

**Universidade de Brasília - UnB Instituto de Artes - IdA Departamento
de Artes Visuais - VIS**

Helena Dalbone Freire

CIBERESPAÇO, DESERTOS E CAPPUCINOS:

Um ensaio sobre a existência virtual

BRASÍLIA - DF 2021

**Universidade de Brasília - UnB Instituto de Artes - IdA Departamento
de Artes Visuais - VIS**

Helena Dalbone Freire

CIBERESPAÇO, DESERTOS E CAPPUCINOS:

Um ensaio sobre a existência virtual

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Departamento de Artes
Visuais do Instituto de Artes da
Universidade de Brasília para a
obtenção do título de Licenciada em
Artes Visuais, sob a orientação de
Daniel Fernandes

BRASÍLIA - DF 2021

[Página deixada em branco propositalmente]

Dedicatória

Dedico esse trabalho à Sofia Romão, Ana Carolina Rôlo e Matheus Pereira.

Agradecimentos

Agradeço à Ana Sorema por acreditar em mim, à Daniel Fernandes pelas orientações e à Maria pela companhia.

RESUMO

Este texto propõe uma reflexão sobre o uso atual das redes sociais e as dinâmicas relacionais com as imagens, incluindo sua produção, exposição e consumo. As relações entre as pessoas se tornaram intrinsecamente visuais, por isso se mostra oportuno colocar em perspectiva o trajeto da imagem, tanto a fotografia e o vídeo, na sociedade de hoje em dia. Para analisar a situação proposta foram utilizadas experiências da autora como usuária do Instagram, com olhar crítico, a fim de construir questionamentos e argumentos extrapolados de bibliografias teóricas dos seguintes autores: Byung-Chul Han, Jean Baudrillard e Walter Benjamin. E, a partir da reflexão teórica sobre este estado de coisas, são propostas práticas que reconectam o fazer da imagem com a experiência analógica.

Palavras-chave: Instagram, rede social, imagem, fotografia, experiência

ABSTRACT

This text proposes a reflection on the current use of social networks and the relational dynamics with images, including their production and consumption. The relationships between people have become intrinsically visual, therefore it is timely to put in perspective the image's trajectory, both photography and video, in today's society. To analyze the proposed situation the author's experiences as an Instagram user were drawn upon, with a critical eye, in order to build questions and extrapolate arguments from the theoretical bibliographies of the following authors: Byung-Chul Han, Jean Baudrillard and Walter Benjamin. And, from the theoretical reflection on this state of affairs, practices which reconnect the image making with analog experience are proposed.

Key-words: Instagram, social network, image, photography, experience

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Captura de tela de publicação da conta insta_repeat no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BosxIGDFdMa/>

Figura 2 - Captura de tela de publicação da conta insta_repeat no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BpIXosQAAs/>

Figura 3 - Yayoi Kusama posando dentro da instalação.

Fonte: <https://ccbb.com.br/wp-content/uploads/2021/07/YayoiKusama.pdf>

Figura 4: Cenário montado na exposição sobre Escher no CCBB de Brasília.

Fonte: <https://www.bb.com.br/docs/portal/ccbb/Escher.pdf>

Figura 5 - Captura de tela de publicação do museu Neue Galerie no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/B2rH0rUlwel/>

Figura 6 - Captura de tela de comentário em publicação.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/B2rH0rUlwel/>

Figura 7 - Captura de tela do *feed* de fotos da conta handpaintedbrazil no Instagram. Fonte: <https://www.instagram.com/handpaintedbrazil/>

Figura 8 - Captura de tela de publicação da conta handpaintedbrazil no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CSxsDwgHufg/>

Figura 9 - Captura de tela do *feed* de fotos da conta _false_face no Instagram.

Fonte: https://www.instagram.com/_false_face/

Figura 10 - Captura de tela do *feed* de fotos da conta nihokosho no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/nihonkosho/>

Figura 11 - Captura de tela de publicação da conta nihonkosho no Instagram. Fonte:

<https://www.instagram.com/p/CREk5xnrnWW/>

Figura 12 - Captura de tela do *feed* de fotos da conta botaworks no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/botaworks/>

Figura 13 - Fotograma. Fonte: Criação da autora.

Figura 14 - Fotograma. Fonte: Criação da autora.

Figura 15 - Taumatrópio frente. Fonte:

<https://dickbalzer.tumblr.com/post/119507714013/thaumatrope-great-britain-1828>

Figura 16 - Taumatrópio verso. Fonte:

<https://dickbalzer.tumblr.com/post/119507714013/thaumatrope-great-britain-1828>

Figura 17 - Modelo para fenacistoscópio.

Fonte: <https://projetoanimateria.blogspot.com/p/fenacistoscopio.html>

Figura 18 - Ilustração do uso do fenacistoscópio.

Fonte: <https://projetoanimateria.blogspot.com/p/fenacistoscopio.html>

Figura 19 - Colagem de Jaen Faucheur.

Fonte: <http://www.faucheur.fr/photos/photos.htm>

Figura 20 - Colagem de TraceLoops. Fonte: <https://www.traceloops.com/cut>

Figura 21 - Top breeder, 2015.

Fonte: <https://www.artsy.net/artwork/kensuke-koike-top-breeder>

Figura 22 - Desenho em grafite. Fonte: Criação da autora.

Figura 23 - Tiras intercaladas. Fonte: Criação da autora.

Figura 24 - Colagens feitas a partir de desenho. Fonte: Criação da autora.

SUMÁRIO

Introdução.....	7
Fotografia, retrato e <i>selfie</i>	10
Sobre a existência virtual.....	12
Tendências.....	17
Rede social como "vitrine"de si.....	22
As pessoas querem participar da imagem.....	28
Seleções.....	36
Tempo e atenção.....	44
Oficinas.....	46
Como produzir, não <i>stories</i> , mas presença:.....	48
Como produzir experiências, não <i>selfies</i> :.....	56
Considerações finais.....	65
Referências bibliográficas.....	68

Introdução

Este trabalho foi elaborado durante a pandemia mundial de Covid-19, que teve início declarado pela OMS em 11 de março de 2020. Tal crise mundial forçou milhares de pessoas a se isolarem em quarentena, entendendo-se também aqui o isolamento social com objetivo de evitar a propagação do vírus. A aderência às recomendações de isolamento aceleraram um movimento de transição do, assim chamado, presencial para o virtual. O debate a respeito dessa migração não é recente, mas se demonstra necessário no contexto recente e atual. O isolamento devido à quarentena, uma das medidas adotadas para evitar contágio entre indivíduos, não impossibilitou que surgissem dinâmicas sociais que envolvessem trabalho, ensino, etc. O entretenimento, a informação e a cultura também encontraram seu lugar de circulação em meio à crise.

Plataformas de streaming, na atualidade, estão se tornando uma das mais relevantes formas de consumo de produção audiovisual.¹ Entre essas plataformas, cabe ressaltar o serviço da empresa Amazon, extremamente popular por também ser um grande site de vendas de publicações. Logo, no que diz ao entretenimento e a cultura, os livros² e os filmes³ não estavam mais vinculados a passeios em livrarias ou idas ao cinema e esse processo sofreu uma aceleração durante a crise. Em meio à impossibilidade de frequentar espaços culturais, existiam ferramentas que facilitaram o acesso a versões digitais desses produtos. Porém, este trabalho se propõe a focar na plataforma chamada Instagram, da empresa Facebook. As redes sociais Facebook, Whatsapp e Instagram se tornaram aliados como alternativas aos meios de socialização tradicionais antes da pandemia e, de forma controversa, de comunicação e informação.

¹ SANTANA, Caio. Streaming será o espaço para divulgação e consumo do audiovisual. **Jornal da USP**, 2020. Atualidades. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atualidades/streaming-sera-o-espaco-para-divulgacao-e-consumo-do-audiovisual/>>. Acesso em: 16/11/2021.

² GUIMARÃES, Fernanda; SCHELER, Fernando. Venda de livros retoma crescimento no Brasil, mas redes de livraria ainda sofrem. **Estadão**, 2021. Economia e Negócios. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/negocios.venda-de-livros-retoma-crescimento-no-brasil-mas-redes-de-livrarias-ainda-sofrem,70003871408>>. Acesso em: 16/11/2021.

³ POR QUE ESTA DÉCADA JÁ MUDOU O CINEMA PARA SEMPRE. **BBC**, 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/vert-cul-50695108>>. Acesso em: 16/11/2021.

Dito isto, este trabalho almeja discorrer a respeito do estatuto da imagem nessas plataformas, em especial o Instagram, que ganharam destaque no cotidiano das pessoas devido à necessidade de alternativas ao presencial.

A escolha do Instagram para a discussão se justifica dada a grande aderência a esta plataforma por artistas, galerias, museus e outros agentes relacionados ao campo das artes visuais, além da popularidade geral do aplicativo.

Parte deste trabalho se inicia justamente na oportunidade de participação de uma residência virtual que propunha temas relacionados à pandemia de COVID-19 e ao contexto político brasileiro. Tal residência artística foi proporcionada pelo Vilarejo 21, culminando na exposição virtual *Sob Peles e Casas*. Um dos trabalhos desenvolvidos durante a residência foi norteado por um dos eixos propostos: 'Coautoria e Espectador como Participador'.

A obra produzida foi uma série de colagens digitais utilizando capturas de telas feitas em conversas privadas sobrepostas a imagens, em sua maioria, fotografias analógicas manipuladas digitalmente. A série foi pensada como uma proposta de reflexão a respeito da comunicação atual, partindo do pressuposto de que para uma conversa, diálogo ou interação é necessária uma resposta, ou seja a coautoria, mesmo que passiva. Em relação ao 'Espectador como Participante', entra a intenção de tornar reproduzíveis as mensagens de chats, como uma aproximação à viralização de imagens, relacionando-as com memes, que por muitas vezes são produzidos com capturas de telas feitas tanto em publicações públicas, como em mensagens privadas, deslocadas de seus contextos originais, e que vagam por diversos outros meios.

Outra obra produzida durante a residência foi *Peso*, inserida pela curadoria no eixo 'Arte diante da barbárie'. *Peso* foi uma performance transmitida em formato de exibição ao vivo do Instagram no dia 20 de Junho de 2020 e seu registro está disponível na plataforma. Uma das discussões pensadas a partir da obra é aquela sobre a mídia pela qual a obra foi transmitida, a *live* no Instagram, e se aproximou bastante do tempo limite de transmissão equivalente a 1 hora. A performance foi feita em um ato no qual se segura uma concha por aproximadamente sessenta minutos, em geral não acontece nada além disso. A escolha da ferramenta de transmissão ao vivo pelo Instagram foi motivada devido à aderência do uso dessa modalidade de vídeo, na qual muitas vezes não existe

possibilidade de revisitação, visto que normalmente não são gravadas e caracterizam-se por seu caráter espontâneo, do aqui e agora. O uso da transmissão ao vivo se mostra, de certa forma, contraditório com as dinâmicas atuais nas quais tudo tende a permanecer registrado ou armazenado, uma vez que esta ferramenta apresenta a opção de não permanecer pública após sua feitura um caráter de urgência por atenção surge. Durante a performance foi possível acompanhar que algumas pessoas entravam, assumindo assim o caráter de aqui e agora, mas ao mesmo tempo não permaneceram conectados, visto que o começo, meio e fim não alteram tanto ao longo dos minutos, criando assim uma contradição para com a urgência que se esperava criar.

Ambos os trabalhos foram importantes para repensar certos comportamentos muito próprios do uso desses meios digitais, inicialmente o tempo e as relações foram os temas percebidos de forma diferente a partir da elaboração dos trabalhos anteriores.

Fotografia, retrato e *selfie*

Para contextualizar a fotografia digital nas redes sociais e os conceitos de retrato e *selfie* será utilizada a descrição de uma cena do longa-metragem *Cala boca Philip* (2014, Alex Ross Perry) a fins de ilustração e interpretação. O filme conta a história de um relacionamento entre um escritor e uma fotógrafa. Durante o relacionamento tortuoso, Ashley viaja e encontra a irmã Melaine, que durante um passeio no parque aproveita para tirar fotografias. Ashley, sendo fotógrafa, repara na luz, que ao seu ver está bonita, e passa a tirar fotografias da irmã, que em primeiro momento se encontra sem graça e envergonhada perante a câmera, mas com as falas e postura de Ashley começa a se comportar de forma mais natural, e ambas se divertem no processo de fotografar e ser fotografada. Melaine então se propõe a fotografar a irmã, a atmosfera entre as duas, antes de descontração, muda e Ashley retorna a um estado apático e se mostra mais preocupada com questões técnicas da fotografia do que com satisfazer os pedidos da irmã por uma fotografia espontânea.

O diálogo é curto, porém uma troca de palavras chama atenção para toda a situação da cena:

“- Sim. Sorria um pouco.

-Não quero.”

Antes das cenas no parque, Ashley desabafa com a irmã sobre a situação conturbada do relacionamento e demonstra seu descontentamento. E logo em seguida, mesmo com breve momento de descontração, quando Melanie está prestes a fotografá-la, sua postura retorna a um estado de apatia que talvez exista para disfarçar uma tristeza. Todo esse contexto gera uma reflexão a respeito da renúncia da oportunidade de registrar uma alegria posada, ou seja, posar para a foto com um sorriso. A personagem aparenta possuir uma consciência desse registro como uma existência do momento, que em sua maior parte não é positivo, que talvez meses antes do encontro com a irmã não estivesse positivo, e há uma certeza melancólica de que após o passeio no parque, após aquelas fotografias, que Ashley não continuaria sorrindo como no registro que a irmã desejava fazer. A personagem diante da câmera ativamente se permite sentir no momento, talvez entendendo que aquela imagem não é um recorte temporal que existe na duração do passeio no parque, mas um estado emocional prévio e

duradouro após o passeio, como uma angústia que existe mesmo com as interações positivas mais breves.

Antes mesmo do Instagram e do fenômeno das *selfies*, já havia sido normalizada a prática de sorrir e, assim, performar a felicidade diante da fotografia, registro material dos momentos importantes, que uniformiza a prática de criar imagens “sorridentes” associadas a registros documentais de situações pontuais na vida dos que tinham acesso às câmeras fotográficas, por exemplo: aniversários, casamentos, viagens, etc. Havia, antes da popularização do ato de fotografar, fatores sociais e econômicos que influenciavam na priorização de se fotografar momentos excepcionais de felicidade ou realização, assim as fotografias possuíam um status de “guardar de lembrança” para o futuro. Benjamin já havia observado um fenômeno similar:

“Com a fotografia, o valor de exposição começa a premir para trás o valor de culto em todas as frentes. Este, porém, não recua sem resistência. Ocupa uma última trincheira que é a face humana. Não é nada casual que o retrato era central nos primórdios da fotografia. No culto da recordação dos entes amados, distantes ou falecidos, o valor de culto da imagem encontrou seu último refúgio. Na expressão fugaz de um rosto humano, a aura acena das primeiras fotografias pela última vez. E é isso que perfaz sua beleza melancólica e incomparável. Onde, porém, o homem se retira da fotografia, ali, pela primeira vez, o valor da exposição se sobrepõe ao valor de culto.” (BENJAMIN, 2012 p. 45)

Com a fotografia digital e os *smartphones*, a fotografia se torna acessível e popular ao ponto de que esses momentos importantes se dissolvem em meio à possibilidade de registro dos momentos banais e ordinários. A capacidade quase ilimitada de gerar um grande volume de imagens de forma instantânea, porém, não foi suficiente para que se perdesse o costume de posar diante da câmera. E Han atualiza o debate a respeito do retrato na fotografia:

“Já de há muito que o “semblante humano, com seu valor cultural, desapareceu da fotografia. Na era do facebook e do photoshop o ‘semblante humano’ se transformou em face, que se esgota totalmente em seu valor expositivo. A face é o rosto exposto sem

qualquer 'áurea da visão". É a forma de mercadoria do "semblante humano". (HAN, 2017,p. 15).

Han também ressalta que a fotografia digital é uma fotografia sem destino e sem evento, possui um valor expositivo distinto do de Benjamin, que se aproximava mais do "expor" como tornar visível, exibir ou mostrar, assim como obras são expostas em um museu. Na sociedade expositiva sobre a qual discorre Han, o que está exposto é o produto, que se expõe como mercadoria.

