Patrick e Maria. Um abraço especial para os amigos que me ajudaram de maneira especial neste período do mestrado: Marília, Renata, Juraj, Rodrigo A., Bellinha, Manu, Thais O., Larissa, Barbara, Kilma e Raíza e Mariana C..

Sou grata também aos colegas do INCITI, que me apresentaram a possibilidade de uma vida acadêmica pautada em inovação, criatividade, e pensamento coletivista. Um abraço especial para Rodrigo É., Bruna, Tatinha, Bela, Rafinha, Sabrina, Amandinha, Carol, Raquel, Karuna, os demais “flamejantes” e para os professores Roberto, Circe e Luiz.

Por fim, sou grata pelo financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento em Nível Superior (Capes) para realização do mestrado. Não foi um período fácil para se estar fazendo pesquisa o Brasil. Mas finalizo esse processo com a certeza amplificada de que o país só crescerá se retomar seus investimentos em ensino, pesquisa e extensão, e isto inclui financiar pesquisas nas ciências humanas que possam provocar reflexões sobre nossos comportamentos em sociedade, e nos ajudar a reencontrar caminhos para tempos melhores.

## RESUMO

Esta dissertação investiga o encontro entre a estética e o cotidiano em imagens da rede visual Instagram e questiona: o que faz algo ser *instagramável*? Pensa-se a partir do conceito *mundomosaico* de Flusser, que estabelece que atualmente a humanidade vive e conhece por meio de fotografias, compondo um grande e movente mosaico. Metodologicamente, 900 imagens foram coletadas entre as fotografias compartilhadas publicamente com a *hashtag* #postitfortheaesthetic. A partir de alguns parâmetros pensados por Manovich, as imagens foram catalogadas e divididas em categorias e subcategorias, compondo, dessa maneira, uma série de mosaicos que auxiliam na determinação de características estéticas recorrentes. Promoveu-se então uma discussão a respeito do entrelaçamento entre a vida cotidiana e a estética, em um debate constantemente permeado por reflexões sobre fotografia. Discutiram-se, assim, as teorias da fotografia vernacular e teóricos que abordam a sensibilidade sobre os pequenos detalhes da vida corriqueira, como Stewart, Rancière, Highmore e Saito. Também pensaram-se as conexões entre o habitual, o cotidiano, os objetos de consumo e a arte, na estetização contemporânea do cotidiano, a partir de teorias da arte com Danto, Duchamp e Warhol e de outros teóricos e artistas do século XX, como Baudrillard, Lipovetsky, Featherstone e Schmid. Com tudo isso, tornou-se possível uma reflexão a respeito da criação de imagens técnicas na cultura visual do Instagram e a determinação de algumas características estéticas e fundamentais das fotografias compartilhadas nesta rede visual.

**Palavras-chave:** Instagram. Estetização do cotidiano. Fotografia vernacular. Cultura visual.

## ABSTRACT

This research investigates the encounter of aesthetics and the everyday in pictures of Instagram's visual network. It questions what is something *instagrammable*, departing from Flusser's concept of a *mosaic-world*, which establishes that humanity nowadays lives and knows through pictures that eventually compose a great and moving mosaic. Methodologically, it used 900 images collected from the publicly shared pictures of Instagram's hashtag #postitfortheaesthetic. Thinking of certain parameters established by Manovich, it catalogued and divided these pictures into categories and subcategories, and then composed a series of mosaics to help determining recurrent aesthetic features. It also promotes a discussion about the intertwinement of everyday life and aesthetics, in a debate which is constantly permeated by thoughts on photography. It discusses vernacular photography theories as well as the work of scholars that address the sensibilities created by the little details in everyday life, such as Stewart, Rancière, Highmore and Saito. It also reflects on the connections between habits, the ordinary, and objects of consumerism and of art, in the contexts of everyday life aestheticization, through the art theories of Danto, Duchamp and Warhol, and other twentieth century authors and artists such as Baudrillard, Lipovetsky, Featherstone and Schmid. With all of that, it became possible to think about the creation of technical images in the visual culture of Instagram and to determine some aesthetic and fundamental aspects of the pictures shared in this visual network.

**Keywords:** Instagram. Everyday aestheticization. Vernacular photography. Visual culture.

“Os vaga-lumes, depende apenas de nós não vê-los desaparecerem...Devemos, portanto, - em recuo do reino e da glória, na brecha aberta entre o passado e o futuro - nos tornar vaga-lumes e, dessa forma, formar novamente uma comunidade do desejo, uma comunidade de lampejos emitidos, de danças apesar de tudo, de pensamentos a transmitir. Dizer sim na noite atravessada de lampejos e não se contentar em descrever o não da luz que nos ofusca”

Georges Didi-Huberman, *A Sobrevivência dos Vagalumes*

“La véritable voyage de découverte ne consiste pas à chercher de nouveaux paysages, mais à avoir de nouveaux yeux”

Marcel Proust

“Art is a guaranty of sanity”

Louise Bourgeois

“El afecto es revolucionario”

*Dizeres em um muro da Plaza del Pumarejo, Sevilla*

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIG 1</b>	<i>Crazy Quilt</i> por Rebecca Palmer, 1984, veludo e seda	13
<b>FIG 2</b>	900 imagens marcadas com a <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetics	16
<b>FIG 3</b>	Exemplo de fotografia vernacular	22
<b>FIG 4</b>	Exemplos do Modo <i>Casual</i>	28
<b>FIG 5</b>	Exemplos do Modo <i>Profissional</i>	29
<b>FIG 6</b>	Exemplos do Modo <i>Designed</i>	30
<b>FIG 7</b>	Exemplos do Modo <i>Designed 2</i>	32
<b>FIG 8</b>	Iwao Yamawaki - <i>Untitled (Composition with eggs and string, Bauhaus)</i> 1930-2	33
<b>FIG 9</b>	Amostra do perfil @postitfortheaesthetic	35
<b>FIG 10</b>	900 imagens marcadas com a <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetics	36
<b>FIG 11</b>	Proporção de categorias na #postitfortheaesthetic nas 900 imagens pesquisadas	38
<b>FIG 12</b>	Seleção de imagens da subcategoria <i>objetos cotidianos</i> da <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetic	39
<b>FIG 13</b>	Seleção de imagens da subcategoria <i>botânica</i> da <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetic	40
<b>FIG 14</b>	Seleção de imagens da subcategoria <i>comida</i> da <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetic	41
<b>FIG 15</b>	Fotos com café ou chá da subcategoria <i>comida</i> , na <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetic	42
<b>FIG 16</b>	Seleção de imagens da subcategoria <i>decoração</i> da <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetic	43
<b>FIG 17</b>	Seleção de imagens da subcategoria <i>paisagem</i> da <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetic	44
<b>FIG 18</b>	Seleção de imagens da subcategoria <i>cidade</i> da <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetic	45
<b>FIG 19</b>	Seleção de imagens da subcategoria <i>arquitetura</i> da <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetic	46
<b>FIG 20</b>	Seleção de imagens das subcategorias <i>selfies</i> (primeira linha), <i>retratos</i> (segunda e terceira linhas) e <i>grupos</i> (quarta linha) da <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetic	47
<b>FIG 21</b>	Seleção de imagens da subcategoria <i>fragmentos</i> da <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetic	48
<b>FIG. 22</b>	Seleção de imagens com “pequenas coisas da vida”	54
<b>FIG. 23</b>	<i>Música no Jardim de Tuileries</i> , Édouard Manet, 1862	57
<b>FIG. 24</b>	Foto do usuário @jordanrisa da <i>hashtag</i> #postitfortheaesthetic	59
<b>FIG. 25</b>	Mrs Elizabeth Jonhntone Hall, pescadora, Octavius Hill e Adamson	63
<b>FIG. 26</b>	<i>Mending Nets</i> , Alfred Stieglitz	64
<b>FIG. 27</b>	<i>Bodegon com cachorros</i> , Francisco de Zurbarán, 1650	67
<b>FIG. 28</b>	<i>La Table Servie</i> – Nicéphore Niepce – aproximadamente 1826	69
<b>FIG. 29</b>	<i>Nature Morte</i> , Daguerre, 1837	69
<b>FIG. 30</b>	<i>Still life of the washerwoman</i> , Hermann Krone, 1853	71
<b>FIG. 31</b>	Tableux: Pêras e pêssegos através dos séculos	73

<b>FIG. 32</b>	Seleção de imagens inspiradas em naturezas mortas da <i>#postitfortheaesthetic</i>	75
<b>FIG. 33</b>	<i>My Bed</i> , Tracy Emin, 1998	81
<b>FIG. 34</b>	Imagem de cama publicada por @alredmond em 24/11/2016	83
<b>FIG. 35</b>	<i>A fonte</i> , 1917, Marcel Duchamp. Fotografia: Alfred Stieglitz	85
<b>FIG. 36</b>	<i>Brillo Box</i> , 1964-1968 no Museu Casa Berardo – Lisboa	86
<b>FIG 37</b>	<i>Andy Warhol carries a Brillo Box Sculpture</i> , Billy Name, 1964	87
<b>FIG 38</b>	Página do livro “Things” de Joachim Schmid, 2008-2011	88
<b>FIG 39</b>	Imagens da categoria <i>coisas</i> da <i>hashtag</i> <i>#postitfortheaesthetic</i>	89
<b>FIG 40</b>	<i>#Duchamp</i> : foto de @widestreamfilms no Instagram	90
<b>FIG 41</b>	Perfil do usuário @felipeveloso no Instagram	92
<b>FIG 42</b>	<i>Excellences &amp; Perfections</i> (Instagram, 8/072014), Amalia Ulman, 2015	93
<b>FIG 43</b>	Imagens da subcategoria <i>retratos</i> da <i>hashtag</i> <i>#postitfortheaesthetic</i>	94
<b>FIG 44</b>	Imagens de ensaio da fotógrafa tailandesa Chompoo Baritone	98
<b>FIG 45</b>	Imagens casuais (linha superior) e imagens calculadas (linha inferior)	113
<b>FIG 46</b>	Seleção de imagens “flat lay” da categoria <i>coisas</i> da <i>#postitfortheaesthetic</i>	115
<b>FIG 47</b>	Seleção de imagens “de cima para baixo” da <i>hashtag</i> <i>#postitfortheaesthetic</i>	116
<b>FIG 48</b>	Seleção de imagens centralizadas da categoria <i>espaço</i> da <i>hashtag</i> <i>#postitfortheaesthetic</i>	118
<b>FIG 49</b>	Seleção de composições diagonais da <i>hashtag</i> <i>#postitfortheaesthetic</i>	119
<b>FIG 50</b>	Seleção de imagens com pouca saturação da <i>hashtag</i> <i>#postitfortheaesthetic</i>	120
<b>FIG 51</b>	Seleção de imagens com fundo branco da <i>hashtag</i> <i>#postitfortheaesthetic</i>	121

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>A paisagem de uma pesquisa</b> .....	13
<b>2</b>	<b>Mundo-mosaico: poste pela estética</b> .....	20
2.1	Olhares vernaculares.....	20
2.2	Modos de expressão no Instagram.....	27
2.3	Mundos mosaicos: o corpus de uma pesquisa.....	34
2.4	Coisas: objetos cotidianos, botânica, comidas & bebidas.....	39
2.5	Espaços: decoração, paisagem, cidade, arquitetura.....	42
2.6	Corpos: fragmentos, <i>selfies</i> , retratos e grupos.....	46
<b>3</b>	<b>O esplendor do insignificante</b> .....	49
3.1	Flânerie e a botânica do asfalto.....	55
3.2	O regime estético.....	60
3.3	Diálogos entre objetos.....	64
3.4	Estéticas e cotidianos.....	76
<b>4</b>	<b>A estetização do cotidiano</b> .....	80
4.1	O apagar das fronteiras entre arte e cotidiano.....	83
4.2	Transformar a vida em obra de arte.....	85
4.3	O fluxo veloz de signos e imagens.....	95
4.4	A era transestética.....	99
<b>5</b>	<b>O <i>instagramável</i> e as estéticas do Instagram</b> .....	102
5.1	O “código estético” e o <i>instagramável</i> .....	103
5.2	As estéticas do Instagram.....	112
<b>6</b>	<b>Considerações finais</b> .....	126
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	131

## 1 A paisagem de uma pesquisa

Antes de tudo, é preciso apresentar a “paisagem de uma pesquisa”, como a chama Michel de Certeau. A partir de metáfora conceitual de Deleuze & Guatarri, penso que um projeto de pesquisa se inicia liso como um deserto, e aos poucos, a partir do alinhavar de seus estriamentos, da marcação de seus pontos de encontro e divergência, das conexões entre referências, análises, e reflexões, surge um emaranhado intrigante de breves respostas e novos questionamentos. “O espaço liso não para de ser traduzido, transvertido em um espaço estriado: o espaço estriado é constantemente revertido, devolvido a um espaço liso” (DELEUZE & GUATARRI, 1997, p. 180). Nessa contradição entre o estriar do liso e o alisamento e a expansão deste espaço entrecortado, notamos não haver diferença fundamental entre as perguntas e as tentativas de resposta: a pesquisa é muito mais o processo que seus resultados, alinhavados aqui como uma colcha de retalhos, com sua mistura de elementos, cores e texturas; conceitos, autores, ideias.

Fig 1: *Crazy Quilt* por Rebecca Palmer, 1984, veludo e seda



Fonte: Brooklyn Museum - Wikimedia Commons

Como nos *crazy quilts* americanos (Fig 1), a construção do conhecimento se dá de maneira descentralizada: vamos justapondo elementos aparentemente descontraídos e irregulares, mas cuja união resulta em um objeto coeso, fruto de trabalho coletivo, e apreciado

por sua natureza múltipla, plural. Esta é para nós uma abordagem adequada, dado o caráter fragmentário de nosso objeto de pesquisa. A paisagem dessa pesquisa se encontra localizada no difuso espaço fronteiro entre a arte e a vida que, para Rauschenberg (Apud DANTO, 2005, 48), é o “vão estreito” onde vivem os artistas, e onde talvez todos nós vivamos hoje.

“*Estar no mundo fotográfico implica viver, conhecer, valorar e agir em função de fotografias. Isto é: existir em um mundo-mosaico*”. Com estas duas sentenças, Flusser (1998, 86, grifo do autor) desenha um mundo onde nossas vivências são como um jogo de combinações e recombinações de experiências vividas através de imagens. Nele, conhecer passa a ser editar séries fotográficas que recomponham nossa visão de mundo de uma maneira individual e coerente; valorar passa a ser escolher certas fotografias como modelos de comportamento e recusar as demais. O caráter visionário do filósofo nos impressiona, ele parece resumir a cultura visual que surge a partir da criação do aplicativo Instagram em 2010. O objetivo do jogo desta rede visual é transformar os tecidos moventes da vida cotidiana em séries de imagens que denotem experiências, sensações, combinando-as em coleções coerentes, mas fugindo de fluxos especificamente narrativos. Uma perfil do Instagram pode funcionar, por exemplo, como uma declaração autobiográfica, um testamento, um arquivo, um documento, uma peça de ficção. Através do enquadramento, da edição e do compartilhamento de momentos escolhidos, e da exclusão de outros instantes, constroem-se *mundos-mosaicos* individuais. As imagens que os compõem passam também, então, a integrar o *mundo-mosaico* da comunidade, que, pelo constante movimento de atualização, demonstra fluidez permanente, com temporalidades que escorrem pelos dedos, a qualquer tentativa de entender este conjunto como uma unidade coesa ou fechada. O *mundo-mosaico* constitui dessa forma uma espécie de *crazy quilt* de imagens, onde cada retalho é um fragmento da expressão pessoal de um indivíduo (ou de um coletivo, de uma empresa, de uma mídia), cuja estética se pauta nessa cultura visual em constante expansão e transformação que visamos investigar.

Inicialmente, nossa proposta de pesquisa era investigar o excesso na fotografia vernacular digital, a partir da ideia de que os dispositivos fotográficos contemporâneos e os mecanismos de compartilhamento criavam um espaço de hiperconsumo de imagens no Instagram, alavancado pelas lógicas do consumismo na sociedade. Graças aos encontros proporcionados pelo mestrado – professores, colegas, autores, teorias, viagens, acasos –, novos rumos se estabeleceram, e passamos a pesquisar uma área discreta dentro dos estudos de comunicação e de estética: a *estética do cotidiano*, cujas abordagens se dedicam a investigar o

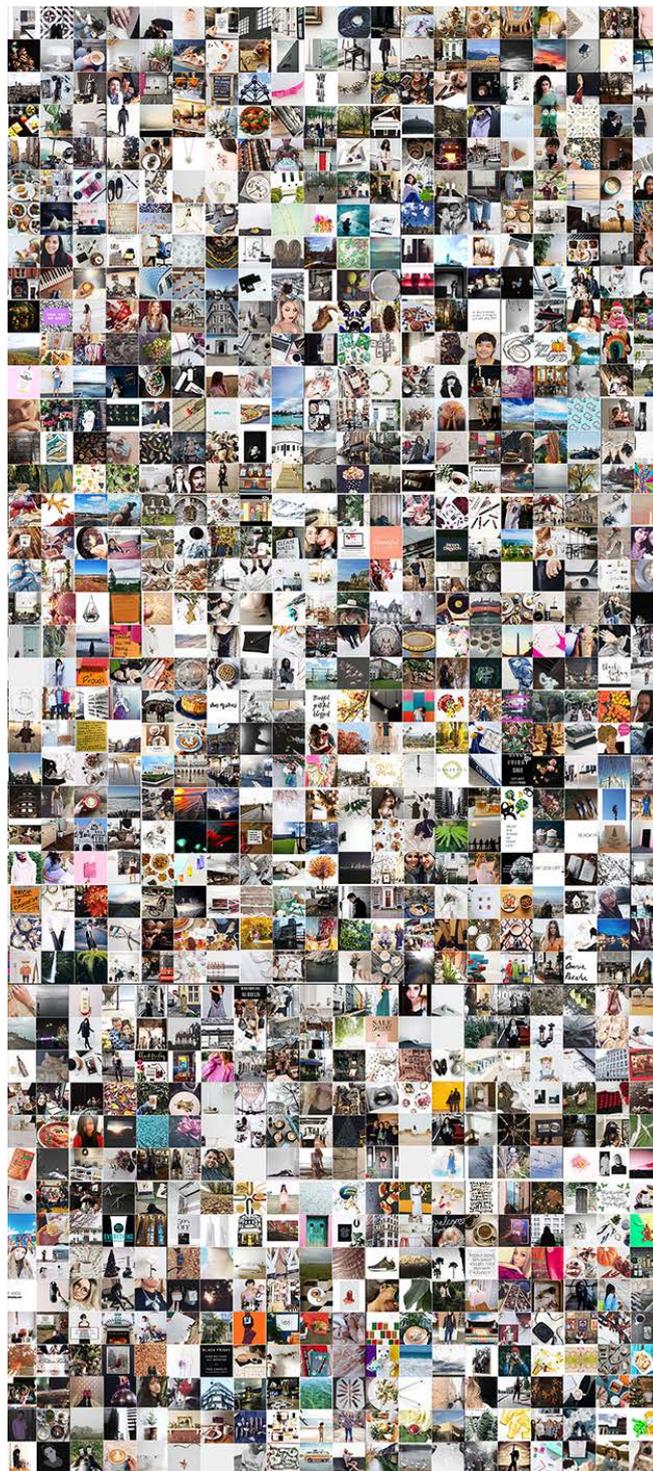
mundo das sensações, das percepções, das expressões de beleza, do sublime, e da transcendência, que transparecem (ou se ocultam) na nossa vivência do dia-a-dia, suas banalidades e seus objetos. A partir deste encontro, estabeleceram-se novos caminhos, que visavam investigar o papel de um olhar estetizante sobre a vida na construção de memórias pessoais e coletivas nas imagens do Instagram. Em um terceiro e derradeiro momento, contudo, percebemos ser necessário, antes de tudo, investigarmos as relações que se estabelecem entre esta fotografia praticada no Instagram e o conceito de estetização da vida cotidiana, para daí então prosseguirmos com a investigação das questões precedentes. O processo, portanto, serviu para afunilar a questão: onde se dá esse encontro entre cotidiano e estética no Instagram?

Durante a pesquisa, percebemos a relativa frequência com que as fotografias compartilhadas no Instagram retratam elementos cotidianos distanciados de seu contexto comum de usabilidade, e recontextualizados em outros cenários, mais comumente espaços isolados. Encontramos aí a pista para investigar a *estetização do cotidiano* como prática nesta rede visual. Assim, os enquadramentos, as ressignificações e as justaposições de elementos nessas imagens passaram a nos fornecer pistas sobre o que faz uma fotografia parte deste mundo-mosaico movente. O que potencializa o compartilhamento visual de uma cena, um objeto, um espaço ou um corpo? O que os torna algo fotografável para o contexto do Instagram? Ou melhor, apropriando-nos de um neologismo do inglês utilizado por usuários ativos desta rede visual, o que os faz ser *instagramáveis (instagrammable)*? Para a tarefa de investigar este questionamento, compusemos um mundo-mosaico para a pesquisa, selecionando um total de 900 imagens (Fig 2) retiradas do aplicativo a partir da *hashtag*<sup>1</sup> #postitfortheaesthetic (poste pela estética), e realizamos uma classificação de gêneros e estéticas, metodologia que detalharemos com profundidade no primeiro capítulo.

---

<sup>1</sup> Ferramenta de indexação de conteúdo comum em diversas redes sociais, que utiliza o símbolo #, conhecido em português como cerquilha, e em inglês como *hash* ou *octothorpe*. Começou a ser utilizado no chat Internet Relay Chat (IRC) nos anos 1990 para marcar conteúdos similares. Mais tarde, entre 2008 e 2009, ganhou popularidade no Twitter, rede que, em 2009, passou a fazer das *hashtags* hiperlinks para agregarem resultados contendo as palavras marcadas pelo símbolo. Atualmente, é usada por redes como YouTube, Tumblr, Google+, LinkedIn, Flickr e Instagram para organizar conteúdo e facilitar buscas. Em tese, qualquer palavra ou frase pode virar uma *hashtag*, a não ser que seja banida pela rede social, o que a torna um recurso quase infinito e de difícil controle. No Instagram, é uma ferramenta muito popular de indexação de conteúdo; a rede também utiliza a geolocalização das imagens para agregar imagens similares.

Fig 2: 900 imagens: o mundo-mosaico de uma pesquisa



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

É essencial que, antes de tudo, reflitamos brevemente sobre certo *status* da imagem fotográfica em nossa sociedade. Próxima de completar dois séculos de existência, a fotografia, mais cotidiana das artes, segue cercada por debates antigos sobre ser ou não ser uma forma de

arte mesmo após a transposição para o suporte digital. Em 1935, no célebre ensaio *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, Benjamin já destacava a inutilidade desta discussão, antes que se pensasse que o surgimento da fotografia pode ter sido o ato fundante de uma mudança no essencial da arte. Dubois (1993) inclusive inverte a questão e pergunta: “a arte tornou-se fotográfica?” Decidimos, portanto, que nesta dissertação iríamos além deste debate, pensando a fotografia *a partir* dos estudos de estética, história da arte e teoria da imagem, inserindo-a no contexto contemporâneo, em um cenário da arte ligada diretamente à tecnologia, ao cotidiano, e à relação dos indivíduos com o mundo. Também se faz necessário ultrapassar o lugar comum de que a invenção da fotografia libertou outras artes, sobretudo as pictóricas, do exercício mimético e da necessidade de representar a realidade. Nesta linha de pensamento de causa e consequência, a fotografia teria, a partir de seu surgimento, devolvido à pintura a bidimensionalidade, que, assim, teria retomado seu potencial de representação além do escopo do visível. Nela, os demais fatores que podem ter contribuído para essa transformação em nossa cultura visual são pouco observados, junto com outros desdobramentos para o desenvolvimento tanto da fotografia como de outras artes visuais.

Dito isso, no primeiro capítulo iniciamos a reflexão sobre como a sociedade tem produzido mais imagens do que nunca. Basta caminharmos pelo centros urbanos para observarmos que acontecimentos especiais ou corriqueiros, paisagens urbanas, cores, pontos turísticos, cenas cotidianas, detalhes rotineiros, todos despertam o uso voraz de câmeras de celulares, que registram o que acontece para ser compartilhado nas redes sociais. Acreditamos que a popularização dos celulares com câmera embutida, os *smartphones*, impulsionou de maneira exponencial a fotografia, em especial sua prática vernacular. Hoje, contrastando com a ubiquidade, temos uma fotografia não mais pensada como duradoura e sim como efêmera, a partir da lógica do *feed* — o carrossel de imagens das redes sociais em que, a cada instante, novas fotografias substituem as “velhas” fotografias compartilhadas um instante atrás. Uma fotografia transitória, fugidia, maleável, imediata. Dessa transitoriedade advém, para Murray (2008), uma “estética do cotidiano”, que enfatiza registros não mais apenas dos grandes momentos da vida, mas os ínfimos detalhes da esfera corriqueira de cada indivíduo.

A palavra Instagram, misto de “*instant*”, apelido em inglês das câmeras tipo polaroid, e “*telegram*”, de telegrama, nos dá ideia de rapidez, urgência, clique instantâneo e, de fato, o aplicativo foi criado com o objetivo de publicação imediata. Mas, com o tempo, o *feed* do

Instagram se tornou um espaço de cálculos estratégicos para alguns usuários, que, como destaca Manovich (2016), promovem um tipo diferente de fotografia, que se mistura com o *design* na composição e na temporalidade. São fotos geométricas, com contraste calculado entre figura e fundo, que criam uma atmosfera perfeita para expressar algo que o usuário-autor deseje, e um clima específico para promover a estetização do cotidiano. Partindo destas observações iniciais, o primeiro capítulo não só discute a cultura visual que se desenvolve com o advento do Instagram, mas detalha e classifica o conjunto de imagens que selecionamos para investigar o *instagramável*.

Em seguida, promovemos uma discussão aprofundada sobre os entrelaçamentos entre o cotidiano e a estética, debate esse constantemente permeado pela presença da fotografia. No capítulo II “O esplendor do insignificante”, investigamos os primórdios desta conexão, a partir das teorias da estética, dos regimes da arte pensados por Jacques Rancière, do desenvolvimento da tradição fotográfica do registro de coisas e objetos na fotografia de natureza morta do século XIX e suas repercussões no século XX, e do nascimento de sensibilidades que privilegiam a observação e o apreço dos pequenos detalhes da vida corriqueira.

O terceiro capítulo “A estetização da vida cotidiana na fotografia” discute esta mesma conexão, mas a partir da cultura visual dos séculos XX e XXI, e de teóricos como Arthur Danto, Jean Baudrillard, Mike Featherstone, Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, que pensam as conexões entre o habitual, o banal, o cotidiano e os objetos de consumo com a arte e o estético no mundo contemporâneo.

As 900 fotografias capturadas do Instagram serão o elemento essencial para que possamos refletir sobre o que vem a ser o *instagramável* ao longo da dissertação e, em especial, no quarto e último capítulo. Visamos entender o que se encontra em jogo para compelir um usuário dessa rede a fotografar algo, editar essa fotografia e compartilhar com os demais usuários. Que elementos, tendências, afirmações e negações compõe esta estética particular do aplicativo, quais são suas possíveis origens e repercussões?

Flusser afirma que todas as experiências humanas são modeladas e programadas pela arte:

Todos os nossos prazeres e tristezas, todas as experiências das cores, dos sons, das formas, das tessituras, dos perfumes que nós temos, todo sentimento de

amor e de raiva têm um modelo artístico. Nosso mundo é estruturado não somente pela nossa informação genética, mas também por nossa informação estética. Onde não há modelo estético, estamos “anestesiados” – nós não temos experiência nenhuma. Nós dependemos da arte para poder perceber o mundo. A arte é a nossa maneira de viver o real. (FLUSSER, In: IANNINI, G., GARCIA, D., FREITAS, 2015, 43)

Dessa metáfora flusseriana de um código estético, em paralelo ao código genético, vem a possibilidade que analisaremos: a estetização do cotidiano no contemporâneo como fruto de uma programação prévia, cujo código nos é imposto na percepção do real pela constante exposição a diversos tipos de imagens. O Instagram é um exemplo interessante para mobilizar esta teoria, já que seus usuários parecem buscar serem originais e únicos dentro de um sistema já programado, através das mesmas ferramentas de edição e dos mesmos formatos fotográficos. É a ressignificação da criatividade de que Flusser nos fala em *Universo das imagens técnicas* (2008, 107): em um mundo onde é impossível criar novas informações, o tempo do indivíduo criador com aura gloriosa dá lugar a um novo significado de “produção dialógica de informação eternamente reproduzível (e eternamente memorável)”.

## 2 Mundo-mosaico: poste pela estética

A rede visual Instagram está em constante expansão. Criada em 2010, conquistou um milhão de usuários em seus dois primeiros meses; em um ano pulou para dez milhões; em três anos já eram 150 milhões; e, em dezembro de 2016, a rede abarcava meio bilhão de usuários ativos, comunidade essa que produziu até novembro de 2016 um total de 40 bilhões de imagens, entre fotografias e vídeos, e que, diariamente, coloca na rede aproximadamente 95 milhões de imagens. Em uma torrente incessante de quase 1100 imagens por segundo, o Instagram compõe *mundos-mosaicos*, como passaremos a analisar neste capítulo que apresenta o *corpus* imagético de nossa pesquisa. Mas antes disso, consideramos essencial que aprofundemos um dos conceitos mais essenciais para o desenvolvimento desta pesquisa: a fotografia vernacular.

### 2.1 Olhares vernaculares

Do latim, *vernaculus*, termo etrusco, designa alguém nativo de um país, originário de escravos nascidos no país, pois provém de *verna*, palavra que significa “nativo, escravo nascido no país”. Em português, o adjetivo vernacular é uma variação de vernáculo, que de acordo com o dicionário Michaelis, tanto pode ser um adjetivo masculino que determina algo próprio de um país ou região; uma forma correta e sem mescla de estrangeirismos na fala ou na escrita; ou um substantivo masculino que determina o idioma típico de um país ou região. No verbete *vernacular* no dicionário de inglês Merriam-Webster aparecem novos usos: pode ser a nomenclatura comum de plantas e animais, diferente da designação científica; ou algo relacionado a um período, estilo ou lugar, em relação à Arquitetura. O dicionário Cambridge nos provê mais pistas com seus significados especializados: em Arquitetura, *vernacular* designa um estilo local para construção de casas comuns; já em literatura, arte, música, dança etc, trata-se de um estilo ligado às *pessoas comuns*.

Nossa evidência mais concreta, então, é a de que a fotografia vernacular é aquela realizada por pessoas *comuns*, mas, dada sua relatividade, o termo não nos esclarece muito a respeito da especificidade dessa fotografia. Para Batchen (2000), trata-se do gênero que é quase sempre excluído da história da fotografia: o das fotos comuns, feitas ou compradas por pessoas comuns, de 1839 até agora. “As fotografias que preocupam a casa e o coração, mas raramente

o museu ou a academia” (BATCHEN, 2000, 262)<sup>2</sup>. Chalfen (2002) expande esse escopo, ao pensar na *home media* – mídia doméstica –, em que inclui imagens feitas por parentes em nossas casas ou proximidades, para uso doméstico, mas também fotografias encomendadas como *books* de estúdio, fotos de casamento e outras cerimônias, assim como as fotos feitas por membros da família quando estão viajando, como turistas, visitantes etc. A “casa” seria uma metáfora para a privacidade e individualidade das motivações e propósitos destas imagens. Para Slater (1995), a fotografia está atada ao doméstico desde sua criação, misturando identidades coletivas e individuais em uma só narrativa familiar. “A fotografia foi capaz de deslocar a experiência privada do plano mundano, cotidiano e insignificante para o plano de momentos idealizados e de imagens em torno das quais as pessoas podem formar identidades socialmente significativas” (SLATER In: LISTER, 1995, 133-134)<sup>3</sup>.

Harrison (2002) destaca a importância de se diferenciar uma fotografia que retrate o cotidiano da fotografia dita “amadora”, que envolva um certo nível de treinamento por parte do fotógrafo, sem necessariamente ligar-se ao dia-a-dia e ao que é familiar. Os autores da fotografia vernacular costumavam ser, na maioria das vezes, anônimos, membros da classe trabalhadora, sem treinamento formal para a fotografia. Muitas dessas fotografias nem autores têm, ou são coletivas, ou mesmo feitas por profissionais sem renome, e reapropriadas, retrabalhadas por quem as detém. Batchen pesquisa especificamente os objetos desenvolvidos a partir dessas fotografias: porta-retratos, álbuns, daguerreótipos, joias, broches e outras preciosidades, cujo valor monetário na maior parte das vezes é mínimo; trata-se apenas de valor sentimental.

A rede de imagens Flickr tem uma série de galerias de arquivos digitalizados de fotos vernaculares encontradas, conhecidas como *found photography*. Em sua grande maioria são imagens com autores e retratados anônimos, acumuladas e comercializadas por colecionadores vorazes, tratadas como objetos estéticos, e utilizadas por artistas visuais, como Rosangela Rennó, Joachim Schmid, Christian Boltanski. Nesses arquivos, encontramos uma miríade de imagens, mas a maior parte tem um foco específico: retratar a figura humana em momentos especiais. Raras são as imagens não habitadas por pessoas que chegaram preservadas até nós,

---

<sup>2</sup> Tradução nossa: “(...) photographs that preoccupy the home and the heart but rarely the museum or the academy”

<sup>3</sup> Tradução nossa: “Photography has seemed capable of shifting private experience from the plane of the mundane, ordinary, insignificant onto a plane of idealised moments and imagens around which socially significant identities can be formed by people”

pois, como afirma Benjamin (2012, 109), renunciar ao humano “é para a fotografia a mais irrealizável de todas as exigências”. Também não se encontram facilmente fotografias vernaculares de momentos cotidianos, do ambiente de trabalho, ou mesmo retratos da intimidade, como este (Fig. 3) que nos mostra um momento de romance de um casal, refletido no espelho de uma penteadeira repleta de outras fotografias – que, pelo que se pode presumir, são retratos de estúdio, posados. A casualidade da imagem, a luz natural, a quase não-pose, o olhar indireto dos retratados – ele olha para ela, ela nos fita pelo espelho - e o discreto detalhe de uma manga bufante – provavelmente de uma mulher – refletida no espelho, que empunha uma câmera na altura do tronco - uma rolleiflex, quem sabe? -, tudo isso se soma para formar uma fotografia incomum. “A fotografia familiar não é documental em objetivo nem em atitude: ela é sentimental porque tenta fixar transcendência, momentos de ternura, identificações de pessoas, e momentos acumulados do tempo cotidiano e do mundano (...)” (SLATER In: LISTER, 1995, 134)<sup>4</sup>.

Fig 3: Exemplo de fotografia vernacular



Fonte: Arquivo de found photography Simple Insonia: <https://www.flickr.com/people/simpleinsonia/>

Como indica a maioria dos autores, a fotografia vernacular aborda principalmente dois temas: família – a câmera sempre presente em aniversários, casamentos, formaturas, reuniões,

<sup>4</sup> Tradução nossa: “Family photography is not documentary in aim or attitude: it is sentimental because it attempts to fix transcendent and tender emotions and identifications on people and moments hauled out of ordinary time and mundanity (...)”

festas - e turismo e lazer – fotografados constantemente em viagens, feriados, nas visitas à praia, durante as férias, no jardim de casa, em dias no parque. Para Sontag (1983), comemorar as conquistas dos indivíduos da família é o uso popular mais antigo da fotografia. Ao nos fotografarmos, criamos uma narrativa visual da família, que testemunha sua coesão. “Pouco importam as atividades fotografadas, contanto que as fotos sejam tiradas e estimadas” (SONTAG, 1983, 9).

Os arquivos de fotografias dos séculos XIX e início do século XX podem nos parecer repetitivos porque a fotografia vernacular é composta por padrões de temas e angulações. A singularidade de cada imagem se encontra incrustada no sentimento do familiar, na capacidade de se tornar um símbolo para momentos e épocas. “Cada um de nós valoriza nossa própria fotografia e a vê de maneira legítima como algo único, mesmo que encontremos imagens parecidas em coleções de amigos e de estranhos” (LANGFORD, 2001, 3)<sup>5</sup>. Isto porque, desde seu surgimento, a fotografia se tornou uma prática social com o objetivo de preservar ou refrescar nossas memórias, de materializá-las de alguma forma. As fotos vernaculares são instrumentos de reminiscência individual e comunitária, um modo de compartilharmos experiências, histórias, passados. Um outro propósito para valorizarmos nossas fotos mesmo sabendo que são parecidas com milhares de outras imagens, segundo Harrison (2002), é cultivarmos estes fragmentos visuais de nossas vidas, para comunicarmos quem somos, e de onde viemos, ou seja, a fotografia é também uma ferramenta para firmarmos uma identidade individual ou familiar.

Chalfen (2002), por sua vez, considera que são a familiaridade e a proximidade com essas fotografias que muitas vezes fazem com que elas sejam negligenciadas como objetos de estudo, colocadas nas categorias marginais das trivialidades e do lazer. Um possível motivo para a dita lacuna talvez seja o fato de que a fotografia vernacular é um objeto de difícil classificação, principalmente após a invenção da câmera individual de filme no início do século XX, e mais tarde, com a multiplicação exponencial do número de fotos produzidas até hoje a partir do advento da fotografia digital. Já Batchen (2000) advoga que essas imagens precisam ser estudadas, precisam ter sua história escrita. Nos registros históricos sobre a fotografia do século XIX, ainda temos uma seleção eclética de imagens, até porque as fotografias eram mais

---

<sup>5</sup> Tradução nossa: “Each of us values our own photographs and rightfully sees them as unique, even as we stumble on their doublés in the collections of friends and strangers”

escassas do que a partir do século XX, quando a história passou a enfatizar mais as ambições artísticas do meio, deixando para trás gêneros que não se encaixavam em uma visão formalista e cronológica da evolução da técnica. Trata-se de uma parte da história deixada às margens, e, delimita de fato aquilo que não é digno da atenção dos estudiosos, o que deixa uma lacuna, uma ausência, que podemos sentir ao nos debruçarmos teoricamente sobre tais imagens. Em um âmbito marginal, contudo, a fotografia vernacular foi e continua sendo um objeto de pesquisa em áreas como sociologia e estudos culturais, como “fotografia de família” ou “álbum de família”, em um universo temático mais focado na ideia de memória e de construção de identidades.

Ignorar a prática vernacular da fotografia, para Batchen, é uma estratégia que mascara um artifício raso utilizado para classificar apenas algumas imagens fotográficas como arte, enquanto outras são deixadas de lado. Trata-se de uma linha tênue, repleta de relativizações, a que coloca fotografias de um lado como arte e de outro como não artísticas. Foi ignorando a maior parte das imagens produzidas na fotografia que se tornou possível fundar uma história cognoscível. Ao negar toda a produção vernacular, historiadores estão de fato determinando a identidade da fotografia como outra coisa que não *essa* fotografia, constatação que deve nos forçar a abrir os olhos para as *outras* fotografias possíveis, e para pensar no desenvolvimento da fotografia vernacular com a chegada dos meios de reprodução digitais, e da fotografia feita em celulares compartilhada nas redes sociais.

Dito isso, podemos passar a refletir sobre os deslocamentos da fotografia vernacular a partir da presença massiva dos *smartphones*, e com o surgimento de redes sociais de compartilhamento de imagens como o Instagram. Harrison (2002) considera irônico que a fotografia vernacular do século XX esteja tão afastada dos temas do dia-a-dia, já que seus gêneros e temáticas recorrentes pouco têm a ver com o cotidiano e sim com ocasiões que fogem à rotina. No início do século XXI, com a chegada do digital, a fotografia sofre esse deslocamento: deixa de ser ligada apenas à memória e à celebração de momentos especiais em família e passa a ser muito mais um instrumento de autoafirmação e de mediação de experiências cotidianas além de ritos e cerimônias (DIJCK, 2007). As fotografias deixam de ser destinadas apenas aos álbuns familiares e passam a integrar a conversa cotidiana entre amigos, firmando laços pré-existentes.

Garde-Hansen (2014) pesquisa a relação dos jovens com a fotografia no contemporâneo, e contrapõe a noção de predominância da fotografia doméstica, como uma prática ligada apenas à memória e ao arquivo; hoje, entre adolescentes, a fotografia reforça laços de amizade. “Para esses jovens, administrar a fotografia cotidiana era fundamental para um processo constante e importante de ‘tornar-se’ (*becoming*), em contraponto ao mais tradicional e identitário-político foco no ‘ser’ (*being*)” (GARDE-HANSEN, 2014, 167)<sup>6</sup>. Com a câmera do celular sempre presente, esses jovens passam a documentar sua vida cotidiana, enquanto o registro das ocasiões especiais ainda fica na responsabilidade de seus pais. Um dos elementos de destaque na pesquisa foi o hábito de apagar imagens indesejadas, que estabelece um controle de qualidade e privacidade, necessário para o compartilhamento com audiências maiores. Garde-Hansen cria o termo “dinâmica de memória futura”, para designar esse movimento em que os jovens produtores de fotografias desenvolvem sua identidade com base no controle das imagens que podem e que não podem ser compartilhadas com seus amigos. “O poder sobre o apagamento é muito importante, se comparado ao desejo de seus pais de preservarem memórias” (Idem, 180)<sup>7</sup>.