A figura humana é o tema mais popular na produção, incluindo o que diz do caráter autoral das imagens, e o consumo de imagens que são expostas no Instagram. A figura humana e a fotografia passam a coexistir em fenômenos como as *selfies* e ensaios fotográficos ditados pelas tendências da plataforma. Estes retratos são expostos tanto no sentido de serem exibidos e, por consequência, serem vistos. Como também, são imagens expostas a serviço de um algoritmo e, por consequência, movimentam o uso da plataforma, gerando lucro para a mesma.

Sobre a existência virtual

Na atualidade debate-se extensamente a influência do algoritmo sobre as escolhas e o consumo nas redes sociais. Algoritmo, em si, é um conjunto de ações necessárias para executar uma tarefa, são instruções específicas organizadas em sua sequência de execução, a grosso modo, suas características se assemelham a um cálculo, ou uma fórmula, ou uma receita de bolo. Partindo dessa ideia, há uma máquina que executa essas instruções visando um resultado. No contexto das redes sociais, o algoritmo visa agilizar o acesso do usuário ao conteúdo que se alinha ao gosto dele, ou seja, a partir dessas instruções a máquina analisa as ações do usuário e passaria a sugerir conteúdos personalizados com os interesses ditados anteriormente pela própria pessoa. São estruturas que funcionam por meio de lógica e matemática, isentando-se de subjetividade, por definição. Mesmo que existam resquícios de subjetivação nas intenções por trás do algoritmo, ele continua operando como sistema, em contraste com a subjetivação humana dos usuários.

Logo, como o algoritmo das redes sociais não entrega informação descontextualizada ou aleatória, visto que inúmeras probabilidades são descartadas nesses cálculos, existem critérios que definiriam o que poderia se aproximar dos interesses de cada um, de cada “comunidade” dentro da rede, etc. Porém, parece contraditório pensar que algo que uma vez foi moldado pelas pessoas, passou a moldá-las. De repente, a procura, a busca e a pesquisa não se fizeram mais necessárias, o algoritmo não apenas agilizou um processo, mas o tornou totalmente obsoleto. A partir de algum momento, ou melhor, a partir de alguns cálculos, todos passam a estar satisfeitos com o que a plataforma apresenta.⁴ O momento da consciência de escolher algo torna-se dispensável diante da tentação das propostas sugeridas⁵, “veja também...”, “talvez você goste porque outros usuários que viram isso também gostaram de...”, há uma perda de agência e raciocínio na própria tomada de decisão e análise das vontades. Ao preço do “tempo”, o indivíduo se sacrifica ao ser desvendado pelo algoritmo.

Mas, o algoritmo não desvendou o indivíduo, ou o ser humano, ele apenas o desvelou. Há uma passagem de Bateson respondendo ao questionamento “Será que os computadores pensam?” que ilustra essa dinâmica:

“Diria sem hesitação que não. O que “pensa” e o que se encontra engajado num processo de tentativa e erro é o homem, mais o computador, mais o ambiente [*environment*]. As linhas de separação entre o homem, computador e ambiente são completamente artificiais e fictícias.” (Bateson, apud. SAMAIN, 2014 ,p. 26)

Se em dado momento, as pessoas ensinaram aos computadores como elas são, agora os computadores “reforçam” isso, como foi aprendido por eles. É estar diante de um alguém que reforça quem és, é aceitar o que foi registrado. E é assim que ele nos molda, quando paramos de questionar quem somos.

O questionamento é uma reação às incertezas, às dúvidas, à confusão, se faz necessário no incômodo. É sintomático o não questionamento diante das propostas moldadas por uma máquina, ensinada por milhares de usuários, é uma estagnação na qual um grupo se entende em concordância ao enxergar as

⁴ **HYPERNORMALISATION.** Dir.: Adam Curtis. UK: BBC, 2016.

⁵ **O DILEMA DAS REDES.** Dir.: Jeff Orlowski. [S.l.]: Netflix, 2020.

estatísticas, e se encontra cômodo. O algoritmo, ao entender essa concordância, a reforça em um ciclo no qual o usuário não toma mais poder de agência e, por consequência, reforça o entendimento do algoritmo.

Cada plataforma de compartilhamento possui um algoritmo próprio que funciona a partir de regras e instruções pré-estabelecidas que definem as próximas ações a serem tomadas em relação ao conteúdo publicado. Uma atmosfera de bem-estar passa a envolver os usuários nessa existência estável virtualmente construída na qual o algoritmo se torna responsável pela manutenção das interações baseadas nas informações concedidas; o conforto associado ao comodismo se instala de forma despercebida. Como o Instagram é um site de compartilhamento de fotografias, é visualmente inteligível a lógica sob a qual opera, que aparenta ser do campo das imagens bonitas, entendendo-se que estéticas de nichos específicos diferentes coexistem. Tudo deve ser minimamente agradável para ser bem-sucedido nas plataformas; idéias ou estéticas dissonantes são silenciadas em meio à uniformização alimentada pela lógica do bem-estar/entretenimento, inclusive a informação, que passa a circular em forma de entretenimento ("*infotainment*"), o que, por um lado, é positivo para que chegue a um público maior, mas corre o risco de suprimir nuances importantes ao assunto, além de potencialmente deixar os espectadores passivos, ao "performar" o raciocínio crítico ou o envolvimento com questões sociais em prol de quem assiste, que assim não precisa fazer mais do que assistir para se sentir engajado. A plataforma do Instagram passa a ser um "palco" para expressões romantizadas do cotidiano e suas performances, antes voltado para imagens e agora atualizando a plataforma também para vídeo. O *layout* do Instagram favorece as imagens em detrimento do texto, também chamado de *legenda* na plataforma; logo, o valor da captura da atenção dos usuários é medido na palatibilidade das imagens postadas e no conforto do conteúdo escrito proporcionado.

Dado que os usuários ensinam os algoritmos, e os algoritmos reforçam o usuário, todas as nuances entre o eu, o ele e o nós se perdem, dito que o algoritmo não faz juízo de valor, muito menos aprende no vácuo. A presença humana é imprescindível para o algoritmo, fazendo apenas sentido a interpretação de um eu e um nós para especular um vocês (no plural, visto que ele não faz distinção), confundido com "você". Quando se entende que o

algoritmo não nos enxerga como indivíduos, e sim dados, é essa leitura que está sendo proposta: tradução do indivíduo em informação, que só faz sentido na lógica da tentativa e erro, possível apenas com comparações de dados. Ao assumir que o usuário se traduz na plataforma, ao produzir e consumir conteúdo, ao exercer, mesmo que passivamente, alguma ação, este participa do processo no qual o algoritmo opera, e a participação só é possível devido a uma presença, mesmo que inerte.

Essa inércia e passividade não eximem os usuários de situações perigosas, a confiança dada às redes sociais e aos sites em geral criaram uma dependência do mundo material para com o mundo virtual. Um dos exemplos mais recentes desse tipo de situação, e talvez um dos maiores, foi quando, no dia 04 de outubro de 2021, os aplicativos da empresa Facebook, incluindo o Instagram, sofreram uma pane e uma queda das plataformas em escala global por aproximadamente 12 horas, incluindo instabilidades de conexão. O desconforto gerou um prejuízo aproximado de 6 bilhões de dólares para Mark Zuckerberg, dono da empresa, e um prejuízo proporcionalmente muito maior para as pessoas que dependem das mídias sociais para trabalhar.⁶ O acontecimento poderia ser considerado um marco na situação atual de dependência do uso da empresa como mediador no uso da internet. Uma das especulações para a instabilidade do serviço faz parte de uma discussão que não é recente, a empresa tem sido duramente criticada após o vazamento de documentos nos quais se demonstra descaso com a segurança de usuários em detrimento do crescimento das plataformas. Porém, o vazamento mais alarmante foi um documento provando que a empresa possuía conhecimento dos danos à saúde mental dos usuários do Instagram antes mesmo de suspeitas em relação aos impactos provenientes da plataforma, a esse respeito, serem levantadas fora da empresa.

O impacto sofrido na sociedade a partir da instabilidade de apenas uma empresa é assustador, foi uma situação que afetou milhares de pessoas, uma ocorrência dada no virtual, no ciberespaço, que reverberou em diversos países.⁷

⁶ ALVIM, Mariana. WhatsApp, Facebook e Instagram: pane expõe dependência mundial das redes de Zuckerberg. **BBC**, 2021. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-58798675>>. Acesso em: 16/11/2021.

⁷ WHATSAPP, FACEBOOK E INSTAGRAM: PANE EXPÕE DEPENDÊNCIA MUNDIAL DAS REDES DE ZUCKERBERG. **G1**, 2021. Jornal Nacional. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2021/10/04/facebook-instagram-e-whatsapp-param-d-e-funcionar-e-afetam-28-bilhoes-de-pessoas-no-mundo.ghtml>>. Acesso em: 16/11/2021.

O conforto e bem-estar criado pela plataforma, gerou uma ilusão de confiança na empresa, uma segurança que nunca foi pensada para além do bem-estar de seus investidores. Os usuários confiam às plataformas suas existências, não só a virtual, e o algoritmo não se importa com o voto de confiança, faz apenas uma tomada de decisão informada por critérios programados, presta um serviço para os usuários seguindo as instruções ditadas pelos donos da empresa visando o lucro e explorando as presenças virtuais.

Se a presença é virtual e impacta a vida em sociedade, ela é real, e depende de uma existência virtual, a partir do momento que os usuários alimentam as redes com informações pessoais, e não necessariamente endereço eletrônico ou cartão de crédito, mas suas músicas preferidas, livros favoritos, interesses etc.: a pessoa traduz sua existência em outra modalidade diferente. São formas de estar e ser que funcionam dentro de um entendimento e ambiente digital, visto que talvez ela não seja manifesta, mas seja latente, se compreendermos o virtual como potência.

É uma presença real, mas a forma como é dada essa presença se desdobra em comportamentos onde existe um jogo de escolhas, mais intenso, no que se quer ou não fazer aparente. Os dados gerados, as informações concedidas, no caso do Instagram, são as imagens e seu caráter visual. O “sorrir para a foto” é uma escolha de postura perante uma possibilidade de registro de si, na qual a expressão do rosto, parte do corpo que está intimamente ligada à percepção e entendimento de identidade, está em jogo como forma de estabelecer um estado e uma condição de “ser” - não apenas se se está feliz nesta fotografia, mas ao estar sorrindo em todas as fotografias, codifica-se uma mensagem de ser uma pessoa feliz em sua plenitude, pelo menos em sua existência digital, na qual se escolhe mostrar-se assim.

Porém, os contrastes de expressão em redes diferentes revelam a esfera pública e o privado de forma curiosa. O Instagram é acessível de forma quase orgulhosa como um portfólio de si, raramente pessoas negam compartilhar a conta do Instagram para seus seguidores de outras redes sociais. Já o Twitter passa a ser um ambiente que as pessoas preferem, diferentemente do Instagram, manter como *safe space*, onde podem desabafar e postar opiniões de forma mais despreocupada, o que se torna destoante em relação à identidade descrita pelas postagens no Instagram, onde a vida de alguma forma é perfeita. Admite-se que

essa afirmação está embasada na observação da experiência pessoal da autora e na de outras pessoas conhecidas, também usuárias destas redes.

Assume-se assim a consciência de performances distintas em diferentes redes sociais: se no Twitter os nervos se mostram à flor da pele e o *cancelamento* é uma preocupação mais recorrente, no Instagram a performance é construída a partir de considerações visuais que constroem essa narrativa plena, produtiva, luxuosa, positiva, etc. Plataformas de interações distintas são o meio para que pessoas assumam existências virtuais diferentes, porque se se alimenta uma página pessoal com comportamentos toleráveis, estes não serão necessariamente tolerados em outra. O que leva as redes sociais a desenvolverem culturas próprias, *memes* próprios, etc; são ambientes diferentes, com regras diferentes que demandam em algum nível performances e existências diferentes. Onde o conteúdo gerado ou publicação não passa de referências a si mesmo. Um micro-conto poderia ser um tuíte, tal coisa tem bem cara do Twitter, você deveria postar esse vídeo no Tiktok, poste as suas artes no Instagram, etc.

Tendências

Antes do termo *Instagramável* e antes mesmo dos *stories* com filtros que modificam as características faciais, o Instagram em 2010, seu ano de criação, possuía quatro opções de filtro:

“O Instagram chegou com uma novidade, na época: edição de fotos com filtros no próprio aplicativo de publicação, sem precisar recorrer a outros recursos para ajustar as imagens. Entre as opções estavam quatro máscaras: Amaro, Rise, Hudson e Valencia.”⁸

A possibilidade de aplicar filtros na foto e atravessar o processo de tratamento da imagem seria um diferencial apresentado pelo aplicativo. É importante ressaltar que a princípio o aplicativo era exclusivo da Apple Store e era disponível apenas para IOS. Em 2012, o aplicativo foi comprado pela empresa Facebook e passou a ser disponibilizado para aparelhos com sistema operacional

⁸ GIANTOMASO, Isabela. Instagram: relembre as maiores mudanças da rede social de foto. TechTudo, 2018. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/04/instagram-relembre-as-maiores-mudancas-da-rede-social-de-foto.ghtml>>. Acesso em: 28/10/2021

Android e por consequência aumentou o número de usuários da plataforma. Com o decorrer dos anos, a plataforma foi sofrendo alterações, em 2013 com uma atualização foram adicionadas ferramentas individuais de correção de imagem manualmente, e expandiu seu repertório para 23 *presets* de edição (filtros) para publicação de imagem.

Os primeiros anos da plataforma, foram também anos de sucesso. No ano de seu lançamento, quando o aplicativo estava apenas disponível para o sistema IOS, o software foi eleito o melhor aplicativo disponível para Iphone em uma premiação anual. A importância de contextualizar o início do aplicativo é justamente pelo caráter de exclusividade do seu primeiro sistema operacional. A empresa Apple, desenvolvedora do sistema operacional IOS e dos celulares Iphone, é mais fechada, no sentido de produzir cada parte que compõe o aparelho, incluindo o software e o hardware. Logo, o custo de produção e manutenção dos seus produtos destoa das outras empresas. O que levou a empresa a ser relacionada à exclusividade, uma carga de elegância e luxo no que diz respeito ao seu design, resumindo-se a uma identidade visual própria, e a soma desses atributos tornou o produto Apple um desejo de consumo.

Proposto este contexto, é de se imaginar a atmosfera na qual o Instagram foi lançado, em que apenas algumas pessoas possuíam acesso à rede social. Por mais que o aplicativo fosse popular, ele não estava disponível para todos os aparelhos telefônicos na época. O aplicativo do Instagram surge como uma distinção entre as pessoas que teriam acesso a processos de produção e compartilhamento de imagens intrinsecamente ligados ao sistema operacional exclusivo da empresa. Se a plataforma do Instagram é entendida hoje como democrática e acessível, no seu início não o era. Pode-se acrescentar também que, uma vez que não se paga com dinheiro para usar o Instagram, os dados dos usuários, que geram o conteúdo que alimenta a plataforma, são uma forma de valor que esta rede extrai das pessoas que a usam, o que possibilita de o aplicativo continue sendo "gratuito".

Como dito anteriormente, o grande diferencial do aplicativo eram os filtros, o tratamento de imagem simplificado e automático disponível na plataforma. Possibilidades que, até então, não haviam sido exploradas de forma especializada por desenvolvedores de tecnologias, por tratar-se de um conhecimento de aplicação manual que permeia profissionais do campo visual:

cinastas, fotógrafos, designers, etc. De uma hora para outra, algumas pessoas tinham acesso à produção e compartilhamento de imagens análogas à imagens profissionais, imagens que haviam passado por tratamentos que valorizassem alguns aspectos da fotografia. Criou-se a ilusão do acesso à produção de fotografias profissionais por pessoas “leigas”, mas contraditoriamente o acesso era restrito apenas aos portadores de Iphone.