Essa forte tendência de misturar fotografia com a vivência direta é parte de uma transformação cultural muito mais ampla, que envolve um foco maior na individualidade e na experiência (DIJCK, 2007). A ênfase no individualismo, na personalidade, no consumo, e as tentativas de ser um indivíduo “único” e “original” podem ser sentidas na produção vernacular contemporânea que encontramos nas redes sociais. “A fotografia digital é parte de uma transformação mais ampla em que o “eu” se torna o centro do universo virtual (...)” (DIJCK, 2007, 115)<sup>8</sup>. A fotografia agora é usada não apenas para documentar nossas vidas, mas para participarmos individualmente de trocas comunitárias, que reforçam nossas identidades como produtores e consumidores culturais, em espaços que privilegiem essas relações e dinâmicas, e criem ambientes propícios para este tipo de troca. A partir dessas transformações, comunidades visuais emergiram na internet desde o início dos anos 2000, desenvolvendo um novo vocabulário até então desconhecido, com nomes como Fotolog (2002), MySpace (2003), Orkut

---

<sup>6</sup> Tradução nossa: “For these young people, managing everyday photography was fundamental to a constant and important process of ‘becoming’ rather than a more traditional identity-politics focus on ‘being’”

<sup>7</sup> Tradução nossa: “The power over erasure is very important here compared to their parents’ desire to hold on to memories”

<sup>8</sup> Tradução nossa: “Digital photography is part of this larger transformation in which the self becomes the center of a virtual universe (...)”

(2004), Facebook (2004), Flickr (2004), Tumblr (2007), Instagram (2010), Snapchat (2011) e tantas outras redes sociais que tem como base o compartilhamento de fotos e vídeos e que retroalimentam a voracidade com que produzimos imagens atualmente.

Dentro dessas transformações na fotografia vernacular digital, poderíamos falar sobre memória, sobre o fenômeno da auto-representação, sobre as novas formas de interação social, e uma miríade de fatores, elementos e tendências. Escolhemos, contudo, pensar o papel da estetização do cotidiano a partir das fotografias vernaculares que enfatizam o mundano, o banal, o irrisório. Pesquisando o Flickr, Murray (2008) detecta o surgimento de uma “estética do cotidiano” na fotografia vernacular. Para ela, muito mais do que uma “embalsamadora do tempo” como celebrenemente estabeleceu André Bazin, a fotografia é hoje transitória, maleável, imediata, e efêmera, a partir da lógica do *feed* — o carrossel de imagens das redes sociais, em que, a cada segundo, novos conteúdos substituem os “velhos”, compartilhados um segundo atrás. É uma fotografia “dedicada à exploração do olhar urbano e sua relação com a decadência, a alienação, o kitsch e a habilidade de localizar beleza no mundano” (MURRAY, 2008, 155)<sup>9</sup>. Ou seja, a fotografia do Flickr trata menos dos momentos especiais da vida doméstica ou da auto-representação, e mais das pequenas descobertas visuais do dia-a-dia, retiradas da percepção sensível do cotidiano.

São fotos de muitos temas, como “garrafas, *cupcakes*, árvores, ruínas, elementos arquitetônicos” (MURRAY, 2008, 151)<sup>10</sup>, ou seja, elementos relacionados ao mundano, quase sempre com referências autobiográficas, que fornecem dicas ou referências diretas sobre a vida doméstica ou profissional dos usuários. Segundo a autora, é uma fotografia que difere da fotografia amadora inspirada no pictorialismo, com seu foco em realismo ou paisagem urbana, e também da fotografia de estúdio. “Alguns dizem que se trata de uma nova categoria fotografia chamada de ‘efêmera’” (MURRAY, 2008, 155)<sup>11</sup>.

Embora a fotografia digital não tenha revolucionado o campo ou levado a uma perda de autenticidade da imagem como se previa em seu início, ela alterou significativamente nossa relação com a prática da fotografia (quando pareada com os softwares de redes sociais), assim como nossas expectativas e

<sup>9</sup> Tradução nossa: “(...) dedicated to the exploration of the urban eye and its relation to decay, alienation, kitsch, and its ability to locate beauty in the mundane”

<sup>10</sup> Tradução nossa: “(...) (such as bottles, cupcakes, trees, debris, and architectural elements).

<sup>11</sup> Tradução nossa: “Some have claimed that it is indeed a new category of photography, called ‘ephemera’”.

interações com a imagem e uma estética cotidiana (MURRAY, 2008, 161)<sup>12</sup>.

A autora avalia que, com esta ênfase no cotidiano, o Flickr se tornou uma experiência colaborativa, onde os usuários profissionais e amadores compartilham uma exposição coletiva de memória, história, dia-a-dia e julgamento, traçando uma nova estética descentralizada e transitória da fotografia digital, que não respeita hierarquias tradicionais entre a fotografia amadora e a profissional, e, indo mais longe, entre a fotografia vernacular e a fotografia como arte.

## 2.2 Modos de expressão no Instagram

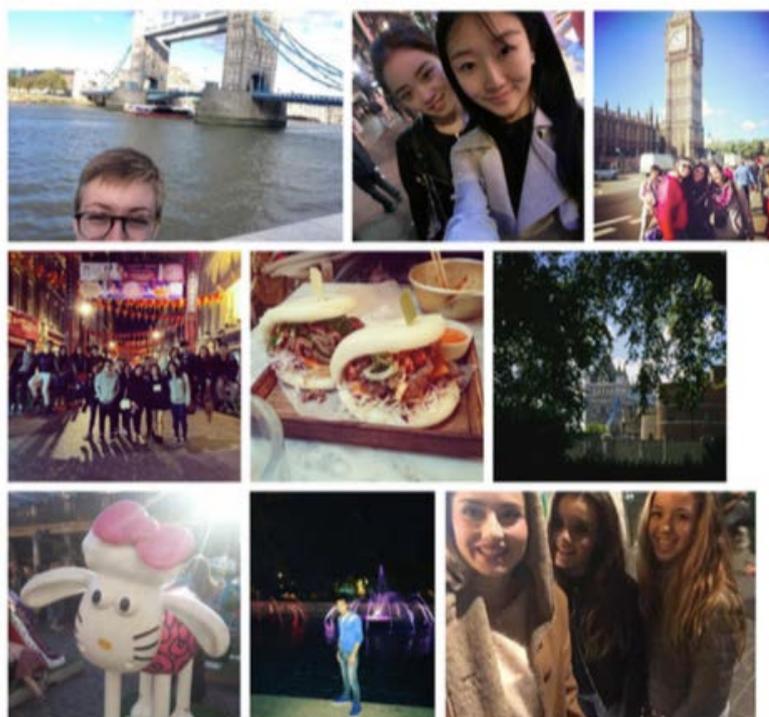
Assim como no Flickr, não é difícil identificarmos esta tendência apontada por Murray no Instagram. De maneira geral, dois elementos nos parecem essenciais à prática fotográfica vernacular desta rede visual: a estética e o cotidiano. Trata-se de um argumento corroborado por Manovich (2016a, 2016b, 2016c, 2016d) em artigos publicados em seu website, a partir de uma pesquisa em larga escala, com aproximadamente quinze milhões de fotografias postadas na rede. Diferentemente de investigações anteriores, o pesquisador e sua equipe olharam para a estética das imagens, tentando entender as maneiras como os usuários da rede seguem convenções da cultura visual vigente e, sobretudo, como temas, técnicas e estéticas compõem um conjunto de modos de expressar significados, de criar afetos, e de desenvolver laços entre autores e seus seguidores<sup>13</sup>. Assim, eles observaram estilos e escolhas visuais para promover

<sup>12</sup> Tradução nossa: “While digital photography has not revolutionized photography or led to a loss of the authenticity of an image as predicted early on, it has significantly altered our relationship to the practice of photography (when coupled with social networking software), as well as to our expectations for and interactions with the image and an everyday aesthetic.”

<sup>13</sup> Em resumo, o Instagram funciona através de um aplicativo disponível para iOS, Android e Windows Phone. Nele, pode-se compartilhar fotos, vídeos de até um minuto, e “histórias” na forma de vídeos e imagens. Há um “perfil” (cujo nome é marcado pelo símbolo arroba @) que concentra as fotos publicadas pelo usuário em um formato de mosaico, onde há espaço para informações, foto de perfil, e indicadores de quantidade de publicações, de “seguidores” (pessoas que “assinam” as publicações do usuário e as recebem no “feed” ou a linha do tempo) e de “seguindo” (pessoas que o usuário escolhe “seguir” e visualizar em seu próprio “feed”). No feed, ficam disponíveis as “histórias” dos usuários, e em seguida, organizadas por algoritmos de potencial de interesse, ficam as imagens compartilhadas nos perfis dos usuários “seguidos”, além de imagens que são anúncios pagos por empresas para aparecerem nos feeds de usuários. É possível interagir através de “likes” (clique no coração abaixo da imagem ou duas vezes sobre a imagem), comentar, compartilhar, e salvar. Há ainda uma área de busca, onde o aplicativo indica publicações relacionadas aos “gostos” do usuário (através de cálculos algorítmicos) e onde é possível procurar outros usuários, hashtags e fotos em determinados pontos geográficos. Há, por último, uma seção de notificações que lista as interações do usuário e dos “seguidos”. Em termos de publicação, é possível “postar” na seção “histórias”, recurso surgido em 2016 e dedicado à imagens, vídeos e GIFs que desaparecem em menos de 24 horas. Ou, na linha do tempo, onde se pode compartilhar fotografias e vídeos já prontos, ou utilizar a câmera

discussões não apenas sobre o aplicativo Instagram, mas a respeito da cultura fotográfica digital da última década, pautada principalmente no uso de *smartphones* e *cameraphones*. Interessamos principalmente a classificação desenvolvida por Manovich (2016a) dos três principais modos de expressão do Instagram – *Casual*, *Professional* e *Designed* - que, segundo o autor, é útil para revelar continuidades e diferenças entre a fotografia praticada no aplicativo e em períodos anteriores da história. Em uma das fases da pesquisa, seu laboratório observou 152 mil imagens compartilhadas publicamente na cidade de Londres em setembro de 2015, e identificou um total de 80% de fotos *casuais*, cerca de 11% de fotos *profissionais* e 9% das imagens *designed*. Essas porcentagens podem variar entre grupos diferentes, mas a pesquisa afirma que podemos entender que o padrão quantitativo das categorias permanece estável em diversas demografias do Instagram.

Fig 4: Exemplos do Modo *Casual*



Fonte: MANOVICH, Lev, 2016, capítulo 1, p. 12-13

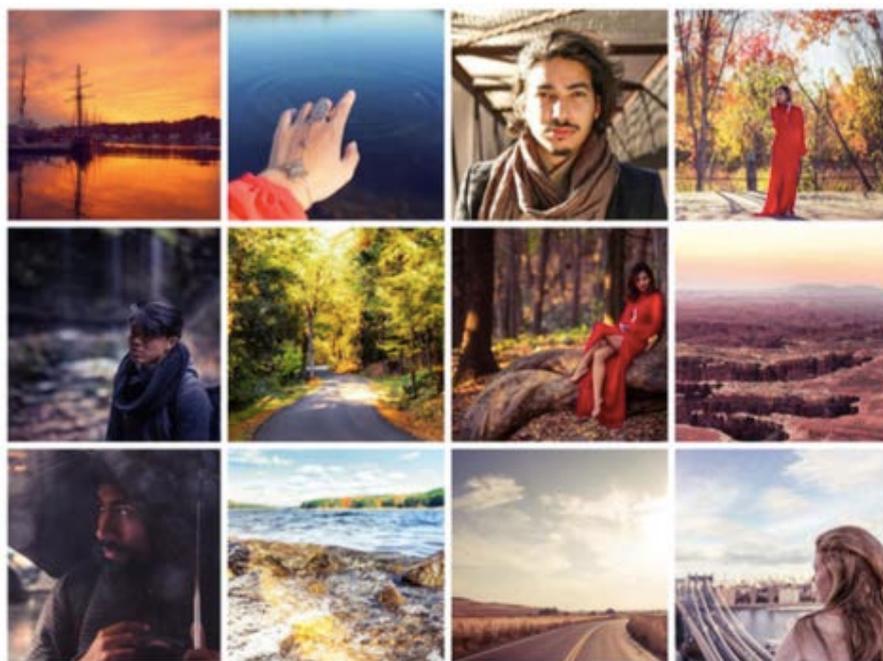
No modo *casual* (Fig 4), temos imagens que reproduzem os ideais do “modo doméstico” de Chalfen, similar ao da fotografia vernacular do século XX e suas atualizações. Os principais

---

do próprio aplicativo ou de outros como VSCO ou Snapseed. Depois de selecionada, a imagem pode ser tratada ou não com filtros pré-determinados, ou com uma série de ferramentas de controle de luz, cor e sombras. Em última etapa, o usuário pode escolher uma legenda, dizer que outros amigos estão na imagem com ele, marcar geograficamente o local da imagem e compartilhá-la em outras rede sociais.

objetivos desta tipologia são a documentação e o compartilhamento de experiências, através principalmente de retratos, autorretratos e fotos em grupo (as chamadas *selfies*). Segundo Manovich, as imagens *casuais* não demonstram tentativas de controle de tons, cores, focos e composição. Mesmo assim, elas seguem convenções que definem não só seus assuntos, mas os modos de ver e fotografar oriundos principalmente das práticas vernaculares dos séculos XIX e XX, o, em alguns casos, tornados comuns na era do Instagram, como no caso das fotos em que o autor retrata seus próprios pés. “Elas filtram o mundo visível e os fluxos de vida humana selecionando momentos e ocasiões que valem ser documentados. Neste sentido, a fotografia *casual* é tudo menos casual” (MANOVICH, 2016a, 17)<sup>14</sup>.

Fig 5: Exemplos do Modo *Professional*



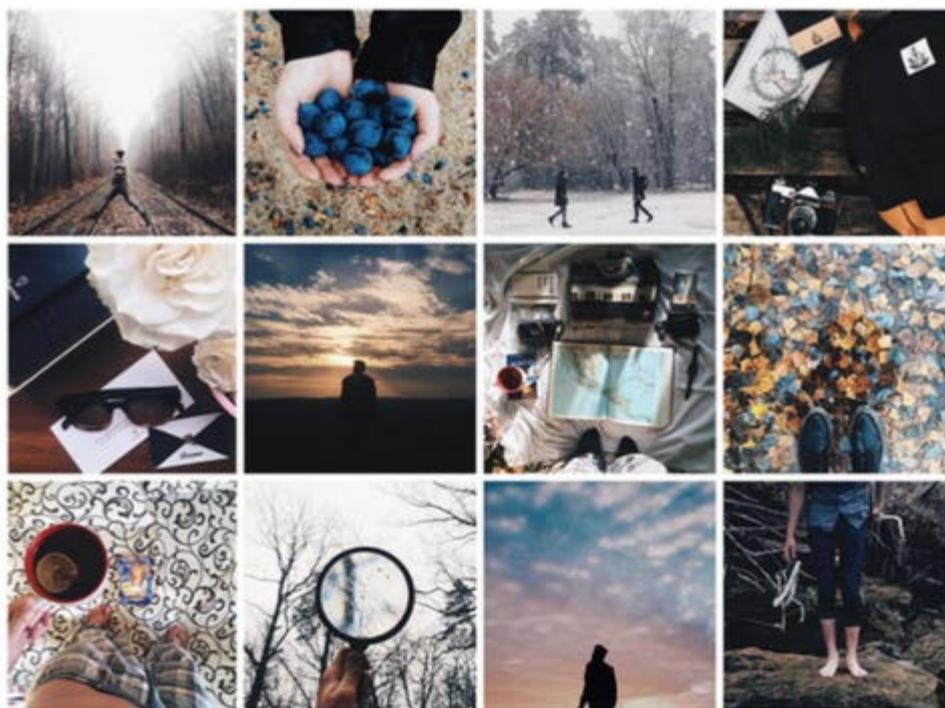
Fonte: MANOVICH, Lev, 2016, capítulo 1, p. 12-13

No modo *professional* (Fig 5), temos imagens produzidas de acordo com as estritas regras estéticas e técnicas estabelecidas pela fotografia do século XX, em termos de enquadramento, angulação e fotometria, listadas em manuais e agora repetidas em *websites* sobre técnicas fotográficas ou ensinadas em cursos de fotografia. Por mais que varie de imagem para imagem, o aspecto mais essencial das imagens do modo profissional é que essas regras foram todas estabelecidas antes do Instagram e das câmeras de celulares. Inclusive, é este

<sup>14</sup> Tradução nossa: “They filter the visible world and the flows of human lives to select the moments and occasions worth documenting. In this sense casual photography is anything but casual.”

mesmo conjunto de normas que se encontra implementado na programação de câmeras fotográficas e câmeras de celulares através de algoritmos presentes em seus *softwares*. Ao selecionarmos o modo automático, as fotografias realizadas são processadas por estes dados já pré-estabelecidos, padronizando a fotometria, e, por conseguinte, criando resultados similares para tons, cores e luz.

Fig 6: Exemplos do Modo *Designed*



Fonte: MANOVICH, Lev, 2016, capítulo 1, p. 12-13

Por último, o modo *designed* (Fig 6) abarca as imagens concebidas, preparadas e editadas para terem um “visual distinto e estilizado”. Elas unem duas esferas: a fotografia e o *design* gráfico. Enquanto no modo profissional, os autores optam por espaços abertos e uma variedade de detalhes, o modo *designed* privilegia fotos de perto (ou *close-ups*), espaços reduzidos, áreas em apenas uma cor, e o mínimo possível de detalhes. Enquanto uma privilegia a paisagem, a outra dá mais importância aos detalhes de objetos, corpos e faces. Há diferenças de composição (a primeira é simétrica, a segunda é assimétrica); de perspectiva (a profissional é mais aberta e a *designed* planejada); e de linearidade (na primeira temos linhas complexas e curvas, na segunda, linhas retas e restritas).

Manovich (2016) recupera uma série de forças que teriam influenciado o surgimento deste tipo de imagem, principalmente dentro dos parâmetros do *design* moderno. Alto contraste no uso de tons, cores, fontes, tamanhos e formas, paletas de cores limitadas, formas geométricas simples, grandes espaços vazios, composições assimétricas, projeções paralelas são alguns dos princípios do *design* característicos do século XX que, para o autor, compõem o escopo de dimensões visuais que visa garantir máximo de controle nos resultados. Contudo, para ele, foi mais importante para a fotografia do Instagram o surgimento de uma estética minimalista surgida nas décadas de 1990 e 2000, manifestada no design dos computadores Apple, na arquitetura comercial, em publicações impressas, sistemas operacionais, websites e aplicativos. Para o autor, é esta a estética que domina hoje as esferas do que é considerado moderno, sofisticado e contemporâneo, tendo, assim, tornado-se a escolha dos jovens urbanos que cresceram entre os anos 2000 e 2010, a grande massa demográfica do Instagram<sup>15</sup>. “Enquanto retêm a simplicidade e a apresentação clara das informações do *design* moderno, o novo minimalismo se diferencia por pequenos detalhes sutis em algumas dimensões visuais – em contraste com o *design* modernista que sempre se utilizou de grandes diferenças” (MANOVICH, 2016b, 20)<sup>16</sup>. As fotos do tipo *designed* acompanham alguns preceitos do *design* moderno e deste estilo minimalista de maneiras abstratas. Elas contrastam com a visão perspectiva das fotos casuais, e com as convenções rígidas da fotografia profissional, objetivando diferenciação através de um controle rígido de todos os detalhes da imagem. Segundo ele, essa estética não é, contudo, exclusiva do Instagram, podendo ser encontrada na publicidade, na moda e em revistas como a *Kinfolk*<sup>17</sup>.

Observando imagens de usuários da Rússia, da Ucrânia e da Bielorrússia (Fig 7), Manovich (2016b), lista algumas estratégias visuais comuns nas fotos do modo *designed*:

---

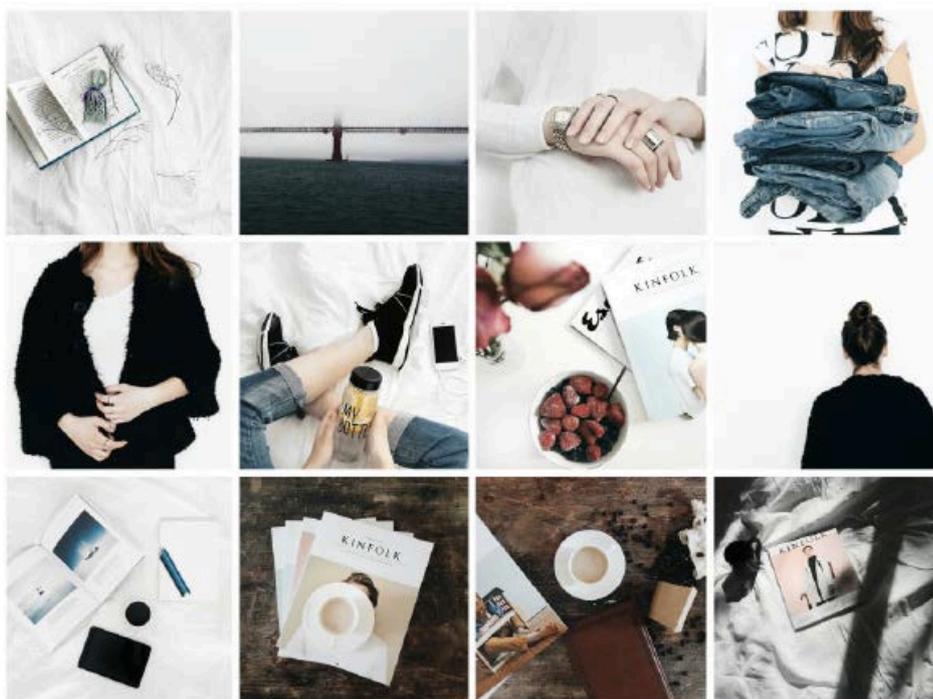
<sup>15</sup> Segundo pesquisa do Pew Research Center, o Instagram chegou em 2016 a 32% dos usuários da Internet nos Estados Unidos. Destes, 59% tem entre 18 e 29 anos e 33% tem entre 30 e 59 anos. A demografia envolve 39% de usuários vivendo em centros urbanos, 28% em subúrbios e 31% em áreas rurais. (Disponível em <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/>)

<sup>16</sup> Tradução nossa: “While retaining simplicity and clear presentation of information in modern design, the new minimalism differentiates itself by subtlety, i.e. *small differences* on some of the visual dimensions – in contrast to modernist design that always used big differences.”

<sup>17</sup> Revista surgida em 2011, conhecida pela difusão de uma estética minimalista em assuntos de *lifestyle*, como viagens, decoração, gastronomia, moda. Manovich (2016c) a associa ao desenvolvimento e à popularização das estéticas minimalista e modernista, que já se encontravam parcialmente difundidas na primeira década do século XXI. O autor associa a estética da revista diretamente à estética do Instagram, que popularizou ainda mais este tipo de olhar sobre o cotidiano. Para mais informações, recomenda-se a leitura do artigo “The last lifestyle magazine” de Kyle Chayka, no site Racked: <http://www.racked.com/2016/3/14/11173148/kinfolk-lifestyle-magazines>

brilho, contraste e saturação acentuados, saturação diminuída para criar um efeito quase monocromático, uma grande proporção de áreas claras e menos proporção de áreas escuras, fundo branco, áreas monocromáticas, grandes espaços vazios em contraste com áreas texturizadas, composições com arranjos diagonais, uso frequente do ponto de vista de cima para baixo. Ao olhar o conjunto de fotos de determinados usuários, o chamado perfil, Manovich detecta constância nos estilos visuais.

Fig 7: Exemplos do Modo *Designed 2*



Fonte: MANOVICH, Lev, 2016, capítulo 2, p. 9

“Os usuários experientes das fotos *designed* estabelecem um visual único e aplicam a todas as suas fotos” (MANOVICH, 2016b, 23)<sup>18</sup>. Em seu trabalho, Manovich também lista uma série de combinações de assuntos e de estratégias visuais que se repetem entre as imagens *designed*: objetos isolados e fora de contexto; “flat lays” – objetos dispostos em superfícies planas como mesas, de cima para baixo; composição de partes do corpo como mãos ou pés junto com objetos isolados; partes do corpo com paisagens ou cenas urbanas entre outros.

<sup>18</sup> Tradução nossa: The experienced authors of design photos establish a single look and apply it to all their photos.

O autor batiza de “*instagramism*”, algo como “instagramismo”, essa mistura de mídias, linguagens, união entre fotografia e *design*, reforçando a ideia de que se trata de um movimento cultural expressivo, que retomaria origens diversas na história do *design* de cartazes, capas de revistas, anúncios, e movimentos fotográficos do século 20 como a New Vision (Fig 8) ligada à Bauhaus. “*Instagramism*’ oferece uma nova visão do mundo e sua linguagem visual, mas diferentemente dos movimentos modernistas da arte, é composto por milhões de autores conectados ao Instagram.

Fig 8: Iwao Yamawaki - *Untitled (Composition with eggs and string, Bauhaus)* 1930-2



Fonte: Tate – <http://goo.gl/7WVy5U>

Para o autor, o “*instagramism*” é não narrativo, não estabelece assuntos concretos, mesmo que mostre coisas concretas. São imagens que borram a função semântica da representação, pois não mostram, não significam, não registram, não narram, não convencem, não transmitem “sentimentos”. Para ele, essas fotos apenas se relacionam com o estabelecimento de um “clima” ou de uma “atmosfera” específica. Neste ponto, teremos que discordar do pesquisador russo. Ao longo de nossa pesquisa da cultura visual do Instagram, pudemos sim perceber a ideia de uma representação diretamente conectada ao apreço estético pela vida cotidiana, como veremos ao longo de todo este trabalho. No percurso da história da arte, a representação dos objetos e de detalhes do dia a dia foi frequentemente tida como vazia de sentido ou de sentimentos, mas demonstramos através das discussões teóricas aqui propostas

que, pelo contrário, a arte e a expressão criativa pode nos conectar à esfera do sensível através de um viés estetizado da vida trivial. Além disso, ao nosso ver, o “*instagramism*” não pode ser considerado um movimento vazio de sentidos visuais, pois, como o próprio Manovich expõe, se encontra fixado em uma linha do tempo mais ampla de expressão visual. A abordagem de temas, assuntos já clássicos e a utilização de motivos estéticos de movimentos precedentes demonstram que, mesmo que produzido por milhões de pessoas, o “*instagramism*”, se encaixa em um contexto muito mais amplo de nossa cultura visual e seus significados e repercussões não devem ser ignorados.

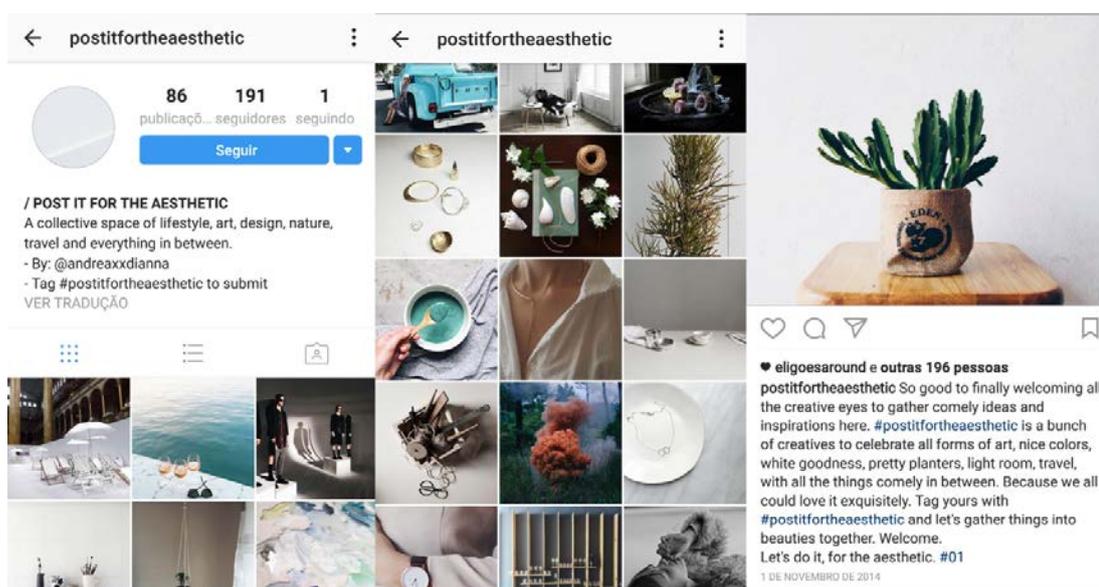
Esta recente pesquisa de Manovich foi um interessante ponto de partida para que pudéssemos visualizar com mais precisão o imenso universo da rede visual Instagram. Sua taxonomia nos fez finalmente nomear algo que apenas intuíamos ao observar inúmeras galerias de usuários: a mistura endêmica entre a fotografia, as artes e o *design*, em uma plataforma de interação social, feita de pessoas comuns para pessoas comuns. Portanto, nossa análise aqui deverá focar principalmente nas imagens do tipo *designed*, pois entendemos que, mesmo sendo as menos representativas em quantidade, foram as que primeiro despertaram nossos questionamentos a respeito destas fortes conexões que vislumbramos haver entre o Instagram e estetização do cotidiano.

Calculadas para serem ideais para o compartilhamento e para comporem de modo “coerente” um *feed*, estas imagens fogem da espontaneidade dos *snapshots*, e da contingência ontológica da fotografia do século XX. Trata-se de uma fotografia da distópica “sociedade produtora de imagens que encobrem o abismo” concebida por Flusser (2008, 98), que nega a profundidade, elogiando a superficialidade de suas imagens. Trata-se de uma sociedade “deliberada, artificial, obra de arte. Nada haverá nela de ‘orgânico’, de ‘natural’, de ‘espontâneo’, de tudo o que deva a sua origem ao acaso, porque será a sociedade contra o acaso e em prol do deliberado improvável” (Idem). Como no *design*, cada elemento dessas fotografias pertence a um lugar em uma composição elaborada sobre temáticas cotidianas: o que comemos no almoço, o que estamos lendo no momento, os pés sobre um piso que achamos bonito. Para Groys (2010), em um mundo onde a vida cotidiana se exhibe e se comunica nas nossas redes de comunicação, torna-se impossível a separarmos de sua representação: o dia-a-dia se torna obra de arte, a vida, um artefato. O banal se torna o *establishment* de nossa expressão visual contemporânea. Ser artista não é mais um destino exclusivo, é agora uma prática cotidiana.

### 2.3 Mundos mosaicos: o corpus de uma pesquisa

Por sua configuração de mosaico, o Instagram trouxe complicações para a tarefa de se delinear um *corpus* de estudo nesta pesquisa. Foi apenas no desenvolvimento das reflexões que decidimos abraçar seu caráter fluido e sempre em movimento, selecionando imagens de uma maneira que possibilitasse uma análise aprofundada neste projeto de pesquisa. Descobrimos a existência uma *hashtag* que se relaciona diretamente a nosso objeto de pesquisa: #postitfortheaesthetic (poste pela estética), que agrega imagens que os usuários consideram especialmente “estéticas”. O vasto número de imagens nesta *hashtag* (em 3 de janeiro de 2017, abarcava mais de 530 mil fotografias e vídeos), torna difícil a tarefa de estimar onde e quando ela se iniciou, mas ela parece ter sido criada em um perfil homônimo @postitfortheaesthetic (Fig 9), designado como um “espaço coletivo de estilo de vida, arte, design, natureza, viagem”.

Fig 9: Amostra do perfil @postitfortheaesthetic



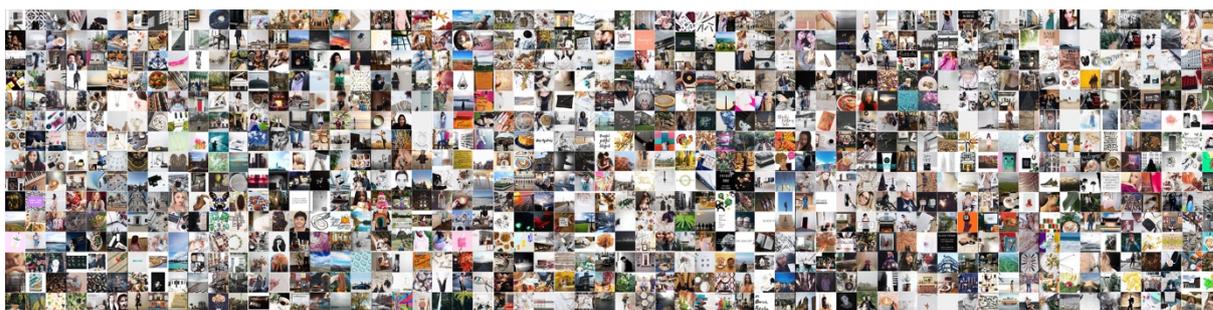
Fonte: Aplicativo Instagram – usuário @postitfortheaesthetic – retirado via cópia de tela em 03 de janeiro

Em um post deste perfil, de 1º de novembro de 2014, a usuária responsável por sua criação, Andrea Rahardiana (@andeaxdianna), afirma que a função da *hashtag* é agregar um grupo de “*creatives to celebrate all forms of art, nice colors, white goodness, pretty planters, light room, travel, with all the things that come in between. Because we all could love*

*exquisitely*” (algo como: pessoas criativas que celebram todas as formas de arte, cores legais, beleza em branco, vasos bonitos, salas claras, viagens, e todas as coisas que se relacionam. Por todos que podem amar primorosamente”). E completa: “*let’s do it, for the aeshtetic*” (“vamos fazer isso, pela estética”). (Fig 9). Assim, vislumbramos nesta *hashtag* uma possível semântica visual que nos pareceu interessante para nossa sistematização. Outras *hashtags* que frequentemente aparecem agregadas a esta são, por exemplo #seekthesimplicity (procure pela simplicidade), #pursuepretty (busque a beleza), #livethelittlethings (viva as pequenas coisas), #nothingisordinary (nada é banal), entre outras, demonstrando mais conexões com o tema da estetização do cotidiano.

Ao selecionarmos as imagens a serem analisadas na pesquisa, escolhemos um total de 900 imagens (Fig 10) marcadas com #postitfortheaesthetic, divididas em grupos de 180 fotografias de datas consecutivas (de 22 a 26 de novembro), e retiradas na ordem em que foram postadas. O número múltiplo de nove facilitou a seleção de imagens já que o Instagram organiza seus mosaicos de imagens de três em três, formando quadrados de nove em cada tela. Desse modo, desenvolvemos nosso mundo-mosaico que possibilitará análise mais aprofundada desse grupo de imagens, que poderá repercutir de modo semelhante em outros grupos demográficos, outras *hashtags* e conteúdos.

Fig 10: 900 imagens marcadas com a *hashtag* #postitfortheaesthetics



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, diversos usuários

Aqui, é necessária uma observação: não visamos com essa metodologia, engessar o Instagram, e nem consideramos possível trabalhar a sua totalidade. Temos a noção de que, dado o caráter vivo, pulsante e em constante transformação desta rede visual, pode parecer contraditório um ato de congelamento em um tempo-espaço e em uma quantidade pré-determinada de imagens. Ao pensarmos que as respostas que buscamos podem se encontrar adensadas nos particulares e não no todo, inspiramo-nos na noção de *constelação*, de Benjamin

e Adorno, espécie de método que visa romper com as versões tradicionais da totalidade. Para Eagleton (1990), a constelação constrói uma economia do objeto, que permite que seus componentes iluminem uns aos outros na contrariedade.

Nesse tipo de microanálise, os fenômenos individuais são capturados em toda sua complexidade sobredeterminada como uma espécie de código críptico ou de enigma a ser decifrado, uma imagem bastante abreviada de processos sociais que o olho treinado obrigará a mostrar-se. Pode-se dizer que ecos de uma totalidade simbólica ainda se encontram nesse modo de pensar alternativo; mas agora se trata menos de receber o objeto como algum dado intuitivo que de desarticulá-lo e reconstruí-lo pelo trabalho do conceito. O que esse método permite então é uma espécie de sociologia poética ou novelística na qual o todo parece consistir apenas de um denso mosaico de imagens gráficas; e representa, nesta medida, um modelo estetizado da investigação social. (EAGLETON, 1990, p.239-240)

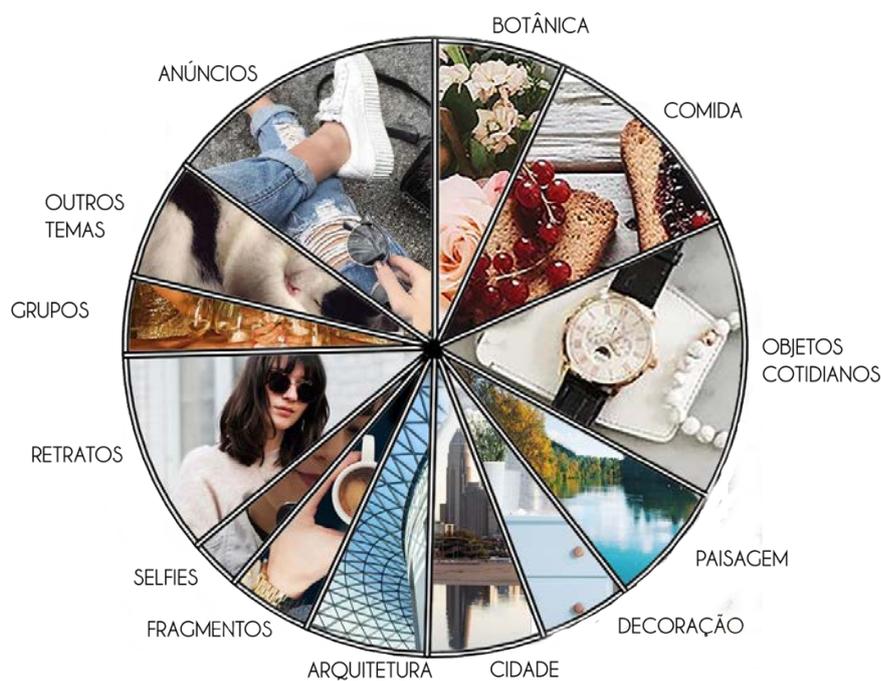
Ao celebrar o fragmento, este método “atinge o cerne do paradigma estético tradicional, no qual à especificidade do detalhe não é permitida nenhuma resistência genuína ao poder organizador da totalidade” (EAGLETON, 1990, p 240). Salvaguardada a particularidade do objeto, rompendo com sua identidade, ele “explode” em um leque de elementos em conflito. Assim, longe das definições gerais, permaneceremos sempre buscando um prisma de olhares, de conceitos, e um *corpus* de pesquisa múltiplo, sem generalizações.

Das 900 imagens selecionadas, 131 (14,9%) foram postas de lado por se configurarem como anúncios, propagandas ou postagens empresariais, pois esse tipo de conteúdo não se adequava à nossa proposta de entender a prática fotográfica do Instagram do ponto de vista do usuário comum. As 769 imagens restantes compõem, portanto, o principal mundo-mosaico a ser analisado e sistematizado nesta dissertação. Concordando com observação feita por Manovich (2016) para sua pesquisa, estamos cientes de que este “cotidiano” retratado e estetizado nas imagens reflete demografias bem específicas de alguns entre os 175 países onde o Instagram foi utilizado em 2016. No caso da *hashtag* #postitfortheaesthetic, sabemos ser ela composta por usuários que dominam o idioma inglês e que destarte já tem interesse na produção de imagens e em uma cultura visual específica, pois conhecem o funcionamento da plataforma desenvolvida no aplicativo.

A partir desta seleção de imagens, iniciamos um processo de sistematização e categorização, dividindo o resultado em três grandes grupos temáticos: *coisas*, *espaços* e *corpos*. Em cada uma das três categorias, estabelecemos, então, outras subcategorias temáticas,

em um total de doze gêneros escolhidos pela repetição frequente: de *coisas*, temos *objetos cotidianos* (14,7%), *botânica* (6,8%), *comidas & bebidas* (11,5%); de *espaços*, percebemos *arquitetura* (6,4%), *decoração* (4,8%), *paisagem* (6,5%), *idades* (6,1%); e, finalmente, de *corpos* dividimos as imagens em *retratos* (10,7%), *selfies* (2,7%), *grupos* (4,1%), *fragmentos* (4,4%); e uma última categoria, que junto com *anúncios* não foi analisada por abarcar imagens com *outros temas* (6,4%), cuja maioria é ilustração e não se classifica como imagem fotográfica. Para nos assegurarmos destas temáticas, pesquisamos outras três *hashtags* #seekthesimplicity, #minimalismo e #thelittlethingsinlife em semelhante mas menor escala e detectamos os mesmos gêneros imagéticos, em porcentagens bastante similares às já listadas. Essas categorias, cuja proporção podemos visualizar no gráfico abaixo (Fig 11), servem para promover uma melhor visualização deste corpus imagético extenso, para que possamos partir para as análises mais aprofundadas.

Fig 11: Proporção de categorias na #postitfortheaesthetic nas 900 imagens pesquisadas



Fonte: Infográfico de nossa autoria com imagens do Instagram

De certo modo, todas as categorias aqui listadas denotam proximidade com vivências e a esfera do banal em nossas vidas: seja em objetos cotidianos, relógios, maquiagens, sapatos, cadernos, computadores, ou nas comidas, nas xícaras de café e nas vezes que vamos a um restaurante e o prato parece merecedor de uma fotografia, ou mesmo nas plantas que orn

nossas casas, cuja arquitetura e decoração também merecem ser registradas. Ou nos encontros cotidianos com cenários que intrigam, com paisagens ou cenas urbanas que, de alguma maneira, causam impacto. A relação imagética com o cotidiano se aproxima também da relação com o corpo, com retratos posados, autorretratos em frente ao espelho, segurando o celular nas chamadas *selfies*, em grupos, ou mostrando apenas pequenos fragmentos: os pés, as mãos vistas de cima, os cabelos. Nelas, a trama cotidiana se encontra fixada na busca do belo, do aprazível, do prazeroso em todos os setores da vida, e talvez possa ser visualizado não apenas nas 900 imagens aqui observadas, mas em todo o mundo-mosaico do Instagram.

#### 2.4 Coisas: objetos cotidianos, botânica, comidas & bebidas

Em primeiro lugar, o grupo temático *coisas*, que representa praticamente um terço das imagens (296 fotografias e vídeos, 32,7% do total), agrega fotos que representam materialidades de maneira isolada, sem dar uma noção exata do espaço onde se inserem. As fotografias deste grupo do nosso mundo-mosaico parecem partir de intuítos colecionadores ou de catalogação visual, ou de instantes de relaxamento, de momentos de fruição estética, do desejo pelo registro estetizado de aromas e sabores ou pela exibição de pequenos luxos ou objetos de consumo.