A aplicação dos filtros passou a ser um momento indispensável no processo de compartilhar fotos. Ou ainda, uma possibilidade nova de tornar as fotografias com aspecto menos amador. Contudo, logo o estatuto da fotografia como “verdade” virou um debate velado, no entanto comum. As imagens passaram a ser questionadas quanto ao uso ou não de edição, isso se tornou um tanto sintomático, a ponto de movimentarem a hashtag (tipo de marcação a fim de distinguir um tópico) *nofilter* que possui mais 200 milhões de imagens vinculadas⁹, que destacaria essa imagem em suas características cruas da expectativa de uma boa fotografia. Logo, essas fotos seriam ainda mais bonitas que as demais porque não precisam de filtro.

No que diz ao resultado das imagens, o que sobressai é sua uniformização e padronização: se uma hashtag possui 200 milhões de imagens, o número total de imagens compartilhadas excederia as possíveis variações dos 23 filtros disponíveis. Não há capuccinos suficientes, ou janelas chuvosas, nem mesmo animais de estimação ou posições de yoga que dêem conta de possibilitar imagens suficientemente diferentes entre si. E ao contrário de torná-las mais individualizadas e personalizadas, os filtros passam a homogeneizá-las. Uma conta no Instagram com usuário de “insta_repeat” se propõe a pontuar objetivamente as imagens repetidas na plataforma, como nos seguintes exemplos de postagem:

⁹ #NOFILTER. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/explore/tags/nofilter/>>
Acesso em: 11/11/2021

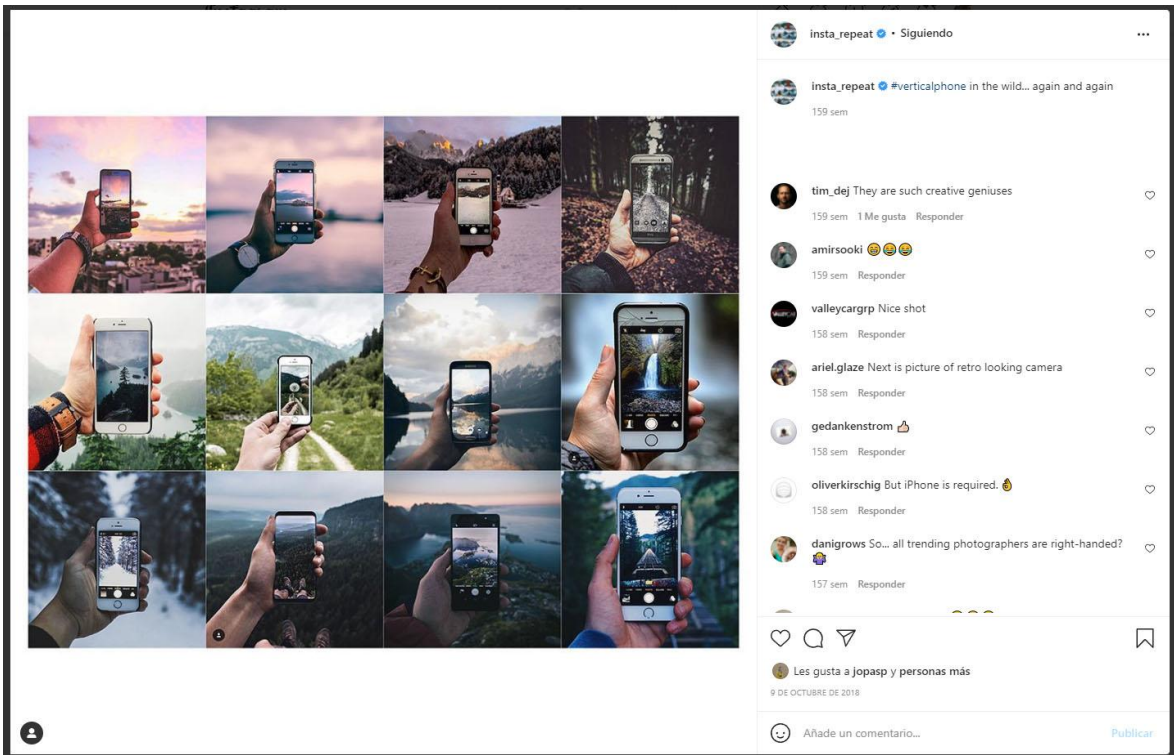


Figura 1 - Captura de tela de publicação da conta insta_repeat no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BosxIGDFdMa/>

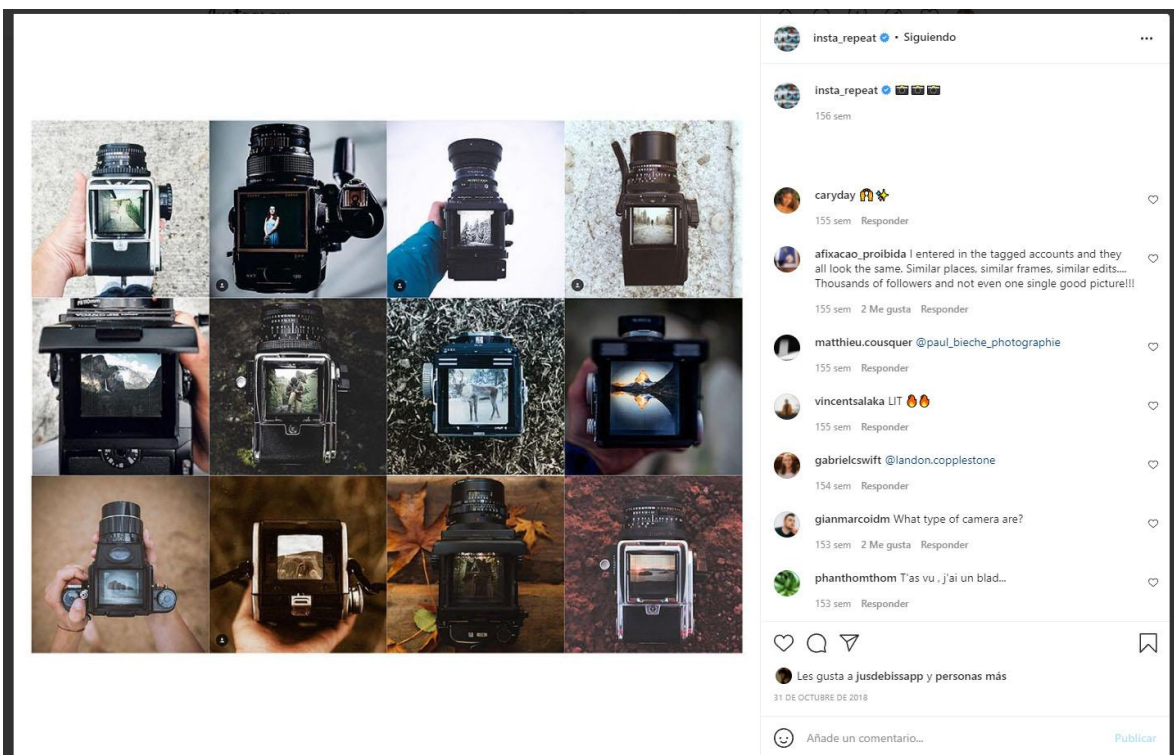


Figura 2 - Captura de tela de publicação da conta insta_repeat no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BpIXosQAAs/>

Essa compilação de imagens torna claro como as pessoas têm experienciado de forma similar temas recorrentes, a conta "insta repeat", neste caso, faz uso de compilação de imagens similares que permeiam o aspecto da natureza, das viagens e das paisagens. A experiência do mundo está sendo traduzida e expressa em imagens de forma similar, o que leva à acreditar que a experiência em si também está sendo pautada, em algum nível, pelas imagens digitais da internet. É como se, diante de uma paisagem, a memória de haver visto milhares de imagens semelhantes que remetem ao que se vê diante de si naquele momento atropelasse a experiência e a inundasse com um conceito ou uma ideia criada, e a experiência em si seria assim transformada. As imagens não remetem mais à paisagem, é a paisagem que remete às imagens.

Se a idéia do deserto como uma paisagem feita de dunas amarelas e fatalmente quente foi construída pelo cinema a partir do deserto do Saara, outros conceitos podem sofrer alterações devido a esse tipo de movimento imagético, e as redes sociais seriam um ambiente propício para essa reconceitualização. Os dois maiores desertos do planeta não são quentes e não possuem areia visível, de fato seriam as regiões polares. Porém, a produção hollywoodiana e seu consumo em massa moldaram o imaginário do deserto às características do deserto do Saara. Os desertos em si se perderam em meio às zonas áridas, através do cinema o referencial do que era o conceito de deserto passa a ser entremeado pelo calor e a areia, limitando a imagem do deserto às paisagens do Saara. E essa concepção migra para a televisão e passa a permear as mais diversas mídias. Porém, essa uniformização imagética não é exclusiva de zonas inóspitas apenas. Algumas paisagens não-estadunidenses sofrem de um movimento parecido, países latinoamericanos, do Oriente Médio e do continente africano são muitas vezes retratados com uma coloração que remete ao "desértico" do retrato do Saara.

Um dos filtros do instagram é o 1977, que simula o efeito de uma fotografia analógica, ou supõe-se que a proposta seja essa. A fotografia analógica se aproxima da fotografia digital no que diz respeito ao ato de tirar fotografias e aproximações entre as máquinas, o que as câmeras não deixam de ser, mas o que elas produzem são imagens completamente diferentes. Além disso, os demais processos são completamente diferentes: na fotografia digital não existe o processo de revelação e ampliação, por exemplo. A confecção da imagem no

digital é otimizada e seu processo é atropelado, o instantâneo extingue os processos laboratoriais. E o processo do laboratório de fotografia é o primeiro encontro com a imagem, é a agência humana sobre a imagem materializada, é onde o mistério se soluciona e onde a imagem se revela. O mistério e a revelação só são possíveis mediante o processo, e processos tomam tempo. E é aí que surge o filtro que simula um outro tempo na imagem, é a ausência da experiência de estar presente e dar tempo aos processos. Baudrillard comenta sobre o que desencadeia esse sentimento de falta e nostalgia:

“Quando o real deixa de ser o que era, a nostalgia assume todo o seu significado. Há uma infinidade de mitos de origem e de signos de realidade - uma abundância de verdade, de objetividade secundária e autenticidade. Escalada do verdadeiro, da experiência vivida, da ressurreição do figurativo onde o objeto e a substância desapareceram.” (BAUDRILLARD, 1994, p. 6)

Se, para Benjamin, o valor da fotografia estava justamente no seu caráter de “o que foi”, de passado, de memória e de lembrança, é devido ao processo, à demora entre o “agora” e a “imagem”. As fotografias nas redes sociais são transparentes justamente por não terem destino e nem evento, são imagens do agora. O real que não existe mais nessas imagens é o tempo, por isso o tempo é simulado.

Rede social como “vitrine” de si

As redes sociais, em especial o Instagram, se tornaram uma ferramenta bastante utilizada para comunicação. Antes de 2019, já havia um grande número de usuários. Ao longo dos anos a empresa foi atualizando e complexificando o aplicativo, novas ferramentas foram agregadas possibilitando uma nova gama de interações. Além da introdução de novas modalidades de criação de conteúdo, a plataforma mudou também a forma com que são entregues as publicações: desde sua criação as publicações eram expostas no *feed* cronologicamente a partir do que havia sido publicado pelas pessoas que cada usuário acompanhava, em

ordem sequencial. O acesso às publicações era basicamente o *feed* de pessoas seguidas e os perfis de cada usuário.

A plataforma ganhou certa popularidade, mais ou menos em 2014, e passou a gerar subcelebridades. Houve um movimento de monetização no aplicativo, com propagandas, além das várias novas ferramentas para publicação em diversas “modalidades”, isso para poder concorrer com outras redes sociais como Snapchat e, mais recentemente, Tiktok. O conteúdo observado passou por várias fases ou tendências: no começo era foto de janela em dia chuvoso com o copo de café de uma rede estadunidense de cafeterias de qualidade duvidosa, com a popularização do Instagram o conteúdo passou a ser mais parecido com as publicações feitas no Facebook (que inclusive comprou a plataforma), como postar imagens de texto, informações, *selfies*, etc; uma ferramenta nova foi agregada baseada no aplicativo Snapchat e as pessoas passaram a postar diariamente e consumir diariamente já que as fotos ficam disponíveis apenas temporariamente. Mais recentemente, o Instagram passa a admitir vídeos com até 10 minutos, o que o faz concorrer com Youtube e, atualmente, agrega *reels* para concorrer com o Tiktok.

As novas ferramentas passam a importar para o Instagram um tipo de conteúdo que conversa muito com a forma e os trejeitos de outros sites e redes sociais, e o Instagram se torna essa grande quimera de pessoas gerando dados e imagens diariamente de forma desenfreada, e consumindo essa informação de forma compulsória. Para “resolver” essa questão o Instagram abandonou a entrega cronológica de conteúdo e passou a usar um algoritmo que analisa as informações de consumo de cada usuário para conectar pessoas com interesses em comum. Logo, algo como várias comunidades e tribos se formam a partir de nichos específicos.

Essas relações e conexões são sustentadas e viabilizadas basicamente pelas imagens e vídeos que as pessoas criam, muitas vezes em torno de si. A monetização da conta passa a ser a monetização do usuário e a pessoa se torna um produto a ser vendido e entregue ao maior número de pessoas que são identificadas como um público-alvo.

Observa-se artistas utilizando as redes sociais como plataforma de portfólio e de comércio em meio a diversos outros tipos de conteúdo, porém muitos compartilham também o seu estilo de vida. Não necessariamente o seu cotidiano

ou dia-a-dia, mas suas refeições, opiniões, lugares que frequentam, e a produção de arte em si passa a conviver com a pessoa fora do âmbito profissional ou acadêmico, a pessoa passa a ser uma pessoa de caráter artístico também, em algum nível.

Usuários da rede recebem imagens recentes e criam uma ilusão da vida da pessoa retratada. Nunca se fez tão necessário talvez entender que a fotografia e o vídeo possuem caráter narrativo ficcional, e imagens devem ser questionadas quando apresentadas como documentais. A crença da intimidade e realidade é unida ao chamado “medo de ficar de fora” (*fear of missing out*, ou *FOMO*)¹⁰, a ansiedade gerada pela impressão de estar desatualizado ou excluído contribui para coibir os usuários a interagirem dentro dos movimentos próprios da rede.

Esses sentimentos reais extrapolam para fora do aplicativo, pode-se acompanhar os debates a respeito de saúde mental e ver de forma crescente o aumento de casos de distúrbios psicológicos. Logo, se apresenta contraditório pensar que os usuários publicam conteúdos que são entendidos de forma muito pessoal e verídica, porém sofrem e possuem outros problemas que normalmente não compartilham nas redes. Ou seja, um usuário que posta diariamente conteúdos interessantes ou engraçados pode estar passando por um momento difícil quando não está online se a existência de si, atualmente, está sendo fortemente validada nas relações virtuais.

A sociedade expositiva de Han ilustra a relação dessa existência alimentada nas redes sociais e o valor expositivo como mercadoria:

“Na sociedade expositiva cada sujeito é seu próprio objeto-propaganda; tudo se mensura em seu valor expositivo. A sociedade exposta é uma sociedade pornográfica; tudo está voltado para fora, desvelado, despido, desnudo, exposto. O excesso de exposição transforma tudo em mercadoria que “está à mercê da corrosão imediata, sem qualquer mistério”[23]. A economia capitalista submete tudo à coação expositiva, é só a encenação expositiva que gera valor, deixando de lado todo e qualquer crescimento próprio das coisas.” (HAN, 2017, p.16)

¹⁰ JWT MARKETING COMMUNICATIONS. Fear Of Missing Out. 2012. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20150626125816/http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMO-update_3.21.12.pdf> Acesso: 17/11/2021.

A corrosão imediata nada mais é que a superfície que envelopa toda a estrutura da rede social. O imediato e instantâneo sem um aqui e agora. A corrosão imediata é necessária para valorizar a moeda que é a atenção dos usuários, os usuários se encontram em ambos os lugares de produzir e consumir. O armazenamento de informação e conteúdo tornou-se obsoleto na plataforma, quase sem sentido, literalmente. Em dado momento, os usuários do Instagram especularam que o algoritmo estava privilegiando contas que possuíam mais publicações “salvas”, uma ferramenta realoca publicações em pastas privadas, e diversas pessoas passaram a pedir para salvar as publicações; o que é contraditório visto que se o usuário que está consumindo encontra conteúdo relevante, ele mesmo encontraria os meios de armazenar a informação para consultá-la depois.

Assim também se dá como a coesão por “republicar” o conteúdo, compartilhar dentro da lógica da geração de dados para plataforma, dado que os pedidos para compartilhar na realidade são pedidos para reforçar o engajamento e não para partilhar o conteúdo. Como se os que consomem o conteúdo tivessem que ser lembrados a todo momento da agência de tomada de decisão quanto a quem se apoia ou não, e o conteúdo em si fica fora do primeiro plano. O conteúdo sai de foco na medida que as pessoas reforçam que ele é relevante a ponto de ser “compartilhado” e “salvo”, o que esvazia totalmente o sentido dessas ferramentas.

À medida que os usuários esvaziam de sentido o caráter das ferramentas de armazenamento e compartilhamento em prol do engajamento, fica mais óbvia a figura central que é o próprio usuário. O conteúdo é apenas um dispositivo para a construção do eu virtual, da conta. A mensagem e o conteúdo seguem uma lógica de produção em massa para sustentar a competitividade por atenção na tentativa de valorizar apenas essa mesma lógica. Sustentar essa manutenção de existência virtual que alimenta a plataforma e gera lucros para ela. E no caso do Instagram, o “eu” são imagens.

Simplificando, o Instagram é uma rede social de compartilhamento de imagens e vídeos que compõem um “eu”. Na plataforma o que tange o individual são a galeria de fotografias, organizada da imagem mais recente à mais antiga, e os *stories*, expostos de forma cronológica durante vinte quatro horas e contando

os minutos a partir de sua publicação - tais dinâmicas expositivas reforçam um olhar narrativo sobre essas sequências de imagens.

Inclusive, a mudança na entrega de conteúdo e o debate a respeito do algoritmo são recentes, antes de 2018 o *feed* do Instagram também apresentava de forma cronológica as publicações das pessoas seguidas. Ou seja, em dado momento o olhar sob as imagens digitais foi educado para compreendê-las de forma cronológica e, por consequência, narrativa. Um palpite a respeito desse entendimento da produção das fotografias como cronológicas, é que a fotografia digital segue a mesma lógica que o filme da fotografia analógica em organização. O filme é uma fita que dispõe de quadros, um seguido do outro; para tirar uma fotografia a câmera irá enrolar o que já foi fotografado e desenrolar o quadro seguinte, e assim os arquivos são nomeados de forma sequencial à medida que são gerados. A exposição contínua do eu constrói essa narrativa que compõe uma totalidade que é entendida como a existência virtual. E nesse contexto de exploração do “eu” e exposição da imagem, Han reflete a respeito da perda de valor material do corpo:

“A coação expositiva leva à alienação do próprio corpo, coisificado e transformado em objeto expositivo, que deve ser otimizado. Já não é possível *morar* nele, sendo necessário, então, *expô-lo* e, assim, *explorá-lo*. Exposição é exploração, e seu imperativo aniquila o próprio *morar*. Quando o próprio mundo se transforma em espaço de exposição, já não é possível o *habitar*, que cede lugar à propaganda, com o objetivo de incrementar o capital da atenção do público. Habitar significa originariamente “estar satisfeito, estar em paz, permanecer onde se está”.”(HAN, 2017, p.17)

O corpo então passa a ser o objeto da imagem na construção da narrativa, o tema do “eu” no qual o resto se desenvolve como cenário ou situação ao redor do “eu”. Ao mesmo tempo, o corpo como objeto é passível de otimização dentro da lógica mercadológica, sua atualização é atrelada às tendências e por assim dizer à concorrência, que entende-se aqui como os outros que competem com este por atenção. O correto está sendo ditado pelo outro, que ao mesmo tempo é “eu”, e reforçado pelo algoritmo; a otimização é ditada pelo que está sendo

vendido, consumido, e por isso o "eu" não encontra estado satisfatório e depende da comparação.

Tal comparação é pautada na concorrência e no outro, não segue o caminho de uma autorreflexão, ou uma autocrítica. E nem poderia ser, pois, ao alimentar a existência virtual, o mais próximo que se chega é da representação e a representação é construída, refletiva, ilustrada ou projetada, mas ela não é o objeto. Han ressalta justamente a respeito da aparência na sociedade expositiva:

“O valor expositivo depende sobretudo da bela aparência. Assim, a coação por exposição gera uma coação por beleza e por fitness; a “operação beleza” tem como objetivo maximizar o valor expositivo. Nesse sentido, os paradigmas atuais não transmitem qualquer valor interior, mas medidas exteriores, às quais se procura corresponder, mesmo que às vezes seja necessário lançar mão de recursos violentos. O imperativo expositivo leva a uma absolutização do visível e do exterior. O invisível não existe, pois não possui valor expositivo algum, não chama a atenção.”
(HAN, 2017, p.17)

O corpo, e não apenas, se tornou objeto de "imagitificação" que deve ser otimizado. Tudo que existe na plataforma, existe para a plataforma. E as pessoas, usuários, que se destacam ao engajar mais atenção tornam-se celebridades, ao ponto de migrarem para outras mídias e passarem a exercer outras vocações que não a de *influencers*. É um processo que possui dinâmicas similares, porém de forma invertida ao que acontecia na produção audiovisual do século 20, de mídia de massa: antes as celebridades possuíam uma ocupação que não a de celebridades, eram artistas de diversos meios, música, cinema, etc, ou pessoas influentes em seu campo de atuação, como alguns dos apresentadores de televisão, e por terem visibilidade tornaram-se figuras objetificadas passíveis de propaganda. Nas redes sociais o processo se inverte, as pessoas criam suas existências imagéticas a fim de se tornarem agentes de propaganda. A existência virtual nas redes sociais é pautada por sua possibilidade de capitalização.

As pessoas querem participar da imagem

Em 2014, o Centro Cultural Banco do Brasil de Brasília recebeu a mostra “Obsessão Infinita”, da artista japonesa Yayoi Kusama, que atraiu em média 8.000 pessoas por dia. Batendo um recorde de visitas, assim elevando ele ao 38º museu mais visitado no mundo aquele ano. Quando questionado a respeito do sucesso de visita, o Centro Cultural transparece a consciência do envolvimento do público na produção de imagens a serem publicadas nas redes sociais:

“O Centro Cultural Banco do Brasil acredita que um dos principais motivos para o recorde de visitantes à galeria da artista plástica japonesa deve-se ao sucesso das redes sociais. De acordo com o CCBB, as fotos conhecidas como "selfies" dos visitantes nas salas das exposições divulgadas no Facebook e Instagram teriam aumentado a curiosidade dos brasilienses em conhecer a exposição.”¹¹

Porém, o volume de público para a exposição gerou filas que demandaram muitos minutos e fruição com tempo limitado dentro das instalações *Infinity Mirror Room - Phalli's Field* (Sala do Espelho Infinito – Campo de Falos), de 1965, e *Infinity Mirrored Room – Filled with the Brilliance of Life* [Sala de espelhos do infinito – Cheia com o brilho da vida], de 2011. Ambas obras são instalações cujas paredes são espelhadas, criando imagens infinitas a partir dos reflexos simultâneos, obras extremamente imersivas que foram domesticadas por um tempo limite de estadia dentro e pelo volume de pessoas que entravam em conjunto, devido à demanda de visitantes. Porém, não era esperado que houvesse resistência às regras impostas pelo museu, a obra havia sido amplamente fotografada e exposta nas redes sociais, como foi declarado, porém não parece haver sido a curiosidade que atraiu as pessoas para o museu, mas o desejo de fazer a mesma fotografia.

A *Sala de espelhos do infinito – Campo de Falos* é da década de 60, muito antes da possibilidade da geração de imagens espontâneas, é uma sala

¹¹ Exposição de arte com bolinhas em Brasília tem recorde de visitas. R7, 2014. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/brasil/exposicao-de-arte-com-bolinhas-em-brasil-tem-recorde-de-visitas-23082021>>. Acesso em: 28/10/2021

iluminada com objetos fálcos que recobrem o piso e são espelhados infinitamente devido ao jogo de espelhos, utilizado pela própria artista para fotografias performáticas:



Figura 3 - Yayoi Kusama posando dentro da instalação.

Fonte: <https://ccbb.com.br/wp-content/uploads/2021/07/YayoiKusama.pdf>

Porém, com o advento da fotografia digital e as redes sociais, a revisitação a essa obra gerou uma obsessão por se registrar dentro da instalação devido ao seu caráter Instagramável, o que em algum nível não deixa de ser performático. O

que não parece muito lógico, visto que uma obra de conteúdo erótico, potencialmente sexual, contendo “falos” no nome, haver sido tão aceita à ponto de ser divulgada extensamente na internet, em uma sociedade conservadora na qual a sexualidade, ainda, é um tema tabu e na qual há necessidade urgente de debates a respeito de pautas feministas. Assumindo esse contexto, uma das suposições para que essa obra tenha sido um sucesso de visitação e suas imagens, um sucesso de visualizações, é que as pessoas não faziam idéia de nada sobre a obra, inclusive, talvez, nem a viram e o campo infinito de falos foi completamente apagado diante da pose para a foto.

O público em si estava totalmente acomodado com a espera de minutos na fila para tirar a foto perfeita diante de um espelho, a obra em si já não importava. As instalações seguintes da série *Sala de Espelhos Infinitos* passaram a ser mais escuras com objetos brilhantes, o que não facilita as fotografias feitas dentro da obra. Mesmo assim o caráter contemplativo, existencialista e a demanda de demora da obra foram totalmente sacrificados em prol da aquisição de um autorretrato dentro da obra.

Todo esse cenário é assustador. A obra *Cheia de brilho de vida* (2011) fazia parte da mostra no CCBB: uma sala escura que reflete vários pontos luminosos, entendida como uma obra a refletir o tempo, a imensidão, o infinito, a existência em si e seu fim, além das experiências pessoais de Kusama a respeito de psicopatologias. Estas, contudo, esvaziam-se completamente em uma obsessão por uma produção infinita das mesmas imagens. E, no catálogo da exposição, discorre-se a respeito dessa interpretação proposta da obra:

“No entanto, paradoxalmente, é o campo infinito de imagens refletidas que expressa mais claramente seu senso profundo da perda do Self. Da mesma forma, o desejo de desaparecer completamente é, na realidade, uma proposta para restaurar um senso de identidade e significância para um Self instável e inseguro. Desta perspectiva, a ameaça suicida recorrente, em lugar de um impulso que a artista poderia verdadeiramente concretizar, é, na verdade, uma forma de se reassegurar de que está viva, um ato falado que contradiz o sentimento torturante de que já está emocionalmente morta. Como alguém que se olha no espelho para confirmar se ainda está lá, sua necessidade de reconhecimento e aceitação se origina da mesma necessidade de

afirmar que ainda existe, mesmo se isto for apenas uma ideia ou imagem na mente das pessoas.” (CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL, 2014, p. 82)

O espaço expositivo do museu, dentro de suas características, passa a compreender que o público está experienciando e entendendo o objeto de arte e o espaço de outra forma, por meio da internet. E, ao assumir o uso do virtual, é de se esperar a indagação do como se dá a existência do objeto de arte no virtual. Quando as pessoas passam a visitar os museus para tirarem fotografias bonitas em mímeses a outras fotografias bonitas feitas em museus, a proposta inicial do espaço se perde em detrimento de um novo espaço que proporciona possibilidades de se fazer imagens bonitas. A obra de arte como imagem dá lugar à obra de arte como artifício de outra imagem em potencial, uma imagem construída pelo público e exposta nas redes sociais. Por exemplo, as esculturas tridimensionais, ditadas pela matéria e pelo espaço, são desafiadoras para os fotógrafos, logo não funcionam tão bem na lógica do Instagramável. Por outro lado, como foi o caso das obras de Kusama, a instalação corre sempre o risco de servir como dispositivo passível de ser fotografado, visto que as instalações operam como espaço e por isso tendem a ser mais fotogênicas. Essa lógica é a de produção quase incessante de imagens em massa, o desafiador exige tempo, análise e observação, aspectos que não permeiam o campo da rede social, e correm o risco de se perder nas exposições de arte.

Em contrapartida, pinturas em grande formato, mesmo que com caráter mais próximo do bidimensional e do plano, são extremamente bem-vindas nas redes sociais, justamente pela característica física de ambas linguagens (nesse caso a fotografia), já que é mais fácil de planificar, fotografar, algo que já é quase plano, a pintura. E como a pintura passa a ser entendida pelo olho como plano, a partir da mediação da fotografia digital, seu lugar passa a ser o de fundo. A pintura exposta no Instagram é retratada não apenas como um objeto ao fundo, mas como plano de fundo, como cenário e, mais além, funciona como uma moldura, algo que existe apenas para valorizar a figura central, que é o usuário. Assim a pintura perde seu estatuto de objeto e passa a funcionar como adereço, disposta ali para valorizar a outra figura central que é o usuário, muitas vezes representado em frente à pintura.

O Centro Cultural Banco do Brasil, de Brasília, mesmo antes do fenômeno do Instagram, já assumia conhecimento do poder da possível imagem digital nas redes sociais e já investia em um ambiente interativo que possibilita produzir imagens divertidas que conversavam com a mostra, o que a princípio é uma estratégia lúdica interessante, pois aproxima as pessoas do conceito da exposição. Em 2010 o CCBB Brasília apresentou a mostra “O Mundo Mágico de Escher, cujo catálogo disponível online desenvolve brevemente o objetivo da instalação:

“Mas, além disso, a exposição evidencia os efeitos e as consequências de alguns fenômenos de espelhamento, perspectiva e matemática em diversas instalações interativas e lúdicas. Assim, a exposição traz insights novos, tanto para um público mais envolvido com a história da arte quanto para o público leigo.” (CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL, 2010, p. 7)

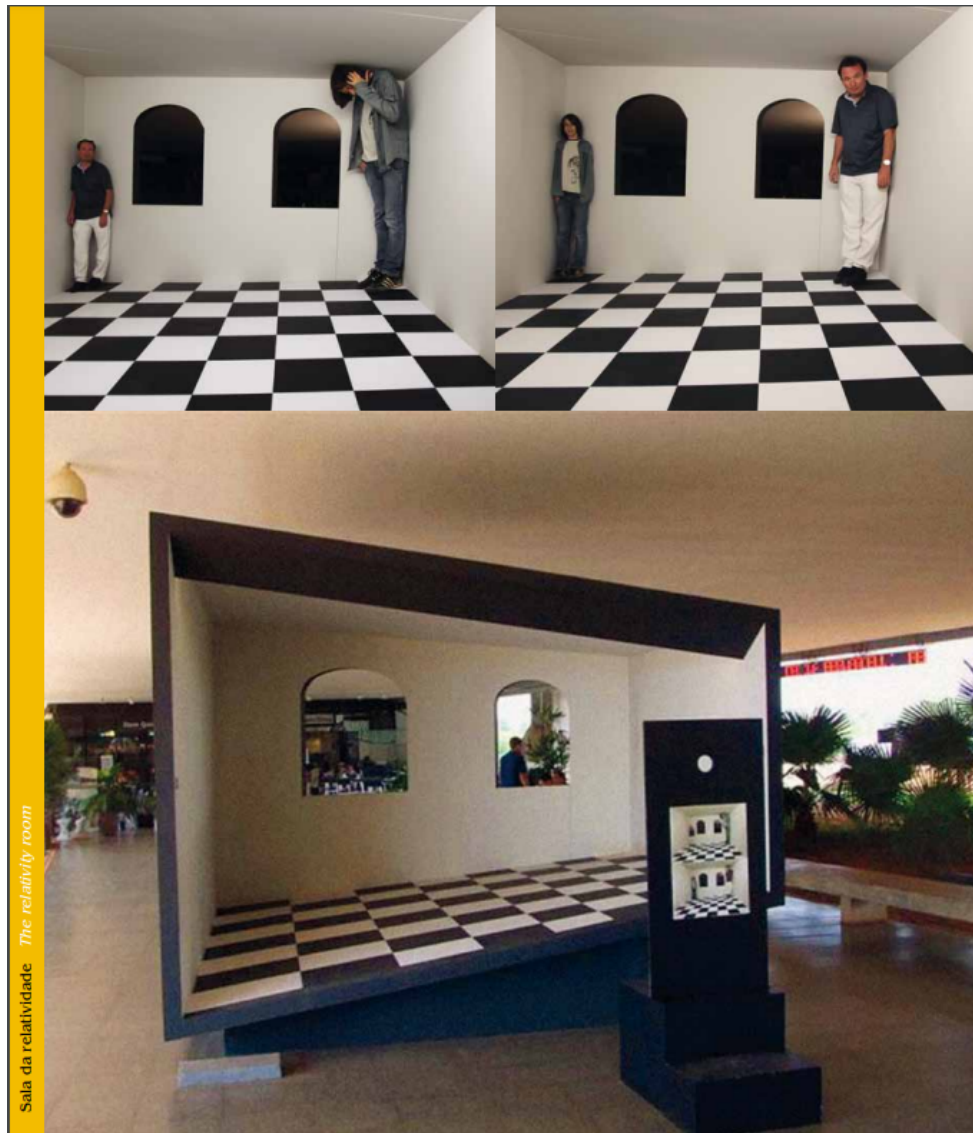


Figura 4: Cenário montado na exposição sobre Escher no CCBB de Brasília.