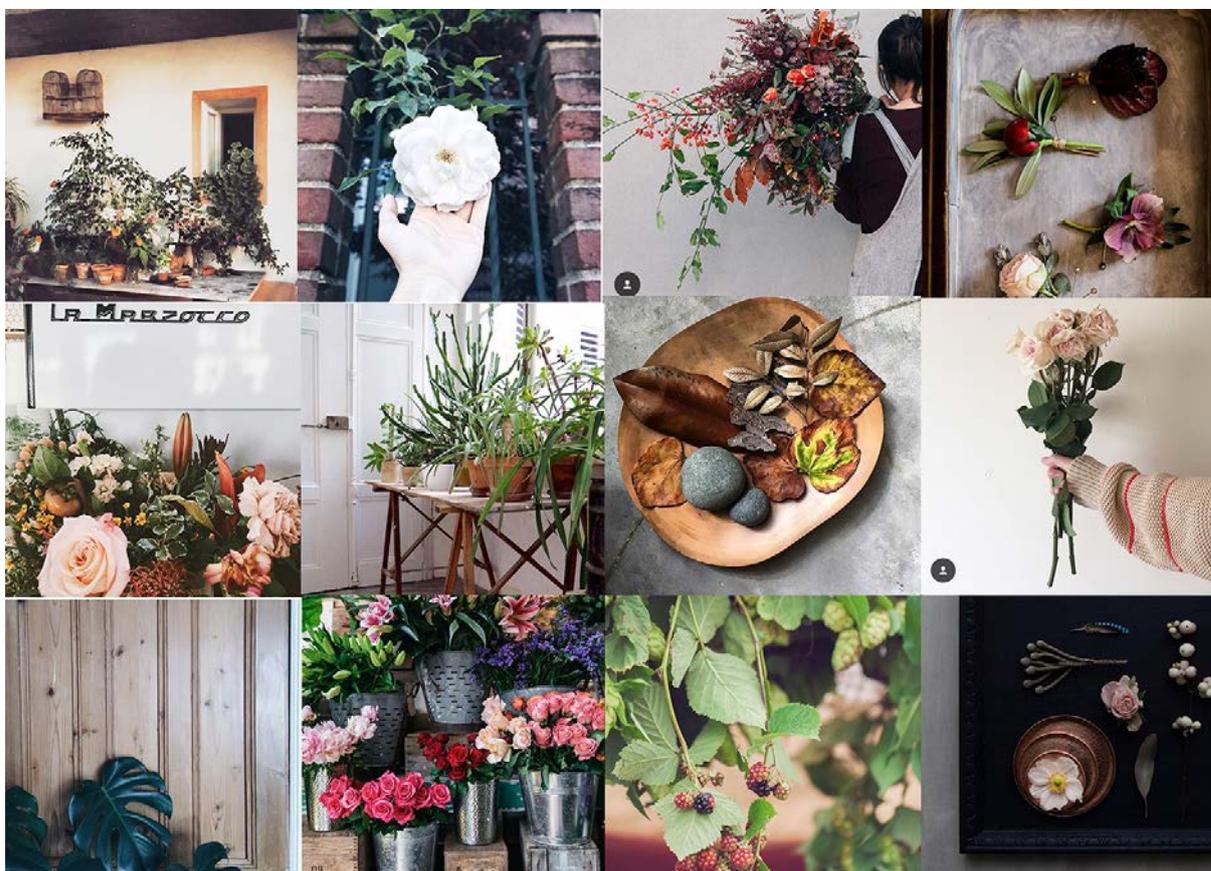
Fig 12: Seleção de imagens da subcategoria *objetos cotidianos* da hashtag #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Na subcategoria *objetos cotidianos* (Fig 12), percebemos, sobretudo, uma ênfase à intimidade dos autores, aos momentos de aparente solidão contemplativa, e a um apreço pelos objetos que nos cercam suficiente para estimular seu registro fotográfico. Entre as 133 imagens deste grupo, temos registros de itens isolados de seu contexto de uso como cosméticos, relógios, sapatos, bolsas, peças de roupa, utensílios domésticos, velas, livros, bijuterias, computadores, celulares, xícaras, cadernos, óculos, revistas, cópias fotográficas, plantas, luminárias, vinis entre outros. Na maioria das vezes, os objetos são fotografados para afirmar a presença do autor/observador que os dispõem de modo organizado sobre superfícies lisas ou texturizadas.

Fig 13: Seleção de imagens da subcategoria *botânica* da hashtag #postitfortheaesthetic

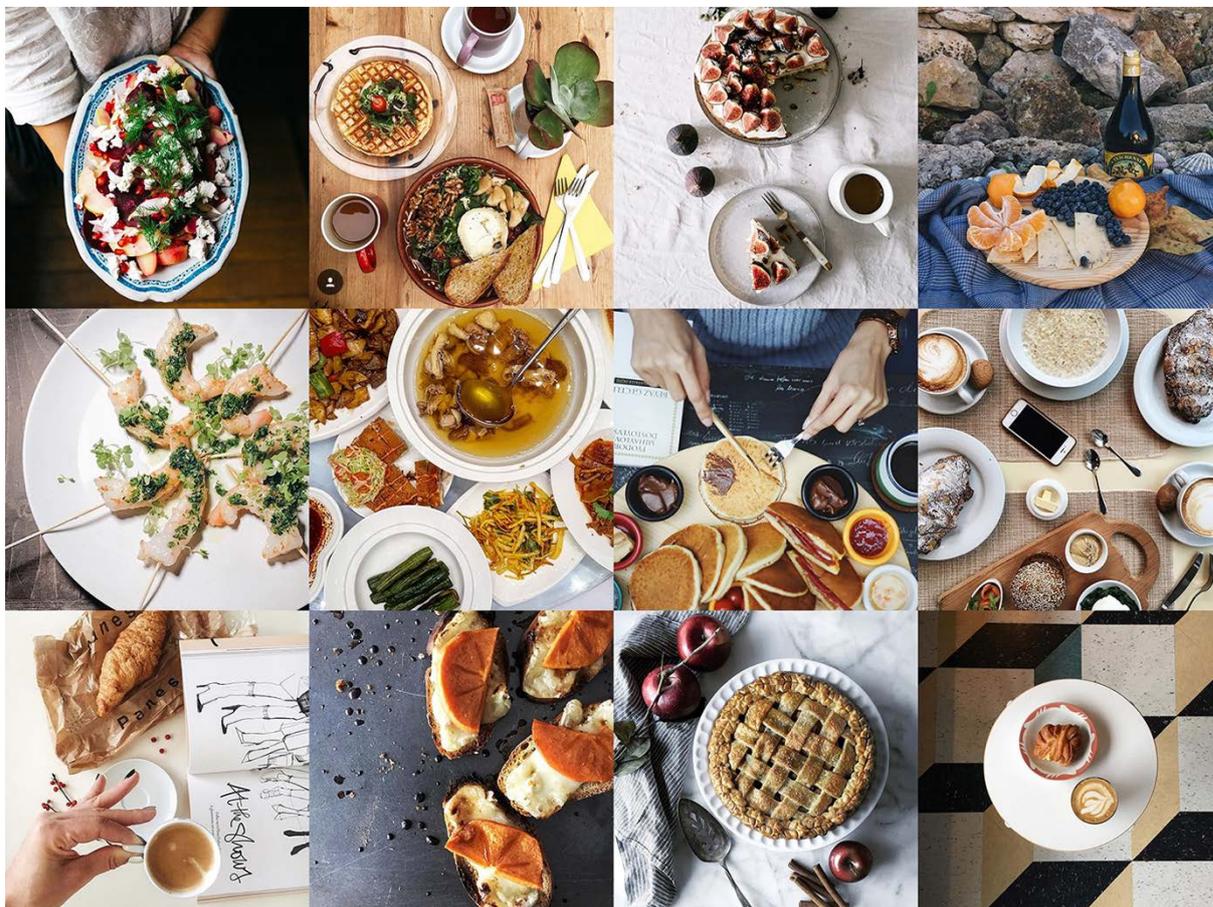


Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Uma subcategoria cuja existência nos surpreende dentro do escopo desta hashtag é a *botânica* (Fig 13), com 62 imagens de plantas, flores, pedras, vasos, árvores, arbustos, arranjos florais, rosas, frutos, plantas exóticas, árvores de natal, lenha, orvalho. Neste grupo, notamos haver mais fotos do modo *professional*, mas observamos concepções do *design* em uma série de imagens que oferecem uma variedade de cores semelhante entre si, com tons terrosos,

verdes, mas sempre acinzentado e com imagens um pouco mais saturadas que em outras subcategorias, que privilegiam o uso do branco e tons pastel, como *objetos cotidianos*.

Fig 14: Seleção de imagens da subcategoria *comida* da hashtag #postitfortheaesthetic



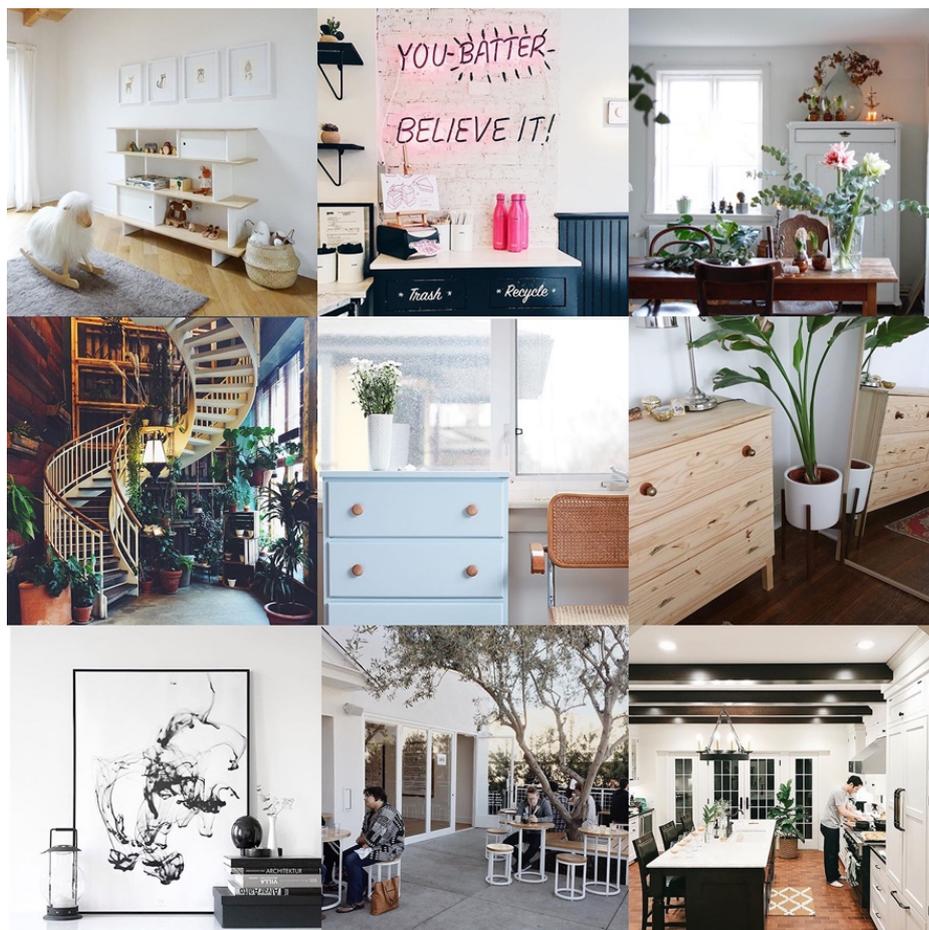
Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Por último, temos a subcategoria *comidas & bebidas* (Fig 14), com 101 imagens, bastante popular no aplicativo Instagram como um todo. De fato, atualmente, alguns donos de restaurantes<sup>19</sup> se preocupam se a comida que servem “sairá bem na foto” com a decoração e a iluminação do espaço que dispõem, de tão comum que se tornou o hábito de se fotografar alimentos quando chegam à mesa, para se compartilhar com os “seguidores”. Entre as imagens, há uma variedade de cores e sabores, mas principalmente comida inspirada na gastronomia dos

<sup>19</sup> Um deles é Jordan Andino, que abriu um restaurante em Nova York com a estratégia de agradar clientes pelo Instagram, como mostra a matéria “How One Chef Strategically Built a Filipino Taqueria to Appeal to the Instagram Set”, do site Grup Street (<http://www.grubstreet.com/2016/08/chef-building-restaurant-for-millennials.html>)



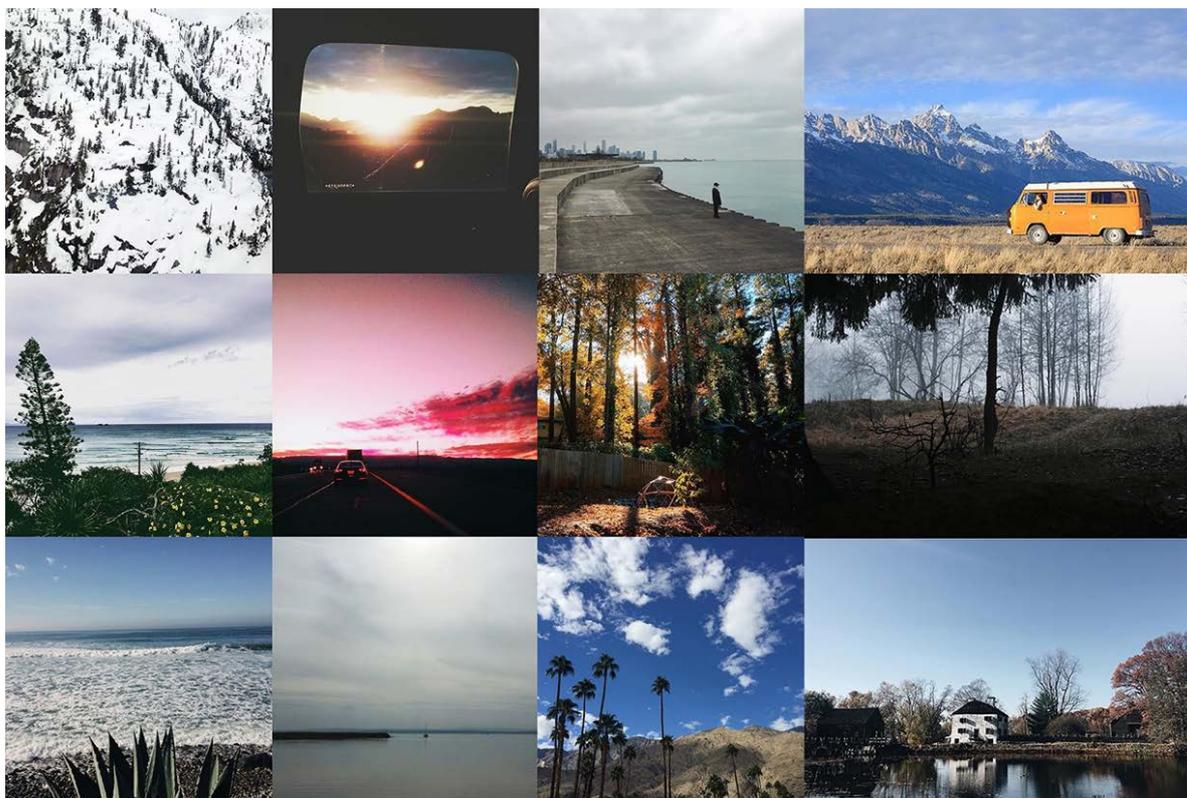
Fig 16: Seleção de imagens da subcategoria *decoreação* da hashtag #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Mesmo assim, podemos verificar algumas características imagéticas específicas do Instagram, principalmente na categoria *decoreação* (Fig 16), onde se dá um encontro entre *espaços* e *coisas*, com postagens que trazem ambientes da casa como cozinha, quarto do bebê e sala, com mesas decoradas, detalhes de plantas, livros, espelhos, objetos de decoração, além de lojas e restaurantes. Observamos uma forte presença dos ambientes decorados com branco, e as tendências do *design* de móveis e de decorações de ambientes conhecidas como “escandinávia”, “hygge” e “industrial”.

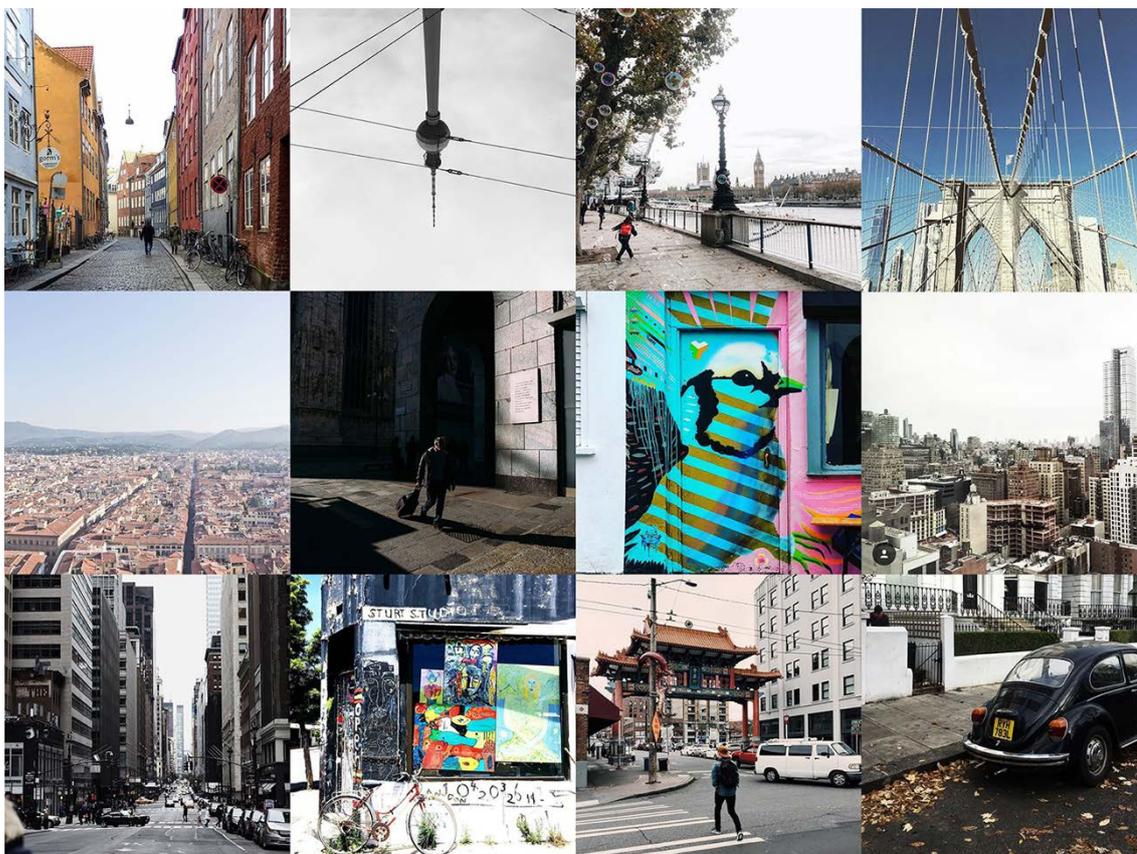
Fig 17: Seleção de imagens da subcategoria *paisagem* da hashtag #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

A seguir, a subcategoria *paisagem* (Fig 17) apresenta a visão de usuários do Instagram sobre a natureza, com imagens do belo e do sublime, que apresentam a grandiosidade dos espaços naturais vazios ou pouco urbanizados, com pouca ou nenhuma presença humana. Temos aqui uma coleção de árvores, montanhas, picos nevados, olhares sobre o céu, o mar, lagos, rios, florestas e pores do sol. Aparecem aqui e ali alguns detalhes humanos, como pontes, estradas, casas, veículos, mas imagens de natureza bucólica e pitoresca são as que prevalecem.

Fig 18: Seleção de imagens da subcategoria *cidade* da hashtag #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Em uma escala de intervenção humana, temos a subcategoria *idades* (Fig 18), com imagens que, no inglês, são chamadas de “cityscapes”, em relação às “landscapes”. Nas cenas de paisagem urbana, temos espaços abertos, a força cinzenta das grandes cidades e a melancolia quase bucólica de pequenos vilarejos. A presença marcante de grandes centros urbanos como Paris, Londres, Nova York, Tóquio e Berlim se contrapõe às cidades menores, menos conhecidas, em um mosaico emaranhado de prédios e arranha-céus, aeroportos, fachadas, rios, estátuas, pontes, esquinas e avenidas. Nas calçadas, uma figura humana aqui e ali se contrapõe ao cinza predominante nessa subcategoria. Temos ângulos mais aproximados de arte urbana, vitrines iluminadas, fontes, estações de trem e lojas com fachadas chamativas.

Por último, nos aproximamos mais ainda na perspectiva dos *espaços*, na subcategoria *arquitetura* (Fig 19) que apresenta, em sua maior parte, espaços abertos, mas alguns internos também. É interessante notar que predominam construções vernaculares como casas, prédios, chalés, suas janelas e fachadas. Mas, claro, como é comum na fotografia *professional*, há aqui

também o olhar do fotógrafo turista, caçador de relíquias arquitetônicas, que capta uma série de igrejas, hotéis, museus, castelos, porões, monumentos, palácios e templos e seus interiores, com cúpulas e elementos marcantes.

Fig 19: Seleção de imagens da subcategoria *arquitetura* da hashtag #postitfortheaesthetic



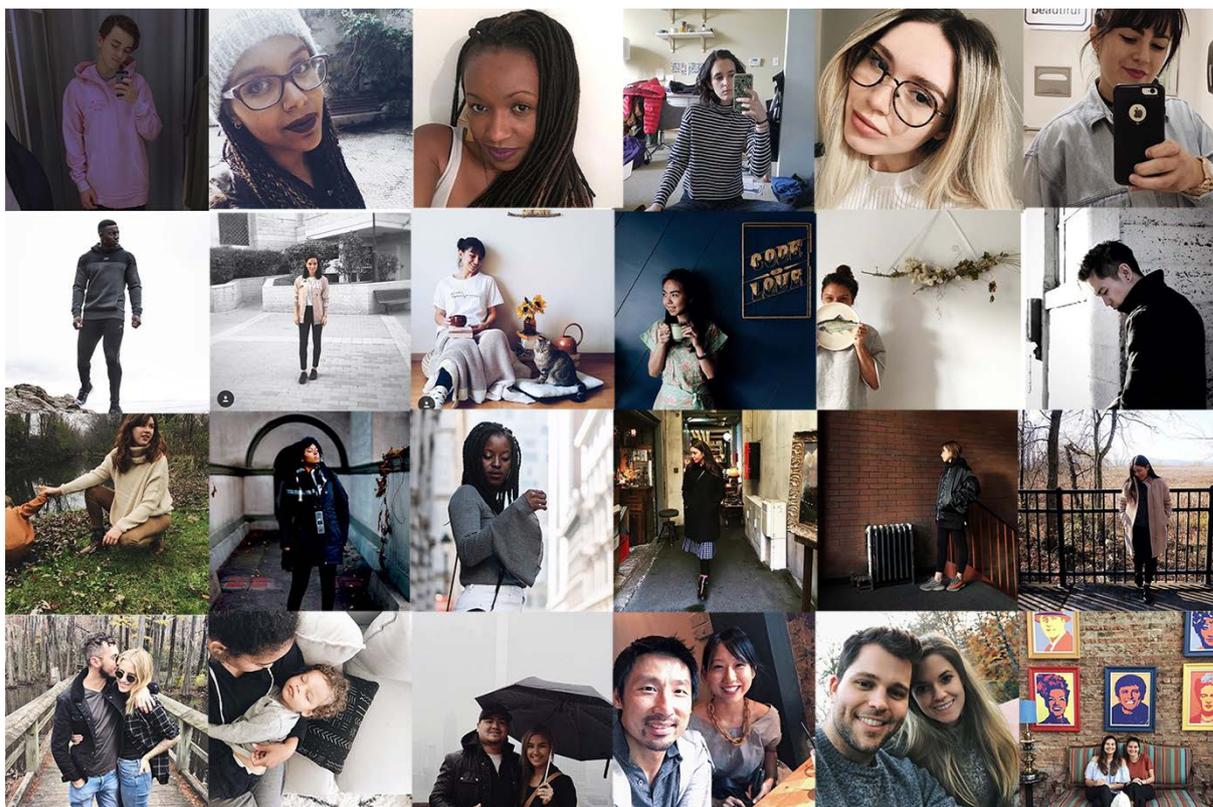
Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

## 2.6 Corpos: fragmentos, *selfies*, retratos e grupos

Por último, na categoria *corpos*, temos uma mistura de fotos *casual*, *professional* e *designed* com um dos temas mais comuns do Instagram: a auto representação. A hashtag #postitfortheaesthetic foi justamente escolhida por não enfatizar tanto este aspecto tão popular da rede visual; mesmo assim, *corpos* engloba 21,9% das imagens coletadas neste grupo, com um total de 199 imagens. Apesar de serem, em geral, muito populares no Instagram, as chamadas *selfies* (Fig 20), o tipo de autorretrato mais popular do contemporâneo, têm a menor porcentagem dentre todas as subcategorias. Há dois tipos mais comuns: com o autor segurando o celular em frente ao espelho, que Joan Fontcuberta (2016) batizou “reflectogramas”, ou as

fotografias produzidas com a câmera frontal dos celulares, hoje chamada “câmera de *selfie*”. Fotos casuais, em sua maioria, não parecem ter trabalho de edição preponderante. Marcar a presença parece ser essencial nestas imagens.

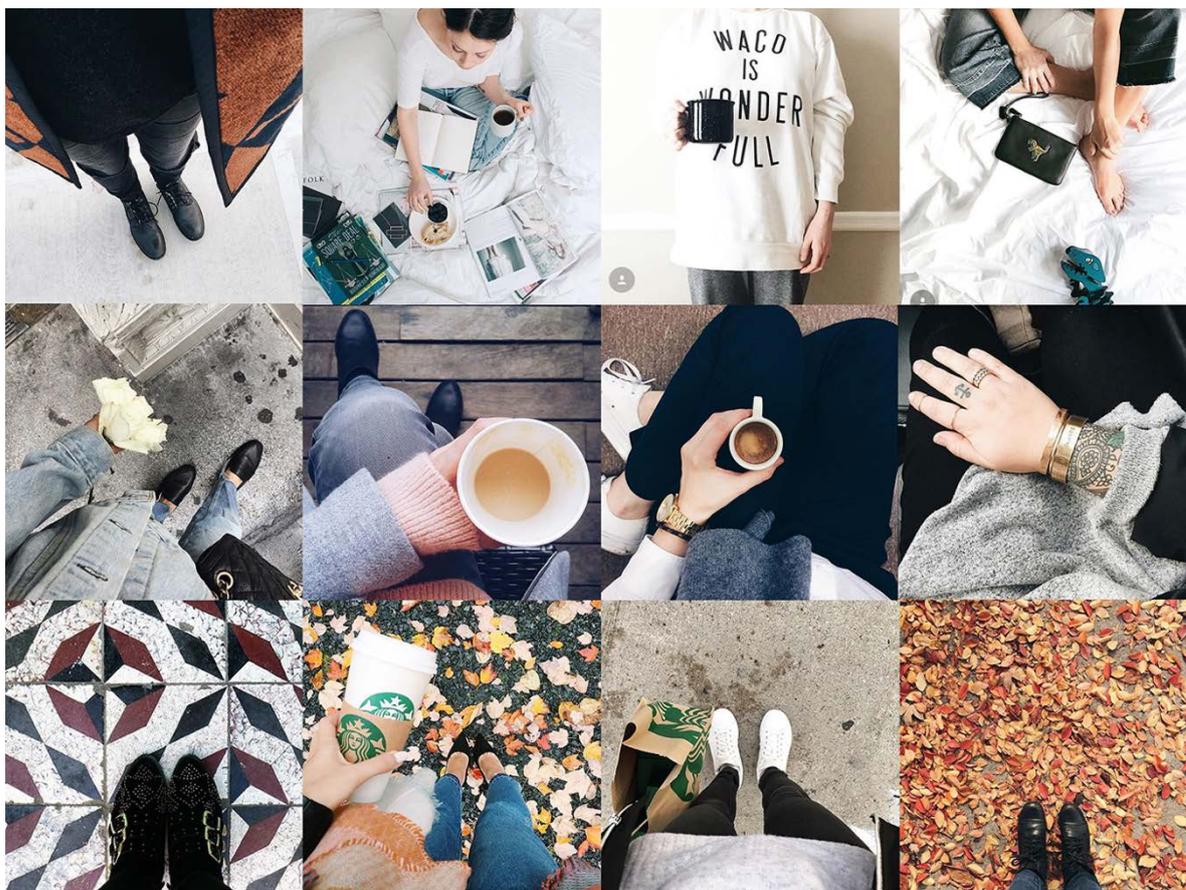
Fig 20: Seleção de imagens das subcategorias *selfies* (primeira linha), *retratos* (segunda e terceira linhas) e *grupos* (quarta linha) da hashtag #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

A seguir, na subcategoria *retrato* temos um misto dos três tipos fotográficos propostos por Manovich. Em sua maioria são fotografias de mulheres, com temáticas ligadas à moda e ao consumo, nos chamados “*looks do dia*”, fotos em que se mostram as roupas escolhidas para determinada ocasião. Os corpos destes retratos interagem com diferentes cenários, como paisagens, paredes coloridas, ambientes domésticos. Em um terceiro momento, temos ainda as imagens de grupos, bastante ligadas aos clássicos assuntos da fotografia vernacular ou da fotografia de família: festas, viagens, encontros e ocasiões especiais da esfera familiar convivem com fotos de crianças, casais apaixonados e casamentos.

Fig 21: Seleção de imagens da subcategoria *fragmentos* da hashtag #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

A última subcategoria de nossa taxonomia é *fragmentos* (Fig 21), cujas fotografias mostram apenas pequenos pedaços de corpos, sem mostrar faces ou identificar os autores. Puramente composta de fotos *designed*, este gênero fotográfico demonstra certa interação dos autores – que na maioria das imagens são os próprios retratados – com o cenário ou ambiente. Esta é, de fato, uma subcategoria que se mistura a outras, como *paisagem*, *comidas & bebidas*, *objetos cotidianos*, *botânica*. Seu tipo de fotografia mais comum (e um dos mais comuns no Instagram) é o autor olhando para seus próprios pés, na expectativa de mostrar os sapatos em contraste ao piso. Há ainda imagens mostrando roupas, livros, copos e xícaras de café (duas fotos mostram claramente a logomarca da empresa Starbucks), acessórios de moda entre outros. Mesmo não sendo tão representativa sua porcentagem nesta *hashtag*, *fragmentos* tem fotos mergulhadas nas ideias que discutimos aqui, nos modos de expressão vislumbrados por Manovich, e em um clima que parece denotar o “ambiente” do Instagram, intuição esta que visamos corroborar no último capítulo deste trabalho, que aborda a questão: do que se trata o *instagramável*?

### 3 O esplendor do insignificante

No livro *Ordinary Affects*, Kathleen Stewart desenha o “habitual” através de experiências, percepções, pensamentos, encontros, que acontecem em seu próprio dia-a-dia. A autora realiza uma busca etnográfica em sua própria vida, a fim de encontrar o que seriam os “afetos habituais”. Quem, como ela, tem a percepção à flor da pele para detalhes, ironias, contradições, felicidades e tristezas da vida cotidiana pode simpatizar com sua busca pelo tecido sensível da banalidade, por elementos que perpassam nossas conversas mais simplórias, nossas ações mais rotineiras. Ao contrário do que se possa pensar, para Stewart, o habitual é inconstante em sua contradição entre vivacidade e exaustão, entre nossos sonhos de escapar sua trama tão densa de repetições, ou de viver uma vida mais simples, mais rotineira. Os afetos cotidianos movem nossas relações, as cenas de nossas vidas, através de contingências, emergências. No bestiário desses afetos, podemos descobrir impulsos, expectativas, sonhos lúcidos, encontros, empatias, estratégias, falhas, compulsões, etc. Trata-se da matéria de nossas vidas, cujo significado se encontra na intensidade que constrói, nos sentimentos e pensamentos que nos provoca, nos circuitos, rotas, conexões e disjunções que promove.

Para Stewart, a vida cotidiana ocupa grande parte de nossas capacidades, mas em sua grandiosidade, cria também uma “série de coisinhas” para sempre prestarmos atenção. De algumas delas, criamos então “naturezas mortas”, sensações estáticas repletas de movimentos vibratórios, ressonâncias, que estremecem a estabilidade da rotina, desdobrando-se em algo ainda sem nome:

A vida cotidiana também se energiza a partir de ritmos de fluxo e parada. “Naturezas mortas” (*stillifes*) pontuam seu significado: a sala de estar repleta de fitas e copos de vinhos depois de uma festa, as crianças ou os cães dormindo no banco de trás do carro após um grande (ou não tão grande) dia no lago, a coleção de pauzinhos e pedras no painel depois de uma escalada, as antigas cartas de amor guardadas em uma caixa no armário, os momentos de humilhação ou choque que de repente nos emboscamos sem qualquer aviso, os momentos estranhos de desatenção quando nos vem algum mal estar estranho, os fragmentos de experiência que demandam atenção da consciência cotidiana, mas que raramente a dominam. (STEWART, 2007, 19<sup>20</sup>)

---

<sup>20</sup> Tradução nossa: “Ordinary life, too, draws its charge from rhythms of flow and arrest. Stillifes punctuate its significance: the living room strewn with ribbons and wine glasses after a party, the kids or dogs asleep in the back seat of the car after a great (or not so great) day at the lake, the collection of sticks and rocks resting on the dashboard after a hike in the mountains, the old love letters stuffed in a box in the closet, the moments of humiliation or shock that suddenly lurch into view without warning, the odd moments of spacing out when a strange malaise comes over you, the fragments of experience that pull at ordinary awareness but rarely come into full frame”.

Talvez possamos nos apropriar dessa ideia das “naturezas mortas”, para pensá-las como sensações que emolduramos ao acaso em nossa vivência da banalidade. Momentos, objetos, pensamentos em que nos fixamos por alguns instantes, em que suspendemos a duração, como se apertássemos o disparador para uma fotografia. Não são necessariamente imagens, mas elementos sensitivos que retornam à mente nessa forma estática, imóvel e aparentemente imutável – diferente das fotografias, memórias se movem, transformam-se, ressignificam-se conforme o nosso caminhar no mundo. Nossas “naturezas mortas” não são somente os grandes momentos em que gostaríamos de “parar o tempo”, pois estamos muito felizes ou agradecidos, mas são os momentos onde pequenos detalhes cotidianos nos movem na direção de diversos tipos de sentimentos positivos ou negativos. Fragmentários e metonímicos, estes acontecimentos da memória não proporcionam o todo da experiência, mas denotam algo que permanece marcado, e que se conecta a coisas que por vezes não sabemos o que são. Como a imagem que marcou a vida do personagem de *La Jetée* (1968), algumas “naturezas mortas” nos perseguem, retornando nos mais diversos momentos, outras tornam-se elementos passageiros, “afetos habituais” que nos perpassam sem deixarem marcas.

O argumento de Stewart nos remete a uma série de discussões anteriores sobre as relações de interseção entre o estético e a vivência cotidiana. De fato, o termo “estética” tem uma trajetória longa, que nem sempre esteve ligada diretamente à ideia do belo ou a da arte. A origem etimológica da palavra estética nos remonta ao vocábulo grego *aisthesis*, que designa nossas sensações, percepções, a consciência, o discernimento, e foi um termo discutido por uma série de filósofos ao longo dos séculos, quando o assunto era os modos de conhecer o mundo. Highmore (2011) mostra que, inicialmente, a estética apontava, com imprecisão e inquietação, para o mundo confuso das percepções. Em 1750, Baumgarten legitima a Estética como campo de pesquisas filosóficas, com maior ênfase sobre as faculdades sencientes, inaugurando uma especialização dentro dos estudos epistemológicos, que analisa, por exemplo, as paixões, os gostos, os sentimentos e a moral. Posteriormente, ao pensar a estética, filósofos como Hume, Kant, e Schiller, não afunilam suas reflexões para a arte e os artistas, e sim para a “experiência subjetiva, e para a maneira como as paixões e afetos circulam através do mundo humano de coisas” (HIGHMORE, 2011, p. XI<sup>21</sup>).

---

<sup>21</sup> Tradução nossa: “(...) the subjective experience and to the way that passions and affects circulate across our human and thingly world”

Tais significações encontram-se aparentemente diluídas nos atuais usos corriqueiros da palavra estética. Hoje, chamamos de esteta aquele que ou estuda o mundo das artes, ou aprecia o belo como um valor essencial; e de esteticista alguém que se dedica a trabalhar com a “beleza”, ou seja, que trabalha com tratamentos cosmetológicos para cabelos, face e corpo. O domínio da sensação e das percepções físicas parece, portanto, desaparecer nas maneiras corriqueiras de pensarmos a “estética”, mas transparece em outros substantivos que têm também sua origem etimológica na palavra *aisthesis*, como por exemplo, anestésiar (tornar insensível, bloquear sensações), sinestesia (uma mistura de sensações) ou hiperestesia (um excesso de sensações). “Se os anestésicos nos confundem e nos entorpecem, para que não sintamos dor ou prazer, faria sentido vermos a estética como seu inverso: nossa animada sensibilidade ao estímulo de dentro e de fora” (HIGHMORE, 2011, X<sup>22</sup>).

Neste sentido, o potencial de despertar reflexões sobre experiências não é exclusivo das obras de arte, sendo encontrado em uma série de objetos cotidianos, que podemos contemplar e que incitam diferentes formas de sensações em nossa vivência do banal. Podemos nós ter encontros estéticos com árvores, casas, rios, mares, cidades? Segundo Highmore, se a estética nomeia as nossas produções do ordinário e do extraordinário, as experiências associadas às artes, ela também designa, de maneira mais fundamental, um mundo de intensidades oscilantes de afeto que se congregam e se dissipam na sociedade. Ou seja, ao lado das obras de arte, os objetos do cotidiano nos impactam de diferentes maneiras, provocando novas percepções, sentimentos e ações.

Diferentemente das obras de arte, esses objetos e cenas cotidianos não requerem um momento de apreciação estética específico, focado ou desinteressado. Em seu “estar lá”, esses objetos rotineiros de nosso entorno, tudo aquilo que de alguma maneira nos afeta, mesmo que discretamente, mesmo que despercebido, provocam movimentos e deslocamentos em nossas vidas. Para Highmore (2011, XII)<sup>23</sup>, “enquanto poucos podem afirmar que suas vidas estão impregnadas de beleza, muitos admitem, eu espero, ter algum senso de beleza que pontue sua vida cotidiana”. “A beleza pode iniciar uma efervescência repentina que ilumina algumas

---

<sup>22</sup> Tradução nossa: “If anaesthetics befuddles and dulls us, causing us to not feel pain or pleasure, it would make sense to see aesthetics as the inverse of this: our lively sensitivity to stimulus from without and within”

<sup>23</sup> Tradução nossa: “While few could claim that their daily life was suffused with beauty, many would, I hope, have some sense of beauty punctuating their daily life”.

coisas, enquanto coloca outras na sombra”. (Idem, XIII<sup>24</sup>). Trata-se de um processo sem regras pré-estabelecidas e bastante transitório: o que é comum para uma pessoa pode ser extraordinário para outra. O cotidiano não é padronizado, é um processo onde práticas, sentimentos, condições passam de regular para irregulares, de incomuns para comuns.

É neste tecido cotidiano que encontramos certa infusão de beleza nas atividades e nos acontecimentos mais mundanos: o nascer e o pôr do sol, um filhote de cachorro, uma partida de futebol perfeita, a flor caída na calçada após a chuva, um pássaro que cruza nosso caminho no meio da cidade, uma criança sorrindo no acúmulo de rostos cansados de um ônibus. Pela raridade com que transparece na trama cotidiana de nossas vidas, a beleza anima sua estrutura que muitas vezes pode parecer monótona ou entediante. O cotidiano nos parece indiferente e tedioso, mas isso se deve à dissipação dos sentimentos de afeto, dos arrebatamentos, nos afluentes do dia-a-dia. Para Highmore, ecologia é o termo que melhor se adapta na descrição deste universo onde nossos afetos sempre são como um tempero raro entre os não-afetos, na insipidez da rotina, repleta de muitas coisas com as quais não nos identificamos.

Mas como nós efetivamente interagimos com esses instantes-chave do nosso cotidiano? Materializá-los, dar forma ao que vemos, sentimos, reagimos? Como congelar sensações que por vezes são fugidias, instantâneas, não duram mais que um piscar de olhos, sensações que são inomináveis, que não se tornam verbos, não se refletem em imagens? Para Greenberg (2013), se um objeto pode ser intuído esteticamente, ele pode ser vivenciado artisticamente, ou seja, o que definimos como arte não se separa dessa experiência estética geral. Para o autor, a definição do que é arte não se encontra mais na habilidade do fazer, e sim em uma mudança de atitude perante nossa própria consciência:

Se de fato as coisas são assim, então existirá algo semelhante à arte em geral: a arte que é ou pode ser percebida em qualquer lugar e a qualquer momento por qualquer pessoa. Em grande parte (para dizer pouco), a arte em geral é percebida, de forma inadvertida e solipsista, como arte que não pode ser comunicada adequadamente pela pessoa que a percebe ou “cria”. Se não for veiculada por um meio como a linguagem, o desenho, a música, a dança, a mímica, a pintura, a escultura ou a fotografia, a intuição estética de uma paisagem pertencerá somente ao observador; mesmo assim, o fato de a intuição não ser comunicada por um meio viável não a priva da condição de arte (...). A distinção entre a arte em geral e aquilo que o mundo, até agora, definiu de comum acordo como arte está entre o incomunicado e o

---

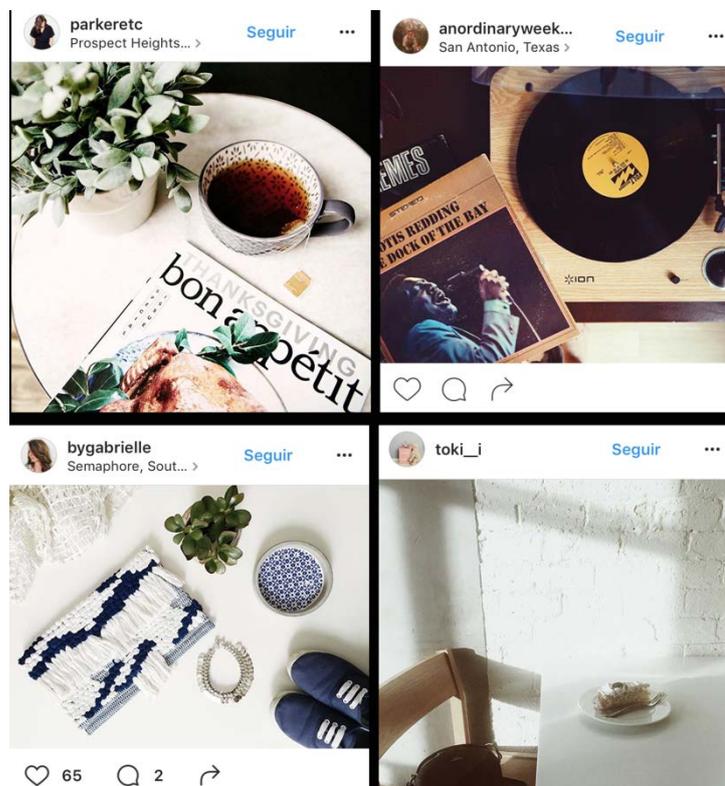
<sup>24</sup> Tradução nossa: “Beauty can initiate a sudden effervescence that casts a light which illuminates some things while casting shadows over others”.

comunicado. Mas não creio que essa distinção se sustente. (GREENBERG, 2013, 59-60)

Greenberg nos mostra que a distinção central entre o artístico e o não artístico se encontra não apenas entre o que é comunicado e o que não é comunicado, mas entre as artes que se apresentam sob formas tradicionalmente estabelecidas como artísticas e as que não utilizam estes recursos. Paralela à arte reconhecida como artística, se encontra uma arte “não formalizada, fugaz, ‘bruta’”. Contudo, as fronteiras entre uma e outra são difusas. Propomos aqui a ideia de que a arte é o principal meio na busca de tornar sensações e sentimentos mais tangíveis, mais comunicáveis. Não nos parece necessário ser artista para vestir o cotidiano com seu viés estetizado, basta-nos o desejo de traduzir nossas sensações, de guardá-las na memória em maneiras que atualizem sua virtualidade latente. Há muitas possibilidades para que absorvamos a potência latente de nossas “naturezas mortas”, mas, para transformá-las em representação durante o próprio instante temporal em que as vivemos, como demarcam bem os estudos essencialistas, só é possível através da fotografia, do cinema ou do vídeo.

Como revelamos no primeiro capítulo, historicamente, a fotografia responde ao desejo de materializar em imagem os momentos que gostaríamos de guardar, para retomadas e memórias. Desde o surgimento da câmera com filme da Kodak em 1900, a fotografia ganhou, a cada avanço tecnológico, mais adeptos na esfera doméstica. Hoje, o ato fotográfico se funde à tecnologia da telefonia móvel, tornando possível uma expansão inédita na nossa capacidade de registrar momentos ou de transformar sensações em imagens. Assim, com mais ênfase que nos últimos dois séculos, os temas do habitual e do cotidiano se difundem amplamente na fotografia vernacular, a partir do advento da fotografia digital e principalmente dos *smartphones*, e das ferramentas de compartilhamento da *web*. A tecnologia parece avançar no mesmo ritmo em que a percepção para o detalhe é aguçada, estimulada, em uma conjuntura que promove uma onda de transformações nesse gênero fotográfico. Não há mais apenas fotos de aniversários, encontros familiares, viagens, momentos escolhidos a dedo para tomarem espaço nos rolos de filmes a serem revelados; o álbum da fotografia, agora virtual, se enche também de imagens-percepções que focam em detalhes da vida trivial, feitas com o objetivo primordial de serem compartilhadas com uma possível audiência cativa. Como vimos, no Instagram, é fácil se deparar com esse tipo de imagem, das pequenas coisas da vida, com imagens de objetos, de paisagens e de locais que os usuários consideram interessante e destacáveis da rotina.

Fig 22: Seleção de imagens com “pequenas coisas da vida”



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Em nossa pesquisa de imagens, podemos encontrar uma série de exemplos de fotografias da esfera vernacular que representam pausas na rotina do dia-a-dia, momentos de releitura, de contemplação e de estetização de atividades absolutamente cotidianas. Na figura 22, há exemplos de instantes silenciados pelo clique da câmera do celular. Na fotografia de @parkeretc, temos o registro sobre uma mesa, com chá e uma revista culinária. Na legenda da usuária (que tinha 17,7 mil seguidores em janeiro de 2017): “*taking a moment of relaxation before the holiday craziness begins! Scouring for some last minute récipés, cleaning the apartment and consuming so much chai tea... it just smells so amazing in the fall, am I right? (...)*”<sup>25</sup>. Ao lado, a usuária @anordinaryweekeend (450 seguidores) publica a foto de uma vitrola vista de cima, com LPs espalhados e a legenda “*holiday jams*”. A usuária @bygabrielle (3,4 mil seguidores), publica uma fotografia com acessórios de moda dispostos sobre um fundo

<sup>25</sup> Tradução nossa: “Um momento de relaxamento antes da loucura do fim do ano! Buscando receitas de última hora, limpando o apartamento e consumindo tanto chai... tem um cheiro fantástico do outono, não é? (...).”

branco: uma bolsa, uma pulseira, uma planta, um prato, e um par de tênis. Na legenda, ela fala sobre o verão australiano e sobre a possibilidade de estrear sua nova bolsa. Por fim, a usuária @toki\_\_i publica a foto de uma cena cotidiana: uma torta sobre a mesa, e sua bolsa sobre a cadeira. A legenda está em japonês, mas ela associa sua imagem a outras *hashtags* além de #postitfortheaesthetic como @visualsoflife (visuais da vida), #findyourart (encontre sua arte) e #myhappyplace (meu lugar feliz). Estes quatro momentos têm em comum a ênfase aos momentos de contemplação de um momento do cotidiano. Gostaríamos, portanto, de prosseguir investigando as origens desse tipo de sensibilidade na história ocidental recente.

### 3.1 Flânerie e a botânica do asfalto

Quando pensamos nesta observação estetizada do cotidiano, um exemplo recorrente são as obras literárias de autores realistas do final do século XIX e do começo do XX, quando os detalhes mais banais das rotinas dos personagens ganharam crescente espaço nas páginas de romances, como por exemplo nos canônicos *Em Busca do Tempo Perdido*, de Marcel Proust, e *Ulysses*, de James Joyce. Em 1925, Virginia Woolf inicia seu clássico *Mrs Dalloway* descrevendo os detalhes para os preparativos de uma festa: “*Mrs Dalloway said she would buy the flowers herself*”, enquanto o cenário de uma manhã corriqueira se desenha por meio de seu fluxo de pensamentos. Em 1931, de maneira mais extrema, *As Ondas* acompanha a vida de seis personagens desde a infância, a partir de suas primeiras percepções sobre o mundo:

— O caracol arrasta sua concha cinzenta através do verde e esmaga as folhas da grama — disse Rhoda.  
 — E os golpes da luz nas vidraças das janelas relampejam, entrando e saindo dos talos de capim — disse, Louis.  
 — Há pedras frias contra meus pés — disse Neville. – Sinto, separadamente, cada uma delas, redonda ou pontiaguda.  
 — As costas da minha mão ardem — disse Jinny —, mas a palma está úmida e molhada de orvalho.  
 — Agora o galo canta como um jorro de água vermelha e dura sobre a brancura da manhã — disse Bernard.  
 — Há pássaros cantando em cima e embaixo e dentro e fora, por toda a parte a nosso redor — disse Susan  
 (WOOLF, 2004, 7, tradução Lya Luft)

Para Woolf, o cotidiano não era apenas uma forte presença em sua literatura ficcional; seus diários estão repletos de descrições de pequenos detalhes da vida da escritora, que fazia parte do movimento literário Bloomsbury, de intelectuais e escritores que acreditavam que “os

bens supremos da vida consistiam nas afetações pessoais e no gozo estético”, conforme estabelecido por G.E. Moore (FEATHERSTONE, 1995, 99). Vinte dias antes da morte dela, Virginia escreve em seu diário:

Não: nada de introspeção. Assinalo a frase de Henry James: observar perpetuamente. Observar a chegada da idade. Observar a ambição. Observar meu próprio desalento. (...) Suponha-se que eu comprasse um ingresso para o Museu; que diariamente andasse de bicicleta & lesse histórias. Suponha-se que eu selecionasse uma figura destacada de cada época & escrevesse sobre ela & o entorno. A ocupação é essencial. (...) É uma questão de estar receptivamente sonolenta, de olho bem aberto para o presente – deixando que as coisas venham uma depois da outra. Agora fazer hadoque. (WOOLF, Apud MARDER, 2011, 496-497)

Sobre o trecho, Marder (2011, 497), biógrafo de Woolf, acrescenta uma observação de Guy de Maupassant, que diz que “escritores nunca simplesmente vivem, mas usam seus momentos mais íntimos para abastecer sua arte”. “Receptivamente sonolenta”, Woolf abre também os olhos de seus leitores para os pormenores a seu redor, para “cada pedra caída aos próprios pés, mas abordando as ruínas e os montes de entulho em um estado de distanciamento de sonho” (Idem). Talvez para que se estetizasse o cotidiano, fosse necessária às artes a própria estetização da vida do artista. Ao se conjugarem a industrialização, a modernidade, as vanguardas históricas, e os movimentos artísticos do século XX e XXI, torna-se cada vez mais difusa a linha que separa a arte da vida cotidiana.

Em uma realidade anterior às obras de Virginia Woolf, nos primórdios da dita modernidade, que possibilitou a abertura para uma ficção mais livre como a dela, encontramos os primeiros indícios dessa reconfiguração entre arte e vida na figura mítica do *flâneur*<sup>26</sup>, descrita por Charles Baudelaire em *Sobre a Modernidade*, texto de 1859 inspirado na vida do pintor Constantin Guys. No livro, Baudelaire compara a dois “estados” de humanidade, a convalescência e a infância, pois ambos despertam intensos interesses pelas coisas, por mais triviais que sejam. Para ele, após uma doença séria, nossas impressões sobre o mundo podem ganhar as cores que tinham quando éramos crianças. “Nada se parece tanto com o que chamamos inspiração quanto a alegria com que a criança absorve a forma e a cor” (BAUDELAIRE, 1996, 17). Conectado a este espírito, o *flâneur* explora seu habitat natural: as

---

<sup>26</sup> Aqui vale notar, como observa Wolf (1985), que não há um equivalente feminino para o termo, como flâneuse, pois era impensável dada a configuração dos gêneros na sociedade do século XIX, mesmo que, por exemplo, a literatura de Woolf apresente algumas características comum aos autores tidos como *flâneurs*.

grandes cidades. “Sua paixão é desposar a multidão” (BAUDELAIRE, 1996, 19), vivendo “no numeroso, no ondulante, no movimento, no fugidio e no infinito”, como mostra o quadro *Música no Jardim de Tuileries* (1862) do pintor impressionista Édouard Manet, que traz, inclusive, a figura do próprio Baudelaire, com a bengala debaixo do braço, logo atrás da jovem de chapéu azul (Fig. 23).

Fig. 23: *Música no Jardim de Tuileries*, Édouard Manet, 1862



Fonte: The National Gallery – Londres

O *flâneur* se sente em casa em qualquer lugar e tira seu conforto doméstico das ruas, sem-nome em meio à tanta gente. “Pode-se igualmente compará-lo a um espelho tão imenso quanto essa multidão; a um caleidoscópio dotado de consciência, que, a cada um de seus movimentos, representa a vida múltipla e o encanto cambiante de todos os elementos da vida” (BAUDELAIRE, 1996, 20). Explorando a vida universal, este detive urbano está em busca não apenas do prazer, mas da modernidade, ideia que Baudelaire resume como “tirar da moda o que esta pode conter do poético no histórico, de extrair o eterno do transitório” (Idem, 24). De fato, até hoje, a ideia corrente é a de que o *flâneur* é uma pessoa desprendida, que caminha sem rumo pelo espaço urbano, em busca de algo ainda sem nome.

Benjamin (2015, 39) concede muita importância ao papel das “passagens” na configuração do *flâneur*, a quem ele chama “botânico do asfalto”. Sem as galerias parisienses, cobertas de vidros e vitrines, esses passeios contemplativos que cruzam as entranhas da cidade

oitocentista, “qualquer coisa de intermédio entre a rua e o interior”, a importância da figura do *flâneur* não teria nem existido. Na *flânerie* da modernidade, as tabuletas são tão belas quanto quadros a óleo, as paredes são escrivatinhas para colocar ideias, os quiosques de jornais são bibliotecas, as esplanadas são varandas domésticas. O *flâneur* “desenvolve formas de reações adequadas ao ritmo da grande cidade. Capta coisas fugidias, e com isso sonha estar próximo do artista” (BENJAMIN, 2015, 43). Nas passagens, que podemos afirmar serem os protótipos para nossos atuais *shoppings centers*, ambos mundos de sonho da cultura de massa, o *flâneur* consegue emergir da embriaguez da modernidade com seu fluxo de mercadorias, para tentar poetizar a banalidade.

Na mesma época em que surgiam as grandes lojas de departamento, o *flâneur* apareceu como um consumidor de imagens, que trata a cidade como se fosse um enfileiramento de mercadorias interessantes ao olhar. “Como um admirador adequado da nova sociedade do espetáculo, o *flâneur* encontrava seus principais prazeres sensoriais em simplesmente assistir” (HOWES, 2005, p. 285<sup>27</sup>). Para Saisselin (1984, p. 25, Apud HOWES, 2005), o *flâneur* era sempre um observador; para ele não havia tédio, pois seu mero olhar de admiração animava a tudo. Ao caminhar, o *flâneur* observava, assistia, espiava, verbos que podemos assimilar a uma outra figura surgida no século XIX: o fotógrafo. Ambos partiam da observação estética do mundo urbano, em busca de impressões visuais valiosas.

Em seu ensaio sobre a estetização da vida cotidiana, Featherstone (1995, 104), estabelece um paralelo entre a característica que ele considera principal do julgamento do juízo estético de Kant, o olhar desprendido, distanciado que nos permite pensar a observação de qualquer coisa a partir de um olhar estético, e a atitude do *flâneur*. “Verifica-se essa atitude distanciada, voyeurista, no *flâneur* nas grandes cidades, seus sentidos são superestimulados pela torrente de novas perspectivas, impressões e situações que lhe atravessam o caminho (Idem, 104). Mas em vista do pós-moderno, o autor pensa na ideia do “desdistanciamento” ou “instantaneamento”, ou seja, o imediato “prazer de mergulhar nos objetos de contemplação” (Idem, 105).

Podemos refletir sobre a experiência da fotografia vernacular do Instagram, que situa a

---

<sup>27</sup> Tradução nossa: “(...)as a suitable admirer of the new society of spectacle, the flâneur found his primary sensory pleasure simply in watching (...)”

observação e a estetização de objetos e experiências fora do âmbito daquilo que é classicamente tido como “estético”, enfatizando o imediatismo da experiência, a presença instantânea das vivências e a imersão nos objetos mediante desejos imediatos. E a repetição desses processos indefinidamente na criação dos *feeds* de imagens. “Com efeito, o desdistanciamento supõe a capacidade de desenvolver um descontrole das emoções, abrir-se para todo o elenco de sensações disponíveis que o objeto pode evocar” (Idem, 105).

Fig. 24: Foto do usuário @jordanrisa da hashtag #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, 24 de novembro de 2016

A título de experimentação, podemos então pensar em uma *flânerie* da vida contemporânea, que ocorreria não mais nas ruas, nas cidades, nas galerias, nas lojas de departamento, ou nos *shoppings centers*, mas nos coloridos mundos-mosaicos do Instagram, mediados por telas, filtros, e conexões de Internet. Algumas pistas nos vem à mente: a constante valorização de uma vivência exploratória do mundo e um olhar turístico sobre a vida, a tentativa de catalogação e de coleção visual dos detalhes estéticos observados no cotidiano, a ênfase em categorias estéticas pré-determinadas ou recém criadas na rede visual, a busca não apenas por momentos prazerosos, mas pelo compartilhamento estetizado destes, a presença marcante de fotos sobre o cotidiano, que insiram o indivíduo em um contexto espacial: os pés sobre o ladrilho hidráulico, a mão que segura um copo de café com a paisagem ao fundo, o corpo que caminha sobre a calçada segurando uma rosa branca (Fig 24).

Nesta possível *flânerie* do Instagram temos dois movimentos: um de dentro para fora, em que o olhar curioso e estetizado se volta para o mundo exterior, para os espaços abertos; e

um de fora para dentro, onde transparecem detalhes da intimidade, mas, sobretudo, momentos de quietude, relaxamento dos indivíduos. Olhar para dentro de si, mas registrar, compartilhar, levar para fora. Não há distanciamento com o eu no centro. Os “*instagrammers*”, exploradores estéticos contemporâneos das malhas urbanas, estão talvez em busca do prazer, do transitório e do desprendimento do *flâneur*, mas não vivem mais como ele, sem rumo e em busca de sensações inomináveis. A busca nos parece clara: compartilharemos estas experiências com o propósito de ganharem mais *likes*, mais seguidores e se tornarem usuários mais notáveis na rede visual. Esses indivíduos não vivem mais no ondulante mundo das ruas, mas sim no fugidio e infinito espaço das redes visuais, onde criam ambientes reconhecíveis, lares confortáveis em seus perfis, em suas *hashtags* favoritas, em grupos com outros usuários. E quando de fato se lançam às ruas da cidade, vão em busca de mais imagens e elementos para comporem seus *feeds*.

Esta suposta *flânerie* do Instagram não é mais sobre simplesmente assistir a algo: este espectador do mundo agora quer registrar, compartilhar sua própria visão sobre a torrente de superestímulos e situações que lhe atravessam, ou seja, quer participar, se integrar ao movimento. Também não temos mais nos observadores do cotidiano caótico uma figura solitária, individual, masculina. O *instagrammer* é potencialmente qualquer um que tenha em mãos um telefone celular com conexão com Internet e isso compõe no Instagram uma comunidade de 500 milhões de pessoas, homens e mulheres provindos de 175 países. Nesta multidão, portanto, a ideia de uma *flânerie* não parece se efetivar pois a figura de um observador reflexivo não faz mais tanto sentido em uma plataforma de meio bilhão de observadores nada silenciosos, em sua capacidade de compartilharem instantaneamente fotografias, vídeos, palavras, diálogos e *likes*.

### 3.2 O regime estético

Para nos aprofundarmos na ideia da estetização do cotidiano, Rancière (2009) nos fornece uma interessante ferramenta conceitual, ao dividir a história da arte ocidental em três grandes regimes de identificação. No primeiro, o *regime ético*, temos uma arte “subsumida na questão das imagens”, ligada às questões da divindade, do direito de produção, do significado. Em seguida, o *regime poético* ou *representativo* enfatiza a dicotomia poiésis/mímesis, com a arte preocupada com seus modos de fazer, de ser apreciada, e organizada pela noção de

representação. Por fim, os últimos dois séculos marcam o surgimento do *regime estético*, que já não considera distinções nas maneiras de fazer, nem remete ao gosto ou ao prazer, e sim ao “modo de ser sensível próprio aos produtos da arte.” (RANCIÈRE, 2009, 32). “Os regimes da arte de Rancière contam uma história muito mais longa, que não contempla uma narrativa linear: por exemplo, o regime estético retrabalha a história, enquanto outros regimes continuam a ser praticados junto a um regime contemporâneo” (HIGHMORE, 2011, 49)<sup>28</sup>.

No *regime estético* surge a Arte, em contraposição às artes, totalmente desobrigada de regras, hierarquias de temas, gêneros e artes. Trata-se de uma transformação drástica que implode a barreira mimética que distinguia os modos de fazer da arte. “Ele afirma a absoluta singularidade da arte e destrói ao mesmo tempo todo critério pragmático dessa singularidade”. (RANCIÈRE, 2009, 33-34). Para Rancière, a grande revolução estética é a ruína do sistema de práticas e regras pré-estabelecidas, e é também a ruína de uma arte cuja dignidade se estabelece pela dignidade de seus temas. Longe dessa hierarquia rígida, que colocava, por exemplo, a tragédia acima da comédia, a pintura religiosa acima da pintura de gênero ou de paisagem, o regime estético da arte traz a noção de que tudo é matéria para a arte. “Nesse sentido, a revolução estética é a extensão do domínio da linguagem e da poesia ao infinito” (RANCIÈRE, 2003, 205)<sup>29</sup>. Assim, há o “desenvolvimento de toda uma série de formas de percepção que nos permitem ver a beleza em todos os lugares” (Idem). A ideia central deste regime da arte seria então a igualdade e o anonimato, em um processo de tornar a beleza anônima, de buscar a poesia imanente em qualquer coisa, em qualquer lugar.

Dentro deste regime, Rancière destaca o surgimento das artes *mecânicas* na modernidade, como fotografia e cinema, que promovem uma modificação de paradigmas na arte, além das novas relações tecnológicas: a possibilidade de dar visibilidade às massas, ao *qualquer um*, que passa a ser detentor de uma “beleza específica”. “De acordo com a lógica do regime estético da arte, para que a fotografia ou o cinema pertencessem à arte, seus assuntos primeiro deveriam pertencer. Tudo que poderia ser tomado por um piscar de olhos já deveria ser suscetível a se tornar algo artístico” (RANCIÈRE, In: GUÉNOUN, 2000, 253)<sup>30</sup>. Assim, “a

<sup>28</sup> Tradução nossa: “Rancière’s regimes of art tell a much longer history and one that doesn’t participate in a linear narrative: for instance the aesthetic regime reworks history, while previous regimes continue to be practised alongside a contemporary regime”

<sup>29</sup> “In this sense, the aesthetic revolution is an extension to infinity of the realm of language, of poetry.”

<sup>30</sup> Tradução nossa: “According to the logic of the esthetic regime of art, in order for photography or the cinema to belong to art, their subjects first had to belong to art. Everything that could be taken in by a glance had to have

glória do *qualquer um*” (RANCIÈRE, 2009, 48), a libertação temática que possibilita o entendimento da fotografia como um modo legítimo de fazer estético, dá-se não por sua natureza técnica, ou pelas maneiras de imitar a arte, mas por esta maneira de tornar o anônimo um objeto de estetização. Para Rancière, há um esplendor inerente ao insignificante. Ao dar-lhes significado, as obras de arte o reconhecem, e, como destaca Highmore (2011), passam a nos sensibilizar para as texturas e ritmos da vida cotidiana, transformando nossa vivência deste cotidiano.

Como exemplo, Rancière relembra Benjamin, que em *A Pequena História da Fotografia* ([1931] 2012), enxerga a introdução da fotografia no mundo das artes através de David Octavius Hill, não por suas ambiciosas composições picturais, mas por suas fotografias de pessoas anônimas. Em uma das mais célebres frases sobre fotografia, Benjamin destaca haver algo de “estranho e de novo” na imagem de David Octavius Hill, algo que se encontra preservado na vendedora de peixes de New Haven, fotografada entre 1843 e 1846 por David Octavius Hill e Robert Adamson, (Fig 25): em seu discreto olhar para o chão, no seu recato “tão displicente e tão sedutor”. Nele, “preserva-se algo que não se reduz ao gênio artístico do fotógrafo Hill, algo que não pode ser silenciado, que reclama com insistência o nome daquela que viveu ali, que também aqui ainda é real, e que não quer reduzir-se totalmente à arte” (BENJAMIN, 2012, 100). Na imagem, os observadores estariam sempre buscando a “pequena centelha do acaso”, a marca do tempo e da realidade que chamuscou esse retrato há mais de um século. Queremos “encontrar o lugar imperceptível em que o futuro se aninha ainda hoje no “ter sido assim” desses minutos únicos, há muito extintos, e com tanta eloquência que, olhando para trás, podemos descobri-lo” (Idem., 100).

---

been already susceptible to being something artistic (...)

Fig 25: Mrs Elizabeth Jonhntone Hall, pescadora, David Octavius Hill e Robert Adamson



Fonte: National Gallery Scotland - <http://bit.ly/2arRg1p>

Este é o contexto em que a modernidade desperta, quando a literatura, as artes visuais e a ciência passam à visão dos grandes acontecimentos para “identificar os sintomas de uma época, sociedade ou civilização nos detalhes ínfimos da vida ordinária, explicar a superfície pelas camadas subterrâneas e reconstituir mundos a partir de seus vestígios” (RANCIÈRE, 2009, 49). Na fotografia, isso acontece aos poucos, com a libertação da câmera por sua diminuição e suas novas velocidades, que possibilitam mais mobilidade, mais aproximação. Para Benjamin (2012), a fotografia é capaz de nos revelar o “inconsciente ótico”, nos mostrar o mundo de imagens que habita as coisas mais minúsculas e imperceptíveis da natureza, tornando-as grandes, formuláveis, passíveis de ampliação e ressignificação. É como na fotografia favorita de Alfred Stieglitz, da mulher de um pescador holandês, feita em 1894, em Katwyk (Fig 26). Ela se dedica a reparar uma rede: “a atenuação dos contornos ao redor da mulher sentada de perfil se justifica pela inquietude que realça a atenção dada ao trabalho, e o universo inteiro da vida e pensamento que se concentra nele” (RANCIÈRE, 2011, 241)<sup>31</sup>. Para Stieglitz, a fotografia expressa a vida da jovem holandesa; em cada ponto da rede de pesca, revela-se o rudimento de sua própria existência.

<sup>31</sup> Tradução nossa: ““(…) la atenuación de los contornos alrededor de la mujer sentada de perfil se justifica por la inquietud de pone de relieve la atención prestada al trabajo y el universo entero de vida y pensamiento que se concentra en el”

Fig. 26: *Mending Nets*, Alfred Stieglitz

Fonte: Photoseed - <http://bit.ly/2a76HiK>

Como definiu o crítico Paul Rosenfeld, na ocasião de uma exposição em 1921, para Stieglitz não há no mundo qualquer objeto que não seja de extrema importância metafísica. “Os mais humildes objetos parecem ter uma vida mágica” (ROSENFELD Apud RANCIÈRE, 2011, 241). Para Rancière (2011, 11)<sup>32</sup>, ao abordar a “prosa do mundo” a arte se redefine por esses mergulhos, trocando “as idealidades da história da forma e do quadro, pelas do movimento da luz e do olhar”. Assim, a arte constrói seu próprio domínio, diluindo qualquer especificidade sobre o que representa, e borrando as fronteiras que a separavam do mundo cotidiano.

### 3.3 Diálogos entre objetos

Como vimos, a teoria de Rancière estabelece que a fotografia é essencial no processo de desenvolvimento do regime estético no século XIX. A divulgação pública da técnica em 1839 na França e sua difusão por diversos países ao longo do século desperta também novos modos de ver e de fazer na cultura visual. Nas primeiras décadas, as fotografias de naturezas mortas figuram entre os principais gêneros fotográficos, como reminiscências diretas das pinturas a óleo, frutos de uma tradição pictórica com origens remotas na antiguidade.

---

<sup>32</sup> Tradução nossa: “(...) las idealidades de la historia, la forma y el cuadro por las del movimiento, la luz y la mirada (...)”

Por definição, entende-se por natureza morta a representação de arranjos de objetos inanimados, como comida (em especial, frutas e caça), plantas, tecidos e outros objetos. As composições variam em uma escala de detalhamento que vai dos arranjos mais simples em cenários domésticos às luxuosas e elaboradas cornucópias. Podemos descrever como naturezas mortas algumas pinturas funerárias egípcias, e também encontramos afrescos que poderiam ser classificados neste gênero em resquícios de pinturas e murais da Grécia antiga e do império romano. Apesar de objetos terem continuado a serem representados durante toda a história da arte, é somente após o Renascimento, quando o icônico quadro “*Frutas na Cesta*” (1596), de Caravaggio marca o retorno ainda tímido a este tipo de representação, que se configura um gênero pictórico específico. Este passa a ganhar força no século XVI e floresce com intensidade na Holanda do século XVII, através de pinturas a óleo retratando arranjos suntuosos, inspirados na exótica flora encontrada em suas colônias, banquetes luxuosos e objetos que celebram a natureza, as riquezas materiais e as ideias cristãs e filosóficas da época. Esse tipo de pintura se volta para o ambiente doméstico para passar a atender às necessidades de um mercado de arte para a burguesia emergente. Posteriormente, na pintura praticada nas academias de Belas Artes do século XVIII e XIX, principalmente na Inglaterra e na França, as naturezas mortas figuram como o último gênero em uma hierarquia de relevância, que designa as pinturas históricas e religiosas como mais importantes, seguidas por retratos, pinturas “de gênero”, paisagens, pinturas de animais e só então pinturas de objetos.

Com o reestabelecimento dessa cultura visual no século XVII, foi preciso nomear o gênero. No primeiro livro histórico sobre a arte, a *Vida dos Artistas* (1550), Giorgio Vasari se refere a essas pinturas como “*cosi naturali*”, ou seja, os objetos transcritos em sua forma original. No século dezessete, surge na Holanda a terminologia “*stilleven*” (significando “calma” ou “vida estática”), que aparece então no inglês como “*still life*” e no alemão como “*stilleben*”. Para Font-Réaulx (2012), essas expressões tratam da natureza como algo vivo, mas lidam com uma certa tranquilidade nos objetos e com a ideia de duração. “(...) Selecionar um estado específico entre os elementos implica que a calma que eles exalam na pintura foi antecedida por certa desordem e será seguida por uma subsequente decadência”. (FONT-RÉAULX, 2012, 177<sup>33</sup>) . Assim o nome que carrega em si contradições – que também

---

<sup>33</sup> Tradução nossa: “Such expressions treat nature as a living thing. Endowing it with specific qualities, of tranquility and Peace, they call upon na idea of duration; selecting a specfic state among the elements implies that the calm they exalt in the paiting followed some earlier disorder in the arrangement and preceded their subsequet decay”

perpassam os nomes que o gênero ganhou o século XVIII, em francês, italiano e português: “*nature morte*”, “*natura morta*” e “natureza morta” – reflete os componentes simbólicos e meditativos destas representações de objetos, que combinam o mundo natural com o manufaturado, apresentando-nos a diversidade da vida e sua transitoriedade, simbolizada pela escolha do instante específico a ser representado, normalmente um de fartura, de exuberância ou florescimento. No espanhol, contudo, podemos atribuir um olhar muito mais terreno a estas pinturas, a partir do uso do nome “*bodégon*” (algo como despensa ou taberna), muito mais doméstico e tautológico. Também é comum ver atribuído às naturezas mortas a denominação “*vanitas*” (do latim, adjetivo relacionado ao vazio), quando a pintura exhibe conotações religiosas, e discute a falta de valor espiritual dos objetos materiais e do conhecimento científico, através da presença de objetos simbolizando a morte, como caveiras, ou o tempo, como ampulhetas.

As naturezas mortas carregam em si um tipo específico de linguagem poética que, como afirmou Denis Diderot na ocasião do salão artístico de Paris em 1767, têm regras menos óbvias e mais secretas do que as de outros gêneros. Ao refletir sobre esse tipo de pintura, John Berger (2000) considera que se tratam de afirmações sobre encontros entre coisas que, apesar da efemeridade evidente, permanecem juntas indefinidamente, através da representação. Para realizar uma natureza morta, o artista deve estudar o avizinhamo das coisas, as maneiras como elas convivem em harmonia (ou não), como se ininterseccionam, se sobrepõem, se separam. “Na zona de segurança e silêncio das naturezas mortas, a visibilidade dos objetos se torna eloquente” (BERGER, 2000)<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Tradução nossa: “In the safety zone and silence of still lifes the visibility of objects becomes eloquent.”

Fig. 27: *Bodegon com cacharros*, Francisco de Zurbarán, 1650



Fonte: Museo del Prado

Em resumo, a natureza morta parece retratar intensos diálogos entre os objetos, mas não apenas entre eles. Ao olhar para pinturas do espanhol Francisco de Zurbarán (1598-1664) (Fig 27), Berger vê muito além dos vasos pintados sobre uma estante. Para ele, esses objetos estão ali não apenas por sua materialidade, mas para evidenciar uma profunda escuridão na presença de um fundo infinito, insinuando a eternidade do imaterial. No clássico *Ways of Seeing*, Berger afirma, contudo, que as pinturas de natureza morta também demonstram mais do que a virtuosidade dos artistas: elas confirmam as riquezas e o estilo habitual de quem as compra e as exhibe nas paredes. “A mercadoria se tornou o assunto das obras de arte” (BERGER, 1972, 99)<sup>35</sup>. Saisselin (1976) destaca, por exemplo que, na cultura do consumo nascente do século XVIII, a classe que podia consumir era pequena e privilegiada, enquanto a classe dos produtores era pautada na subsistência e na produção dos artigos luxuosos para serem consumidos, que eram, então, tão valiosos e belos que passaram a ser reconhecidos como dignos de serem representados. Para ele, as naturezas mortas são como retratos daqueles que as possuem.

Portanto, é toda essa a carga de significados e interpretações que o gênero carrega quando passa também a ser realizado pelos primeiros fotógrafos da história. Para historiadores como Font-Réaulx (2012) e Hannavy (2008), foi a tecnologia que primeiro influenciou a frequente opção pelo gênero natureza morta, devido aos longos tempos de exposição que as primeiras técnicas fotográficas como daguerreótipos e talbótipos exigiam. As superfícies pouco sensíveis demandavam uma maior quantidade de luz e, portanto, longos tempos silenciosos para o

<sup>35</sup> Tradução nossa: “Merchandise became the actual subject-matter of Works of art”

processamento dos químicos, o que significa que, até mais ou menos 1860, era muito difícil retratar pessoas e assuntos em movimento. As naturezas mortas, portanto, permitiam um maior grau de controle de luz, de fotometria, temporalidade, tons, texturas e de arranjos para esses fotógrafos. A efervescência dessa época também estimula uma série de discussões sobre o *status* da fotografia em relação a outras artes, o que faz com que os primeiros fotógrafos se aproximem de temas já estabelecidos nas artes como as naturezas mortas, as paisagens e as paisagens urbanas. Muitas fotografias a partir de 1839 retratam temas similares aos das pinturas de séculos anteriores: arranjos florais ou de frutas em mesas, conchas, estátuas, caça, espécies botânicas.

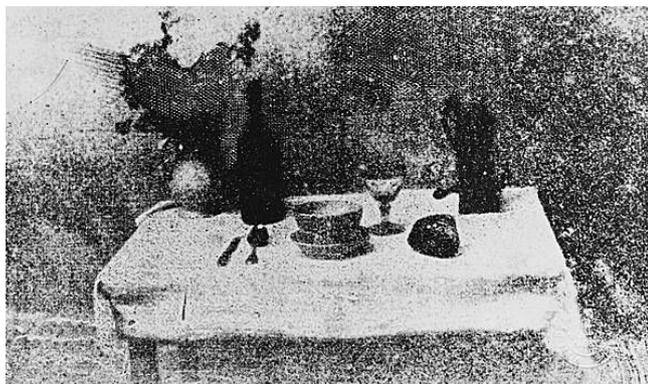
Podemos, então, pensar na fotografia de natureza morta do século XIX como um ponto interseccional entre os regimes de Rancière. Ao conectarem-se tanto com as significações inerentes ao gênero ligadas à morte, à transitoriedade e à desaprovação religiosa da acumulação de bens e conhecimentos, essas fotografias se conectam ao *regime ético*. Ao dialogarem com discussões sobre a durabilidade material das coisas no mundo, as demonstrações de riqueza, de intelectualidade, elas podem ser ligadas ao *regime representativo*. Mas, mais do que tudo, elas se inserem em um contexto de apreço pelo banal, pelo comum, e pelo indivíduo na sociedade, características recorrentes do *regime estético*.

No tipo de naturezas mortas que encontramos no acervo remanescente de alguns pioneiros da fotografia, como Louis Jacques Mandé Daguerre, Henry Fox Talbot, Nicéphore Niepce e Hyppolite de Bayard, não encontramos uma seleção aleatória de objetos. “Ao contrário, cada inventor escolheu um elemento natural específico, sem dúvida para manter seus gostos e interesses, que oferecesse uma maneira de mostrar seu processo e sua habilidade” (FONT-RÉAULX, 2012, 179-181<sup>36</sup>). Niepce, por exemplo, tinha um estilo remanescente do francês Jean-Baptiste-Siméon Chardin, o mais célebre pintor de naturezas mortas do século XVIII. Já Talbot focava seus interesses na botânica, na tentativa de promover a popularização do uso científico de sua forma de fotografia. E temos ainda as naturezas mortas de Daguerre e de Bayard, que traziam à tona o gosto por uma atmosfera de gabinete de curiosidades, da informalidade caótica dos estúdios de pintura.

---

<sup>36</sup> Tradução nossa: “On the contrary, each inventor chose a specific natural element, doubtless in keeping with his tastes and interests, which offered him a way of showing off the process and his skill”.

Fig. 28: *La Table Servie* – Nicéphore Niépce – aproximadamente 1826



Fonte: Musée Nicéphore Niépce, Chalon-sur-Saône

Fig. 29: *Nature Morte*, Daguerre, 1837



Fonte: Domínio público

De fato, duas das mais antigas fotografias conhecidas podem ser consideradas naturezas mortas: *La Table Servie* (Fig 28), heliografia de Niépce de aproximadamente 1826 e *Nature Morte* (Fig 29), daguerreotipo produzido por Daguerre em 1837. As duas imagens se conectam à história visual precedente das naturezas mortas, mas já exploram os novos padrões temporais e espaciais que a fotografia proporciona. Na foto de Niépce, temos uma mesa posta, coberta por toalha, e sobre ela, encontramos potes, copos, talheres e um jarro. Produzida antes do anúncio oficial da descoberta da fotografia, é ainda bastante difusa, com pouca nitidez e clareza nas formas dos objetos, mas a composição já demonstra a intenção de retratar uma cena comum da vida doméstica, em uma antecipação do estilo mais realista de fotografia que se estabeleceria no século XX.

Já o daguerreótipo reflete o gosto pela erudição e a paixão pelos inventários, pelas coleções de objetos do europeu do século XIX, que impulsionou a criação de diversos museus na época. Sobre esta imagem, Batchen (1997) explica que Daguerre teria selecionado estes determinados objetos – uma cópia de obra em baixo-relevo de Jean Goujon, pinturas emolduradas, esculturas de gesso – por sua proximidade com esta cultura dos museus da época, na esperança de tornar a fotografia mais legítima como uma forma de arte. Contudo, como observa Font-Réaulx, curiosamente os elementos escolhidos por Daguerre e suas naturezas mortas costumavam aparecer como coadjuvantes no fundo das pinturas, compondo o espaço do estúdio, e não como protagonistas de obras pictóricas.

Há ainda nomes importantes das primeiras décadas da fotografia de natureza morta como Adolphe Braun, Jules Dubosco, Henri Le Secq, Roger Fenton, Charles Aubry e Charles Jones, entre outros. Todos realizam experimentos nos espectros tonais e de luz, e exploram as novas tecnologias de captação, de fixação e de exposição para transformar objetos através das qualidades temporais peculiares da fotografia. Planta-se aí a semente para o trabalho experimental de fotógrafos como Karl Blossfeldt, Irving Penn ou Paul Outerbridge, desenvolvido na primeira metade do século XX. No escrutínio calculado da vida cotidiana, na criação de paralelos entre objetos e metáforas, na representação de simbologias ancestrais, na ênfase do consumo através da valorização dos objetos, as fotografias de natureza morta do século XIX podem nos fornecer muitas pistas sobre a fotografia praticada atualmente. “As naturezas mortas exaltam a banalidade dos assuntos que retratam através de virtuosidade técnica e oferecem um bom lembrete da materialidade da existência”. (RHODES, Kate In: HANNAVY, 2008, 1346<sup>37</sup>)

De todas as fotografias pesquisadas (que podem ser visualizadas no link: <http://goo.gl/5BXUss>), uma nos chamou atenção em especial (Fig 30): *Still life of the washerwoman* (Natureza morta da lavadeira), do fotógrafo alemão especialista na técnica do colódio Hermann Krone, de uma cena retratada em estúdio, em 1853. Nela, temos a ideia de uma lavadeira representada através dos objetos de seu uso mais cotidiano: baldes, bacias, panos brancos, jarros, colheres, cestos. O fundo preto acortinado do estúdio concede certa importância aos objetos, que, em outros contextos, nos pareceriam completamente banais. As linhas bastante

---

<sup>37</sup> Tradução nossa: “Still lifes exalt the banality of the subjects they depict through technical virtuosity and they offer a sharp reminder of the materiality of our existence.”

nítidas, e o contraste marcado típico das imagens da época nos dão a noção de uma temporalidade fotográfica de outros tempos.