Fonte: <https://www.bb.com.br/docs/portal/ccbb/Escher.pdf>

No contexto atual esse tipo de estratégia vem recebendo o nome de *Instagram traps*¹², pois já é entendido que as imagens serão disponibilizadas na rede social. E estão sendo cada vez mais recorrentes nos espaços expositivos, a fim de fomentar a presença de público nas exposições, o que não é de todo negativo, à medida que esses espaços culturais tendem a ter um público não apenas específico, mas muito restrito. O incômodo real é como os agentes das instituições artísticas estão recebendo essas pessoas que procuram os museus e galerias apenas para gerar imagens para as redes sociais, os programas

¹² VOX. **How "Instagram traps" are changing art museums.** Youtube, 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Qx_r-dP22Ps> Acesso em: 17/11/2021

educativos e mediações não parecem suficientes para restabelecer a experiência diante da presença das obras de arte, diante, por exemplo, de um fluxo de pessoas como observado em 2014 na exposição de Yayoi Kusama. O que sobressalta continua sendo a lógica da propaganda.

Outro exemplo é a solução apresentada pela Neue Gallery, de Nova York, onde são permitidas as fotografias no piso térreo, composto por um café, uma joalheria e uma livraria, e no piso subsolo onde ficam os banheiros, ou seja, a política de visitação impede que as galerias sejam fotografadas. A solução foi disponibilizar uma reprodução de obra no primeiro piso e a própria conta do Instagram da galeria já reforçou positivamente o fenômeno das *selfies*:



Figura 5 - Captura de tela de publicação do museu Neue Galerie no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/B2rH0rUlwel/>

E talvez a obra se perca em meio à imagem de uma reprodução da obra. Dentre os motivos para limitar a fotografia nas galerias, pode estar a exposição de certos componentes das pinturas ao feixe de luz do flash, porém isso poderia ser

solucionado com avisos e reforços para se fazer apenas fotografias sem flash. Ou talvez se trate da tentativa de preservar o aqui e agora da pintura, ao preservar o original de sua reprodução. Mas, ao fazer isso, ao mesmo tempo que disponibiliza uma reprodução e encoraja que esta seja usada em selfies, não estaria a galeria sacrificando o aqui e agora da obra, a fim de alcançar divulgação nas redes sociais?

A “áura”, o aqui e agora, definido por Benjamin, se perde na exposição da reprodução. Porque as pessoas reagem à reprodução exposta na galeria como se a mesma fosse a original, porém não são iguais em materialidade; mas, para o público imerso na sociedade expositiva, servem ao mesmo propósito, e a obra original portadora de aura se perde na experiência de gerar imagem. Por isso que quando a galeria reposta uma fotografia de seus visitantes, na posição de usuários da rede social, ela é questionada a respeito da política de fotografia nas galerias:



Figura 6 - Captura de tela de comentário em publicação.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/B2rH0rUlwel/>

No momento em que a conta da galeria na rede social assume que as imagens produzidas a partir da reprodução suprem uma demanda imposta pelas próprias políticas da galeria, ela aprova o caráter de legitimidade da reprodução. A confusão causada nos visitantes que usam o Instagram segue a seguinte lógica: a conta oficial da galeria possui acesso ao original e fotografias exclusivas dele, aos visitantes não é permitido produzir imagens contendo o original, a conta da galeria posta uma foto contendo a imagem da obra e uma visitante na mesma

fotografia, obviamente com intuito de reforçar a divulgação do espaço na rede social, mas assumindo a responsabilidade e a consciência de que ao privar os visitantes de fotografarem o original, uma *Instagram Trap* deveria ser providenciada para satisfazer essa demanda, e ao postarem essa imagem legitimam que a reprodução serve ao mesmo propósito que a original. Logo, para o público habituado com as redes sociais, a reprodução e a obra não são diferentes.

A confusão não é apenas esperada, mas foi prevista. Baudrillard observou a mesma dinâmica na caverna de Lascaux:

“Da mesma forma, com o pretexto de preservar o original, proibiu-se que os visitantes entrassem nas cavernas de Lascaux, porém uma réplica exata foi construída a quinhentos metros das mesmas, para que todos pudessem vê-las (alguém vê através de um olho mágico parte da caverna autêntica, e então visita o todo reconstituído). É possível que a memória das grutas originais esteja gravada nas mentes das gerações futuras, mas a partir de agora não há mais qualquer diferença: a duplicação é suficiente para tornar ambos artificiais.”

Se ambas reproduções são passíveis de legitimação, no que tange à experiência, por agentes responsáveis por essas mesmas obras, isso significa que nenhuma delas é a original, porque essa se perdeu e seu sentido se esvaziou. Se a obra de arte é um objeto intrinsecamente ligado à experiência, no momento que se afirma que o objeto pode ser substituído por uma reprodução, esvazia-se o sentido do objeto de arte. A original deixa de existir pois, em valor, ela é igual à reprodução.

Seleções

Artistas, na realidade, vários profissionais, vêm utilizando o Instagram como uma ferramenta que permite explorar algo entre um portfólio e uma galeria própria para exibir suas obras.¹³ Porém, mesmo com a autonomia proporcionada

¹³ THE ART ASSIGNMENT. **Is Instagram Changing Art?** Youtube, 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eb0i070d3fA>> Acesso em: 17/11/2021.

pela plataforma, o algoritmo privilegia certas imagens em detrimento de outras. Algumas obras terão um alcance menor por suas características formais em comparação com outras obras que preenchem de forma satisfatória os critérios elaboradas pelo algoritmo a partir do que está sendo consumido pelos outros usuários; ou seja, os artistas e obras que estão ganhando visibilidade (entenda-se: oportunidade e espaço) estão passando por algum tipo de aprovação estabelecida por uma máquina que reflete o que um público leigo encontra tolerável e passível de atenção. O algoritmo uniformiza e passa a ditar as referências e as conexões entre agentes da arte no que é visto como mais confortável à plataforma. Além de toda presença do “eu” e da figuração do corpo na imagem, a plataforma sugere que o artista não seja separado da obra em certa escala.

Essas galerias de si podem ser entendidas como a página da pessoa onde são mantidas públicas suas postagens. O *feed* muitas vezes (e isso não necessariamente limita-se às contas de pessoas artistas) apresenta certa uniformidade, seja na tentativa ativa de um desenvolvimento de uma identidade visual, ou no acúmulo espontâneo e inconsciente de imagens viciadas em um tipo específico de composição, pose, enquadramento, etc. E, por se apresentar como um movimento compulsório, extrapola para outras seções dentro da plataforma, como no *feed*, disponibilizando as publicações dos usuários seguidos, as páginas das *tags*, as abas de vídeo, todas as ferramentas de interação passam a ser curadas pelo algoritmo da plataforma na tentativa de criar uma personalização de conteúdo individual que gera apenas um monólogo visual.

O espaço de galeria, normalmente, demanda uma curadoria, uma mediação que se propõe a criar um diálogo entre imagens que se associam entre si, ou seja, dependem uma das outras para dar continuidade a uma mensagem maior. Por assim dizer, o que está presente em uma conecta-a com as demais, no entanto o que não está presente dentro delas em relação às outras é o que permite a construção de um diálogo, e por consequência um sentido em toda a exposição ou acervo, experiência que habita as galerias. Quando todas as imagens se tornam uniformes e planas, a consequência será uma mensagem que está sendo constantemente repetida, sem dizer muito, levando a uma alienação, afinal as tendências que viralizam acabam sendo as mesmas, onde apenas os

detalhes suficientemente insignificantes aparentam mudar, incluindo a própria figura humana.

Porém, há perfis que operam sim dentro da lógica de um espaço de exposição, e também como divulgação e compartilhamento visual. São contas, assim como *insta_repeat*, cujos administradores se mantêm anônimos e alimentam a página com imagens que permeiam um mesmo tema ou norte e falam o mesmo vocabulário. É o caso, por exemplo, da conta *handpaintedbrazil* no Instagram, que seleciona e compartilha imagens de pinturas em muros:

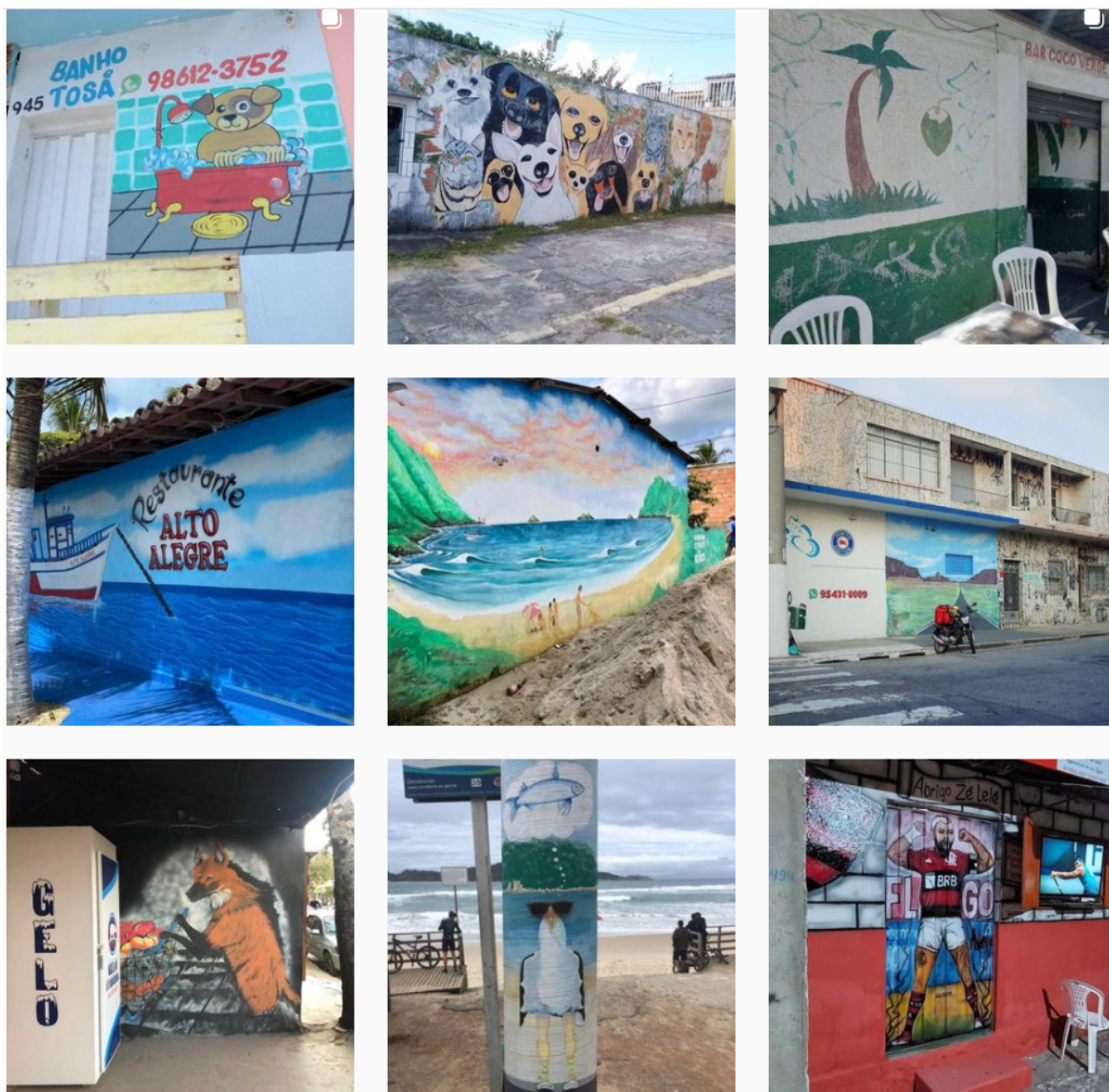


Figura 7 - Captura de tela do *feed* de fotos da conta *handpaintedbrazil* no Instagram. Fonte: <https://www.instagram.com/handpaintedbrazil/>

A conta compartilha imagens que são selecionadas pela administradora a partir de submissões feitas. Essas imagens são publicadas com o local da fotografia e a pessoa que fez o registro, como mostra a postagem a seguir:



Figura 8 - Captura de tela de publicação da conta handpaintedbrazil no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CSxsDwgHufq/>

Outras contas operam da mesma forma, onde há um administrador e a página é alimentada pela colaboração de seguidores. Talvez nessas contas tenham sido restaurados os conceitos de compartilhamento de fotos, onde não apenas a galeria funciona como uma galeria, mas há também a interação entre os usuários, e o reconhecimento dos usuários como administradores e fotógrafos de forma definida. E existem outras contas com esse caráter de desenvolvimento de uma pesquisa visual a respeito de um tema, tal é o caso da conta *_false_face*, que é administrada por um artista que confecciona máscaras, porém não usa da conta para necessariamente divulgar o próprio trabalho e sim para compartilhar suas imagens de referência, creditando as obras compartilhadas:

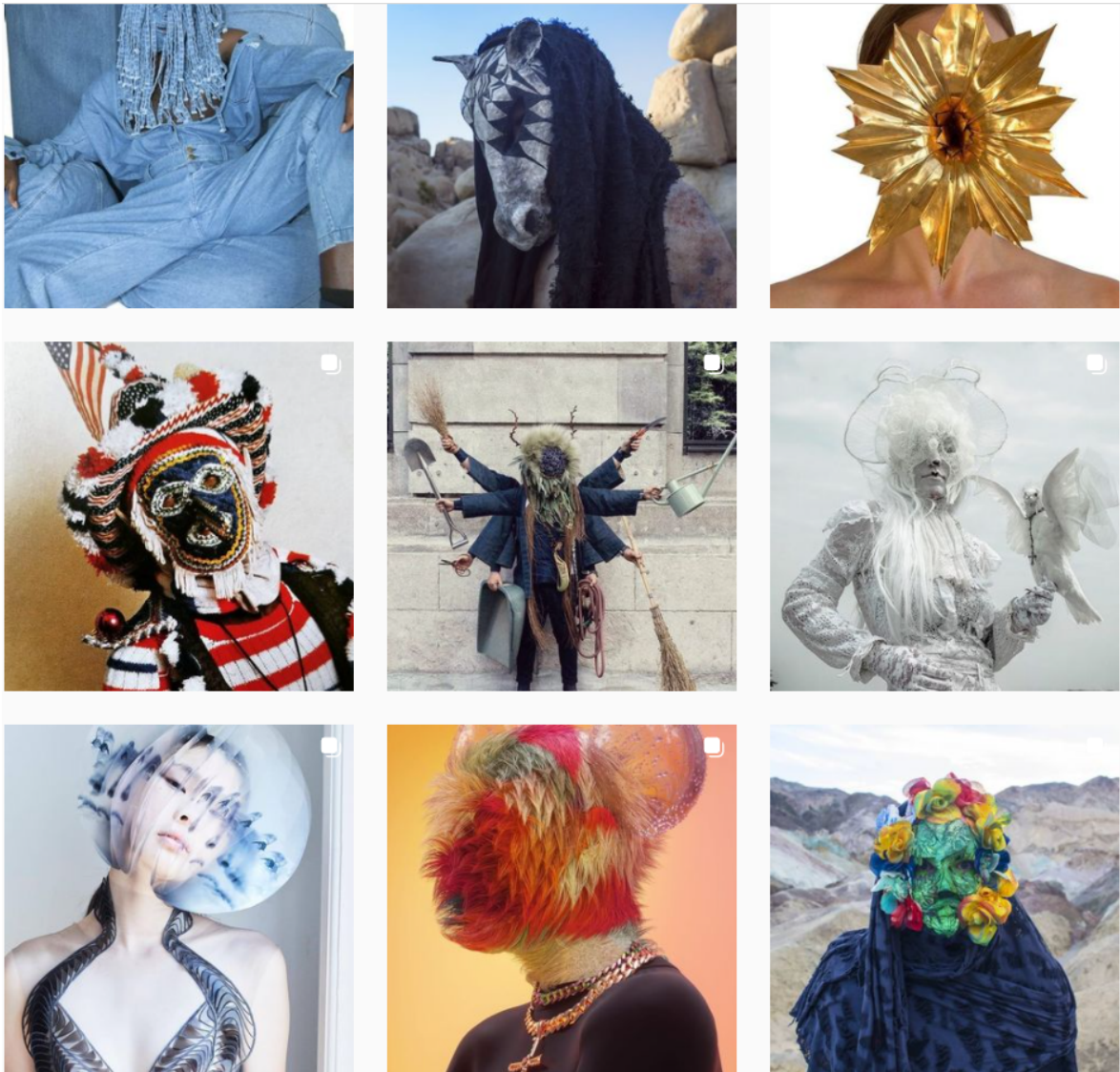


Figura 9 - Captura de tela do feed de fotos da conta *_false_face* no Instagram.