Fig. 30: *Still life of the washerwoman*, Hermann Krone, 1853



Fonte: Deutsches Museum, Munique

Ao mesmo tempo em que tudo parece bastante estático, há, contudo, um certo frescor nos alvos lençóis e na maneira como foram deixados ali, amassados, pendurados. Esses panos, tão bem delineados pela técnica fotográfica, dão-nos a noção de uma temporalidade urgente. É como se um instante atrás, a lavadeira tivesse sido chamada em um outro afazer ou tivesse ido checar as demais peças no varal. Mesmo que fique claro que esta fotografia é uma montagem, permanece evidente a intenção de reproduzir uma cena diretamente da realidade tangível do mundo banal. Ao escolher para retratar uma cena corriqueira como esta, Krone opta por conceder um olhar estetizado sobre a vida cotidiana, sem que seja necessário recorrer aos clichês das fotografias “de gênero”, de montagens teatrais e artificiais. Na reprodução de Krone, enxergamos um paralelo com a imagem da pescadora de David Octavius Hill e Robert Adamson, na maneira como ambas selecionam seus assuntos em espaços pouco abordados da cultura visual do século XIX. Fotos como estas se tornarão cada vez mais comuns no século XX, e se livrarão da necessidade da montagem, a partir da liberdade proporcionada por câmeras menores e rolos de filmes.

Talvez possamos pensar em algo como uma reminiscência, ou, talvez a palavra mais adequada seja uma comunicação, entre as pinturas de cestas de frutas e pães encontradas nas ruínas em Pompeia e Herculano, os objetos que apareciam em cenários de quadros religiosos antes de 1550, as primeiras naturezas mortas surgidas no período do Renascimento, o auge do gênero no século XVII na Holanda, as naturezas mortas acadêmicas do século XVIII, as primeiras fotografias de vasos, frutas e objetos do século XIX, instalações do século XX e as fotografias de *objetos cotidianos* e de *botânica* Instagram do século XXI, só para citar alguns dos elementos que encontraríamos em uma lista de correlações visuais.

No vislumbre destas evidências e sobrevivências, na antiguidade que permanece “assombrando” a contemporaneidade, percebemos uma ausência de cronologias fechadas e tradicionais que lembra a maneira de pensar a história da arte inaugurada por Aby Warburg. “Pois a constituição de imagens faz-se sempre em um diálogo de imagens: imagens deixam-se reportar a outras imagens: esse é o sentido do seu *Atlas Mnemosyne* (...)” (WAIZBORT In: WARBURG, 2015, 17). “Imersas em contextos, as imagens estabelecem relações entre si, arranjam-se em constelações que são variáveis e permitem aos pesquisadores enfatizar um outro percurso, transcurso, nexos, contexto (...)” (Idem, 18).

O método inacabado do *Atlas Mnemosyne*, desenvolvido entre 1824 até a morte de Warburg em 1829, é, para Didi-Huberman uma ferramenta do conhecimento, como um processo de desenvolver arranjos moventes de imagens baseados na experimentação e não em conceitos fechados. Ao arranjar e rearranjar imagens em painéis pretos, Warburg podia pensar na estética dessas imagens, além de suas correspondências no tempo e na história. “Com isso, a possibilidade de associar, constelar, corresponder, tensionar e opor imagens permitiu-lhe uma forma única de conduzir suas discussões” (WAIZBORT In: WARBURG, 2015, 18). Em um exercício metodológico inspirado, mas simplificado, buscamos aqui mapear diferenças e semelhanças em uma série de imagens de frutos como pêssegos e peras, tendo como ponto de partida uma imagem encontrada nas ruínas de Herculano em Roma (5), e visando, assim, desenvolver uma linha não cronológica de conexões simbólicas, temáticas e estéticas da sobrevivência de certos arquétipos e escolhas pictóricas até a fotografia do Instagram.

Fig. 31: Peras e pêsegos através dos milênios

**Imagens:**

**1.** Estudo de Fede Galizia (Itália -1578-1630), *Corbeille de vermeil garnie de peches et posée sur un entablement à coté d'une branche d'oranger* (Fonte: Artnet); **2.** Detalhe do *Casamento do Casal Arnolfini*, 1434 de Jan van Eyck (1390-1441) (Fonte: National Gallery, Londres); **3.** Fotografia de Paul Strand (1890-1976) do ano de 1916 (Fonte: Metropolitan Museum - © 1981 Aperture Foundation); **4.** Fotografia publicada no Instagram pelo usuário @minibackdrops em 22 de novembro de 2016 (parte das nossas 900 imagens pesquisadas) (Fonte: Instagram); **5.** Natureza morta com pêsegos, encontrada nas ruínas de Herculano (Fonte: domínio público); **6.** *Natureza morta com maçãs e peras*, Paul Cézanne (1839-1906), de 1891-91, óleo sobre tela (Fonte: Metropolitan Museum, Nova York); **7.** Fotografia de Charles Aubry (1803-1833), de aproximadamente 1864: *Natureza morta com cesta de peras, cerejas e gramíneas*. (Fonte: Domínio público); **8.** Fotografia publicada no Instagram pela usuária @elifcet em 22 de novembro de 2016 (parte das nossas 900 imagens pesquisadas) (Fonte: Instagram); **9.** Foto *Estudo de natureza morta com peras* de 1865 por Fratelli Alinari (Fonte: Luminous Lint); **10.** Fotografia *Três peras* de 1934 por Emmanuel Sougez (1889-1972) (Fonte: Biblioteca Nacional da França); **11.** Fotografia *Four pears* de Olivia Parker, 1979, da série *Under the Looking Glass* (Fonte: oliviaparker.com); **12.** *Strange Fruit (for David)* de Zoe Leonard (1961-), obra de 1992 a 1997 (Fonte: The Philadelphia Museum of Art); **13.** *Natureza morta com marmelos e peras arranjadas em mesa de pedra*, pintura da Escola Espanhola, da primeira metade do século XVII. (Fonte: Sotheby's); **14.** Fotografia publicada no Instagram pelo usuário @kimklassen em 25 de novembro de 2016 (parte das nossas 900 imagens pesquisadas) (Fonte: Instagram); **15.** *Pears in an indian bowl*, do artista belga Stefaan Eyckmans (Fonte: stefaaneyckmans.be)

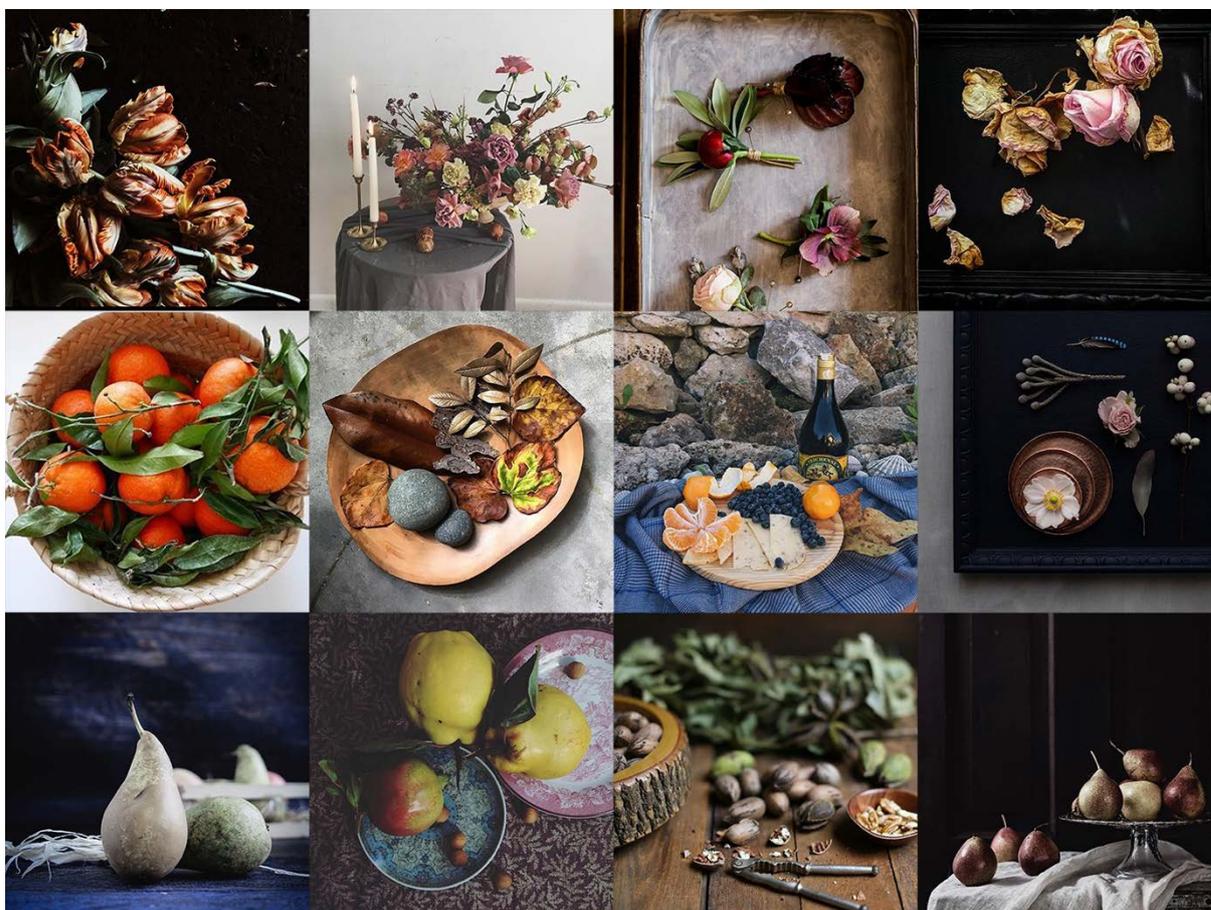
Ao pensarmos em uma análise puramente visual, sem levar em consideração o restante do método desenvolvido por Warburg que se pauta na sobrevivência de símbolos da antiguidade pagã, podemos vislumbrar neste *tableau* (Fig 31) um emaranhado de correspondências e

contradições entre pinturas e fotografias de diferentes épocas. Poderíamos passar horas rearranjando as imagens afim de buscar mais e mais coincidências pictóricas. Uma coisa é certa: no encontro entre sensibilidades, técnicas, e eras artísticas, podemos perceber a permanência de um olhar intensamente marcado pela efemeridade, equilíbrio, fertilidade, frescor, abundância e escassez. Em alguns quadros, temos frutas apoiadas na beirada das superfícies de apoio, sustentadas apenas pela própria temporalidade congelada presente nas pinturas ou fotografias, como se, com um mero sopro, a composição pudesse se transformar em outra.

No detalhe do quadro de Van Eyck (imagem 2 no quadro) temos laranjas e algo que se assemelha a um pêssigo caídos no chão ou estrategicamente posicionados na janela, em um símbolo de fertilidade, amor e casamento (o tema principal desta obra), mas também um lembrete a respeito da inocência antes da expulsão do paraíso através da tentação. Uma conversa marcante acontece entre a imagem de Herculano (5) e uma fotografia de Charles Aubry (7), com a presença de utensílios em vidro e de frutas cortadas ao meio, mostrando a polpa clara e a semente, que pode representar aqui os ciclos transitórios da vida. Na inclusão de obras mais recentes, encontramos vozes diferentes a este respeito, como Olivia Parker (11), cujas peras içadas por barbantes já se encontram em avançado estado de decomposição, mas ainda preservam, pelo menos na imagem, um certo lustre da vida. Ou Zoe Leonard cuja obra, tributo a um amigo falecido, lida diretamente com ideia de morte e da posterior decomposição dos elementos vivos.

Poderíamos usar diversas páginas para descrever cada imagem do *tableau*, mas seu papel aqui é o de indicar a presença de uma continuidade no tecido sensível que garante que nas fotografias do Instagram percebamos a sobrevivência de uma forma antiga de expressão visual através de objetos cotidianos. Duas das três fotografias do *tableau* que foram retiradas do aplicativo (4 e 14) refletem a tradição das naturezas mortas na maneira como seus autores reproduzem regras estéticas do gênero: atenção minuciosa em luzes, cores, composições. Elas dialogam com as demais imagens em um patamar de reconhecimento mais evidente. A terceira imagem (8) parece ser mais casual no arranjo de seus elementos – três frutas sobre dois pires estampados sobre fundo também estampado.

Fig. 32: Seleção de imagens inspiradas em naturezas mortas da *hashtag* #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Como estas, há milhões de outras imagens na rede visual que parecem se inspirar de maneira indireta nesse gênero pictórico, e traduzir sua tradição para a fotografia digital e nossa maneira específica de estetizar o cotidiano, que será melhor abordada no próximo capítulo. Inclusive, há no Instagram a *hashtag* de naturezas mortas #stilllifes, que até janeiro de 2017 agregava mais de 1,3 milhão de imagens dos mais variados objetos, e fotografados das duas maneiras: diretamente inspirados nos quadros e fotografias de naturezas mortas ou com traduções contemporâneas, pautadas pela estética específica do Instagram. Dentre as 900 imagens aqui pesquisadas, há também uma variedade de fotografias que demonstram esses dois modos de inspiração da cultura visual precedente (Fig 32).

Saisselin (1976) enxerga um paralelo direto entre o surgimento da Pop Art americana, as naturezas mortas e a estética publicitária do anos 1970. “Como Impressionismo, a antiga arte

doméstica da natureza morta virou assunto de *outdoors*, mas também pode ser usada dentro de lojas, supermercados, estações de transporte e livros” (SAISSELIN, 1976, 200)<sup>38</sup>. Para ele, a natureza morta do século XX passou a basear sua aparência em vitrines, cartazes, revistas, e tornou difusas as distinções entre o mundo comercial e o não comercial. Ao contrário do privilégio concedido aos objetos nos tempos da natureza morta clássica, o autor enxerga que a produção em massa de objetos, as pesquisas de mercado e a publicidade transformam os conceitos de gosto, originalidade e posse neste gênero. Na era do Instagram, não tão distante do período que Saisselin descreve seu artigo *Still-Life Paintings in a Consumer Society*, também não se estabelece esta distância tão profunda entre arte, vida cotidiana, comércio, publicidade, *design*, consumismo e fotografia. Como vimos no primeiro capítulo, uma das principais categorias de imagens do Instagram são aquelas que retratam o cotidiano através de seus objetos mais banais, como os alimentos, os itens decorativos, os utensílios, as plantas, e de maneiras específicas e calculadas, como em peças publicitárias ou editoriais de revistas.

Por fim, é importante retornar ao modo como Kathleen Stewart concebe nossas naturezas-mortas do mundo das sensações, como cenas que retiramos da fluidez do viver e tornamos estáticas, vibratórias, ressonantes. Elementos cotidianos que nos suspendem do fluxo usual da rotina, e mexem com nossa imaginação de alguma forma. São “cenas” que guardamos na forma de memórias, sejam passageiras e efêmeras ou recorrentes, e a partir delas, materializam-se em objetos que preenchem nossas gavetas, ou se transformam em fotografia, em arte, ou em outras formas de imaginação, representação e expressão. Diferente das naturezas mortas pictóricas, são fragmentos da experiência para os quais não sobra o tempo de organizar e compor uma ordem lógica e simbólica, como em um quadro ou uma fotografia do gênero. Acreditamos que, de alguma forma, há um tipo de fotografia no Instagram que responde a esses momentos, e que tenta, de modo estetizado e subjetivo, compor diálogos coesos entre corpos, espaços e objetos, como nas naturezas mortas do passado.

### 3.4 Estéticas e cotidianos

Via de regra, não costumamos perceber objetos, artefactos e ambientes que integram nossa rotina além de seus valores funcionais. As naturezas mortas nos demonstram que há muito

---

<sup>38</sup> Tradução nossa: “Like Impressionism, the former indoor art of still-life painting has become very much subject to the outdoors, though it may be used inside shops, supermarkets, transport stations and books”.

iniciamos, contudo, a observá-los e transformá-los em objetos artísticos. É, contudo, necessário que haja um esforço incomum ou um desejo para que os notemos e os experienciemos de maneiras diferentes das usuais encontradas nas esferas do cotidiano. Como observa Saito (2007), podemos passar a vida achando que não há nada esteticamente significativo em nossa experiência cotidiana com determinados objetos. Mas, estejamos nós atentos ou não, existem, de fato, muitas problemáticas estéticas envolvidas em nossas relações cotidianas com as coisas que nos cercam, que desenvolvem ramificações sociais, políticas, ambientais. Atividades banais como cozinhar, celebrar datas comemorativas, decorar a casa afinam as sensibilidades e promovem e amplificam a apreciação estética do mundano.

A experiência desinteressada e contemplativa que muitas vezes é atribuída às artes não se aplica de modo exatamente igual à apreciação do banal. Claro que ela existe; como vimos anteriormente, na contemplação da beleza singular de instantes memoráveis, como um belo pôr do sol, um encontro de apaixonados na praça, o florescer da roseira na varanda. Contudo, trata-se também de um tipo de experiência que pode ser dinâmico e diverso, e nos levar a ações de resposta rápida, como reparar, organizar, limpar, comprar, eliminar etc. Saito percebe que a contemplação desinteressada de uma obra de arte pode nos levar a ações como comprar o livro do artista ou um disco, unir-se a uma causa política, mas se tratam de ações baseadas na premissa do espectador, que, após observar, se movimenta de acordo com o que foi vivido. Do contrário, as ações provocadas por objetos cotidianos funcionam mais como reflexos involuntários. Ela enxerga, portanto, além das naturezas-mortas de Kathleen Stewart, além das experiências retiradas do fluxo do cotidiano, observando nossas sensações quase insignificantes e de difícil percepção. “Enquanto as teorias de atitude estética enfatizam a postura contemplativa diante de um objeto, eu incluo as reações estéticas que não pressupõe ou levam a experiências de espectador (...)” (SAITO, 2007, 10<sup>39</sup>). Assim, ela visa investigar o modo como a estética funciona no cotidiano, influenciando as decisões como as escolhas de roupas, de animais domésticos, das frutas na cesta, do produto nas prateleiras, sem que exista a necessidade de uma apreciação contemplativa posterior a estes atos.

Para Duncum, frequentemente atribui-se à apreciação das obras de arte a formação da identidade pessoal; mas, na verdade, são as experiências do cotidiano as mais significativas

---

<sup>39</sup> Tradução nossa: “(...) While aesthetic attitude theories emphasize the contemplative stance toward an object, I am including those aesthetic reactions that do not presuppose or lead to such spectator-like experiences but rather prompt us toward actions (...)”.

para tanto. “Onde as belas artes reforçam o cultivo de distância, a estética do cotidiano enfatiza envolvimento. Onde a primeira atrasa a gratificação e cultiva o refinamento, a segunda se caracteriza pela imersão em sonhos lúcidos e o deleite do prazer imediato” (DUNCUM, 199, 296<sup>40</sup>).

Para os objetos cotidianos e não artísticos, não há diretrizes a respeito de como devemos experienciá-los esteticamente. Não há uma receita estabelecida para esta vivência. Normalmente quando estamos em contato com uma obra de arte, temos a ideia de que haja um autor, e que, originalmente, ela foi concebida de uma maneira específica, com intenções e pretensões, e nos tornamos presos a estes parâmetros de apreciação. Com os objetos do cotidiano, podemos variar as intenções, escapar do senso comum de seus usos práticos, percebê-los de maneiras individuais. Algo tão banal e corriqueiro quanto a chuva pode ser apreciado como paisagem, como peça musical, como uma explosão de aromas, como um episódio sensorial, como uma dádiva em tempos de seca, como um problema em épocas de umidade. Esse exemplo torna contundente a ideia de que é possível haver simultaneamente experiências puramente estéticas e sensíveis e experiências ligadas ao propósito nominal das coisas. Outro exemplo: ao sentarmos em uma cadeira, podemos nos concentrar e trabalhar percebendo-a somente como apoio, ou podemos inspecionar sua forma, seu design e suas cores, seja tocando no tecido, ou recostando-nos, movendo-a para lá e para cá, testando sua estabilidade.

Uma diferença crucial apontada por Saito é que objetos artísticos costumam ser apreciados apenas por sua estética, mesmo que possuam outras significações e usos. Nos museus sobre Antoni Gaudí em Barcelona, por exemplo, não podemos experimentar o ato de sentar em nenhuma de suas esplêndidas cadeiras, resta-nos apenas olhar, imaginar se são ou não confortáveis; ou em exposições de instrumentos musicais antigos onde frequentemente não podemos ouvir seus sons. Temos, claro, exceções, principalmente no mundo da arte contemporânea, mas é raro que um objeto artístico afete o nosso cotidiano, atendendo necessidades, transformando o ambiente doméstico, provocando ações imediatas. Já os objetos não artísticos costumam servir, antes de tudo, a propósitos não estéticos e sua dimensão estética costuma estar arraigada ao uso. “Em nossa interação cotidiana e normal com um objeto utilitário, o estético e o prático são experienciados de forma totalmente integrada, e perdemos

---

<sup>40</sup> Tradução nossa: “Where fine art aestheticss stresses the cultivation of distance, everyday aesthetics emphasizes involvement. Where the former delas gratification and cultivates refinement, immersion in dreamlike states and a reveling in immediate pleasure characterizes the latter

um pouco a dimensão de seu valor estético se removemos cirurgicamente seu valor funcional” (SAITO, 2007, 26<sup>41</sup>). A autora atribui esta exclusão da funcionalidade da dimensão estética à ideia de que, ao pensarmos sobre ela, não contemplaríamos sua superfície sensorial. “De fato, eu acredito ser um erro encontrar valor estético em objetos e atividades cotidianas somente se momentaneamente nós os isolarmos de seu uso diário e os contemplarmos se fossem objetos criados para exibição. (Idem, 27<sup>42</sup>).

Como veremos no próximo capítulo, existe uma tendência na arte contemporânea de abordar a vivência cotidiana, misturando as noções de arte e vida. Ao promover esta junção, a arte pode facilitar uma transformação de atitude nas pessoas comuns, ao destacar as qualidades formidáveis que podem existir no banal. Esse tipo de diálogo pode, então, nos ajudar a entender o mundo esteticamente, fazendo da vida algo mais vibrante. Saito, contudo, considera que vislumbrar apenas esta instância centrada na arte é ocultar uma esfera muito mais multifacetada de nossa experiência cotidiana da vida. “Mesmo que a dimensão estética de nossa vida, profundamente enraizada em nossos assuntos cotidianos, possa ser influenciada pela arte, ela opera muito independente de nossa experiência da arte” (SAITO, 2007, 40<sup>43</sup>).

Em resumo, Saito reitera que parte do objetivo da estética do cotidiano é iluminar o que negligenciamos, encontrando pérolas no zumzumzum da vida trivial. Explorar por trás da fachada do senso comum e entender que há sim beleza no dia-a-dia. Mas não é somente aí que se encontra esta beleza. Ao olhar para o ordinário como extraordinário, ao provocar estranhamentos no familiar, paga-se o preço de tirar a banalidade deste cotidiano. Assim, para ela, é igualmente importante que iluminemos as dimensões que não nos levam a experiências memoráveis e prazerosas. Ao reconhecer esta diversidade na vida estética, ela nos revela questões estéticas menos exploradas.

---

<sup>41</sup> Tradução nossa: “In our everyday, normal interaction with a utilitarian object, the aesthetic and the practical are experienced as fully integrated and we lose some dimension of its aesthetic value if we surgically remove its functional value”

<sup>42</sup> Tradução nossa: “In fact, I believe it is a mistake to find aesthetic value in everyday objects and activities only insofar as we momentarily isolate them from their everyday use and contemplate them as if they were art objects created specifically for display.”

<sup>43</sup> Tradução nossa: “The aesthetic dimension of our life which is deeply embedded in our everyday affairs, while it can be influenced by art, operates quite independently from our experience of art.”

#### 4 A estetização do cotidiano

Imagine um dia em que você acorda tarde, se espreguiça, abraça o travesseiro olhando ainda com sono para o despertador. É domingo, mas você decide fazer um passeio diferente, e ir até o museu checar a última exposição de arte contemporânea que está em cartaz. Antes de tudo, você arruma sua cama, dobra os lençóis, afofa os travesseiros. Aprecia brevemente o resultado final, e sai com pressa para tomar café da manhã e passear. Caminhando pelas galerias do museu, há um encontro bastante improvável. Ao dobrar um corredor, você se depara com uma sala toda pintada de branco onde, ao centro, encontra uma cama idêntica àquela que você deixou algumas horas atrás arrumada no quarto. Está lá até uma manchinha no cantinho do cobertor, onde, em um dia de distração você derrubou café. Você aperta bem os olhos e observa novamente: é igualzinha. Mas, nesta cama, assinada por um artista de um país distante que você desconhece, é, de fato, uma obra de arte; nela você não pode se sentar, assistir a filmes, deitar, dormir. Mas como?

Esta é nossa versão do dilema filosófico proposto por Arthur Danto em *A Transfiguração do Lugar Comum*, obra de filosofia de 1981, que nos provocou muitas questões ao longo desta pesquisa. Ao pensar em uma série de pares indistinguíveis de objetos em que um é uma obra de arte e o outro é um objeto cotidiano, Danto busca os fundamentos desta diferenciação. A partir desta ferramenta metodológica, o filósofo caminha em busca de uma solução para suas indagações, que existiam desde 1964, quando ele escreveu o ensaio *The Art World* (O Mundo da arte).

À época, tratava-se de uma pergunta mais do que natural de ser feita, afinal, encontravam-se muitos exemplos de objetos-arte nos anos 1960. Ele mesmo está ciente de que em tempos mais estáveis, as obras de arte tinham em si certas propriedades que lhe concediam seu *status* nominal. “Mas esse tempo já passou há muito, e assim como qualquer coisa pode expressar qualquer coisa, desde que se conheçam as convenções pertinentes e os fatos que explicam seu *status* como expressão, qualquer coisa pode ser uma obra de arte” (DANTO, 2005 [1981], 113). Disso, contudo, não podemos concluir que, se qualquer objeto *pode* ser uma obra de arte, ele, de fato, o é. “Qualquer coisa existente no mundo, e qualquer combinação de coisas, pode ser um equivalente material de uma obra de arte sem que isso signifique que o número de obras de arte seja igual ao número de coisas e de combinações de coisas que existem no mundo”

(Idem, 164). Portanto, é interessante observar que objetos e suas contrapartes materiais no mundo cotidiano são passíveis de receber diferentes reações estéticas, como discutimos no segundo capítulo.

O exemplo acima, do encontro de uma cama praticamente idêntica à nossa na sala de um museu, nos remete à duas obras de arte do século XX. A primeira é *Bed* de Robert Rauschenberg, pintor que declarou que a pintura diz sempre respeito tanto à arte quanto a vida, mas que ele procura trabalhar no vão existente entre as duas. Nesta controversa obra de 1955, o artista combina objetos encontrados com uma tela tradicional de pintura: um travesseiro, um lençol e uma colcha, cobertos por intervenções de caneta, e tinta à moda expressionista. A lenda é que Rauschenberg usou itens de sua própria cama por não ter dinheiro para comprar uma tela, compondo, desse modo, uma espécie de autorretrato íntimo, significação que também podemos atribuir à segunda obra, *My Bed* (Fig 33), da britânica Tracy Emin, de 1998. Na instalação composta por colchão, lençóis, travesseiros e muitos objetos, a artista explora um viés confessional de sua arte, revelando detalhes íntimos de sua própria vida afim de despertar sentimentos nos observadores.

Fig. 33: *My Bed*, Tracy Emin, 1998



Fonte: Saatchi Gallery

*My Bed* é uma tentativa de eternizar uma crise depressiva da artista, que permaneceu quatro dias trancada em seu quarto. Espécie de cápsula do tempo, contém, de fato, a própria

cama da artista e os objetos utilizados neste episódio. Ao jornal *The Guardian*<sup>44</sup>, 15 anos depois da primeira exibição de *My Bed*, Emin afirmou que a partir do momento em que transferiu a cama para outro lugar além de seu quarto, ela se tornou um objeto “incrivelmente belo”.

Estes exemplos são bastante ressonantes às reflexões de Danto (2005, p. 59), para quem a obra de Kant, *Crítica da Faculdade do Juízo*, estabelece o fundamento desta distinção, ao sugerir que é possível assumir atitudes distintas em relação aos objetos, “de modo que, em última análise, a diferença entre arte e realidade seria menos uma questão das coisas em si que das atitudes, e, portanto não dependeria das coisas com que nos relacionamos, mas de como nos relacionamos com elas”. Como vimos em Saito, essa é a atitude estética pensada principalmente para os objetos que não se tratam de obras de arte, aqueles que integram nosso arsenal de objetos cotidianos. “É sempre possível suspender a atitude prática, recuar e assumir uma visão distanciada do objeto, ver suas formas e cores, apreciá-lo e admirá-lo pelo que é, afastando toda consideração de utilidade” (Idem).

É claro que para que Tracy Emin pudesse de distanciar de um objeto tão cotidiano como sua própria cama, e o considerasse “belo”, uma série de barreiras tiveram de ser quebradas pelos artistas da trincheira: as vanguardas do século 20. Como afirma Danto, é um tempo em que “o senso comum da experiência cotidiana tinha começado a passar uma espécie de transfiguração da consciência artística” (DANTO, 2015 [2003], 22). Ao tentar preencher a lacuna entre a arte e a vida, artistas de movimentos como o Fluxus produzem obras praticamente indistintas de objetos e eventos comuns. A definição de arte passa “a ser construída sobre as ruínas do que se pensava ser o conceito de arte em discursos anteriores” (Idem, 26).

Ao tentarmos relacionar nosso objeto de estudo, a fotografia vernacular do Instagram, com este contexto, devemos nos remeter ao gradual processo de encontro entre os objetos cotidianos e a arte, para que a “transfiguração do lugar comum” se tornasse tão arraigada à nossa cultura visual quanto hoje em dia no aplicativo. Como vimos anteriormente, objetos cotidianos são, de fato, um dos assuntos favoritos para as fotos no Instagram, seja em conjuntos de objetos dispostos organizadamente, descontextualizados em fundos neutros, ou objetos em

---

<sup>44</sup> Em vídeo da reportagem *Tracey Emin's messy bed goes on display at Tate for first time in 15 years*, da jornalista Hannah Ellis-Petersen, publicada no *The Guardian* em 30 de março de 2015. Acesado em janeiro de 2017: <https://www.theguardian.com/uk-news/2015/mar/30/tracey-emins-messy-bed-displayed-tate-britain-first-time-in-15-years>

seus espaços cotidianos como esta fotografia de uma cama (Fig 34) publicada pela usuária @alredmond, e classificada na subcategoria *objetos cotidianos* em nossa taxonomia da hashtag #postitfortheaesthetic.

Fig 34: Imagem de cama publicada por @alredmond em 24/11/2016



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Assim, após termos olhado para este processo no século XIX e no início do século XX, passaremos a investigar quais são as raízes e as reverberações para algo que percebemos com clareza na cultura visual do Instagram: a ênfase insistente ao detalhe, ao fragmento, e ao que é miúdo e estetizado no cotidiano nas tramas do tempo e do espaço contemporâneos, em paralelo às grandes estruturas do capitalismo. Para tanto, pretendemos analisar aqui os três sentidos que Featherstone (1995) atribui à estetização da vida cotidiana: o movimento de apagamento entre as fronteiras entre a arte e a vida cotidiana; o projeto de transformar a vida em obra de arte; e por fim, o fluxo veloz de signos e imagens que saturam a trama da vida cotidiana na sociedade contemporânea.

#### 4.1 O apagar das fronteiras entre arte e cotidiano

Para explicar o conceito de estetização da vida cotidiana, Featherstone (1995) o divide em três principais sentidos. Em primeiro lugar, ele designa *o apagamento das fronteiras entre arte e cotidiano*. Há aqui um movimento duplo: um desafio contra a obra de arte, na tentativa

de dissimular sua aura e questionar sua posição no espaço do museu e da academia, e uma suposição, “a de que a arte pode estar em qualquer lugar ou em qualquer coisa” (FEATHERSTONE, 1995, p. 99). Fazem parte desta vertente as subculturas e movimentos artísticos, como o dadaísmo, o surrealismo, as vanguardas históricas; movimentos pós-modernistas a partir dos anos 1960 e a arte contemporânea também se apropriam dessa mesma estratégia. “A arte ainda pode ser encontrada na antiobra – no *happening*, na *performance* transitória e perdida que não pode virar peça de museu -, no corpo e em outros objetos do mundo sensorial” (Idem).

Um grande exemplo deste primeiro sentido é a obra de Marcel Duchamp, que se torna um divisor de águas, ao trazer objetos banais quase sem modificação para as salas de exposição.

(...) Duchamp, pois terá sido ele o primeiro a realizar na história da arte o sutil milagre de transformar objetos do *Lebenswelt* cotidiano em obras de arte: um pente de pêlos, um porta-garrafas, uma roda de bicicleta, um urinol. É perfeitamente possível interpretar os atos de Duchamp como tentativas de impor um certo distanciamento estético a esses objetos nada edificantes, apresentando-os como improváveis candidatos à fruição estética: demonstrações de práticas de que se pode descobrir alguma espécie de beleza onde menos se espera (DANTO, 2005, 24)

Para o escritor Octavio Paz (1997, 21), os “*ready-made* são objetos anônimos que o gesto gratuito do artista, pelo único fato de escolhê-los, converte em obra de arte”. Ele considera supérfluo discuti-los do ponto de vista da estética, já que funcionam mais como signos de interrogação ou de negação diante da arte do que obras propriamente ditas: “o *ready-made* coloca ante esta insignificância sua neutralidade, sua não-significação” (PAZ, 1997, p. 24). Para Danto (2015), a beleza podia até estar presente nos *ready-mades*, mas não era intencional e sim incidental às obras, que se mantinham distantes do desejo de provocar os sentidos, como declarou o próprio Duchamp em 1961: “Uma questão que quero muito estabelecer é que a escolha desses ‘*ready-mades*’ nunca foi ditada pelo deleite estético” (DUCHAMP Apud Danto, 2015, p. 11). A escolha, segundo o artista, se referia à nossa indiferença visual, à ausência do gosto, seja ele bom ou mau, e à uma completa anestesia dos sentidos.

O *ready-made* mais conhecido é *A fonte* (1917) (Fig 35), um mictório branco assinado sob o pseudônimo de r.mutt., que foi inicialmente submetido à exposição da Society of Independent Arts de Nova York, e negado, mesmo que para a aceitação fosse necessário apenas o pagamento de taxa. “O sr. Mutt... pegou um artigo ordinário da vida, deu a ele uma posição

em que sua significação utilitária desapareceu sob o novo título e o novo ponto de vista – criou um novo pensamento para aquele objeto”, nos diz Duchamp (Apud DANTO, 2015, p. 109). Do mictório original resta apenas uma fotografia (Fig 35), feita por Alfred Stieglitz, em frente à pintura *The Warriors* de Marsden Hartley na Galeria 291 em Nova York. Detalhe: é visível ainda a etiqueta de inscrição indeferida da exposição. Hoje, diversas cópias autorizadas estão espalhadas em museus pelo mundo, muitas protegidas por caixas de vidro, fato que parece acentuar a ironia da proposta da obra, pois a fama e o tempo lhe concederam uma aura totalmente negada a princípio.

Fig. 35: *A fonte*, 1917, Marcel Duchamp. Fotografia: Alfred Stieglitz



Fonte: Cabinet Magazine - <http://www.cabinetmagazine.org/issues/27/duchamp.php>

No mundo da arte pós-Duchamp, tenta-se preencher a lacuna entre arte e vida com essas superações, como em John Cage, cuja obra podemos rudimentarmente definir como uma desmistificação sobre o papel do ruído, do barulho e do silêncio na música. A experiência cotidiana, os objetos banais, os gestos, nosso corpo, passam por uma *transfiguração* na consciência artística:

“Achei filosoficamente emocionante perceber que não é preciso nada externo para distinguir uma obra de arte dos objetos ou eventos mais comuns – que uma dança pode consistir apenas em sentar-se e ficar imóvel, não é preciso nada mais do que isso, e que qualquer coisa que uma pessoa ouça pode ser música, mesmo o silêncio. A mais trivial caixa de madeira, um rolo de corda para varal, uma tela de arame de galinheiro, uma série de tijolos, todas as

coisas podiam constituir uma escultura. Uma forma simplesmente pintada de branco podia ser uma pintura. (DANTO, 2015, 22-23)

Outra obra que guia as reflexões de Danto sobre a interseção entre a arte e a vida desde seu ensaio seminal *O Mundo da Arte*, escrito em 1964, foi a *Brillo Box* (Fig. 36) de um outro artista que dialoga perfeitamente com o primeiro modo de estetização do cotidiano, Andy Warhol. Neste trabalho, o artista reproduziu com placas de madeira uma série de caixas de sabão em pó da marca Brillo, na mesma exposição em que também empilhou reproduções de embalagens de outros produtos, como as famosas sopas Campbell. “Como obra de arte, a caixa de Brillo faz mais do que afirmar que é uma caixa de sabão dotada de surpreendentes atributos metafóricos. Ela faz o que toda obra de arte sempre fez: exteriorizar uma maneira de ver o mundo, expressar o interior de um período cultural, oferecendo-se como espelho para flagrar a consciência dos nossos reis” (DANTO, 2005, p. 297)

Fig 36: *Brillo Box*, 1964-1968 no Museu Casa Berardo - Lisboa



Foto: Manuela Salazar

Assim como com *A fonte*, Danto (2008, 24) não considera haver necessidade de discutir uma obra como *Brillo Box* a partir de qualquer tipo de consideração estética: “Era preciso, portanto uma nova abordagem, na qual os objetos transfigurados estivessem tão imersos na banalidade que seu potencial para contemplação estética permaneceria inacessível ao escrutínio mesmo depois da metamorfose”. Em *A Transfiguração do Lugar Comum*, ele fala da “euforia filosófica” que prontamente surgiu após momentos de repulsa estética incitados pela exposição de Andy Warhol na Stable Gallery em Nova York (Fig 37). Warhol transformou o espaço em algo semelhante a um depósito de supermercado, empilhando caixas, fac-símiles, de diversos produtos de consumo, como caixas de cereal e artigos de limpeza. Ao final da obra, o filósofo

conclui que longe de transformar alguma coisa no mundo da arte, obras metafóricas como as exibidas por Warhol na ocasião trazem à luz da consciência as estruturas internas da arte. “Uma vez possível, algo como a Brillo Box já era a um só tempo inevitável e vão. Inevitável porque o gesto tinha de ser feito, fosse com esse objetivo ou com algum outro. E vão porque, uma vez feito o gesto, não havia mais razão alguma de fazê-lo” (DANTO, 2005, 297)

Fig 37: *The Silver age – Andy Warhol carries a Brillo Box Sculpture*, Billy Name, 1964



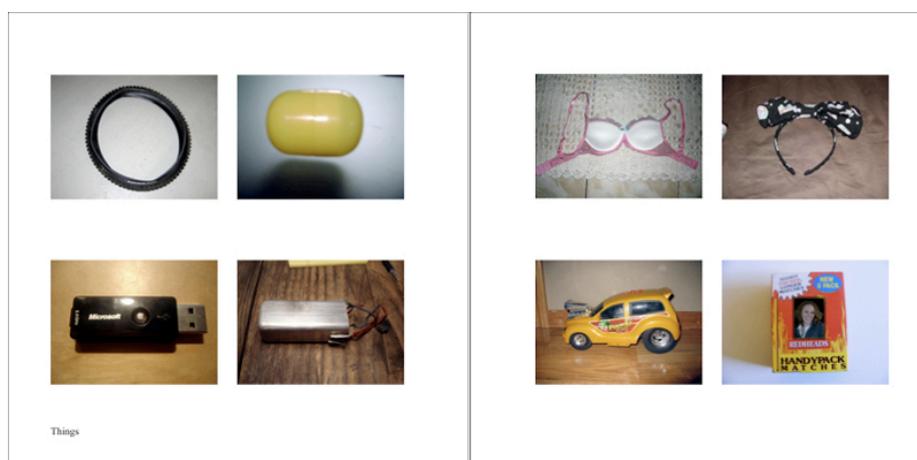
Fonte: Milk Gallery - <http://mlk.md/2boalBk>

Contudo, em *O Abuso da Beleza*, escrito em 2003, o filósofo parece rever suas reações sobre a estética em relação a esta obra que o obcecou por décadas. Esta dimensão havia sido descartada pois, ao pensar em pares de objetos idênticos onde um é uma obra de arte e o outro não é lhe parecia pouco provável que um tivesse características estéticas que faltassem ao outro. Ao refletir novamente sobre isso, contudo, Danto se dá em conta de que deveria haver um motivo para que ele tivesse escolhido *especificamente* a *Brillo Box* e não alguma outra série exposta por Andy Warhol em sua célebre mostra. E percebe: a obra se destacava visualmente, justo por ser já uma peça de arte comercial bem-sucedida. O filósofo descobre então que a embalagem de sabão Brillo foi originalmente desenhada por um artista gráfico chamado James Harvey e passa a se questionar: foi o ato de transformar o mais banal dos objetos da cultura do consumo em objeto de arte ou o talento de Harvey que o fez obcecado por esta questão? Ele reconhece que ao dedicar sua atenção filosófica a esta obra ele estava de fato fazendo “uma das

incontáveis escolhas com que nos deparamos, a cada momento de nossas vidas, com base em diferenças quanto ao apelo estético” (DANTO, 2015, 6).

No âmbito da fotografia vernacular, podemos relacionar esta forma de estetizar o cotidiano, de levar objetos comuns para o âmbito estético, ao trabalho do fotógrafo alemão Joachim Schmid, mais especificamente sua série *Other People's Photographs*. Em obras anteriores, o artista trabalhava com *found photography*, mas de 2008 a 2011, Schmid iniciou um extenso trabalho de caça ao tesouro na rede social compartilhamento de imagens Flickr, onde passou a enxergar categorias temáticas que se repetiam em diversos momentos e, assim, compôs uma biblioteca de 96 livros sobre os mais diversos assuntos, apenas com de imagens apropriadas da rede. O trabalho extenso de quase seis horas diárias de passeios pela página das imagens recém atualizadas do Flickr foi descrito por Batchen (2013) como uma etnografia anedótica e surrealista da fotografia. Porque Schmid realiza curadoria e edição de imagens alheias, justapondo semelhanças e diferenças no tratamento dos diversos temas, Fontcuberta (2012) acredita que há uma “ecologia visual”: a reciclagem, a recuperação entre os refugos, e acima de tudo de síntese de um universo em expansão. Há livros com imagens similares de “refeições de aviões”, “pão”, “decotes”, “mãos”, “quartos de hotéis”, “objetos no espelho”, “pizza”, ou mais comuns como “self” e “comida”. *Other People's Photograph* impressiona pela padronização dos conteúdos, mas também pela forma contemporânea como são arranjados os objetos aleatórios, retirados de seus contextos originais e fotografados por usuários do Flickr. Justapostos como no livro *Things* (Fig 38), transparece uma necessidade crescente de catalogarmos via imagens o que nos cerca, através da expressão estética.