Fonte: https://www.instagram.com/_false_face/

E com esse aspecto mais pedagógico e de divulgação de referências existem contas como “*nihonkosho*”, uma loja de livros antigos japoneses cuja página no Instagram é alimentada com imagens dos livros, contendo xilogravuras e *designs* japoneses tradicionais:



Figura 10 - Captura de tela do *feed* de fotos da conta nihokosho no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/nihonkosho/>

As publicações são feitas com informações a respeito das imagens publicadas, como a obra em si, sobre o que se trata, período ou data de publicação, entre outras, como mostra a imagem abaixo:



Figura 11 - Captura de tela de publicação da conta nihonkosho no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CREk5xnrnWW/>

Outras contas exibem imagens, como as da *handpaintedbrazil*, porém mais desuniformes no que diz respeito à composição e etc, seguindo o tema norteador mas de forma mais flexível na forma de registro. Este é o caso da artista Ayako Murata, que compartilha no seu perfil uma catalogação de fotografias de “jardins de rua e plantas crescendo em meio urbano” :

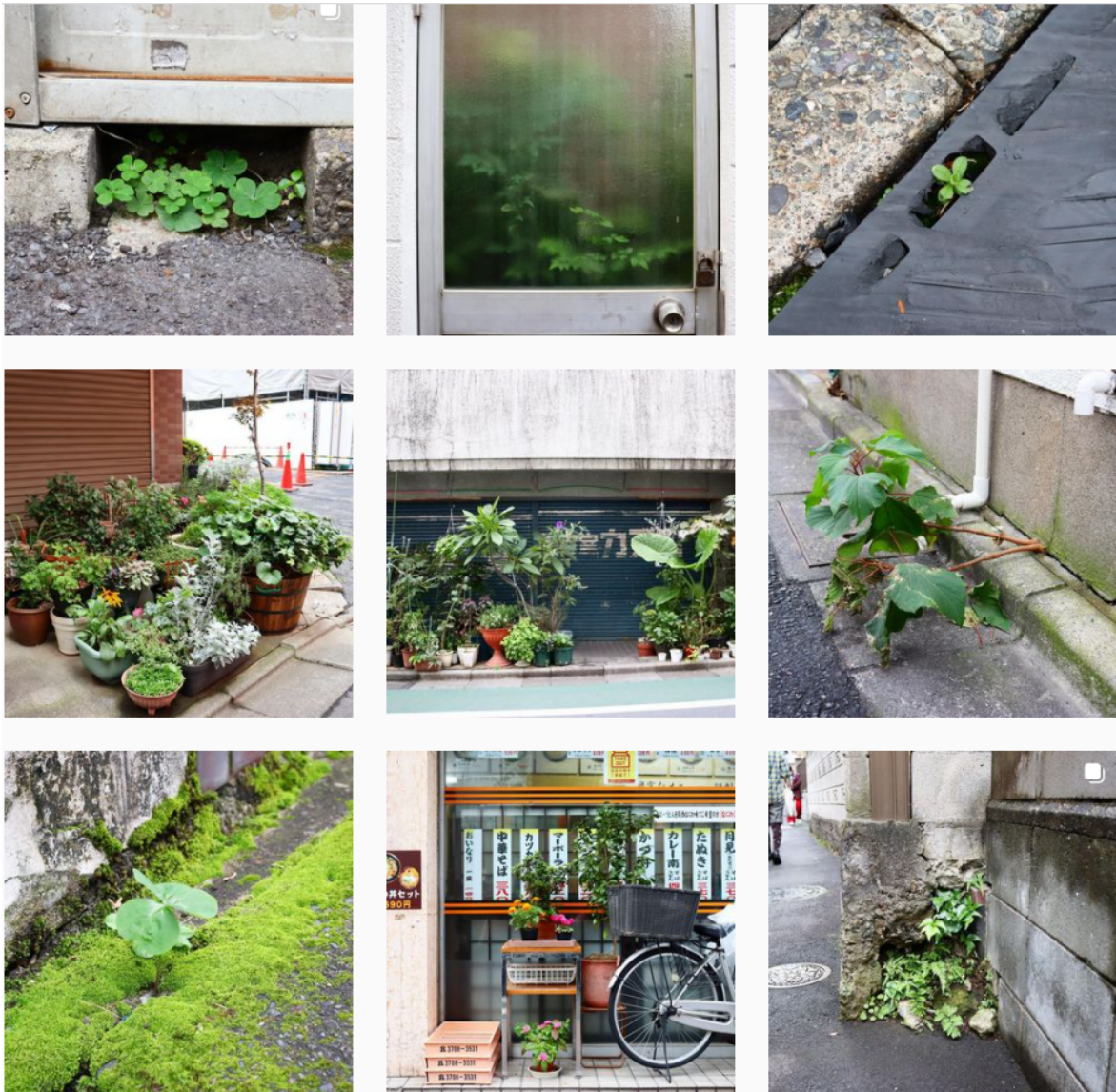


Figura 12 - Captura de tela do feed de fotos da conta botaworks no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/botaworks/>

A importância de ressaltar esses perfis é que se utilizam da lógica de galeria e espaço expositivo para ressignificar, de forma contraditória, o que é o espaço da galeria do Instagram e as diversas formas de se realmente compartilhar fotografias, seja com nuances mais didáticas, pedagógicas, metodológicas ou caráter de registros. O que essas contas possuem em comum apesar de suas estratégias expositivas distintas, é que seus administradores permanecem em um tipo de anonimato, o seu espaço expositivo não é contaminado pelo “eu” e o conteúdo produzido não depende de uma

personificação, o assunto se basta em si.

Isso permite a criação de narrativas e diálogos que falam sobre um tema em comum, mas se expandem em suas diferenças. Já que a figura humana, mesmo que presente, se dá em outra lógica, a pessoa do administrador da conta está ausente e o que resta é a liberdade de criação que independe da lógica da propaganda de si e do movimento narcísico. Além da possibilidade da criação de comunidades que não estão necessariamente interessadas em algo para além do conteúdo das fotos, a ausência do uso de estratégias para se encaixar no algoritmo permite de forma menos poluída não apenas o compartilhamento das imagens, mas também a conexão e o engajamento real entre os usuários interessados.

Tempo e atenção

Em Janeiro de 2019, a companhia responsável pelo Instagram relatou 500 milhões de usuários ativos no uso da ferramenta de *Stories*. No site da plataforma encoraja-se o uso da ferramenta para compartilhar os momentos do dia a dia, no caso há possibilidade do uso da ferramenta com o acesso à câmera do celular e a publicação quase instantânea do conteúdo (vídeo ou fotografia), as imagens são disponibilizadas por um período de 24 horas. Há possibilidades de recursos de edição como texto, gifs, figurinhas, música, *zoom* e um *preset* de acelerar e reverter o vídeo, conhecido como *boomerang*, para personalizar a postagem. Além de ferramentas de engajamento como perguntas, quizzes, testes e entrada no *messenger*, que podem ser adicionadas, a plataforma computa as interações realizadas entre o usuário e os seguidores. Para manter os *stories* públicos por tempo indeterminado, estes podem ser adicionados em uma ferramenta chamada destaques.

A situação atual da rede social tem priorizado o compartilhamento de vídeos. O vídeo normalmente se refere a uma mídia audiovisual que combina imagem e som. O som em si é uma propagação, uma onda, em um gráfico podemos observar que a onda ocupa dois eixos, no caso o espaço e o tempo,

logo pode-se assumir que possui uma duração potencialmente independente do ouvinte. Dito isto, nos resta o vídeo que é entendido como uma sucessão de imagens, que podem ou não dar impressão de movimento, se é uma sucessão isso também implica o tempo de exibição.

A música e o *podcast*, produtos em alta nas plataformas de *streaming*, demandam dos ouvintes que eles sejam no mínimo o que se é proposto, ouvintes. Ambas as linguagens se tornaram aliadas da faxina ou companhia durante o trabalho, quando se é demandado tarefas que exigem atenção visual, ou não, como a atividade física. O entretenimento para muitos muda de estatuto quando seu consumo passa a ser atrelado à outra atividade. Assim, os meios das mídias mais visuais, tal qual o Instagram, Facebook ou Twitter, tendem a ser empilhados em abas abertas em segundo plano no navegador, deixadas para um depois que talvez nunca chegará.

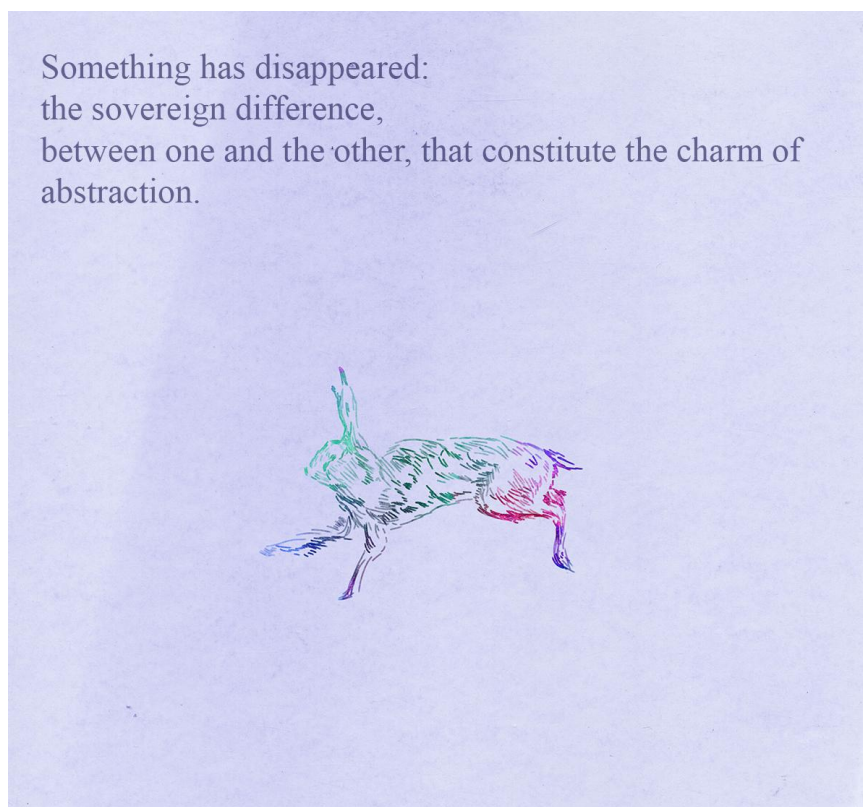
De alguma forma, os *stories* passam uma idéia de espontaneidade, do aqui e agora. Porém é totalmente possível gravar um vídeo e publicá-lo depois, ou seja existe uma noção de temporalidade que me parece estranha, como se as pessoas passassem a assumir que o que está sendo publicado ali é um acontecimento dentro desse prazo de 24 horas, inclusive após a publicação é possível acompanhar os minutos e horas desde que essa imagem foi postada. A combinação desses fatores: a contagem de tempo limite para visualização e percorrido desde a sua publicação, somados ao próprio design da plataforma que abre a sua câmera quando você acessa a ferramenta em si, cria uma ilusão de instantaneidade, o que de alguma forma intensifica o caráter aparentemente documental e atestado de veracidade dessas imagens, como se elas habitassem entre o “registrado” e o “transmitido ao vivo”.

Logo, a linguagem do vídeo se torna desafiadora, pois demanda atenção visual e auditiva. As duas narrativas se fundem em uma só, não apenas se completam, mas existem como um todo em sua expressão. Por isso o vídeo aparenta ser uma linguagem complicada atualmente, pois seu consumo depende de um nível de consciência e empatia da pessoa ou grupo que está produzindo o vídeo para com um público que não está mais experienciando as linguagens da mesma forma. Me parece que o tempo é a variável mais relevante no contexto das redes sociais e do consumo imediato. Existe uma valorização no poder de síntese que permeia a ideia de não poder perder tempo.

Oficinas

Por isso, a produção do vídeo aparenta ser adequada para trabalhar o incômodo inicial: se a plataforma define o que vemos, quando vemos, por quanto tempo vemos e como vemos, o ato de fazer um vídeo restabelece um controle ao seu produtor em relação à duração, ao que mostrar (quando dentro dessa duração, em que ordem) e como montar esse conteúdo para se adequar ao que é ouvido, e em relação às variáveis presentes na produção sonora. O entendimento e construção desse tipo de trabalho possui muitas variáveis e aparentemente possuir um mínimo de controle e domínio desses aspectos pode ser usado para restabelecer a agência do “criador de conteúdo”.

Tendo em mente as dinâmicas das plataformas e as mudanças de interpretação e experiência que as imagens digitais nas redes sociais têm proporcionado, foi produzida uma pequena animação¹⁴:



¹⁴ DALBONE, Helena. **Vulpes&Leporidae.mp4**. 2021 <https://www.instagram.com/p/CV1x3prlBBI/>
Acesso em: 11/11/2021

Figura 13 - Fotograma. Fonte: Criação da autora.

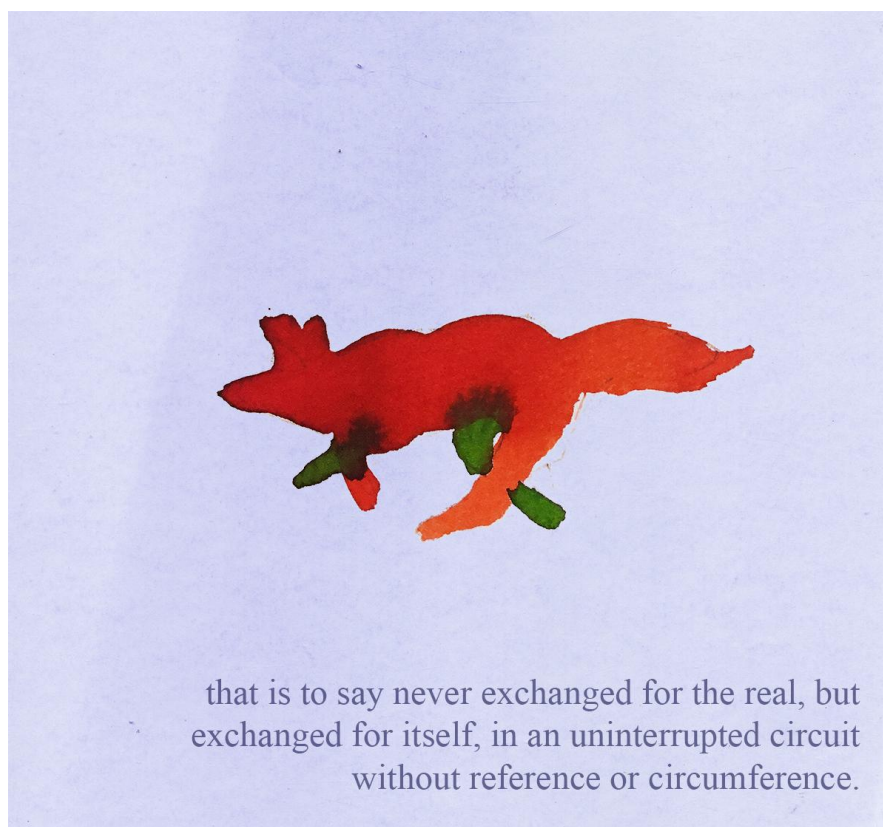


Figura 14 - Fotograma. Fonte: Criação da autora.