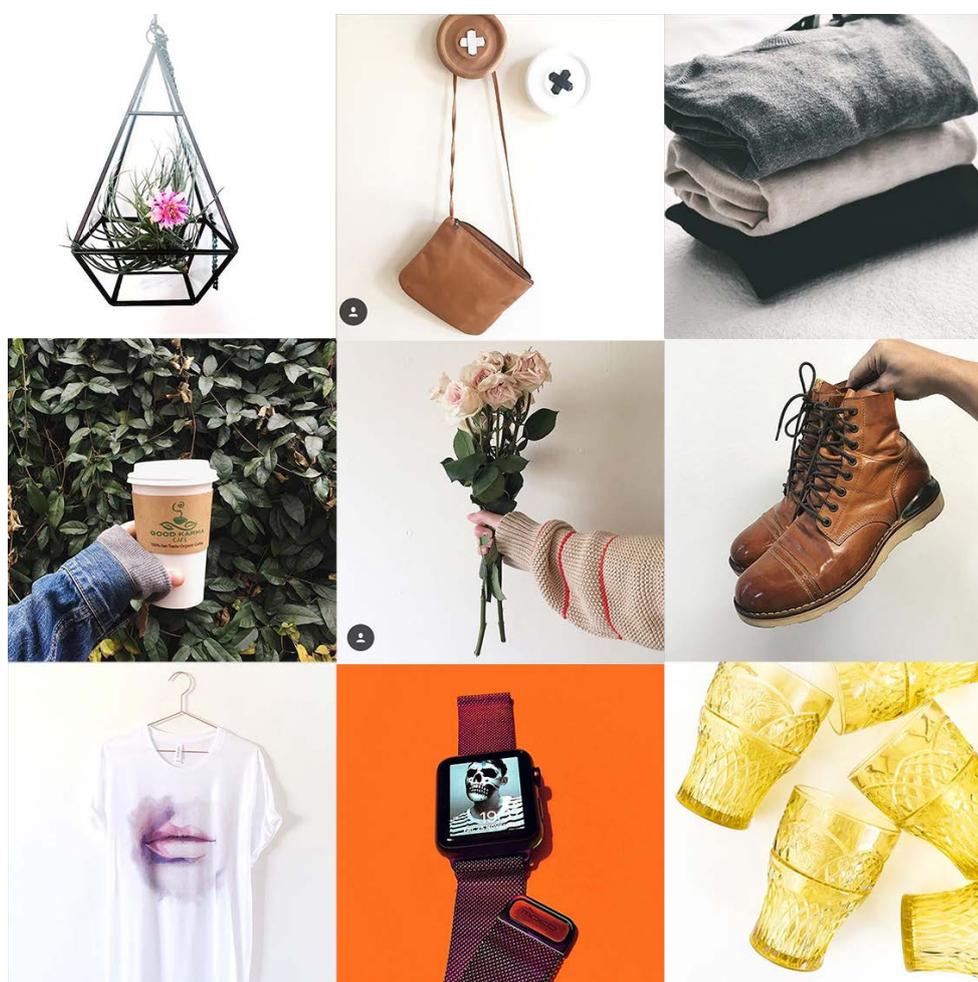
Fig. 38: Página do livro *Things* de Joachim Schmid, 2008-2011



Fonte: <https://otherpeoplesphotographs.wordpress.com>

Podemos traçar uma linha paralela entre essas categorias propostas por Schmid em seus livros da série *Other People's Photographs* e algumas das 900 imagens que selecionamos para esta pesquisa na rede visual Instagram. Caso fosse realizada hoje no Instagram, a pesquisa visual do artista teria metodologia nova, já que para visualizar determinada categoria é preciso buscá-la de maneira voluntária através de palavras de interesse, as *hashtags*. Na *hashtag* #postitfortheaesthetic, por exemplo, encontramos diversas imagens de objetos de usos diversos, descontextualizados, e inseridos em fundos, frequentemente neutros e brancos (Fig 39).

Fig. 39: Imagens da categoria *coisas* da *hashtag* #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

O conteúdo do Instagram, por vez, lembra-nos não somente das categorias propostas por Schmid, mas também da ideia dos *ready-mades* duchampianos, e das reproduções de Warhol. É comum vermos objetos retirados de seu contexto usual, isolados em fundos neutros, destacados da banalidade e elevados à categoria *instagramável*; há neles algo de *estético*, digno

de compartilhamento na rede. Por exemplo, o usuário @widestreamfilms (o nome é sempre marcado com o símbolo arroba), ao enxergar um vaso sanitário encostado no meio fio, não hesitou em clicar com seu celular e compartilhar a imagem (Fig 40) com a seguinte legenda “Meu vizinho Duchamp está se mudando... #duchamp #beauty #truth #VSCOcam #london #kilburn #widestramfilms”. Quase cem anos depois de *A fonte*, encontrar beleza em um objeto comum não é mais algo chocante ou ofensivo, é algo *compartilhável*.

Fig. 40: #Duchamp: foto de @widestreamfilms no Instagram



Fonte: Instagram – acessado em agosto de 2015

#### 4.2 Transformar a vida em obra de arte

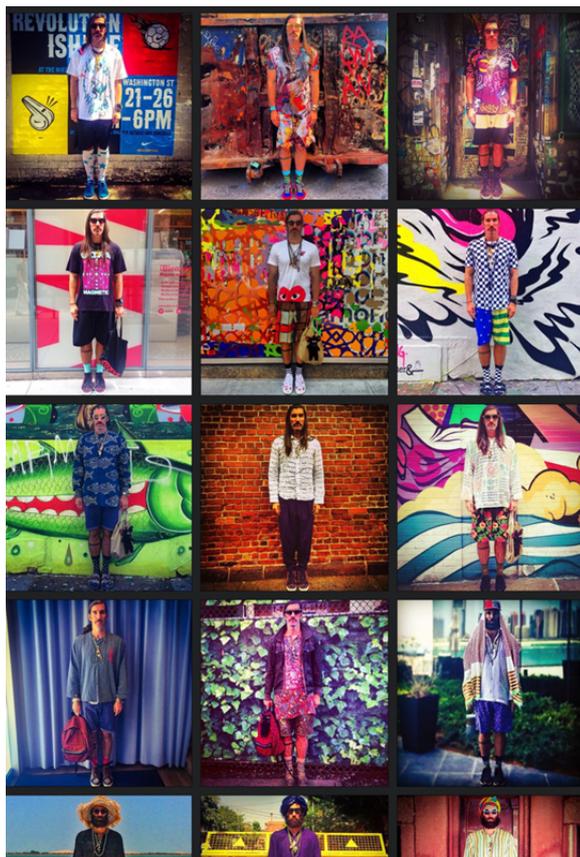
Em um segundo sentido, a estetização da vida cotidiana pode designar *o projeto de transformação da vida em uma obra de arte*. Artistas e intelectuais há muito nutrem este fascínio que se inicia com a tradição dândi, que para Foucault, “faz de seu corpo, seu comportamento, seus sentimentos e paixões, sua própria existência uma obra de arte” (FOUCAULT Apud FEATHERSTONE, 1995, 99). A busca por novas sensações e a exploração de novas possibilidades estão no centro desse modo de vida. No dandismo, cujo maior expoente é Oscar Wilde, a vida era comandada pela procura de uma superioridade mediante a concepção de “um estilo de vida exemplar e sem concessões, no qual uma aristocracia de espírito se manifestava no desprezo às massas e na preocupação heroica com a

realização da originalidade e superioridade no vestuário, na conduta, nos hábitos pessoais e até no mobiliário” (FEATHERSTONE, 1995, 100). Transformar a própria vida em obra de arte também se tornou um ponto importante no desenvolvimento de movimentos de contraculturas artísticas, a bohème, as vanguardas parisienses da metade do século XIX, e a fascinação do *flâneur*, como já abordamos anteriormente. Para Featherstone (1995, 100), tendo o duplo foco de uma vida com prazer estético, que se atinge através do consumo estético, artistas e intelectuais se associam ao desenvolvimento do consumo de massa, que se alimenta da “busca de novos gostos e sensações e da construção de estilos de vida distintivos, fazendo deles aspectos centrais da cultura do consumo”.

Para pensar esta segunda maneira de estetizar o cotidiano no contexto da fotografia vernacular digital não é preciso garimpar. A ênfase ao “eu” estetizado é um dos aspectos mais notáveis do compartilhamento de imagens nas redes sociais, seja através de sua prática mais corriqueira, o autorretrato *selfie*, ou da exibição de detalhes banais do dia-a-dia, como por exemplo, o que se veste, com a popular *hashtag* #lookdodia ou #ootd (*outfit of the day*) (Fig 41). Com estas *hashtags*, usuários e usuárias concentram fotografias onde mostram quais roupas escolheram para determinada ocasião.

Bauman (2008) afirma que as pessoas na era do consumo são estimuladas a promover uma mercadoria atraente e desejável, utilizando-se dos melhores recursos para aumentar o valor do produto que vendem no mercado: elas mesmas. “São ao mesmo tempo, os promotores *das mercadorias e as mercadorias que promovem*. São simultaneamente o produto e seus agentes de marketing, os bens e seus vendedores, (...) todos habitam o mesmo espaço social conhecido como *mercado*. (...) (BAUMAN, 2008, p. 13). Sonha-se com fama: ninguém deseja se dissolver, desaparecer, se tornar insípido entre as muitas mercadorias do mercado. Deseja-se ser notável, notado, cobiçado, tornar-se mercadoria bem falada, comentada, que se destaque da massa, que não possa ser ignorada, ridicularizada ou rejeitada. O valor supremo da sociedade dos consumidores é uma vida feliz. “A sociedade de consumidores talvez seja a única na história humana a prometer felicidade na *vida terrena, aqui e agora*, e a cada “agora” sucessivo. Em suma, uma felicidade *instantânea e perpétua*.” (BAUMAN, 2008, p. 70).

Fig. 41: Perfil do usuário @felipeveloso no Instagram



Fonte: Instagram - captado em outubro de 2014, pelo aplicativo Flow for Instagram.

Em outubro de 2016, a série *Black Mirror* lançou sua terceira temporada, cujo primeiro episódio, *Nosedive*, desenvolve a ideia de um mundo distópico onde esta característica da sociedade se encontra ainda mais exacerbada por uma espécie de rede social universal, que promove um jogo entre os indivíduos para que estabeleçam seu *status* na sociedade. Dotados de aparelhos retinianos e de celulares, os habitantes deste mundo higienizado, pintado em tons pastel e pautado pelo comportamento “civilizado”, concedem notas uns aos outros, e a média dessas notas estabelece o estrato da sociedade que cada pessoa possui. O sistema funciona como o de aplicativos no estilo do TripAdvisor, onde restaurantes, bares e hotéis recebem notas de viajantes de acordo com a qualidade dos serviços oferecidos. Pelas notas, há uma esperança de mobilidade social, mas, para ascender às classes mais privilegiadas, cujas notas altas podem conceder vantagens imediatas (“a felicidade”) como um assento melhor em aviões, carros melhores para alugar, acesso a bons empregos, a melhores apartamentos, a personagem principal precisa estar sempre em perfeito estado, sem demonstrar emoções negativas ou interagir com pessoas que estejam com notas menores do que a dela. Quanto mais a pessoa se

auto promove nas redes sociais, com fotos bem pensadas para divulgar seus melhores ângulos e promover a ideia de uma vida perfeita, e na vida social, com interações e conversas tão perfeitas quanto falsas, mais pontos ela recebe. A promoção dessa mercadoria pessoal chega ao cúmulo de as personagens contratarem consultores que vão as ajudar a aumentar suas pontuações através de diversas ações e promoções, de maneira similar à uma consultoria corporativa de *marketing*. A direção de arte do episódio nos chama atenção, sobretudo pois parece diretamente inspirada nos parâmetros do *instagramável*, que investigamos aqui. O cenário para melhor se promover é, sobretudo, claro, *clean*, minimalista, sem personalidade: apenas pautado pela ideia de ser “*Picture perfect*”, expressão do inglês que muito nos chama atenção sobre o Instagram. Equivalente a “ideal” e “sem defeitos”, denota aquilo que combina perfeitamente com o momento de se tirar uma fotografia, de se registrar para sempre um momento, seja um cenário, uma cena ou um indivíduo.

Fig. 42: *Excellences & Perfections* (Instagram, 8 de julho de 2014), 2015, Amalia Ulman



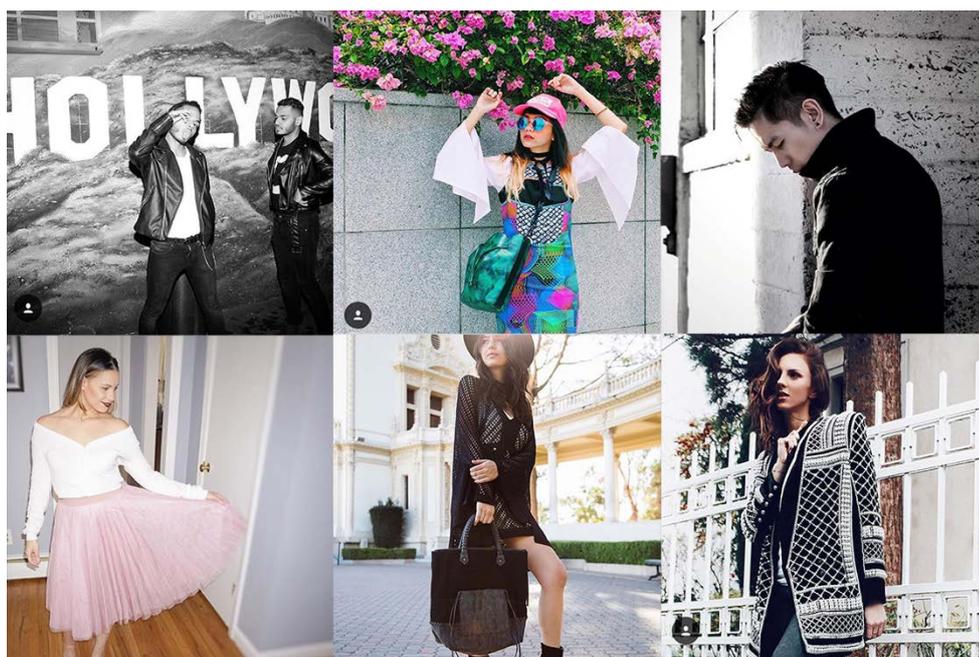
Fonte: Cortesia Arcadia Missa e da artista para Tate Modern – Performing for the Camera – <http://bit.ly/1LuYBqS>

Em 2014, a artista espanhola Amalia Ulman decidiu se apropriar desse modo de estetizar a vida cotidiana no Instagram para realizar uma elaborada performance chamada *Excellences and Perfections* (Fig 42). Em abril daquele ano, Ulman começou a se fotografar com seu celular iPhone e sistematicamente realizar postagens em seu perfil pessoal, mostrando sua aparentemente badalada vida em Los Angeles, nos Estados Unidos. A artista parecia ter

sucumbido de repente a um mundo de vaidades e narcisismo, quando, após quase 5 meses de postagens, e mais de 175 fotografias e vídeos, ela anunciou o fim da empreitada. Durante o período, ela angariou quase 90 mil “seguidores”, interpretando papéis tipificados de alguns estereótipos de como as mulheres se apresentam online e se utilizando de parâmetros estéticos ubíquos no Instagram. A performance experimenta com a ficção no mundo online, com a criação de fatos como uma mudança para Los Angeles, uma cirurgia plástica de aumento dos seios, uma depressão, todos vividos, curtidos e comentados por sua legião de “seguidores”.

O trabalho abarca traços da exposição de vida de celebridades do mundo da “*tv reality*”, que, desde os anos 1990, potencializou a criação de programas voltados a mostrar a vida de pessoas famosas ou comuns, que, a partir da exposição na televisão, tornam-se também famosas, lógica essa que hoje também se aplica à rede YouTube, com a produção dos chamados “vlogs” (misto de blog – diário online – e vídeo), onde jovens filmam tudo o que acontecem em suas vidas e compartilham com uma audiência cativa. De fato, a performance de Ulman reverbera uma lógica muito contemporânea, que a levou a ser exposta em 2015 em dois importantes espaços de arte em Londres, nas galerias Whitechapel e Tate Modern, cuja mostra *Performing for the Camera*, reuniu diversas obras sobre a relação de obras fotográficas com a performance.

Fig. 43: Imagens da subcategoria *retratos* da hashtag #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Dentre as 900 imagens pesquisadas nesta dissertação, a performance para a câmera é bastante evidente dentro da categoria *corpos*, como vimos no primeiro capítulo. Mesmo em menor evidência na *hashtag* #postitfortheaesthetic, encontramos a presença de fotografias de “look do dia”, onde os usuários escolhem seus melhores ângulos, e os cenários ideais para dialogar com o que querem “exibir” (Fig 43). Essa performance para a câmera não é novidade. Desde o século XIX, com o surgimento da fotografia, os gêneros “retrato” e “fotografia de gênero” consistem na criação de cenários ideais de representação. Hoje, contudo, sentimos que esta vertente da fotografia vernacular está em constante expansão: é cada vez mais importante demonstrar estilo, importância e *glamour* através de fotografias, com frequência e consistência.

#### 4.3 O fluxo veloz de signos e imagens

No terceiro e último sentido, a estetização da vida cotidiana “*designa o fluxo veloz de signos e imagens que saturam a trama da vida cotidiana na sociedade contemporânea*” (FEATHERSTONE, 1995, 100). Segundo a teoria marxista de Adorno (Apud FEATHERSTONE, 1995), o crescimento da importância do valor de troca das mercadorias não só suprime o valor de uso original das coisas, como o substitui por um valor de troca abstrato, e permite que a mercadoria adquira um valor secundário, um valor *ersatz* - palavra alemã que denomina o substituto, e que, em inglês é usada para coisas que substituem outras, mas são consideradas inferiores -, que Baudrillard chama “valor-signo”.

A centralidade da manipulação comercial das imagens, mediante a publicidade, a mídia e as exposições, performances, e espetáculos da trama urbanizada da vida diária, determina, portanto, uma constante reativação de desejos por meio de imagens. Assim, a sociedade de consumo não deve ser vista apenas como a divulgadora de um materialismo dominante, pois ela também confronta as pessoas como imagens-sonho que falam de desejos e estetizam e fantasiam a realidade (FEATHERSTONE, 1995, 100)

Essa concentração de imagens nos empurra para uma sociedade nova, um mundo simulacional, no qual Baudrillard enxerga a abolição da distinção entre o que é realidade e o que é imagem, ou seja, a vida tornada imagem, a vida totalmente estetizada. “Em *Simulations*, Baudrillard declara que nessa hiper-realidade o real e o imaginário se confundem, e a fascinação estética está em toda parte” (FEATHERSTONE, 1995, 101). Featherstone interpreta que, para Baudrillard, a arte não é mais uma realidade à parte, isolada, e sim uma parte integral do todo,

da produção e da reprodução, o que permite que a nossa realidade cotidiana e banal possa ser classificada como artística.

Escrito em 1983, *Simulations* parece descrever com clareza as transformações da sociedade contemporânea, com a internet e as redes sociais. Frases como: “lá vem o tempo da grande Cultura da comunicação tátil, sob o signo do espaço cinemático técnico-luminoso de um teatro espaço-dinâmico total” (BAUDRILLARD, 1983, 139)<sup>45</sup> parecem descrever o mundo em que vivemos hoje, que se volta para a comunicação virtual, das telas com tecnologia *touchscreen*, com realidade aumentada, geolocalização, em qualquer hora e em qualquer lugar que receba sinal de internet sem fio. As cortinas não se fecham mais: o espetáculo não acaba, pois está em tudo, os códigos dominam a realidade:

Isso significa o colapso da realidade na hiper-realidade, na rápida duplicação do real, preferencialmente com base em um outro modo de reprodução – publicidade fotografia, etc. De meio em meio, o real se volatiliza; torna-se uma alegoria da morte, mas ganha força com sua própria destruição; torna-se o real para o real, o fetiche do objeto perdido – não mais o objeto representacional, mas o êxtase da recusa e de seu próprio extermínio ritual: o hiperreal. (BAUDRILLARD, 1983, 141-142)<sup>46</sup>

Um dos responsáveis por esta ênfase foi o realismo, cujo desenvolvimento de uma retórica do real pode ser atribuído ao enfraquecimento deste. O que se segue é o surrealismo, que, para Baudrillard (1983, 142)<sup>47</sup> é “ainda solidário com o realismo que contesta, mas aumenta sua intensidade ao colocá-lo contra o imaginário”. A fase mais avançada desse processo é então o hiperreal, onde não há mais qualquer contradição entre o que é real e o que é imaginário. A sensação de que estamos vivendo em um sonho é constante, pois o irreal não se localiza mais nas fabricações do inconsciente ou nas fantasias: ele tem uma semelhança alucinatória com o real. A simulação nos causa diversos tipos de vertigem, como a desconstrução do real em detalhes; visão refletida, duplicação do mundo, refrações múltiplas:

---

<sup>45</sup> Tradução nossa: “Here comes the time of the great Culture of tactile communication, under the sign of the technico-luminous cinematic space of total spatio-dynamic theatre”

<sup>46</sup> Tradução nossa: “This also means the collapse of reality into hyperrealism, in the minute duplication of the real, preferably on the basis of another reproductive medium – advertising, photo, etc. From medium to medium the real is volatilized; it becomes an allegory of death, but it is reinforced by its very destruction; it becomes the real for the real, fetish of the lost object – no longer object of representation, but ecstasy of denegation and of its own ritual extermination: the hyperreal.”

<sup>47</sup> Tradução nossa: “surrealism is still solidary with the realism it contests, but augments its intensity by setting it off against the imaginary. The hyperreal represents a much more advanced phase, in the sense that even this contradiction between the real is affaced”

o real se alimenta de si mesmo; a serialização dos objetos, como a pensou Andy Warhol e a perda de impacto do original; além da codificação e da binarização do mundo. Com tudo isso, a definição efetiva do real se torna: aquilo que é possível reproduzir de maneira equivalente, ou melhor. “No limite desse processo de reprodutibilidade, o real não é somente o que pode ser reproduzido, mas aquilo que está sempre já reproduzido. O hiperreal”. (Idem, p. 146). Algo que transcende a representação, é totalmente simulação, no mundo codificado. Mas a verdade é que é a realidade em si algo hiper-realista:

“O segredo do surrealismo já era que a realidade mais banal podia se tornar surreal, mas somente em certos momentos privilegiados que, não obstante, estão conectados com a arte o imaginário. Hoje, é a realidade cotidiana em sua totalidade – política, social, histórica, e econômica – que de agora em diante incorporam a dimensão simulatória do hiperrealismo. Por toda parte já vivemos em uma alucinação estética da realidade. “ (BAUDRILLARD, 1983, 147)<sup>48</sup>

No mundo do hiperreal, a fascinação estética está em todos os cantos. Antes era possível detectar entre o verdadeiro e o falso, ao olharmos para imagens ou obras de artes, elas detinham estilos específicos, *savoir faire*; hoje, confundem-se completamente o real e o imaginário. A arte hoje está em “reprodução indefinida”: tudo que se duplica, até a realidade mais banal, é identificado sob o signo da arte, torna-se estético. “A arte e a indústria podem trocar seus signos. A arte pode se tornar uma máquina de reprodução (Andy Warhol), sem deixar de ser arte, já que a máquina é somente um signo” (BAUDRILLARD, 1983, 151)<sup>49</sup>. E a produção pode perder as suas finalidades sociais para ser exaltada em signos hiperbólicos e prestigiosos, como os imensos arranha-céus que tomam conta dos horizontes urbanos. Para Baudrillard (idem, 151-152)<sup>50</sup>, a arte está morta: “não somente porque sua transcendência crítica desapareceu, mas porque a própria realidade, inteiramente impregnada por uma estética inseparável de sua própria estrutura, tem se confundido com sua própria imagem”.

Os conceitos de Baudrillard podem nos fazer refletir sobre as simulações que a fotografia do Instagram, da maneira como é praticada hoje, desenvolve sobre a realidade. A

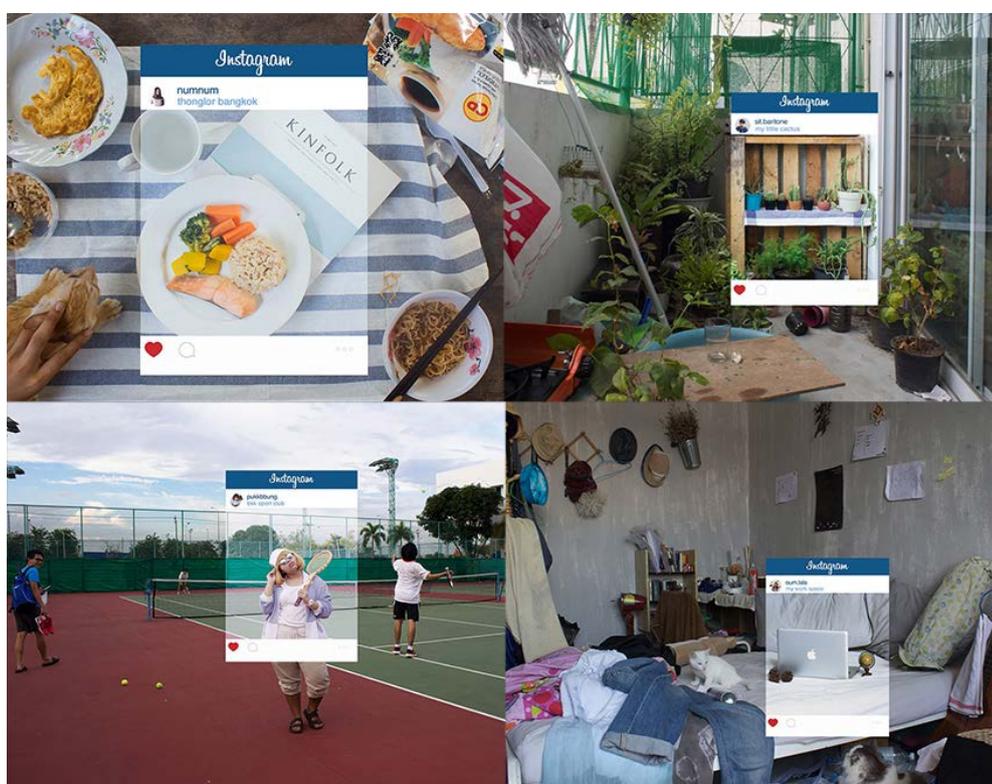
<sup>48</sup> Tradução nossa: “Surrealism’s secret already was that the most banal reality could become surreal, but only in certain privileged moments that nevertheless are still connected with art and the imaginary. Today it is quotidian reality in its entirety-political, social, historical and economic- that from now on incorporates the simulatory dimension of hyperrealism.”

<sup>49</sup> Tradução nossa: “Art and industry can then exchange their signs. Art can become a reproducing machine (Andy Warhol), without ceasing to be art, since the machine is only a sign”

<sup>50</sup> No original: “(...) not only because its critical transcendence is gone, but because reality itself, entirely impregnated by an aesthetic which is inseparable from its own structure, has been confused with its own image”

indicialidade da imagem fotográfica foi o tema mais discutido durante a transição da fotografia analógica para a fotografia digital; a transferência dos físicos e táteis saís de prata para a virtualidade dos pixels provocou debates intensos, mas a questão toma novos rumos com o advento do Instagram e da fotografia compartilhável nas redes sociais. A capacidade da fotografia de representar o real e o tempo passado de maneira verossímil sempre foi uma crença comum entre amadores e profissionais, mesmo com a possibilidade de edição posterior do filme fotográfico.

Fig. 44: Imagens de ensaio da fotógrafa tailandesa Chompoo Baritone



Fonte: Bored Panda<sup>51</sup>

Hoje, com a fotografia digital, as possibilidades de transformação da imagem são tão simples quanto automatizadas. No Instagram, transformar, editar, filtrar, colorir, dar outro aspecto, estetizar à imagem é algo estimulado, praticamente a essência do aplicativo. A fotógrafa tailandesa Chompoo Baritone criou imagens onde ironiza essa capacidade de transformação da realidade cotidiana (Fig 44). No trabalho, transparecem as potencialidades de filtro da realidade imbuídas no aplicativo. Fora das imagens, desorganização, caos, cores

<sup>51</sup> Mais imagens na reportagem The Truth Behind Instagram Photos: <http://www.boredpanda.com/truth-behind-instagram-photos-cropping-chompoo-baritone/>

acinzentadas; dentro, claridade, organização, *design*. Na hiperrealidade do Instagram, temos a impressão de que não se espera mais que a fotografia reproduza o real com perfeição: já se espera o real filtrado, o real transformado, o real não mais real: o real estetizado. Ou essa ilusão perdura?

#### 4.4 A era transestética

Para Featherstone (1995, 101), este terceiro aspecto da estetização da vida cotidiana é um dos principais elementos na construção de uma cultura do consumo, ao interagir com o segundo aspecto. O fluxo de signos e imagens que saturam nossas vidas se junta com a ideia de transformar a vida em uma experiência estética, a partir do desenvolvimento de um estilo pessoal e único, para formar o mundo de sonhos do consumo de massa, que se inicia ainda no século XIX, como observam as obras de Simmel e Benjamin. Na modernidade, a paisagem urbana se transforma, mediante mudanças arquitetônicas, mas, principalmente, em sua paisagem visual: *outdoors*, vitrines, anúncios, publicidades, embalagens, placas de ruas. As cidades se enchem também de lojas de departamentos, e, por consequência, consumidores, com toda sua variedade de personalidades, apuradas em penteados, maquiagens, roupas e formas de estilização específicas, que variam de acordo com correntes de moda passageiras.

Trata-se de um processo marcado por uma evolução constante, e pela crescente quantidade de tempo que ocupa em nossas vidas com o passar das décadas. As fronteiras do estilo se tornam cada vez mais difusas a partir da invenção do cinema, do rádio, da televisão, da internet, e com a globalização, a ampla difusão de informações de marketing, moda, publicidade, propaganda, o desenvolvimento de redes de lojas mundiais, a padronização dos *shoppings centers*, a explosão da importação de mercadoria. O valor-signo das mercadorias cresce de maneira exponencial, o que significa dizer, que com esse cenário, a estética se torna ainda mais essencial, ainda mais presente, ainda mais endêmica. Para Lipovetsky e Serroy (2015), na era contemporânea, os sistemas de produção, de distribuição e de consumo estão “impregnados, penetrados, remodelados por operações de natureza fundamentalmente estética” (LIPOVETSKY, SERROY, 2015, 13). Nossa vivência cotidiana é hoje estetizada, mesmo que o capitalismo engendre uma paisagem mundial de caos e decadência:

Se é verdade que o capitalismo engendra um mundo “inabitável” ou “o pior dos mundos possível”, ele também está na origem de uma verdadeira

economia estética e de uma estetização da vida cotidiana: em toda parte o real se constrói como uma imagem, integrando nesta uma dimensão estético-emocional que se tornou central na concorrência que as marcas travam entre si. É o que chamamos de *capitalismo artista* ou *criativo transestético*, que se caracteriza pelo peso crescente dos mercados de sensibilidade e do “*design process*”, por um trabalho sistemático de estilização dos bens e dos lugares mercantis, de integração generalizada da arte, do “look” e do afeto no universo consumista. (LIPOVETSKY, SERROY, 2015, 14)

Contudo, o processo de estilização da vida e do mundo tem raízes muito mais antigas do que a modernidade. Os autores o dividem em quatro modelos; o primeiro deles, a *artealização ritual*, que vigorou por milênios, nos quais as artes não possuíam intenção estética tendo em vista o consumo “desinteressado” e sim uma finalidade ritual. Na *estetização aristocrática*, que perdura da Idade Média ao século XVIII, o artista se separa do artesão e surge a ideia do poder criador, do artista genial, que assina suas obras. Neste período, acontece a criação de um conceito unitário de arte no seu sentido moderno. Aqui, as chamadas belas-artes buscam agradar o público aristocrata e instruído, e não apenas comunicar ensinamentos religiosos e agradar os dignitários da igreja.

A partir do século 18, temos a *moderna estetização do mundo*, que liberta a arte de seus poderes religiosos ou nobiliárquicos, e adquire um grau de autonomia, com instâncias de consagração internas. Nesse período, se espera muito da arte: “que provoque o êxtase do infinitamente grande e do infinitamente belo, que faça contemplar a perfeição, em outras palavras, que abra as portas da experiência do absoluto, de um além da vida comum” (LIPOVETSKY, SERROY, 2015, 23). A arte se torna o caminho da idealidade da vida, nada pode ser mais precioso ou mais sublime: é o caminho para se superar os problemas do mundo e da própria existência. Para afirmar sua autonomia, os artistas da modernidade se apropriam de elementos do real e da vida comum para fins puramente estéticos. Estilizam tudo: o medíocre, o trivial, o indigno, o espaço urbano. Inicia-se aqui a era das artes reprodutíveis, das artes de massa, ampliando o consumo estético para a escala da maioria.

Na quarta e atual fase, *a era transestética*, os valores preconizados pelo capitalismo do consumo – hedonismo, criação, realização de si, autenticidade, busca por experiências – são justamente aqueles celebrados por artistas boêmios do século XIX. Assim como os dândis e estetas, o capitalismo de hoje prega antitradicionalismo, anticonvencionalismo, antiburguesismo, antipuritanismo, mas o faz não por meio da negação da normatividade moral

e religiosa, mas como um convite para “aproveitar a vida” pela seleção de estilos e experiências dentro da oferta dos bens de consumo. Temos então uma fase onde “as vanguardas são integradas na ordem econômica, aceitas, procuradas, sustentadas pelas instituições oficiais” (Idem, 27). A arte, ou melhor, a hiperarte, encontra-se infiltrada em todos os cantos do mundo, da indústria, do comércio e de nossa vida cotidiana. A hiperarte perde o caráter sublime, não expressa mais a transcendência: funciona como uma estratégia de *marketing*, para assegurar que os desejos sejam respondidos, para aumentar faturamentos. “Depois da arte-para-os-deuses, da arte-para-os-príncipes e da arte-pela-arte, triunfa agora a arte-para-o-mercado” (LIPOVETSKY, SERROY, 2015, 28). “O artista não é mais o outro, o profeta, o marginal, o excêntrico: pode ser também eu, qualquer um. No capitalismo artista tardio, “todos somos artistas”. (Idem, 113)

Na esfera do consumo, a hiperarte adentra nossas aspirações, nossos modos de vida, as relações com o corpo, com o nosso olhar para o mundo. Pode-se falar de várias esferas dominadas pela experiência estética que estão em todas as camadas da sociedade: a moda, o espetáculo, a música, o turismo, o patrimônio cultural, a decoração da casa, os cosméticos, a internet, a fotografia vernacular. Os autores falam de um *hiperconsumo estético*, ou seja, um consumo de sensações, de experiências sensíveis, um consumo hedonista e emocional. “O que importa agora é sentir, viver momentos de prazer, de descoberta, ou de evasão, não estar em conformidade com códigos de representação social” (LIPOVETSKY, SERROY, 2015, 30).

A instantaneidade nominal do aplicativo Instagram demonstra de maneira característica este hiperconsumo estético. O aplicativo agrega grandes características do contemporâneo, como o individualismo, o exibicionismo e o voyeurismo. Em sua essência, temos a necessidade de exibir constantemente estados emocionais, quase sempre positivos, através de imagens, ou representações. A vivência desses momentos de prazer de que nos falam Lipovetsky e Serroy (2015, 31) é visível em qualquer visita pelo *feed* da rede social, assim como a representação estetizada do banal, pois a fotografia digital vernacular tem ligação direta com consumo hedonista e emocional da vida: “com o incremento do consumo, somos testemunhas de uma vasta estetização da percepção, da sensibilidade paisagística, de uma espécie de fetichismo e do voyeurismo estético generalizado”.

## 5 O *instagramável* e as estéticas do Instagram

O que é o Instagram? “É amizade”. “É conhecer um pouco da vida de alguém”. “É estilo e atitude”. “Explorar o mundo”. “Perspectiva”. “Uma forma de escapar, mas, ao mesmo tempo, conectar-se”. “Arte”. “É capturar a criatividade”. “É ver o mundo de maneira diferente”. “É conhecer pessoas visualmente através de suas fotos”. “Coisas cotidianas que me interessam”. “Uma ferramenta para expressão individual”. “Autêntico”. “Um lugar onde compartilho a beleza na minha vida com outras pessoas”. Essa pergunta e suas respostas vem do documentário *Instagram Is*<sup>52</sup>, que busca desvendar o que Instagram significa para seus usuários e nos oferecem pistas a respeito da maneira como eles entendem as funções que o aplicativo exerce em suas vidas.

Nota-se que, ao expressarem seu entendimento sobre a rede, não falam sobre seguidores, curtidas, comentários ou engajamento. A centralidade parece estar na capacidade de se comunicarem através de olhares, intenções e vivências e, assim, se conectarem a uma comunidade em busca das mesmas coisas. A partir dessa pequena amostragem e de nossas análises, podemos destacar três noções fundamentais da busca dos usuários no Instagram: originalidade, individualidade, conectividade. Elas transparecem nas entrelinhas do aplicativo, através da maneira como ele se estrutura. Ao postar no Instagram, os usuários visam criar um conteúdo original, baseado em suas vivências cotidianas ou em suas “aventuras” feitas muitas vezes com o único intuito de serem compartilhadas. Desse modo, tentam expressar a própria individualidade, desenvolvendo um estilo próprio, através de suas escolhas visuais mais frequentes. E, com essas imagens, desejam se conectar com outras pessoas interessadas em seu conteúdo e que publiquem conteúdo considerado relevante para seus padrões estéticos.

Contudo, como vimos ao longo desta dissertação, esse conteúdo original que visa promover a construção de uma identidade individual se ampara em culturas visuais precedentes e contemporâneas, resultando na construção de padrões, ângulos, uso de cores, de filtros e de enquadramentos que se repetem centenas de milhares de vezes. A esse conjunto de fatores, regras e padrões que influenciam a escolha das cenas e objetos retratados, podemos dar o nome de *instagramável*, em uma tradução literal de “instagrammable”, termo usado por usuários da

---

<sup>52</sup> Dirigido por Paul Tellefsen e publicado em 2013 na plataforma Vimeo. Disponível em: <https://vimeo.com/66938184>

rede para designar aquilo que é “digno” de se tornar uma publicação. Neste último capítulo, nosso objetivo é investigar este conceito, na tentativa de não só identificar alguns desses padrões, mas de entender como essa noção pode ser entendida teoricamente. Qual é a estética do Instagram? Essa que nos move pelo *feed* em constante movimento, deslizando os dedos sobre a tela, distribuindo “corações” através de dois cliques, “seguindo” e deixando de “seguir” usuários, nas telas de nossos celulares. Que elementos, tendências, afirmações e negações compõem esta estética particular do aplicativo, quais são suas possíveis origens e repercussões?

### 5.1 O código estético e o *instagramável*

Em ensaio de 1975, Flusser (In: IANNINI, G., GARCIA, D., FREITAS, 2015, 42) identifica como limitação fundamental da comunicação o fato de que nossas experiências concretas, únicas e privadas não são comunicáveis por não serem generalizáveis ou publicáveis. Para comunicarmos algo, é necessário que comparemos (ao criarmos símbolos) e que publiquemos, ou, seja, que modifiquemos a essência da experiência privada, tornando-a outra coisa. O filósofo ressalta que nossas experiências concretas são, destarte, modeladas por nossa condição cultural, pois baseamos ações em leituras, imagens, peças dramáticas, filmes e outras vivências artísticas. A arte, para Flusser, pode ser vista como uma tentativa de elaborar modelos para essas experiências concretas, uma ferramenta para programá-las. “Todos os nossos prazeres e tristezas, todas as experiências das cores, dos sons, das formas, das tessituras, dos perfumes que nós temos, todo sentimento de amor e de raiva têm um modelo artístico” (Idem, 43). Assim, somos concebidos por uma cadeia de “informação estética”, em paralelo à nossa “informação genética”. É como se pudéssemos traçar um genoma estético, identificando tudo aquilo de que fomos espectadores, e tudo aquilo que nos marcou suficientemente para moldar nossas atitudes e ações no mundo. Quando esse modelo inexistente, permaneceríamos “anestesiados” para as experiências concretas, segundo o filósofo. Desse modo, a arte se configura como uma ferramenta para uma percepção “adequada” do mundo, uma maneira de vivenciar o real: processamos esses “genes” que determinam nossas vivências de diferentes maneiras; somos para Flusser, “computadores estéticos”.

O filósofo explica que não se trata somente de ver o mundo através da arte; é ela que, de fato, inaugura as instâncias do real. Não apenas vemos as paisagens como as representaram Turner, Constable ou Gainsborough; mas sem o advento da pintura de paisagem, não as

veríamos. Artistas não generalizam suas experiências concretas, e sim propõem estruturas para ordenar experiências futuras, enriquecendo nossa realidade. Mas não são somente eles que promovem essas proposições: todos nós podemos pensar e propor novas maneiras de experimentar a vida, a cada comunicação de experiências concretas que realizam dimensões estéticas específicas. É um ciclo permanente: moldamos nossa vivência a partir das propostas da arte, e depois comunicamos nossas experiências concretas, comparando-as e publicando-as e, assim, propomos novas maneiras de vivenciar as futuras experiências concretas. Desse modo, cercamo-nos de beleza, que, para Flusser, trata-se da novidade e da originalidade presentes nestas proposições estéticas. “Um modelo de uma experiência (uma “obra de arte”) é belo na medida em que é diferente de todo modelo precedente” (In: IANNINI, G., GARCIA, D., FREITAS,, 2015, 44). A beleza não é agradável, pois propõe uma modificação da nossa experiência do real. Para viver de maneira agradável, Flusser diz, devemos nos contentar com os modos tradicionais de viver que já estão programados em nosso modo de vida.

Ao pensarmos a fotografia do Instagram nos termos deste ensaio de Flusser, cada foto se apresenta como uma comunicação única e individual, concebida através de símbolos e generalizações, publicada e programada através de nossas experiências com arte e as demais comunicações a que tivemos acesso. O conteúdo dessas imagens acaba por denotar uma experiência privada, e o *feed* pessoal se configura como uma coleção delas, embora não se possa dizer que essas imagens representam tais experiências de forma efetivamente verdadeira, já que se tratam de releituras, enquadramentos e produtos diretos da própria estrutura técnica do aplicativo.

Há diversas limitações que o programa do Instagram impõe aos usuários, assim como o fazem as câmeras e os próprios aparelhos utilizados no processo. Fotografar no Instagram é, portanto, unir nossa “informação estética” anterior a toda uma série de condições técnicas, na tentativa de fazer “arte” nos termos flusserianos, e de produzir “beleza” na forma de fotografias publicadas que sejam de alguma maneira novas e originais, e que modifiquem nossa experiência do real. Aqui o ciclo fica mais evidente, pois essas tentativas frequentemente esbarram nos modos tradicionais de fotografar o mundo, como vimos no capítulo anterior, nos modos *casual* e *professional* propostos por Manovich (2016). Questionamo-nos então se o desafio do *instagramável* se encontra justamente em escapar de ou em integrar-se à teia do programa?

Essa pergunta nos remete ao ensaio *Filosofia da Caixa Preta*, do mesmo filósofo, escrito em 1983. Nele, Flusser (1998, 33) estabelece um contraponto entre as imagens tradicionais – as que “imaginam” o mundo – e as imagens técnicas – que “imaginam textos que concebem imagens que imaginam o mundo”. Nas primeiras, temos imagens como as pinturas, que têm a presença de um agente humano como mediador em sua manufatura, o que acarreta na evidência irrevogável de que se tratam de símbolos. Já as imagens técnicas, como as fotografias, o cinema e o vídeo, são ilusórias por sua aparência de verdade absoluta. Em seu estar lá, não parecem precisar ser decifradas, pois “encontram-se no mesmo nível do real: são unidos por cadeia ininterrupta de causa e efeito (...)” (idem, 34). Dão-nos a ilusão de serem janelas para o mundo, não imagens. “O observador confia nas imagens técnicas tanto quanto confia nos seus próprios olhos” (Ibid.). São, contudo, imagens tão simbólicas quanto todas as outras. Há entre elas e seu significado um entreposto: o aparelho e o agente humano que o manipula, em nosso caso, o fotógrafo do Instagram e seu celular. Este complexo fotógrafo-aparelho é essencial para o entendimento da fotografia. Trata-se da caixa preta que dá nome ao livro: um complexo difícil de ser penetrado e de ser compreendido em sua totalidade; seu interior é escuro demais, inconcebível, desconhecemos seus processos codificadores, só enxergamos o *input* e o *output* do sistema. À caixa preta, Flusser atribui a dificuldade inerente de decifarmos as imagens técnicas.

Esta dificuldade de deciframento não impede que as imagens técnicas exerçam um “fascínio mágico” na sociedade, fazendo com que os indivíduos vivam, conheçam e ajam cada vez mais em função delas. “Tudo atualmente, tende para as imagens técnicas: elas são a memória eterna de todo o empenho. Qualquer ato científico, artístico e político visa eternizar-se em imagem técnica, visa ser fotografado, filmado, videografado”. (FLUSSER, 1998, 38). Esta constatação pode ser refletida no universo do Instagram, mas é importante ressaltar que, em Flusser, não são os indivíduos ou os aparelhos que visam fotografar as coisas, mas as coisas que visam se tornar inesquecíveis através da fotografia.

Em *Filosofia da Caixa Preta*, a essência do aparelho fotográfico é “estar programado”: as fotografias por ele produzidas estão já, de alguma forma, previamente inscritas em seu programa, por aqueles que o criaram. Assim, uma fotografia é, de fato, uma realização de uma potencialidade pré-escrita, entre as inúmeras outras possíveis; a atualização de uma das virtualidades. “O número de potencialidades é grande, mas limitado: é a soma de todas as

fotografias fotografáveis por este aparelho” (idem, 43). O universo fotográfico se realiza desse modo, à medida de que o número de potencialidades vai diminuindo, e o número de fotografias concretas vai aumentando. “*O fotógrafo age em prol do esgotamento do programa e em prol da realização do universo fotográfico*” (Idem, 43, grifo do autor). O maior desafio, então, é “descobrir potencialidades ignoradas”, em uma espécie de jogo ou brincadeira cujo objetivo é inserir na imagem informações não previstas pelo aparelho. Esse sistema complexo fotógrafo-aparelho, chamado de caixa preta, consiste justamente neste desafio de dominar aquilo que se desconhece o funcionamento, estando limitado pelo número de categorias e possibilidades já inscritas no aparelho.

A liberdade sentida pelo fotógrafo é, para Flusser, mera ilusão pois ele está limitado apenas a “fotografar o fotografável”, aquilo que já se encontra programado pelo aparelho. “Por exemplo, ao recorrer a critérios estéticos, políticos, epistemológicos, a sua intenção será a de produzir imagens belas ou politicamente comprometidas ou que tragam conhecimentos. Na realidade, tais critérios estão, eles também, programados pelo aparelho” (FLUSSER, 1998, 51). Com a imensa quantidade de fotografias produzidas, o fotógrafo frequentemente esbarra na repetição de pontos de vistas, em busca de originalidade. O atual mercado de câmeras digitais frequentemente estabelece seus parâmetros através de elaborados algoritmos, capazes de calcular as situações de luz ideal, baseando as fotometrias em milhares de imagens anteriores. Ao olharmos para os visores de aparelhos como câmeras e celulares, percebemos que são atualmente capazes de, sem nossa intervenção, ajustar as configurações, encontrar e escanear faces para identificar sorrisos, iluminar determinadas áreas entre outras funções.

Pensando nisso, o designer alemão Philipp Schmitt desenvolveu um protótipo de câmera, a Camera Restricta<sup>53</sup>, que busca, via GPS e uma conexão com a internet, fotografias realizadas próximas de onde se deseja clicar uma imagem. O próprio aparelho decide se o número de fotos ali tiradas é excessivo, fechando o obturador e bloqueando o visor: em caso afirmativo, fotos ali estão proibidas. Trata-se de uma crítica contundente ao papel do excesso na fotografia a partir do momento em que ela se torna um elemento que valida o acontecimento das experiências vividas por nós na vida cotidiana, como discutimos no capítulo anterior, e uma brincadeira com os poderes dos mecanismos automatizados destes aparelhos.

---

<sup>53</sup> Melhor detalhamento no site do artista: <http://philippschmitt.com/projects/camera-restricta>

Para Flusser, a busca de originalidade também é inerente ao programa dos aparelhos, que visam o aperfeiçoamento constante, a partir destes momentos de astúcia de seus operadores. “O aparelho da indústria fotográfica vai assim aprendendo, pelo comportamento dos que fotografam” (Idem, 73). A evolução acelerada das câmeras de celulares é um exemplo disso, como aconteceu com a difusão no mercado<sup>54</sup> da câmera frontal localizada acima da tela, influenciada pelo aumento do número de autorretratos (os chamados “*selfies*”). Com ela, a câmera se tornou espelho, facilitando a produção deste tipo de fotografia, antes realizada por meio de diversos truques, como virar o celular em relação ao rosto (o que impedia o fotógrafo de ver a imagem previamente), ou utilizando os “*selfie sticks*”, instrumentos cilíndricos que aumentam o ângulo da fotografia e facilitam o clique para a *selfie*.

Composto por amadores, aqueles que se conformam ao programa, e fotógrafos, aqueles que buscam, através do jogo, revelar imagens não contidas no programa do aparelho, “o universo fotográfico” está em eterna flutuação: nele, a cada instante, uma fotografia é substituída por outra. Essa descrição de Flusser é uma espécie de espelhamento da situação atual da fotografia contemporânea, onde é cada vez mais presente a lógica do *feed* de imagens, em constante movimento. Assim, “o universo fotográfico habitua-nos ao progresso” (FLUSSER, 1998, 81). É aqui que Flusser nos apresenta um conceito fundamental deste trabalho, a ideia de que este universo é como um mosaico, que muda constantemente suas cores.

Qualquer fotografia individual é uma pedrinha de um mosaico: uma superfície clara e diferente das outras. Trata-se, pois, de um universo quântico, calculável (cálculo = pedrinhas), atomizado, democritiano, composto de grãos, não de ondas, funcionando como quebra-cabeças, como jogo de permutação entre elementos claros e distintos. (FLUSSER, 1998, 83)

Desse modo, quando adentramos neste universo, como em um mundo de Alice, precisamos nos adequar às cores, às pedrinhas multifacetadas e a seu caráter lógico e caótico de quebra-cabeças. Mergulharmos fundo, e inserir-nos. Como dissemos na introdução deste trabalho, para se habitar este mundo-mosaico, é preciso “viver, conhecer, valorar e agir em função das fotografias” (FLUSSER, 1998, 86). No início do livro, Flusser introduz o conceito de *scanning*, que significa um vaguear pela superfície das imagens, a partir dos impulsos íntimos do observador, na busca por significados. Para nós, esta é a atitude que o mundo-

---

<sup>54</sup> O iPhone 4 em 2010 foi um dos primeiros aparelhos a chegar ao mercado com esta função, como mostra esta reportagem do The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2013/jul/14/how-selfies-became-a-global-phenomenon>

mosaico desperta: a observação constante e subjetivada de uma plataforma sempre mutável. Contudo, o *scanning* exige tempo, redundância, repetição, e, atualmente, devido aos contantes movimentos de atualização e ao chamado *FOMO – Fear of Missing Out*<sup>55</sup>, este tempo de observação cuidadosa parece estar reduzido ao mero relance.

Questionamos, assim, se o lugar do *instagramável* no “universo fotográfico” se encontra junto ao papel do amador, que se adapta aos mandos do programa, ou do fotógrafo, que busca escapar do tabuleiro do jogo, criando novas formas de ver e comunicar o mundo. Talvez não esteja nem tão para lá, nem tão para cá. É possível que haja entre esses dois opostos uma zona fronteira, comum atualmente na prática vernacular digital, onde usuários tanto podem entrar em conformidade com o que o Instagram estabelece, através de sua câmera embutida, seus filtros, ferramentas de edições, *hashtags*, limitações de tamanho de imagem, de aparelho, como podem fugir, em busca da originalidade de que falamos acima. Para isso, podem utilizar câmeras profissionais, imagens escaneadas, imagens produzidas em outros aplicativos, outros aplicativos “terceiros” como VSCO, Snapseed ou Afterlight para o processo de edição e outros programas, criar montagens, vídeos, etc. Podem criar novas *hashtags*, novas formatações de *feed*. Todas estas ações acabam em algum momento sendo previstas dentro do aplicativo, mas, muitas vezes, a implantação delas parte de uma demanda externa ou da iniciativa coletiva de grupos de usuários isolados. Dentro desta “liberdade limitada”, notamos, contudo, e principalmente nas fotografias do modo *designed*, que a tentativa de fuga desses padrões, e a releitura de influências anteriores, depende não só do grau de conhecimento imagético dos usuários, mas de seu interesse em explorar as diferentes possibilidades ofertadas pelo “aparelho”, com seu conjunto de funcionalidade e aplicativos.

Identificamos, portanto, neste mundo-mosaico do Instagram, a atuação de um *amador-fotógrafo*, uma junção das tipologias concebidas por Flusser: aquele que, mesmo a partir de seu desconhecimento dos processos internos desta caixa-preta busca pelos parâmetros de originalidade, individualidade e conectividade. Assim, para fotografar o *instagramável*, o amador-fotógrafo pode ou não jogar o jogo do programa, pode ou não tentar escapar de suas tramas, e isto é previsto pela própria estrutura contraditória do aplicativo, que afirma estar centrado na criatividade, mas é pautado por estruturas rígidas de produção de conteúdo,

---

<sup>55</sup> “Medo de estar perdendo”, angústia social associada à constante necessidade por estar atualizado das últimas novidades, bastante presente nas redes sociais e na maneira como são estruturados seus algoritmos. É possível entender melhor a FOMO através deste artigo da revista Time: <http://time.com/4358140/overcome-fomo/>

principalmente na forma como dispõe seus “filtros”, séries de ações pré-programadas que modificam a imagem para conceder determinados estilos, normalmente inspirados em uma “estética vintage”.

Em 1985, em *O Universo das Imagens técnicas*, Flusser afirma que embora escapem do controle humano, os aparelhos não são suficientemente autônomos para dispensarem a intervenção humana. A relação se inverteu e nós nos tornamos os funcionários de nossos aparelhos, aqueles que os utilizam e os reprogramam rumo ao melhor funcionamento. Antes, era necessário que aprendêssemos a cultura através da leitura, da escrita, da criação de imagens. Agora, pulamos essa etapa de aprendizagem e vamos direto para a programação. Problemas técnicos? Relegamos aos especialistas. Os aplicativos, por exemplo, utilizam-se de ferramentas do *design* e de parâmetros de “usabilidade” tentando facilitar a experiência de uso de um usuário leigo.

Quando se domina o universo das telas e teclas, para Flusser, a existência passa a se concentrar sobre as pontas dos dedos, o que promove liberdade e interioridade. “Apertar teclas é para mim o gesto da publicação, da liberdade política no sentido exato do termo. E isto não é apenas sensação minha: é a sensação de todos os apertadores de teclas, inclusive a dos produtores de tecno-imagens” (FLUSSER, 2008, 35). Ele afirma, antes da difusão da internet, que a “sociedade informática” será composta por “tateadores de teclas em busca de informação nova”, concentrando um futuro ao mesmo tempo aterrador e inebriante. Hoje, não são teclas e sim o toque nas telas (*touchscreen*): estamos absortos e ao mesmo tempo abismados com as potencialidades do mundo multitelas e da comunicação via redes sociais e visuais, a concretização virtualizada de nossa aldeia global mcluhiana. Para Flusser, é necessário que entendamos o funcionamento dos programas, para que revelemos suas intenções:

Por detrás de todos esses programas co-implicados e conflitivos reside a intenção de conferir significado a um universo absurdo, de dar sentido a uma vida em universo absurdo. As imagens técnicas são flechas de trânsito que apontam caminhos rumo ao nada a fim de dar rumo a vidas no próprio nada. Estamos seguindo cegamente, em situação mais e mais dominada por tecnoimagens. Vivenciamos, conhecemos, valoramos e agimos cegamente em função delas – a menos que decifremos o que tais imperativos, tais dedos imperativos estendidos significam; a menos que descubramos os seus programas. (FLUSSER, 2008, 54).

Ao visitar o mundo de “nossos filhos e netos”, ou seja, nosso mundo atual, Flusser

afirma que seríamos possuídos por paixões, viveríamos de sonhos em mundos de criatividade. Teríamos dificuldade em separar as dimensões do público e do privado. “Os nossos netos não terão público a ser privatizado nem privacidade a ser publicizada: terão "apenas" relações que os religarão uns aos outros, nas quais se realizarão sob forma de imagens” (FLUSSER, 2008, 132). Se outrora o tempo era preenchido pelo trabalho, elemento estruturante da sociedade em classes, nessa sociedade ele representaria uma parcela menor do tempo vital, que passaria a ser dedicado à contemplação de imagens. “A atual dispersão da sociedade seria resultado da busca geral da felicidade: as imagens nos tornariam mais e mais felizes, porque nos dispersam e nos divertem sempre mais perfeitamente” (Idem, 69). O jogo favorito dessa sociedade seria a troca de informações com o intuito de produzir sempre informações novas, na forma de imagens inéditas. A todo lance, o jogo transformaria suas regras, modificadas por seus próprios participantes. “Não será sociedade interessada em teorias, mas em estratégias. As regras que a ordenarão serão regras de jogo, e não imperativos (leis, decretos)”. (FLUSSER, 2008, 98)

Ao refletirmos sobre a forma como Flusser enxergou seu futuro próximo, nosso presente, encontramos ferramentas para entender que o que vivemos hoje já estava enraizado na maneira de entendermos as imagens de décadas anteriores. No mundo multitelas, é evidente esta soberania das imagens técnicas: elas estão por todos os lados, e nos fascinam o suficiente para que passemos horas diárias olhando para celulares, computadores, *tablets*, além dos aparelhos televisivos. Como prevê o filósofo, interagimos com este universo não somente através de nossos olhos, mas com nossos dedos, que deslizam sobre as telas com tecnologia *touchscreen*, facilitando a interação aparelho-corpo humano, e reforçando estes laços. A nossa proximidade física com um aparelho como o celular (sempre ao lado, sempre no bolso ou na bolsa, na cabeceira, mesmo quando desligado, podemos “ouvi-lo” vibrar), preenche o tempo ocioso sem que nem percebamos. Ferramentas como o aplicativo Instagram também facilitam essa nossa voracidade criativa hoje não apenas na observação de imagens, mas em sua produção, principalmente tendo como base nossa própria vida, tornando difusas as fronteiras entre a vida privada e a pública. Publicar informações, experiências e vivências é um ato que parece hoje integrado à vida cotidiana. Pelo conteúdo geral que analisamos na rede visual Instagram, de fato, a demonstração de felicidade, de vida cercada por belezas é um fator essencial dessa sociedade. Em nosso elogio da superficialidade, a vida transparece em seus “melhores” momentos, os mais fotogênicos... os mais *instagramáveis*.

Resumindo, a partir da proposta de filosofia da fotografia de Flusser, podemos atribuir

ao *instagramável* algumas características e funcionalidades. Em primeiro lugar, a noção do que é *instagramável*, aquilo que desperta interesse para ser publicado na plataforma do aplicativo Instagram, é um produto da concepção da “informação estética” de seus usuários e produtores de conteúdo, ou seja, daquele referencial visual que eles experimentaram e observaram durante suas vidas. Embora isso se configure em influências artísticas diversas, nossa investigação nos mundos-mosaicos do Instagram revelou sobretudo a retroalimentação de influências imagéticas, que, por algum motivo, surgem na rede visual e passam a ser replicadas incessantemente. Os próprios “filtros” do programa são inspirados em culturas visuais precedentes, principalmente emulando estilos e predeterminações cromáticas de filmes analógicos, do cinema e de fotografias já envelhecidas pelo passar do tempo. Ou seja, ao ingressar na rede Instagram, o usuário passa a juntar à sua “informação estética” todo um referencial imagético do próprio Instagram, que se une às experiências prévias, para formar aquilo que ele mesmo considera um conteúdo “original”. Assim, a busca pelo *instagramável* perpassa a produção de beleza concebida por Flusser, que implica na busca pela novidade, pela originalidade, e pela quebra das regras estabelecidas pelo programa. Contudo, ela se pauta pela usabilidade do aplicativo, pela ideia de que qualquer um pode ser inspirado e inspirar, e que pode produzir esteticamente dentro de padrões pré-estabelecidos.

Em seguida, o usuário do Instagram, o amador-fotógrafo, integra-se a um complexo composto por aparelho (celular com câmera e aplicativos)-fotógrafo, que funciona unificado para produzir imagens já previstas nesse programa, cuja estrutura se pauta em indexação de conteúdos através de *hashtags* e geocalização, sugestão de usuários semelhantes e *feeds* compostos por usuários similares, o que também estimula a produção de conteúdo repetitivo, similar. Em terceiro lugar, no Instagram, os objetos, as vivências e as experiências exercem fascínio sobre seus usuários, visando tornarem-se imagens; ou seja, o *instagramável* pode estar já localizado na maneira como as coisas se apresentam hoje, pautadas no *design* e no *estetizado*, como perceberam Lipovetsky e Serroy ao entenderem nossa era como transestética. Neste contexto, o *instagramável* pode ser encontrado em uma busca constante pela demonstração de emoções através da estetização do cotidiano: ao “postarem pela estética”, os usuários concebem seus próprios mundos-mosaicos, na tentativa de demonstrarem visões de mundo para outros usuários.

## 5.2 As estéticas do Instagram

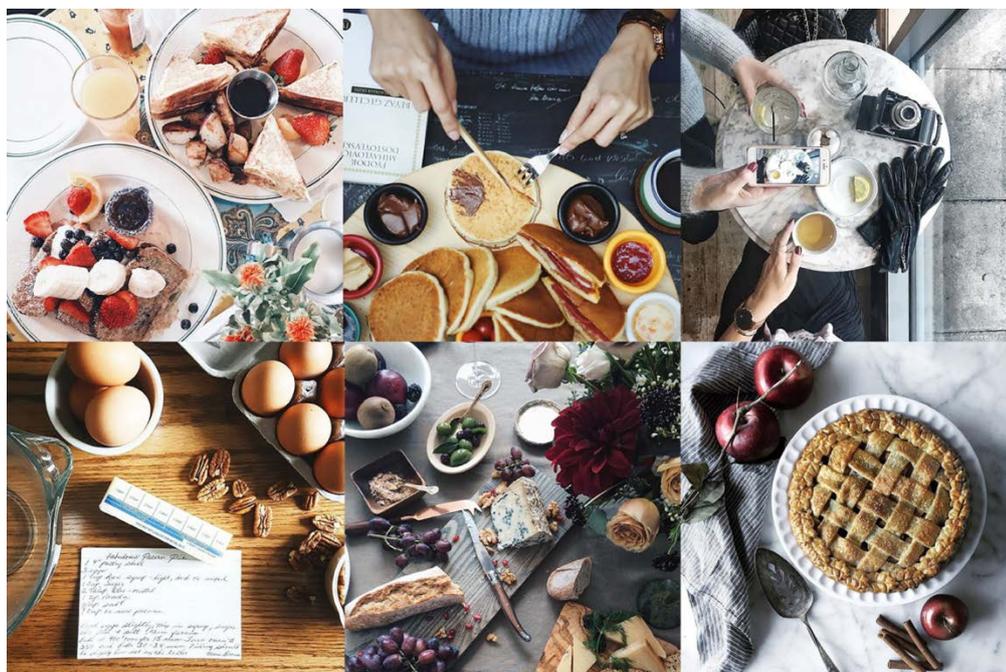
Como conclusão, analisaremos alguns parâmetros estéticos do Instagram, partindo de nossas observações sobre o *corpus* de 900 imagens da *hashtag* #postitfortheaesthetic. Nosso objetivo aqui, como estabelecemos na introdução deste trabalho, não é encerrar este objeto em alguns conceitos e regras, e sim lidar com tendências, percepções e análises visuais sobre essas imagens. As percepções aqui descritas são frutos não somente do tempo dedicado exclusivamente a pensar este objeto – a fotografia vernacular digital do Instagram –, das reflexões teóricas aqui descritas, mas também de minha vivência como usuária do Instagram desde 2013 (usuário @mundomosaico). Seria praticamente impossível separar totalmente uma reflexão sobre o que é o *instagramável* desta experiência fotográfica, embora tenhamos tentado circular em universos bastantes distantes do nosso próprio, daí também a escolha de uma *hashtag* de caráter mais global como a que investigamos.

Consideramos importante retomar a taxonomia de imagens da pesquisa que realizamos no primeiro capítulo, quando classificamos os principais assuntos abordados nestas 900 fotografias. Dividimos este grande mundo-mosaico em diversos mundos-mosaicos: as três categorias *coisas*, *espaços* e *paisagens*, e as subcategorias, *objetos cotidianos*, *comida & bebida*, *botânica*, *decoração*, *paisagem*, *cidade*, *arquitetura*, *selfies*, *retratos*, *grupos e fragmentos*. Havia ainda imagens sem classificação temática clara (na sua maioria imagens de textos) e anúncios, ambos desconsiderados. Mas, para além das classificações, como podemos descrever as características do *instagramável*, elemento que une todas essas imagens, e denota as escolhas estéticas mais comuns no mundo-mosaico do Instagram?

Em capítulos anteriores, pesquisamos tipos de observadores da vida cotidiana, como o *flâneur*, a escritora modernista, o fotógrafo-inventor do século XIX, os artistas das vanguardas, os artistas da Pop Art, o artista contemporâneo que recicla imagens encontradas, a fotógrafa performer, entre outras figuras que traduzem suas observações sobre a vida banal em expressão artística. Em comum, todos eles nos apresentam pontos de vista exteriorizados sobre os objetos. Já na estética do Instagram, pautada por imediatismo e pelo uso de câmeras celulares, o usuário está dentro da cena, vivenciando aquela situação no momento em que ela ocorre, e a publicando logo depois. É isso mesmo? A instantaneidade é, de fato, um valor para este observador, conhecido como “instagrammer”? Até poderia ser quando o aplicativo surgiu, e a maior parte

dos usuários utilizava a própria câmera do programa e postava em tempo real. Hoje, contudo, é comum que nas publicações que vão para o perfil utilizem não somente ela, mas outros aplicativos de câmeras (frequentemente o aplicativo original do aparelho celular) e até mesmo câmeras digitais propriamente ditas, sem conexão com a internet. Parece ser muito mais relevante a relação com uma curadoria dos momentos mais *instagramáveis* vividos pelos usuários do que a exaltação da instantaneidade e do aqui-e-agora. A edição também é um processo elaborado que não conta mais apenas com os filtros e ferramentas do próprio Instagram, mas outros aplicativos como VSCO, Afterlight, Facetune etc. Isso abriu espaço para que haja no Instagram dois tipos de fotografia em relação ao cotidiano: a casual e a calculada, como identificamos nas imagens coletadas na *hashtag* #postitfortheaesthetic (Fig 45).

Fig. 45: Imagens casuais (linha superior) e imagens calculadas (linha inferior)



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Como sempre ao longo deste trabalho, as binaridades têm fronteiras difusas. Pode até ser que a “casual” demore para ser postada, ou passe por um longo processo de edição após a sua produção, mas o clique do aparelho se dá no aqui e agora da vida banal. Refeições, a cama bagunçada de manhã, a roupa que estamos usando no dia: por mais que tenham previamente sido estetizadas para a fotografia, não há um preparo elaborado nestas fotografias. Já nas “calculadas”, é perceptível a aproximação da fotografia com o pensamento do *design*, com uma formatação elaborada dos elementos presentes na cena: cada coisa ganha seu lugar, há um

cenário elaborado, “direção de arte” para se posicionarem elementos complementares, e pós-produção bastante evidente, como se as fotos pertencessem à editoriais de revista. São cenas concebidas e executadas com o propósito principal de se tornarem imagens no Instagram. Trata-se de uma diferença sutil no resultado, mas, ainda sim, perceptível.

Esta diferenciação notável dá origem a um fenômeno no Instagram que é a proliferação de guias para a imagem do Instagram perfeita e para a organização calculada do *feed* pessoal, ou seja, para o desenvolvimento de um mundo-mosaico individual, que estabeleça e mantenha uma lógica coesa de semelhança entre as imagens. São os chamados “Instagram Themes”, os temas para o aplicativo. Manovich os pesquisa, a partir de alguns destes guias, publicados principalmente na plataforma de vídeos Youtube. “Usar um tema não significa que todas as fotos no *feed* serão similares. Ao contrário, você deve ter variedade suficiente, mas ela também será estruturada” (MANOVICH, 2016d, 15). Além de estabelecerem padrões cromáticos, padrões para filtros, edições, os usuários se preocupam também com o assunto de suas imagens; não publicam fotos similares lado a lado, alternando abordagens de maneiras sistemáticas. Preocupam-se com ritmos, paletas de cores, e um bom entendimento para seus “seguidores”. Isso tudo faz sentido no conceito da era transestética: o novo álbum de fotografia pode ter os mesmos elementos de composição que uma vitrine, para que seus “produtos”, as memórias visuais cujos detalhes são calculados, sejam observados da melhor maneira, sob a melhor luz possível.

Observamos alguns dos vídeos mais vistos da plataforma YouTube sobre o tema “como aperfeiçoar seu *feed* do Instagram”. A usuária do aplicativo @carlychristman<sup>56</sup>, que tem 206 mil seguidores na rede visual, fez três vídeos sobre a assunto, enumerando uma série de dicas sobre como ela consegue parecer magra, alta e mais bonita nas suas fotografias, mas também dicas “estéticas”. Carly adotou o tema “cinza” em seu *feed*, o que significa que ela opta por fotografar coisas com tonalidades acinzentadas e, como ela mesmo diz, quando as coisas não são cinzas ela as faz dessa cor através de aplicativos como VSCO e Facetune. Para ela, essa é a atitude mais interessante para aqueles que desejam uma estética geral coesa, em que as fotos combinem entre si. Em um dos vídeos, ela assume um esforço constante para fazer com que as

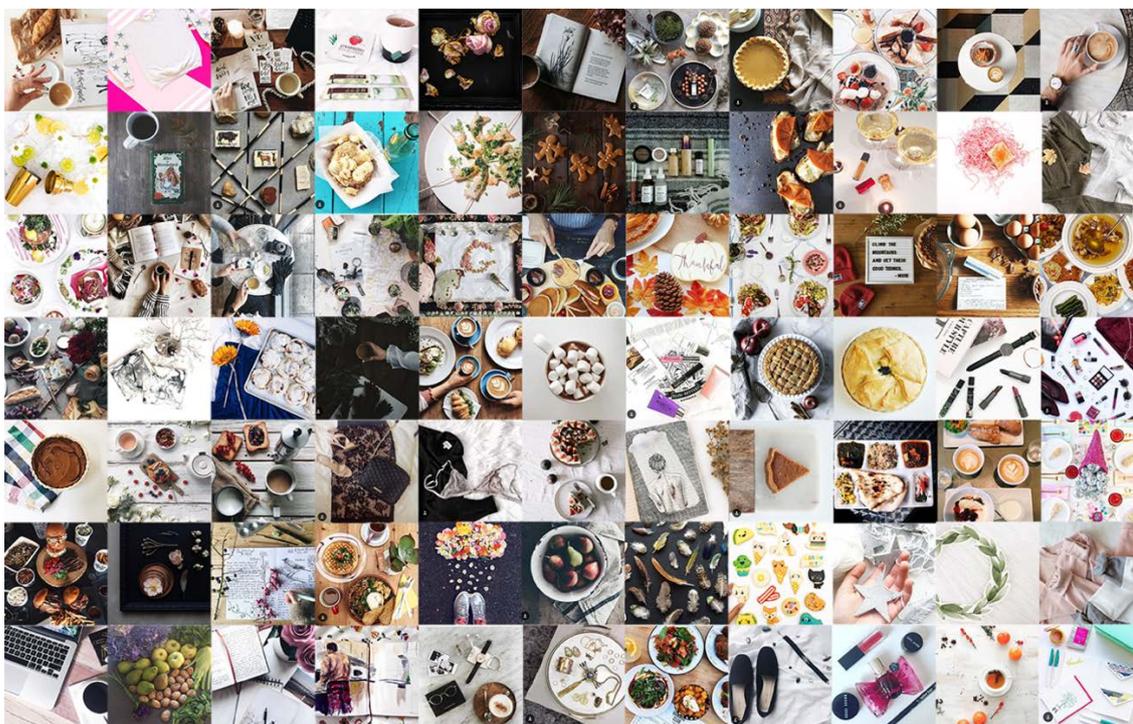
---

<sup>56</sup> Vídeos: *Instagram Editing Secrets + Posting Tips!* (<https://www.youtube.com/watch?v=m7K4B0J81Uc>); *How to loog good in every Picture* (<https://www.youtube.com/watch?v=kbJt8HcdR9E>); e *How to Always Take Great Photos* (<https://www.youtube.com/watch?v=pTaHqxjYbqg>)

imagens pareçam naturais e instantâneas, mesmo que sejam “completamente não naturais” na composição. Ela pede, por exemplo, para uma amiga colocar o braço sobre uma mesa de café da manhã que na verdade levou minutos para chegar na composição ideal, de acordo com o olhar estetizado de Carly. Outra dica que ela dá para seus “seguidores” é criar movimento através de angulações, e não incluir no enquadramento elementos por inteiro, deixando alguns “para fora”, em uma tentativa de disfarçar o elaborado trabalho de composição, criando uma atmosfera de casualidade. A usuária também exalta o uso de luz natural em suas fotos e, em termos de composição, confessa usar um pedaço de papel de embrulho para criar o fundo perfeito para suas imagens do tipo *flat lay*. Para ela é possível atingir a estética desejada, mesmo que não se viva em um ambiente necessariamente estetizado.

O manuseio das câmeras de celular parece estimular a perspectiva de olhar de cima para baixo, visto que os usuários do Instagram frequentemente realizam as chamadas fotos *flat lay* (algo como planificações), um dos gêneros mais populares do aplicativo. Trata-se de um padrão onde o usuário o posiciona a câmera acima dos objetos fotografados, que são dispostos abaixo sobre uma superfície lisa. De fato, dentro do grupo temático coisas da *hashtag* #postitfortheaesthetic identificamos quase 80 dessas imagens (Fig 46).

Fig 46: Seleção de imagens “flat lay” da categoria coisas da *hashtag* #postitfortheaesthetic

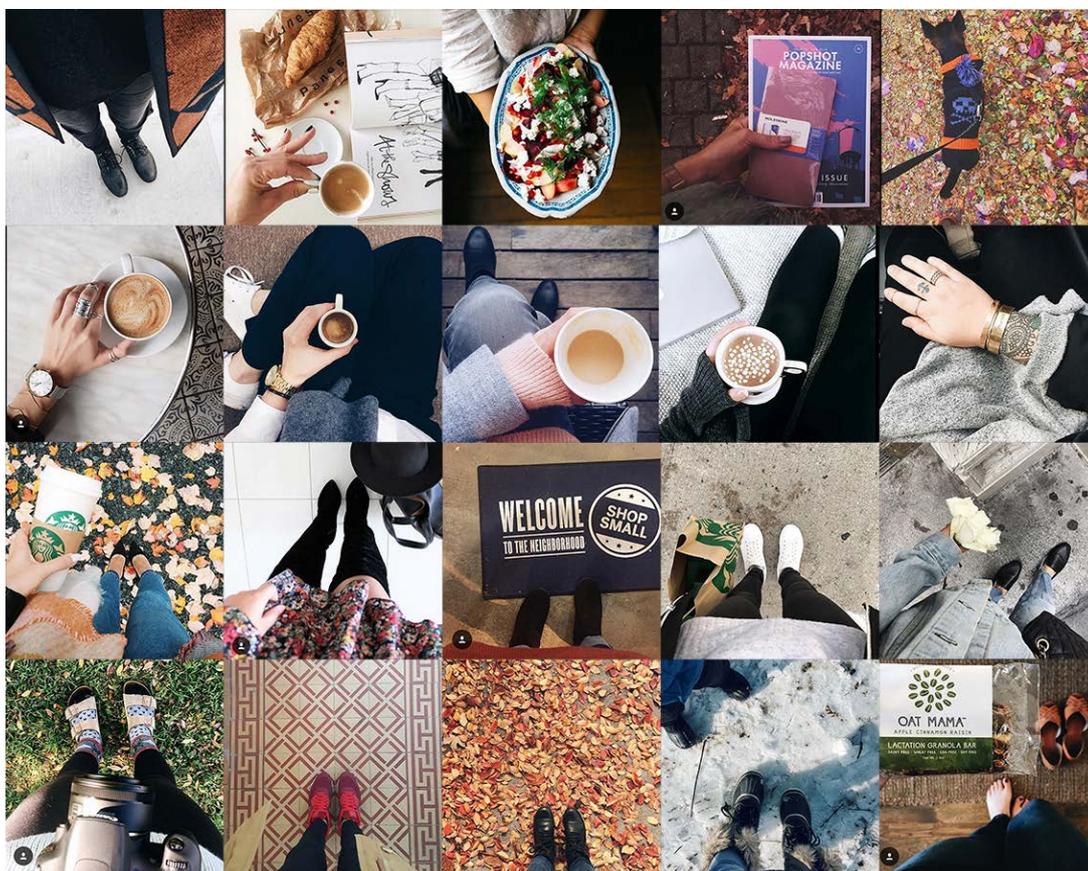


Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Esse tipo de fotografia costumava ser comum em revistas ditas “femininas”, de moda e beleza, quando frequentemente se apresentavam as novidades do mercado em elaboradas composições coloridas e vibrantes. Hoje, esta forma planejada de representar os objetos visualmente se configura como a maneira mais *instagramável* de se fotografarem subcategorias como *objetos cotidianos*, *comidas & bebidas*, entre outros gêneros fotográficos.

Da mesma maneira, encontramos também uma série de imagens com esta perspectiva da câmera de cima para baixo, mas não apenas sob superfícies planas, mas com a presença humana e de elementos diversos, cenários diferentes. Em algumas *subcategorias*, com bastante ênfase para *fragmentos*, encontramos essas fotografias, que funcionam como “autorretratos” que mostram apenas partes do corpo. Pés, mãos e braços demonstram imediatamente a presença do fotógrafo (Fig 47). Raramente estas imagens nos parecem calculadas; elas parecem partir muito mais da espontaneidade da observação do próprio corpo, e do registro da interação destes corpos com os objetos a sua volta.

Fig 47: Seleção de imagens “de cima para baixo” da hashtag #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Outro vídeo que consultamos foi da usuária @evelina<sup>57</sup>, com 736 mil seguidores no Instagram, para quem um tema como o de Carly pode parecer restritivo. “É praticamente impossível ter uma vida diária e colorida e ter todas as suas fotos com a mesma cor”, afirma. Assim, na busca do filtro perfeito, ela realiza uma pré-seleção de filtros favoritos, e utiliza um outro aplicativo (VSCO) para estudar o posicionamento ideal para seu *feed* do Instagram. Ela procura padronizar os tons que utiliza, principalmente o branco, retirando tonalidades amareladas ou rosadas. É um cálculo elaborado que a leva a editar essas imagens para terem sempre as mesmas subtonalidades, e combinarem entre si. Para ela, contudo, o importante é não exagerar, a não ser que se tenha em mente uma “visão artística” sobre o *feed*. Ela considera importante contar uma história através das imagens, embora não saiba precisar como e encara o Instagram como um painel de referências visual (*visual moodboard*), preocupando-se mais com a variedade de seus posts, para não duplicar conteúdos semelhantes lado a lado. No vídeo, Evelina diferencia um momento em que estava em um festival de música e preferia não gastar tempo editando suas fotos; as postava “sem filtro”, originais. Na vida cotidiana, contudo, ela afirma levar a atividade mais a sério, e ter bastante tempo para transformar suas fotografias e as tornar ideais para a “curadoria” de seu *feed*.