O trabalho em si é uma sequência de imagens produzidas individualmente que ao serem colocadas em sequência criam a ilusão de movimento, porém todo o processo de desenhar uma a uma exige atenção e concentração na referência para conseguir acompanhar a sequência de posições e mimetizar o movimento. Todo esse processo de desenhar e entender um antes, conceber um agora e antecipar um depois é repetido no número de frames satisfatórios para criar a ilusão. E é justamente nesse processo que se almeja alcançar o entendimento que as imagens, mesmo que em situações complexas como o vídeo, são construídas.

O exercício desse tipo de construção da imagem provoca uma mudança de estado de consciência e agência, em dado momento é possível perceber a construção da imagem através da sua artificialidade, criando assim uma representação de algo no decurso de um tempo.

Boa parte dessas imagens foram digitalizadas a partir de figuras criadas mecanicamente, sofrendo transformações durante a transição para o virtual.

Experiências em processos simples possibilitam uma abertura para a reflexão da maleabilidade da existência virtual, pois esses experimentos com o processo de criação e manipulação da imagem, de preferência sem instrumentos mediadores como câmeras, desconstruem a naturalização que as redes sociais representam.

Como produzir, não *stories*, mas sim presença:

A partir dessa animação foi idealizada uma oficina a fim de desconstruir a ilusão de movimento e tempo de forma analógica. Se, em 2021, o vídeo se tornou extremamente presente em nossas vidas, sua história é perpassada pelo advento do cinema e pelos brinquedos ópticos.

Para a oficina, um primeiro brinquedo poderá ser proposto não apenas por facilitar a compreensão da relação do olho com a imagem, mas também por sua simplicidade no que tange a sua confecção: o taumatrópio. A parte mais importante do taumatrópio é o suporte em papel, é sugerido que seja em forma de círculo, de preferência com uma gramatura mais alta que o sulfite, barbante, tesoura, régua e materiais de desenho.

Como fazer: deverão ser utilizados ambos os lados do papel, em uma das faces é desenhada parte da imagem e na outra face o que a completaria. Uma sugestão para o desenho: boa parte dos taumatrópios brincam com o elemento surpresa de se fundir as duas imagens ou se apropriam do efeito de “pisca” na hora de pensar nas imagens, e assim se podem apropriar de características da proposta que componham uma narrativa.

Um exemplo é um cachorro latindo, em uma face e, na outra, um gato assustado:



Figura 15 - Taumatrópio frente. Fonte:

<https://dickbalzer.tumblr.com/post/119507714013/thaumatrope-great-britain-1828>



Figura 16 - Taumatrópio verso. Fonte:

<https://dickbalzer.tumblr.com/post/119507714013/thaumatrope-great-britain-1828>

Inclusive, essas imagens ilustram o próximo passo, haverá um eixo horizontal pelo qual o disco de papel irá rotacionar propositalmente. Há de se fazer atenção para que os desenhos não fiquem de cabeça para baixo em relação um ao outro. Para possibilitar essa rotação dois furos devem ser feitos próximos ao limite da forma e passando pelo centro da circunferência. Em cada um desses

furos um barbante é passado e amarrado para sustentar o taumatrópio, e ao girar ambos cordões pelos dedos, a torção tensiona os fios que fazem o círculo girar, sobrepondo as faces e completando a imagem. Assim será possível ver que o gato está assustado com o latido do cachorro e o cachorro está latindo por causa do gato, a pequena narrativa e mistério se resolvem.

Uma observação sobre o taumatrópio: uma alternativa ao barbante é utilizar um palito de churrasco como eixo vertical, para que o palito não fique exposto é melhor usar dois círculos de papel com intuito de serem colados com o palito no meio.

Após esse exercício, outro brinquedo, um pouco mais complexo, poderá ser introduzido, o fenacístoscópio. Para a confecção do fenacístoscópio os materiais necessários serão: um papel (rígido), tesoura, régua, taxinha, uma rolha (ou outro material como borracha), palito de churrasco e materiais de desenho.

O primeiro passo para o fenacístoscópio é definir o número de fotogramas, o mínimo sugerido é 8, mas quanto mais a circunferência suportar melhor, como por exemplo 16. Então o ideal é planejar primeiro o tamanho do diâmetro do fenacístoscópio para depois perceber o quão detalhados serão os fotogramas. Outro ponto importante a ser delimitado é que para um melhor resultado, os fotogramas devem possuir forma e tamanho parecidos, como uma circunferência possui 360 graus, o ideal é dividir essa circunferência em frações simples, como por exemplo, 360 dividido por 8 é 45, cada fotograma vai ocupar um ângulo de 45 graus a partir do centro; se o número de fotogramas for 12, o ângulo será de 30 graus e o espaço para desenhar será portanto mais estreito.

O segundo passo é desenhar a circunferência, recortar, e dividir em doze partes iguais, por exemplo. A seguir, marque as janelas ou frestas entre os fotogramas, como na imagem a seguir:

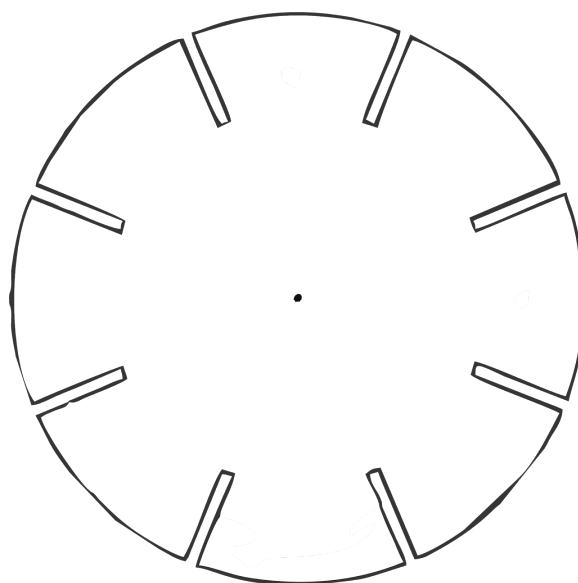


Figura 17 - Modelo para fenacístoscópio. Fonte:

<https://projetoanimateria.blogspot.com/p/fenacistoscopio.html>

As frestas podem ser cortadas antes ou depois de desenhar os quadros, é importante ressaltar que facilita o processo numerar cada fotograma para ter noção do começo, meio e fim. O que é totalmente arbitrário, pois como o objeto irá girar e retornar ao ponto inicial, o caráter cíclico cria a idéia de infinito; então a sequência pode ser pensada em uma forma de, ao final, o conjunto de imagens retornar ao ponto inicial e assim a narrativa não seria interrompida abruptamente. Outro ponto a estar atento é que as imagens devem em geral ser parecidas, com leves diferenças em relação à anterior; é recomendado tomar como referência a anterior para fazer a próxima, ou seja manter detalhes do fotograma 1 e adicionar modificações ao fotograma 2, e atualizar, manter detalhes do fotograma 2 e adicionar modificações ao fotograma 3, criando um encadeamento de mudanças sutis com o passar dos fotogramas.

Após os fotogramas terem sido desenhados e as frestas recortadas, o último passo a ser feito é montar o objeto. Perfure a rolha e encaixe o palito, que vai ficar parecendo um martelo; depois perfure o centro do fenacístoscópio, passe a taxinha pelo furo e prenda-a na rolha. O resultado final deve parecer um cata-vento e o papel deve ficar solto entre a taxinha e a rolha para que possa girar rapidamente. Para obter o resultado da animação será necessário olhar para o reflexo do movimento da circunferência em um espelho através das frestas. Como mostra a figura abaixo:

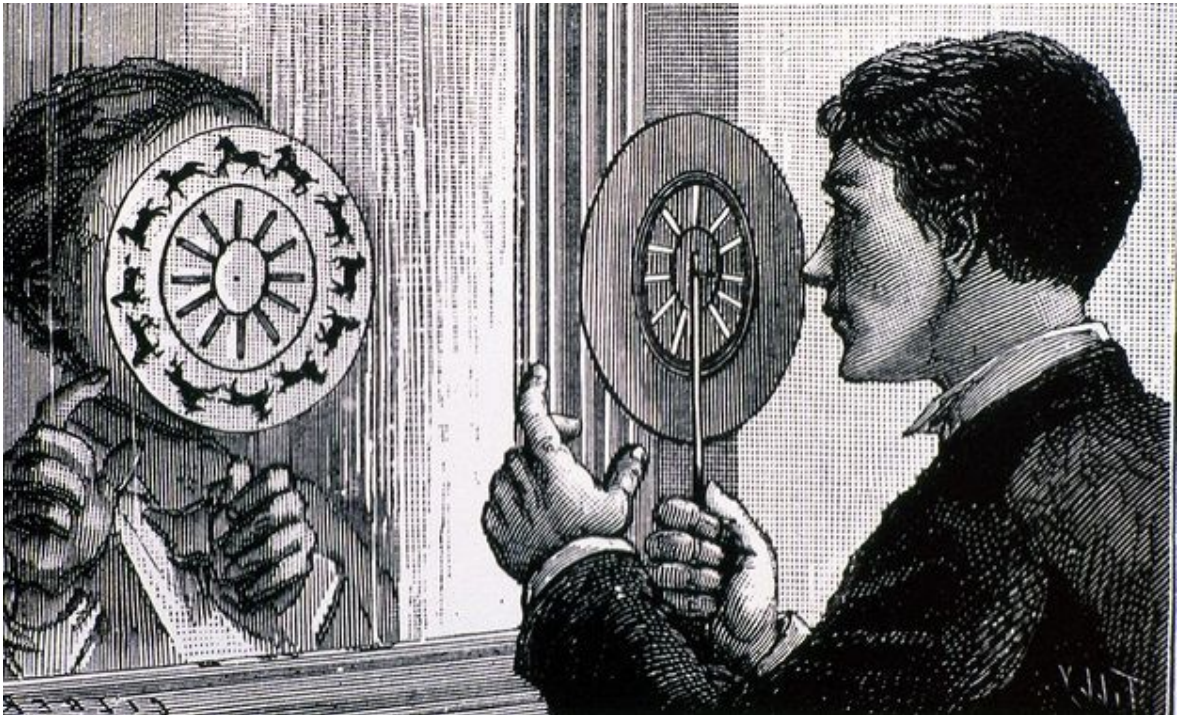


Figura 18 - Ilustração do uso do fenacístoscópio. Fonte: <https://projetoanimateria.blogspot.com/p/fenacistoscopio.html>

Para esta oficina, foi elaborado então o seguinte plano de aula:

Universidade de Brasília – Instituto de Artes – Departamento de Artes Visuais

Curso Artes Visuais – Habilitação em Licenciatura

Trabalho de Conclusão de Curso

Estudante: Helena Dalbone Freire

Matrícula: 150129033

Data: 17/11/2021

Plano de aula

1. Oficina

Como produzir, não *stories*, mas sim presença:

2. Conteúdo programático

Familiarização com conceitos a respeito da área do audiovisual como: frame, fotograma, duração, tempo de exibição, filme, vídeo, etc....

Exercitar o pensamento crítico partindo desse tipo de construção da imagem através da sua artificialidade no decurso de um tempo.

Desconstruir a ilusão de movimento e tempo de forma analógica por meio do desenho.

Criar brinquedos ópticos que proporcionem a sensação de movimento a partir dos desenhos.

3. Objetivos

Gerais:

3.1. Fomentar um debate sobre o uso de vídeo em plataformas de rede social digital e como elas definem o que vemos, quando vemos, por quanto tempo vemos e como vemos.

3.2. Incentivar retomada de controle por meio da consciência na feitura de vídeos como produtores em relação à duração, ao que mostrar (quando dentro dessa duração, em que ordem) e como montar as imagens para se adequar aos objetivos desse tipo de linguagem.

Específico:

3.3. Possibilitar que interessados sejam capazes de criar seus próprios brinquedos ópticos.

4. Metodologia

4.1. A oficina será desenvolvida em forma de breve debate com diálogos entre aicineira e pessoas interessadas a respeito do consumo de vídeo atual, de forma expositiva com referências e exemplos e prática no momento de construir os objetos.

- Debater impressões à respeito do tema norteador conceitual: Troca de vivências e conhecimentos a respeito da produção audiovisual e seu consumo no dia-a-dia;
 - Exposição de conceitos e ferramentas: camera, video, frame, fotografia, fotograma, animação, etc;
 - Exposição de exemplos de animações simples e vídeos de brinquedos ópticos funcionando;
 - Discussão a respeito do que foi exposto a fim de reinterpretar o debate inicial e fomentar uma criação autoral na parte prática.
 - Feitura de um taumatrópio e um fenacistoscópio.
 - Autoavaliação.
5. Recursos materiais
- Parte expositiva: Computador e projetor digital, ou aparelhos que permitam exposições similares;
 - Parte prática: papel de gramatura média ou alta, taxinha, uma rolha ou borracha escolar, palito de churrasco, barbante, tesoura, régua, materiais de desenho e espelho médio.

6. Avaliação

A avaliação desta oficina deverá ser na autopercepção daicineira em relação à própria participação nos debates suscitados e sua experiência própria nos processos práticos.

7. Cronograma

A oficina terá duração total de 3 horas e será dividida em seis momentos:

- 1º - Apresentação do tema e debate a respeito de experiências próprias e em comum. Duração: 20 min.
- 2º - Exposição de conceitos teóricos e ferramentas característicos do vídeo. Duração: 20 min.
- 3º - Apresentação de exemplos inspiracionais para a parte prática. Duração: 20 min.
- 4º - Recapitulação dos três momentos anteriores a fim de promover uma proposta conceitual aliada à prática. Duração: 20 min.
- 5º - Criação individual e auxiliada pelaicineira do taumatrópio e um fenacistoscópio. Duração: 1 hr 20 min.
- 6º - Apreciação dos trabalhos terminados e autoavaliação. Duração: 20 min.

8. Bibliografia:

FENACISTOSCÓPIO – IC PARA CRIANÇAS | LUZ, SOMBRA E AÇÃO! Itaú Cultural. 2021. ic para crianças. Disponível em: <<https://www.itaucultural.org.br/secoes/videos/fenacistoscopio-criancas-luz-sombra-acao>> Acesso: 17/11/2021

PASSO A PASSO - FENACISTOSCÓPIO. Animatéria. Disponível
em:<<https://projetoanimateria.blogspot.com/p/fenacistoscopio.html>> Acesso:
17/11/2021

THE RICHARD BALZER COLLECTION. Disponível em:
<<https://dickbalzer.tumblr.com/>> Acesso: 17/11/2021

Como produzir experiências, não *selfies*.

A oficina a ser proposta cabe no universo do caráter fotográfico, permeando as novas significações do autorretrato e da face humana. Essa oficina foi pensada a partir de colagens de artistas que distorcem o rosto a partir do recorte e deslocamento do mesmo na imagem, como nos exemplos a seguir:



Figura 19 - Colagem de Jaen Faucheur. Fonte: <http://www.faucheur.fr/photos/photos.htm>



Figura 20 - Colagem de TraceLoops.

Fonte: <https://www.traceloops.com/cut>

A primeira motivação no desenvolvimento dessa proposta é de desconstruir a figura humana, no caso o próprio rosto; já que a idéia é falar das selfies, a prática é pensada a partir do autorretrato. Partindo do contexto da projeção de si por meio das imagens e, conseqüentemente, da construção de uma identidade desejada, por meio desse exercício se almeja tatear a diferença entre o ser e o parecer.