De outro modo, o usuário Connor Franta, que tem 5,5 milhões de seguidores no Instagram, revela em vídeo<sup>58</sup> que acredita que seu objetivo na rede visual é capturar um momento enquanto ele acontece e o fazer parecer o melhor possível. Por isso, Franta não segue um tema, apenas escolhe alguns filtros e edições preferidas em aplicativos como VSCO, Afterlight e Facetune. Ao explorar sua vida com a câmera de celular, ele afirma buscar quatro elementos: profundidade, simetria, cor e contraste. A respeito de composição, identificamos que o segundo elemento transparece com clareza em uma das principais tendências do *instagramável* dentro do mundo-mosaico da *hashtag* #postitfortheaesthetic. A fotografia comumente praticada no Instagram vai contra as regras de manuais de fotografia tradicionais e enfatiza a realização de imagens centralizadas (Fig 48), com ocorrência acentuada na categoria *espaços*. Contrariando as estritas “leis” da proporção áurea, essas fotografias parecem inspiradas em cenas de filmes de diretores obcecados com o ponto de vista centralizado como Stanley Kubrick ou Wes Anderson<sup>59</sup>. Talvez isso aconteça devido à obrigatoriedade inicial do

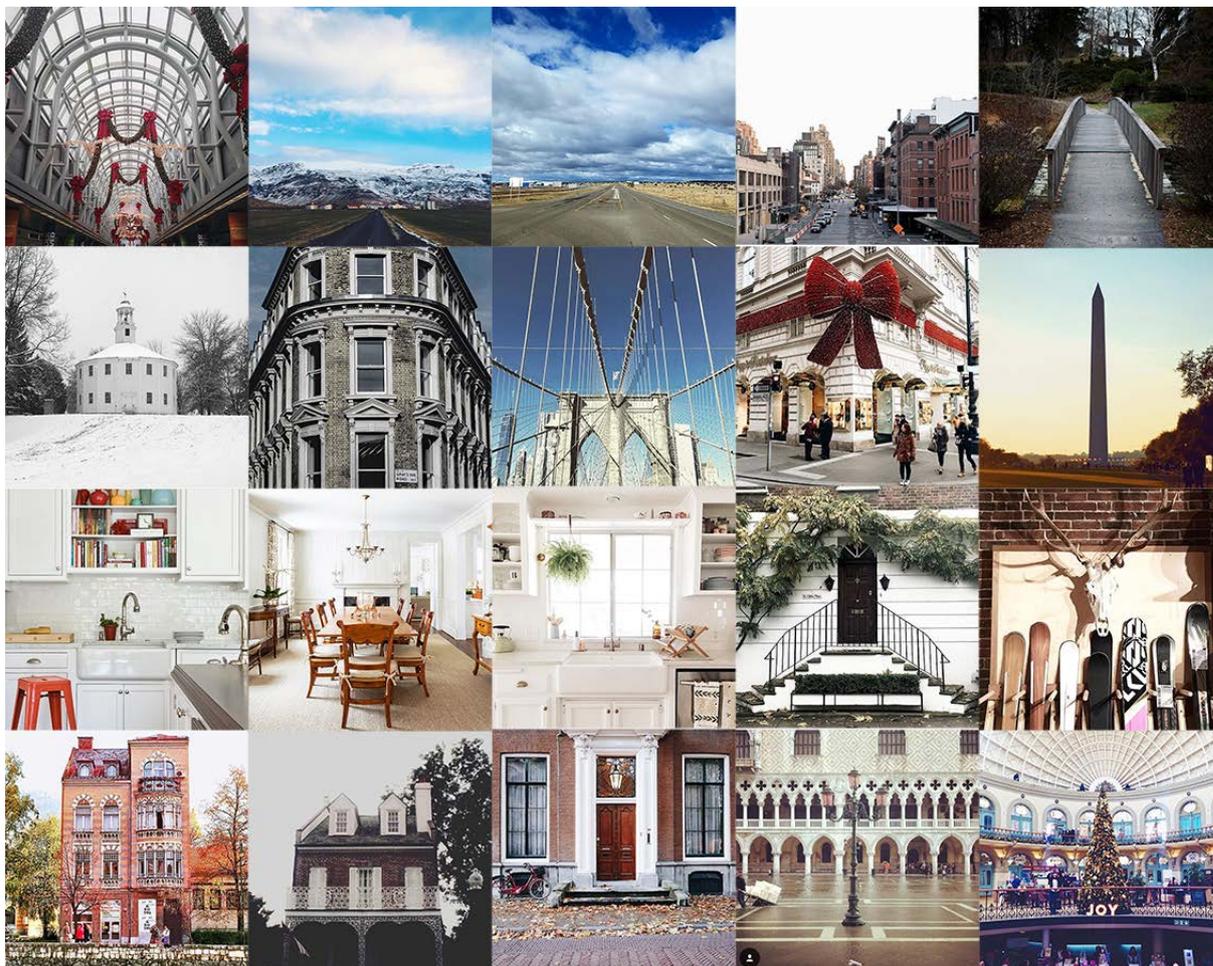
<sup>57</sup> Vídeo: *20 Instagram Hacks for a Perfect Feed*, no link: <https://www.youtube.com/watch?v=9-YbJQfZwKE>

<sup>58</sup> Vídeo: *A guide to the perfect Instagram*, no link: <https://www.youtube.com/watch?v=6G139NrUoQQ>

<sup>59</sup> Os dois diretores são objeto dos vídeos sobre “one-point perspective” do usuário da plataforma Vimeo, Kogonada. Sobre Wes Anderson: <https://vimeo.com/89302848>. Sobre Stanley Kubrick:

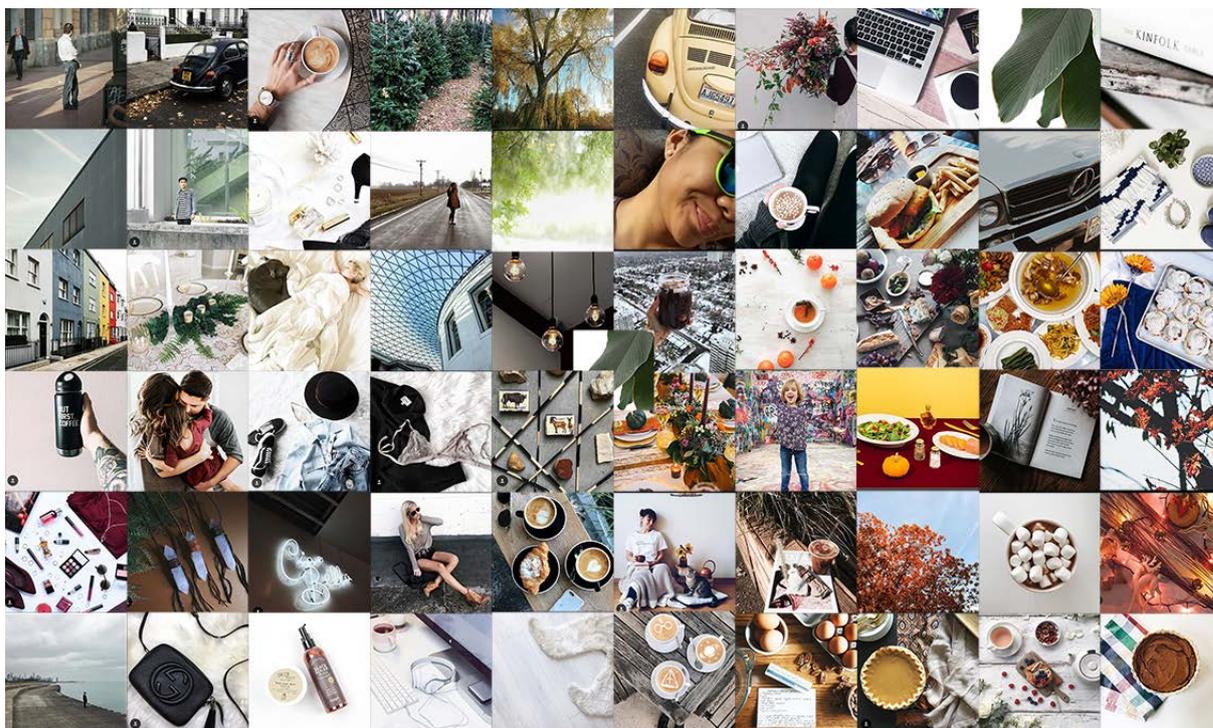
Instagram, cujo *software* permitia apenas imagens em formato quadrado, o que acabava por forçar esta subversão de regras de composição fotográficas anteriores, quase sempre baseadas em uma fotografia retangular, pela ubiquidade do formato 35mm no mundo amador.

Fig 48: Seleção de imagens centralizadas da categoria *espaço* da *hashtag* #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Além deste hábito pautado na simetria ideal, nas fotografias da *hashtag* #postitfortheaesthetic também detectamos uma ênfase às composições com linhas diagonais, em detrimento das linhas horizontais ou verticais, frequentes na fotografia “*professional*” do século 20. Dentre todas as categorias e subcategorias, pudemos observar cerca de 60 fotografias (Fig 49) que optaram por este tipo de composição inclinada, ou por angulações nos elementos e espaços. Frequentemente, os itens aparecem fragmentados na composição, identificando estas linhas de fuga que alongam a imagem e concedem um aspecto menos calculado às imagens.

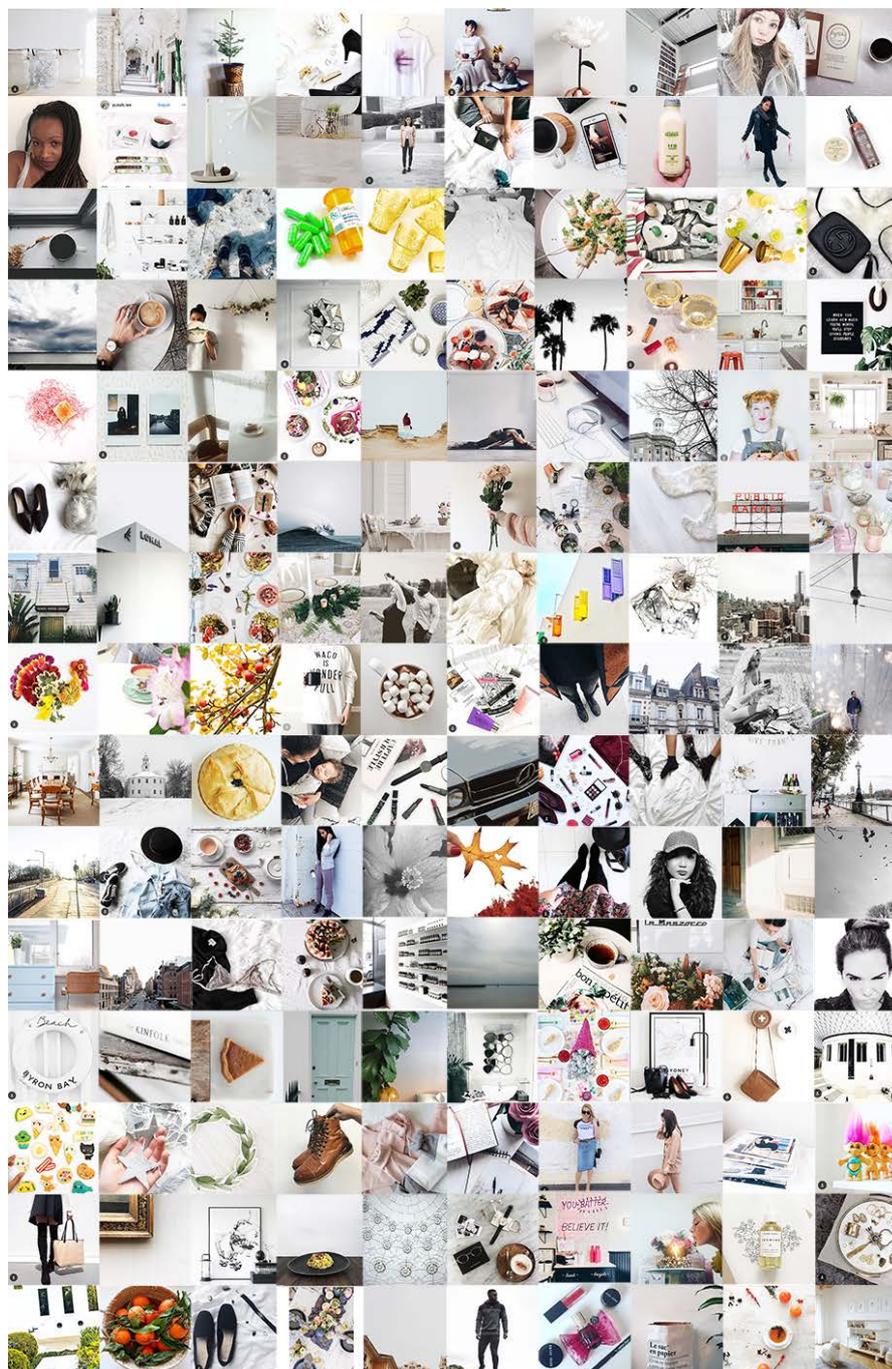
Fig 49: Seleção de composições diagonais da *hashtag* #postitfortheaesthetic

Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

Sobre as variações cromáticas, observamos a preponderância efetiva de duas gradações. Sabe-se que os filtros dos aplicativos Instagram, VSCO e Snapseed, frequentemente transformam as cores das imagens, concedendo tons mais amarelados, esverdeados, azulados ou avermelhados para as fotografias. Também é possível ajustar as imagens manualmente com as ferramentas inspiradas na revelação de fotografias em laboratório, cujas gradações foram transferidas para plataformas de edição de imagens em computadores, como os softwares Photoshop e Lightroom da Adobe, e depois foram transferidos também para estes aplicativos. Ajustes de brilho, contraste, nitidez, sombras, altas luzes, estrutura, temperatura, cor, vinheta, realce e nitidez são comuns a estas plataformas. Um favorito, contudo, é o ajuste de saturação, que controla a intensidade das cores em uma fotografia.



Fig 51: Seleção de imagens com fundo branco da hashtag #postitfortheaesthetic



Fonte: Instagram, pesquisa de 22 a 26 de novembro de 2016, com fotos de diversos usuários

É importante ressaltar que as características aqui evidenciadas se aplicam a apenas uma pequena parcela do mundo-mosaico do Instagram. Como mostramos no primeiro capítulo, Manovich identifica como *designed* apenas 9% das imagens que pesquisa, e nós restringimos este universo ainda mais, a um grupo de apenas 900 fotografias dessa tipologia, de onde ainda se excluíram imagens entendidas como anúncios de empresas. Não é por isso que as

características do *instagramável* que identificamos não têm relevância, já que nosso objetivo é revelar, a partir delas, os elementos de uma cultura visual que, mesmo marginal, transparece como *ideal* no sistema criado pela rede visual. Ao pensarmos em um contexto miniaturizado, visávamos reverter nossas conclusões a um contexto mais amplo, ainda que restrito dentro do aplicativo. A fotografia vernacular clássica do século XX, com fotos de viagens, aniversários, passeios na praia e pontos turísticos continua, sem dúvida, sendo a mais ubíqua no Instagram. Contudo, o *instagramável* aqui descrito parece integrar um imaginário coletivo sobre a configuração dos mundos-mosaicos do aplicativo: essa mistura entre fotografia, *design*, arte, consumo e cotidiano em uma mesma plataforma automatizada e programada para este tipo de imagem.

As características e parâmetros estéticos que enumeramos como frequentes na *hashtag* #postitfortheaesthetic – perspectivas de cima para baixo e centralizada, composições diagonais, angulações, baixa saturação, fundo branco, entre outras apresentadas ao longo do trabalho – podem também ser encontradas no estilo de objetos de consumo, em decorações de espaços, em livros, revistas, programas de TV, vídeos, e em diversos outros elementos que compõem uma estética contemporânea *instagramável*. Não podemos afirmar com exatidão se é essa cultura visual do Instagram que se alimenta desta estética, nem que ela só ganha destaque na sociedade devido à fotografia do Instagram. Pensamos, contudo, que ao integrar o “código estético” dos usuários da rede, este imaginário passa também a compor o referencial imagético prévio, que ampara a criação de imagens para serem compartilhadas no aplicativo. É um ciclo de mudanças constantes, enfatizado pelo próprio funcionamento do Instagram.

É válido, portanto, que retomemos a noção de “sociedade transestética”, vislumbrada por Lipovetsky e Serroy (2015), onde o *capitalismo estético* promove um cotidiano que já se encontra *a priori* estetizado pela difusão de parâmetros de estilo, *design* e arte em todas as esferas da sociedade do consumo contemporânea. Faz parte dessa sociedade hiperartística, composta por indivíduos estéticos, o consumo estético massificado, que garante um visual estetizado para tudo que é produzido. O *instagramável* seria, então, uma ferramenta excelente de difusão do apreço pelo cotidiano estetizado, através de experiências interessantes para registro e para compartilhamento, cuja representação pode seguir os parâmetros estéticos aqui enumerados.

Desse modo, o *instagramável* talvez esteja no limite entre uma cultura visual e um “estilo de vida”, já que suas tendências surgem a partir das referências visuais existentes, mas também pautam tendências e modas fora de seus mundos-mosaicos. Uma questão que fica é: para que se tenha um *feed instagramável*, é necessária essa vida pautada em seus parâmetros estéticos? Mesmo que se trate apenas de uma fabricação imaginária dos usuários, que criam cenas e editam imagens, há, de fato, uma constante preocupação em transparecer estes ideais, como vimos no exemplo da moça que carrega consigo um fundo para produzir o *flat lay* perfeito, em qualquer lugar e em quaisquer condições.

Assim, tendências estéticas relacionadas a hábitos, objetos, cores, formas que já existiam na vida real, começam a ganhar ainda mais força no aplicativo e se multiplicam, como por exemplo, a moda de se manter plantas suculentas e cactos em casa. Frequentemente fotografadas nas subcategorias *botânica* e *decoração*, essas plantas passaram das páginas das revistas de decoração minimalista como *Kinfolk*, para os murais de inspiração da plataforma *Pinterest*, para o Instagram (a *hashtag* #cactus tem mais de 4 milhões de imagens), para a decoração de um café *hipster* em cada cidade da Europa, e para a lista de desejos de consumo de pessoas ao redor do mundo. Quando finalmente adquire-se uma planta dessas, talvez se escolha a superfície ideal, de preferência branca, para se compor um *flat lay* elaborado e desenvolverem-se ângulos para que se edite uma foto com cuidado, tirando um pouco do nível da saturação, destacando o verde do espécime. Uma nova publicação no Instagram surge, dessa vez com nossa assinatura, e passa a viver neste mundo-mosaico repleto de outras plantinhas. Inspiração é palavra crítica do *instagramável*.

Ao juntar um “código estético” de inspirações provenientes de diversas fontes, mas, principalmente, do próprio aplicativo Instagram, os *instagrammers* compõem seus mundos-mosaicos fluidos, como os curadores de suas próprias vidas, calculando as melhores combinações, filtros, cores, texturas, composições, perspectivas. Por isso, nesse nicho específico, a foto vernacular perde seu caráter doméstico, e ganha ares de peça de publicidade, de *design*, de arte. Mesmo assim, algumas características deste gênero perduram, como, por exemplo, o fato de continuarmos valorizando nossas imagens como únicas, embora reproduzam padrões, e sejam semelhantes aos de uma série de outras pessoas. O uso constante da ferramenta *hashtag* é uma reafirmação disto, pois é uma forma de querer *integrar-se* a um mar de imagens semelhantes, e sentir um pertencimento momentâneo, que pode nos conectar com pessoas que

têm a mesma visão, e a mesma necessidade de fotografar determinados objetos, de determinadas maneiras semelhantes. Pelo que vimos, mesmo que seu caráter tenha se transformado podemos continuar a entender esse tipo de fotografia como vernacular, pois segue tendo como tema a vida cotidiana e é, sobretudo, realizada por *peessoas comuns*, com intuítos ligados à preservação da memória e ao compartilhamento de momentos da vida com outras pessoas.

Outra percepção que temos é como alguns dos elementos do *instagramável* – espaços brancos, linhas diagonais, elementos centralizados, planejados – lembram a configuração das galerias de arte contemporânea, principalmente as modernistas. “As paredes são pintadas de branco. O teto torna-se fonte de luz. O chão de madeira é polido (...) para que você ande sem ruído. A arte é livre, como se dizia, “para assumir vida própria”. (O’DOHERTY, 2002, 4). Não há sombras, não há sujeira, não há tempo, não há natureza. Os espaços em branco desnaturalizam o mundo e possibilitam centralizar todas as atenções nos objetos de arte. Precisa haver equilíbrio, dimensões agradáveis, luminosidade, assim como demanda a “expografia” de alguns perfis do Instagram, pensada por seus “curadores”. Este modo de configuração concede um destaque primordial aos objetos, que são retirados de seu contexto de usabilidade, e recontextualizados em representações visuais. Neste tipo de fotografia transparece um intuito colecionador ao promover uma catalogação visual de tudo aquilo que chama atenção e parece ser suficientemente *instagramável*.

Ao dizer que vivemos, conhecemos, valoramos e agimos em função de imagens, Flusser descreve a essencialidade do *instagramável*. Neste universo fotográfico de fluidez permanente, onde em um segundo fotografias são substituídas por outras fotografias, onde visões de mundo podem ser percebidas através de mundos-mosaicos, onde são revelados ínfimos detalhes da vida cotidiana, a ênfase se encontra principalmente na contemplação de momentos da intimidade. Em quase todas as *subcategorias* que detectamos, prevalece o signo da subjetividade e de uma visão individualizada da realidade.

“Viver” em função das imagens “passa a ser recombinar constantemente experiências através de imagens” (FLUSSER, 1998, 86), ou seja, no Instagram, significa buscar no mundo experiências *instagramáveis*, que possam se transformar em imagens perfeitas para o compartilhamento. “Conhecer” “passa a ser elaborar colagens fotográficas para se ter uma

‘visão de mundo’” (idem), ou seja, recompor estas vivências em imagens, de modo a expressar uma visão própria deste viver subjetivo através da montagem calculada e gradual de um perfil coerente, que conte uma história tida como interessante. “Valorar” “passa a ser escolher determinadas fotografias como modelos de comportamento, recusando outras” (idem), o que no aplicativo significa entender o mundo a partir dos parâmetros *instagramáveis*, mascarando as situações que reprovem no crivo destas regras particulares de estetização particular, e cercar-se de outros indivíduos que assim também o entendem. Por fim, “agir” “passa a ser comportar-se de acordo com a escolha” (ibidem), transformando as próprias ações no mundo não virtual em ações voltadas para o Instagram.

Ao aguçar esta percepção para os detalhes do cotidiano, e promover a estetização destes instantes, o Instagram cria um clima de apreciação da banalidade, que pode se transferir para outras instâncias da sociedade das imagens. Como Saito nos faz perceber, o estético não está localizado apenas nas formas de expressão, nem na materialização de sensações, mas em pequenas ações e escolhas cotidianas e na maneira como os indivíduos se portam em sociedade. Viver neste mundo-mosaico, portanto, não é apenas pautar a criação de imagens nos parâmetros do *instagramável*, mas pautar a própria vida, as ações, os reflexos. Viver em busca de uma vida *picture perfect*, onde *coisas*, *cenários* e *corpos* sejam *a priori* estéticos. Mergulhar neste mundo de imagens-sonho de nossa cultura do consumo, realizar fantasias na forma de vivências estéticas de uma vida mais *clean*, e, portanto, mais satisfatória, com menos distrações, enfeamentos, problemas. Eliminar quaisquer fronteiras entre a vida e a arte através das imagens; transportar o *instagramável* para a vida em si. No hiperreal de Baudrillard, a cortina não se fecha mais, a vida é sonho, é imagem e o real se alimenta de si mesmo, como aquilo que é passível de reprodução, de maneira equivalente ou melhor. O Instagram é como um espaço de hiperarte: *somos todos instagrammers; artistas são instagrammers: somos todos artistas*.

## 6 Considerações finais

Gosto muito de uma frase de Flusser, em que afirma que “as imagens técnicas são flechas de trânsito que apontam caminhos rumo ao nada a fim de dar rumo a vidas no próprio nada” (FLUSSER, 2008, 54). A ideia de que, em meio a uma torrente de imagens, estamos vivendo, valorando, e conhecendo às cegas, reforça a necessidade de olharmos de fato para tais imagens, na tentativa de revelar algo que nelas se esconde, de tentar abrir a cortina do hiperreal, nem que seja apenas uma minúscula brecha, para que dela espiemos através. Em um mundo com cada vez mais estranhamentos, e onde a *web* assume um lugar cada vez mais importante na comunicação e na política, o espaço das redes visuais parece proporcionar um ambiente propício para esta tentativa, e a fotografia vernacular do Instagram se confirmou como um viés interessante para abordar a estetização da vida cotidiana.

O principal objetivo desta pesquisa foi investigar esse encontro entre estética e cotidiano que acontece não apenas no Instagram, mas em diversas instâncias da sociedade, obras e movimentos artísticos. Para investiga-lo, escolhi um caminho por vezes sinuoso na tentativa de melhor compreender este cenário e de vislumbrar pequenas fagulhas que acendem este tipo de sensibilidade em nossa cultura visual. Partindo da modernidade até o contemporâneo, cruzei fronteiras fluidas e desenvolvi um *mundo-mosaico* de fragmentos visuais, o *crazy quilt* de vozes plurais e de diferentes abordagens teóricas, modo de pesquisar que refletiu o caráter fluido e fragmentário de nosso objeto.

Mesmo que, ao longo do processo, esse aspecto fragmentado da pesquisa tenha se destacado, ao final entendo que para partir de A e chegar a B, era preciso que eu encontrasse no caminho uma série de desvios, e, sem receio, por eles seguir. Alguns foram essenciais para que eu percorresse outros desvios e traçasse minha rota não linear de conhecimento. Assim, a linha do tempo do trabalho não firmou cronologias exatas, e nem o caminho aqui foi completamente focado nos mandos do objeto: por vezes, digressões foram necessárias para que os trilhos fossem colocados, rumo às respostas que buscávamos pois também acasos e encontros marcaram o andamento dessas escolhas. Olhando em retrospectiva para o tempo de pesquisa, consigo enxergar rotas alternativas e entender que o processo é efetivamente marcado por questionamentos e dúvidas constantes. Por conseguinte, não deve se fechar em si mesmo ao final, e sim se abrir para uma miríade de possibilidades.

Por isso, não posso falar aqui de apenas “um achado” da pesquisa e sim de várias descobertas, a começar pelo processo de encontrar as perguntas precisas. Passei por tantos outros questionamentos antes de conseguir estabelecer as conexões que realmente queria investigar. Por exemplo, no início da pesquisa, queria entender a relação entre a fotografia vernacular digital e o comportamento de hiperconsumo pautado no excesso. Ao escolher, pelo contrário, pensar antes na sua relação com a expressão estética do cotidiano, de fato, não estava me afastando tanto desta ideia inicial. Ao investigar a aurora da estetização do cotidiano nas naturezas mortas, no surgimento da fotografia, na figura do *flâneur*, no impressionismo, nas vanguardas, na arte de Duchamp e Warhol, nas performances contemporâneas e na arte de reciclagem de imagens, fiz um caminho guiado pela ideia da representação dos objetos do cotidiano nos últimos dois séculos, mas sempre, de algum modo, tangenciado por uma ideia da sociedade do consumo.

Sobre este tópico, não posso deixar de citar aqui um incômodo gerado ao longo de toda a pesquisa, de uma pergunta que por vezes surgia, e que cuja resposta permanece em aberto: uma maior ênfase na estetização do cotidiano, nesse abrilhantamento dos momentos “belos” e destacáveis da trama da banalidade, configura-se como uma espécie de mascaramento de um certo enfeamento do mundo contemporâneo? Trata-se de uma resposta inconsciente de nossa sociedade contemporânea frente a seus problemas ou de uma continuidade do maquiamento das estruturas “não belas”, consequentes dos mecanismos avassaladores do “capitalismo artista”?

Em uma esfera mais subjetiva, consideramos também, em outro momento inicial da pesquisa, o impacto dos filtros, das edições e da curadoria dos momentos cotidianos na percepção dos usuários do Instagram sobre suas próprias vidas, como construção de memórias futuras e no olhar de outros *instagrammers* sobre a aparente perfeição construída sobre o dia-a-dia. A fotografia vernacular sempre abriu espaço para essa curadoria de momentos especiais e importantes; o álbum de fotografias é essencialmente isso. Mas, o Instagram eleva as potencialidades deste processo de seleção dos momentos a outro patamar e, como vimos com o *instagramável* eleva-o para a própria vida cotidiana e não apenas para momentos especiais. Além disso, também pode transferir os seus parâmetros de perfeição para a vida em si, fora dos mundos-mosaicos, tornando difícil o discernimento entre o que é a imagem e o que é a vida real. Desse modo, chegamos a questionar o possível impacto do Instagram na construção de memórias coletivas e individuais. Ao montarem um *feed* coerente, os usuários buscam controlar

a narrativa de suas memórias, mostrando os momentos únicos de maneira estetizada, escondendo outros? Essas questões merecem mais atenção, a partir de uma investigação mais aprofundada sobre a vivência cotidiana e a maneira como os *instagrammers* entendem sua performance nas redes sociais.

Percebo que a pesquisa abre espaço para inúmeras outras abordagens não só a respeito de seu objeto em si, mas também dos que a tangenciaram. Seria possível, por exemplo tentar expandir os parâmetros do *instagramável* para outras *hashtags*, outros mosaicos e também para outras redes visuais e aspectos da “vida real”. A pesquisa não revelou muito sobre as interações sociais que o *instagramável* pode estimular. Um pesquisador das áreas de *marketing* ou de mídias sociais poderia, por exemplo, investigar se os parâmetros aqui discutidos estimulam um aumento nas interações sociais na rede Instagram; ou se empresas que têm a preocupação de tornar espaços mais *instagramáveis* podem aumentar lucros no processo; ou analisar a capacidade do *instagramável* na difusão de tendências visuais para o consumo de objetos, experiências, comportamentos. Em outras esferas, alguns dos elementos aqui analisados parecem pedir investigações ainda mais aprofundadas, como a relação entre os *instagrammers* e, por exemplo, a figura do *flâneur* ou do artista das vanguardas. A conversa existente entre as fotos do Instagram e o gênero artístico das naturezas mortas foi algo que muito me fascinou ao longo da pesquisa, e acredito poder ser o possível começo para novas abordagens sobre a questão. Talvez esteja aí a chave para próximos passos: entender através destas imagens o porquê da escolha de determinados objetos na representação, em detrimento de todo um universo de coisas que nos circundam.

Uma grata surpresa neste trabalho foi a comprovação da intuição de que não é possível encontrarmos as respostas para questionamentos sobre um objeto imagético apenas com palavras. Desse modo, foi somente quando comecei a desenvolver testes para a pesquisa com imagens do Instagram que as peças começaram a se encaixar e a tomarem seus devidos lugares. Para entender do que se trata o *instagramável*, construí aqui uma série de mosaicos de imagens, que aparecem com mais destaque no primeiro e no quarto capítulos, mas também em outros trechos da dissertação. A riqueza visual e de conteúdo destas composições, por vezes, não pode ser traduzida verbalmente. Por isso, além dos parâmetros que revelamos no último capítulo, o caminho para entender o que é o *instagramável* também se encontra adensado em todos os mosaicos produzidos para a dissertação.

Escolhi observar um número de imagens que pode ser tido como reduzido frente ao universo de 40 bilhões de fotografias e vídeos que é o Instagram. E ainda optei por olhar somente para as imagens em si, desconsiderando outros aspectos de conteúdo, como legendas, geolocalização, interações através de *likes*, comentários, entre outros, e a pesquisa se reduziu a observação visual, análise, compilação, organização e taxonomia. Tenho a consciência de que, caso tivesse acesso facilitado a ferramentas tecnológicas de análise de conjuntos mais amplos de imagens, poderia obter resultados diferentes ou, pelo menos, mais diversificados. Mas, para as questões aqui desenvolvidas, considero o método escolhido bastante satisfatório, pois proporcionou um olhar mais individualizado para cada fotografia, mesmo que 900 já seja um número razoavelmente alto para controle e análise de apenas uma pesquisadora. Decidi que, para investigar as “pequenas coisas da vida”, seria oportuna uma metodologia mais intimista, miniaturizada, que privilegiasse um contato real com as imagens, era a ideal.

Hoje acreditamos que a cultura visual que o Instagram inaugura em 2010, que se pauta em diversas tendências anteriores, e se alimenta principalmente dos desejos de idealidades para a vida cotidiana de seus usuários, integra um contexto muito mais amplo de estetização do mundo. Pesquisá-la *no olho do furacão* foi por vezes complicado, visto que os caracteres do mundo-mosaico são justamente o movimento fluido e permanente. De 2014, quando fizemos a primeira versão deste projeto até hoje, a plataforma já mudou muito, criando novas funções e excluindo outras. Começamos apenas com fotos em formato quadrado e hoje temos vídeos, postagens rápidas, e imagens em qualquer formato. Um objeto vivo pode proporcionar estas dúvidas e firmamos com esta pesquisa a certeza de que o impacto que a estética do *instagramável* tem no mundo ainda está em seus primeiros estágios. O ato de representar para o mundo apenas uma vida milimetricamente calculada, filtrada, iluminada, sem defeitos, com as cores que escolhemos, com os ângulos favoritos, e com a nossa perspectiva, para que apenas a parte positiva e ideal transpareça, haverá de ter um impacto que ainda não podemos estimar, em diversos setores da sociedade.

Dito isso, gostaria de, por fim, afirmar que ao longo de todo o processo do mestrado, fui, por vezes, tomada por sentimentos contraditórios no que diz respeito à relevância de um objeto como o nosso, e da discussão sobre as potências e parâmetros de um olhar estético sobre os mínimos detalhes do cotidiano. Principalmente tendo em vista as crises identitárias, políticas e ideológicas que vivemos não apenas no Brasil, mas em todo mundo. Pesquisar culturas

visuais, cotidiano, arte e fotografia digital poderia, em determinados momentos, parecer frívolo diante de temáticas muito mais macro e imediatas. Com o andamento da pesquisa, contudo, começamos a perceber as potencialidades contidas na observação das miudezas, a partir da investigação sobre sua trajetória na história ocidental da arte e da expressão estética. Passamos dessa maneira a enxergar as forças políticas, artísticas e sociais que se concentram em torno da representação dos objetos e da estética do cotidiano. Assim, encerramos nossa reflexão com a resposta do escritor Teju Cole quando perguntado sobre o porquê de escrever sobre fotografias e paisagens em tempos como esses em que estamos vivendo: “lutamos não pelo amor à luta, mas para garantir a parte da vida que não é luta”<sup>60</sup>.

---

<sup>60</sup> No original: “Why write about photography or quiet landscapes in such a time as this? We fight not for the love of fight but to guarantee the part of life that isn't fight”, publicado em *post do* Facebook (<http://goo.gl/3XCTi4>) de Teju Cole sobre o artigo *The Image of Time*, de 31 de janeiro de 2017, da New York Time Magazine: [https://www.nytimes.com/2017/01/31/magazine/the-image-of-time.html?\\_r=0](https://www.nytimes.com/2017/01/31/magazine/the-image-of-time.html?_r=0)

## REFERÊNCIAS

BATCHEN, Geoffrey. **Burning with Desire: the conception of photography**. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1997.

\_\_\_\_\_. **Each Wild Idea – Writing, Photography, History**. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 2000.

\_\_\_\_\_. **Observing by Watching: Joachim Schmid and the Art of Exchange**, Aperture Magazine 210, primavera 2013. Disponível em: <http://www.aperture.org/blog/observing-by-watching-joachim-schmid-and-the-art-of-exchange/>, acessado em agosto de 2015.

BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulations**. New York: Semiotext(e), 1983.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Brasiliense, 2012, 8ª edição revista. Capítulo: Pequena História da Fotografia, 99-115.

\_\_\_\_\_. **Baudelaire e a modernidade**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

BERGER, John. **Ways of Seeing**. Londres: Penguin Books, 1972.

\_\_\_\_\_. **The infinity of desire**. The Guardian, 13 de julho de 2000, acessado em janeiro de 2017: <https://www.theguardian.com/culture/2000/jul/13/artsfeatures.art>

CHALFEN, Richard. **Snapshots ‘r’ us: the evidentiary problematic of home media.** In: Visual Studies, v. 17, n. 2, 2002.

DANTO, Arthur. **A transfiguração do lugar comum – uma filosofia da arte**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

\_\_\_\_\_. **O descredenciamento filosófico da arte**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

\_\_\_\_\_. **O Abuso da Beleza**. São Paulo: Editora WMF Martis Fontes, 2015.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas, Papius, 1993.

DELEUZE, Gilles. GUATARRI, Félix. **Mil Platôs – Capitalismo e esquizofrenia**, volume 5. São Paulo: Ed. 34, 1997.

DIJCK, José Van. **Mediated Memories in the digital age**. Stanford: Stanford University Press, 2007.

DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo – textos clássicos de estética**. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013.

DUBOIS, Philippe. **O Ato Fotográfico**. Campinas: Papius, 1993.

DUNCUM, Paul. **A Case for an Art Education of Everyday Aesthetic Experiences**. In: Studies in Art Education, Vol. 40, No. 4 (Summer, 1999), pp. 295-311

- EAGLETON, Terry. **A Ideologia Estética**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FLUSSER, Vilém. **Ensaio sobre a fotografia: para uma filosofia da técnica**. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo, Annablume, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Filosofia da Caixa Preta**. Rio de Janeiro: Sinergia Relume Dumará, 2009.
- \_\_\_\_\_. **A arte: O belo e o Agradável**. In: IANNINI, G., GARCIA, D., FREITAS, R. (org) **Artefilosofia: Antologia de textos estéticos**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015, 42-46
- FONTCUBERTA, Joan. **A Câmera de Pandora**, a fotografia depois da fotografia. São Paulo: Editora G. Gili, 2012.
- \_\_\_\_\_. **La furia de las imágenes**. Notas sobre la postfotografía. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2016.
- FONT-RÉAULX, Dominique de. **Painting and Photography – 1839-1914**. Paris: Flammarion, 2012.
- GARDE-HANSEN, J, **Friendship Photography: Memory, Mobility and Social Networking**. In **Digital Snaps: The New Face of Photography**, eds. Jonas Larsen and Mette Sandbye, 2014, 164-194
- GREENBERG, Clement. **Estética Doméstica**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.
- GROYS, Boris. **The Weak Universalism**. E-Flux, 2010, <http://www.e-flux.com/journal/the-weak-universalism/>, acessado em agosto de 2016.
- GUÉNOUN, Solange. **An interview with Jacques Rancière: Cinematographic image, democracy, and the “splendor of the insignificant”**. The Journal of Twentieth-Century/Contemporary French Studies revue d'études français, 4:2, 2000, 249-258
- HANNAVY, John (ed). **Encyclopedia of Nineteenth-Century Photography**. New York, London: Routledge, 2008
- HARRISON, Barbara, **Photographic Visions and Narrative Inquiry**. Narrative Inquiry 12, no. I, 2002, p. 87-111.
- HIGHMORE, Ben. **Ordinary lives: studies in the everyday**. Nova York: Routledge, 2011.
- HOWES, David (org). **Empire of the Senses: The Sensual Culture Reader**. Oxford: Berg Publications, 2005.
- INSTAGRAM, **Press News**. Acessado em janeiro de 2017: <https://www.instagram.com/press/?hl=en>
- LANGFORD, Martha. **Suspended Conversations – The Afterlife of Memory in Photographic Albums**. Montreal: McGill-Queen's University Press, 2001.
- LIPOVESTKY, Gilles, SERROY, Jean. **A estetização do mundo – Viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MANOVICH, Lev. **Instagram and the contemporary image - Subjects and Styles in Instagram Photography** (Parte 1). Disponível em [http://manovich.net/content/04-projects/090-subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-1/lm\\_instagram\\_article\\_part\\_1\\_final.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/090-subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-1/lm_instagram_article_part_1_final.pdf), 2016a

\_\_\_\_\_. **Instagram and the contemporary image - Subjects and Styles in Instagram Photography** (Parte 2). Disponível em [http://manovich.net/content/04-projects/091-subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-2/lm\\_instagram\\_article\\_part\\_2\\_edited.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/091-subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-2/lm_instagram_article_part_2_edited.pdf), 2016b

\_\_\_\_\_. **Instagram and the contemporary image. Notes on Instagrammism and mechanisms of contemporary cultural identity** (and also photography, design, Kinfolk, k- pop, hashtags, mise-en-scène, and *состояние*) (Parte 3). Disponível em <http://manovich.net/content/04-projects/093-notes-on-instagrammism-and-mechanisms-of-contemporary-cultural-identity/notes-on-instagrammism.pdf>. 2016c

\_\_\_\_\_. **Instagram and the contemporary image. Designing and Living Instagram Photography: Themes, Feeds, Sequences, Branding, Faces, Bodies** (Part 4). Disponível em: [http://manovich.net/content/04-projects/096-designing-and-living-instagram-photography/instagram\\_book\\_part\\_4.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/096-designing-and-living-instagram-photography/instagram_book_part_4.pdf). 2016d

MARDER, Herbert. **Virginia Woolf – A medida da vida**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MURRAY, S. **Digital Images, Photo-Sharing, and Our Shifting Notions of Everyday Aesthetics**. IN: *Journal of Visual Culture*, v.7, 2008, p147-163.

O'DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco – A ideologia do Espaço de Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

PAZ, Octavio. **Marcel Duchamp ou O Casetlo da Pureza**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

PARKER, Sydney. **A long list of Instagram statistics that marketers need to know**. Hootsuite, 3 de novembro de 2016. Disponível em: <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/>

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**. São Paulo: EXO experimental org; Editora 34, 2009 (2ª edição).

\_\_\_\_\_. **Aisthesis, Escenas del régimen estético del arte**. Buenos Aires: Manantial, 2013.

\_\_\_\_\_. **Politics and Aesthetics** (an Interview), Angelaki, volume 8, número 2, agosto de 2003, p. 191–211

SAISSELIN, R. G. **Still-life paintings in a consumer society**. *Leonardo*, v. 9, 3, 1976, p. 197-203.

SAITO, Yuriko. **Everyday Aesthetics**. Oxford: Oxford University Press, 2007

\_\_\_\_\_. **Aesthetics of the Everyday**. In: ZALTA, Edward (ed), **The Stanford Encyclopedia of Philosophy** (Edição Inverno de 2015). <https://plato.stanford.edu/archives/win2015/entries/aesthetics-of-everyday>, acessado em janeiro de 2017

SANDBYE, Mette. **It Has Not Been – It Is The Signaletic Transformation of Photography**. In: *Photomediations: A Reader*, ed. Kamila Kuc e Joanna Zylinska, Londres, Open Humanities Press, 2016. 97-110

SCHMID, Joachin. **Other People's Photographs**. Berlin: 2008-2011. Disponível em <http://schmid.wordpress.com/works/2008-2011-other-people-s-photographs/>

SLATER, Don. **Domestic Photography and Digital Culture**. In: LISTER, Martin. **The Photographic Image in Digital Culture**. Londres: Routledge, 1995

STEWART, Kathleen. **Ordinary Affects**. Durham, NC: Duke University Press, 2007.

WARBURG, Aby. **Histórias de fantasma para gente grande** – Escritos, esboços e conferências. São Paulo, Companhia das Letras: 2015.

WOLFF, Janet. **The Invisible Flâneuse. Women and the Literature of Modernity**. In: Theory Culture Society volume 2, número 3, 1985, 37-46

WOOLF, Virginia. **Mrs Dalloway**. Londres, Penguin Books, 1996.

\_\_\_\_\_. **As ondas**. Tradução de Lya Luft. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2004.

## Video

**20 Instagram Hacks for a Perfect Feed** (07/05/2016), por Evelina, visto em fevereiro de 2017, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9-YbJQfZwKE>

**A guide to the perfect Instagram** (02/11/2015), por Connor Franta, visto em fevereiro de 2017, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6G139NrUoQQ>

**Atlas - How To Carry The World On One's Back?** (20/05/2011), por Imagining Technologies em Museum für Neue Kunst visto em dezembro de 2016, disponível em: <https://vimeo.com/24023841>

**Instagram Editing Secrets** (04/08/2015), por Carly Christiman, visto em fevereiro de 2017, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=m7K4B0J81Uc>

**Instagram is** (24/05/2013), por Paul Tellefsen, visto em fevereiro de 2017, disponível em: <https://vimeo.com/66938184>

**How to loog good in every Picture** (21/06/2016), por Carly Christiman, visto em fevereiro de 2017, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kbJt8HcdR9E>

**How to Always Take Great Photos** (03/02/2016), por Carly Christiman, visto em fevereiro de 2017, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pTaHqxjYbqg>

**Nosedive** (Outubro de 2016), episódio 1 da temporada 3 da série Black Mirror, disponível em [netflix.com](http://netflix.com)