A proposta é utilizar uma fotografia, ou desenho, de si e você cortar a imagem a fim de rearranjar suas partes codificando uma nova imagem, sem agregar ou retirar novos elementos, mas reconhecer as possibilidades que partem de uma só imagem.

Outro aspecto a ser discutido é a ideia de Walter Benjamin a respeito da aura da obra de arte; almeja-se contestar a aparente inflexibilidade em relação à mudança pela ação do tempo nas obras, seja pelo tempo que deteriora seu aspecto material ou pelo tempo no qual se demora diante da obra. Ou seja, refletir

a respeito do *status* de original atrelado a um aqui e agora em um ambiente controlado e estável que a permita envelhecer.

E a partir daí a prática proposta foi complexificada para questionar a reprodução da obra digital, o conceito de aural se mostra em uma dinâmica complexa à medida que sua cópia parece extremamente idêntica à original; ou ainda, gerar múltiplos arquivos idênticos a partir de um outro tipo de arquivo, matriz. A partir desse pressuposto, questiona-se: onde está o original se não em suas próprias cópias? A autenticidade e a aura, ditas no sentido anterior, não fariam diferença já que a obra não representa nada que existisse antes.

Porém, os arquivos existem, na sua medida e em seu próprio aqui e agora, e não estão isentos de uma reprodução que os faz perder características, dentro de seu próprio sistema e sua própria lógica, eles também estão fadados a perdas de suas propriedades originais à medida que são compactados, e compressões de arquivos não são incomuns à depender da forma com que se compartilha, ou se reproduz reproduz um arquivo de imagem ou vídeo. A perda dessas características pode ser notada quando a imagem passa a expor seus pixels, seu *bitmap*. A proposta dessa oficina é justamente simular esse processo no campo analógico. A oficina foi pensada a partir do vídeo “*Top Breeder*” disponível no canal do Youtube do artista Kensuke Koike, com o resultado mostrado a seguir:

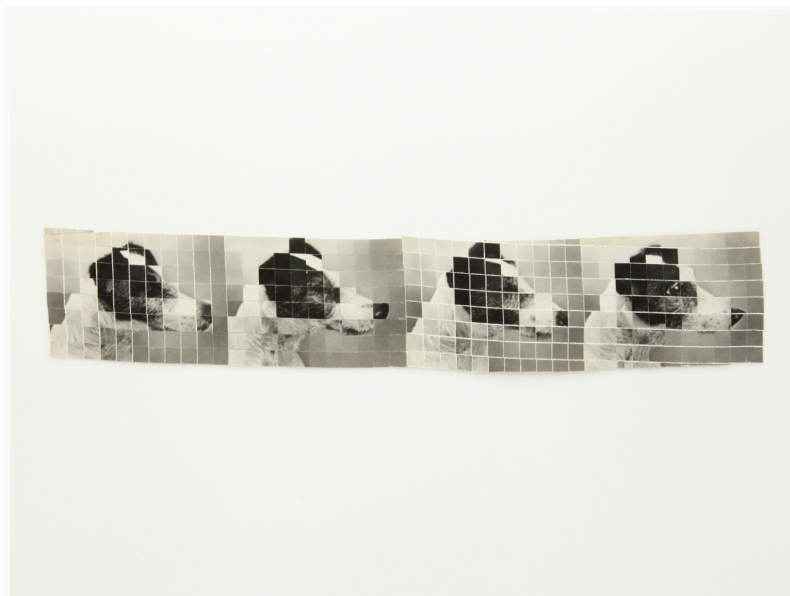


Figura 21 - Top breeder, 2015.

Fonte: <https://www.artsy.net/artwork/kensuke-koike-top-breeder>

Para essa oficina os materiais necessários são: um autorretrato em suporte de papel (desenho ou fotografia), tesoura ou estilete e fita adesiva. O processo é simples, porém meticuloso. O resultado final irá depender dos quadrados a serem cortados de forma uniforme ao longo do procedimento. A imagem utilizada para essa experiência isso foi este auto retrato em grafite:



Figura 22 - Desenho em grafite. Fonte: Criação da autora.

O primeiro passo é recortar tiras de papel uniformes em uma direção: para essa demonstração foram utilizadas tiras de 2 cm de espessura. Recomenda-se utilizar dois pedaços de papel paralelos para ir colando temporariamente as tiras à medida que são recortadas, com cuidado para não rasgar o papel quando for descolar. O método é o seguinte: defina o papel paralelo como A e B, e corte a primeira tira de 2 centímetros e cole no papel A, a segunda tira deverá ser colada no papel B, a terceira tira deverá ser colada no papel A e assim por diante. Facilitará o processo se entendermos que a ideia é intercalar as tiras em dois grupos diferentes, o papel A e o papel B, como se se estivesse reconstruindo a imagem. Recomenda-se começar por cortes na vertical.

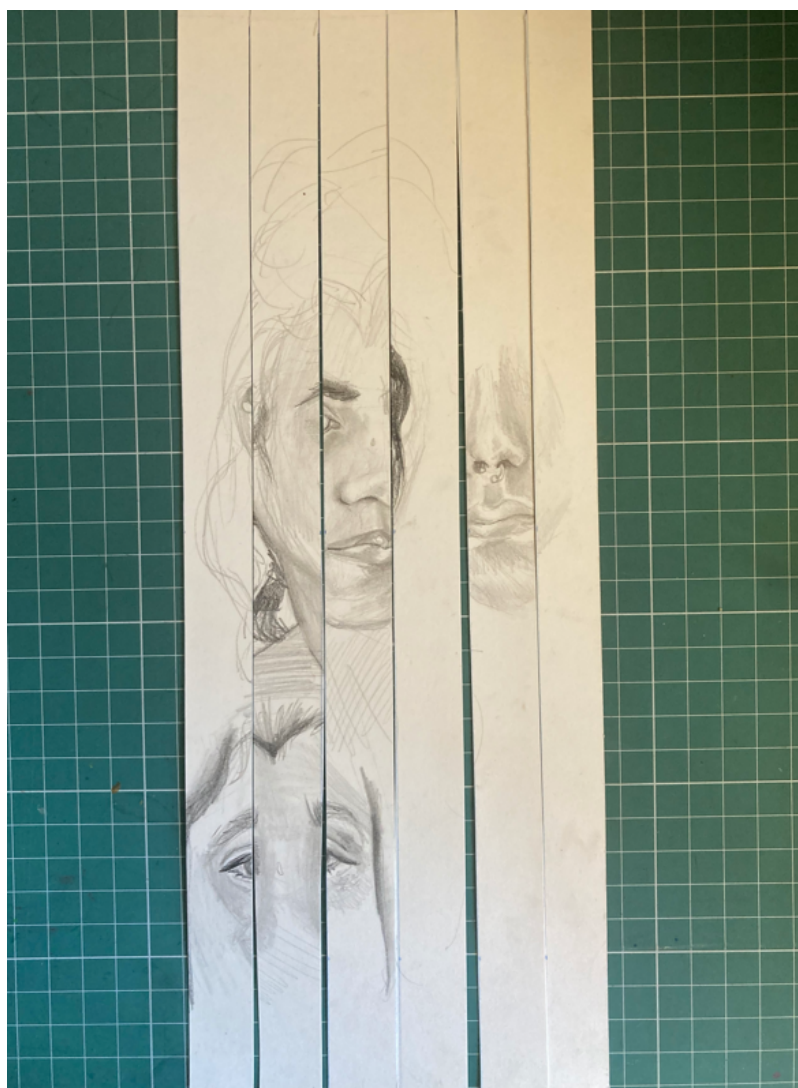


Figura 23 - Tiras intercaladas. Fonte: Criação da autora.

O próximo passo será colar essas tiras para formar um objeto só, para isso vire as tiras coladas temporariamente no papel paralelo, e cole, de forma permanente, com fita adesiva encaixando seus lados. Nesse momento é esperado conseguir duas colagens em tiras intercaladas, a boa fixação da fita adesiva no verso das imagens é indispensável para os passos seguintes.

A seguir, escolha uma das colagens e aplique o mesmo processo, porém trabalhando em sentido perpendicular ao anterior. Já que primeiramente os cortes foram feitos na vertical, agora serão na horizontal com espessura de 2 centímetros. É possível ver que nessas novas tiras o resultado será composto por vários quadradinhos. E repita o método de intercalar as tiras colando em papéis temporários, para depois juntar de forma permanente com fita adesiva no verso.

No final desta etapa, a partir de uma imagem foram produzidas três, uma maior composta por tiras e outras duas menores formadas por quadradinhos, e devidamente finalizadas. Agora é só pegar a maior e repetir o processo a partir da rotação perpendicular para conseguir alcançar quatro imagens feitas de forma simultânea a partir de uma.

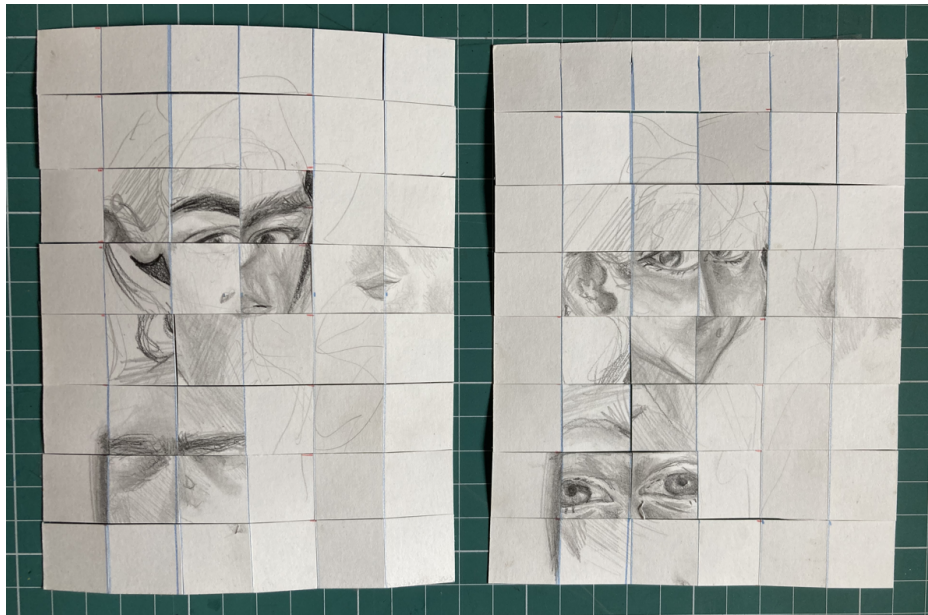


Figura 24 - Colagens feitas a partir de desenho. Fonte: Criação da autora.

Para esta outra oficina, foi elaborado o seguinte plano de aula:

Universidade de Brasília – Instituto de Artes – Departamento de Artes Visuais

Curso Artes Visuais – Habilitação em Licenciatura

Trabalho de Conclusão de Curso

Estudante: Helena Dalbone Freire

Matrícula: 150129033

Data: 18/11/2021

Plano de aula

1. Oficina

Como produzir experiências, não *selfies*:

2. Conteúdo programático

Familiarização com as reflexões propostas pelo filósofo Byung-Chul Han e Walter Benjamin sobre fotografia, retrato e autorretrato.

Exercitar o pensamento crítico em relação à circulação de *selfies* nas redes sociais digitais.

Desconstruir e reconstruir o significado de autorretrato a partir do conceito de identidade.

Aprender técnica de colagem desenvolvida pelo artista Kensuke Koike.

3. Objetivos

Gerais:

3.1. Fomentar um debate sobre as características da imagem digital e da imagem material.

3.2. Incentivar uma crítica a respeito da consciência na feitura de imagens figurativas e retratos.

Específico:

3.3. Ensinar uma técnica de colagem a fim de desconstruir a face e reorganizar seus detalhes.

4. Metodologia

4.1. A oficina será desenvolvida em forma de breve debate com diálogos entre aicineira e pessoas interessadas a respeito do uso das *selfies* na internet, de forma expositiva com exemplos de possibilidades de colagens e prática no momento de execução das colagens.

- Debater impressões à respeito do tema norteador conceitual: Troca de vivências e conhecimentos a respeito da imagem digital, como sua produção, compartilhamento e consumo, além do seu caráter figurativo no que tange a figura humana e a identidade;

- Exposição de reflexões a partir dos questionamentos de Byung-Chul Han e Walter Benjamin sobre fotografia, retrato e o autorretrato.
 - Exposição de exemplos de possibilidades de colagens usando retratos;
 - Execução da colagem.
 - Autoavaliação.
5. Recursos materiais
- Parte expositiva: Computador e projetor digital, ou aparelhos que permitam exposições similares;
 - Parte prática: um autorretrato em suporte de papel (desenho ou fotografia), tesoura ou estilete e fita adesiva.

6. Avaliação

A avaliação desta oficina deverá ser na autopercepção doicineiro a respeito da sua participação nos debates suscitados e sua experiência própria nos processos práticos.

7. Cronograma

A oficina terá duração total de 3 horas e será dividida em seis momentos:

1° - Apresentação do tema e debate a respeito de experiências próprias e em comum. Duração: 15 min.

2° - Exposição de discussões teóricas e filosóficas a partir da bibliografia. Duração: 15 min.

3° - Apresentação de exemplos inspiracionais para a parte prática. Duração: 15 min.

4° - Recapitulação dos três momentos anteriores a fim de promover uma proposta conceitual aliada à prática. Duração: 20 min.

5° - Execução individual da colagem, que será auxiliada pelaicineira. Duração: 1 hr 40 min.

6° - Apreciação dos trabalhos terminados e autoavaliação. Duração: 15 min.

8. Bibliografia:

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: Zouk, 2012.

FAUCHER, Jean. **Photographies**. Disponível em: <<http://www.jeanfaucheur.net/photographies>> Acesso: 18/11/2021.

HAN, Byung-Chul. **No enxame**. Petrópolis: Editora Vozes, 2018.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

KOIKE, Kensuke. **Top breeder**. Youtube, 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=f1fXCRtSUWU>> Acesso: 18/11/2021

TRACELOOPS. **Cut**. Disponível em: <<https://www.traceloops.com/cut>> Acesso: 18/11/2021

Considerações finais

A partir dos incômodos iniciais e percorridos ao longo deste trabalho de conclusão de curso, várias posturas e performances foram destrinchadas e relações elaboradas no intuito de desvendar, explicitar e fazer aproximações entre os processos digitais e materiais, incluindo suas peculiaridades.

A presença das redes sociais na sociedade atual não é tão recente, o próprio Instagram está ativo há 10 anos, e seus dilemas irão continuar permeando a vida e as experiências humanas. Por isso é importante refletir sobre as dinâmicas virtuais para retomar a consciência de si, para evitar uma alienação que direcione a energia e atenção apenas para uma existência criada, cujos fins muitas vezes são despercebidos.

A conclusão deste trabalho é propor um retorno ao tátil, ao sensorial, ao material. É realocar a presença e a existência para o mundo que se vive, se experimenta e se experiencia a materialidade. Assim surgem as propostas de oficinas, que, por conta do contexto pandêmico, não puderam ser realizadas. Os exercícios e práticas propostas almejam alcançar esse deslocamento de presença e atenção para o mundo não-virtual, e ao propor práticas artísticas manuais, trazer a presença em si novamente para o corpo.

As propostas de oficina foram pensadas dentro da lógica do emprego de métodos e repetições, que exigem concentração e atenção, desacelerando o instantâneo naturalizado pelas redes sociais. O método e a repetição reforçam o caráter processual das práticas manuais. As idéias de oficinas foram propostas a partir do seguinte trecho de *Sociedade da transparência*:

“Só se pode acelerar um processo que é aditivo, e não um processo que é narrativo. Totalmente transparente é apenas a operação de um processador, porque seu curso é puramente aditivo. Rituais e cerimônias, ao contrário, são processos e acontecimentos narrativos, que se esquivam da aceleração. Seria um sacrilégio querer acelerar uma ação sacrificial, pois rituais e cerimônias têm seu tempo, ritmo e cadência específicos. A sociedade da transparência elimina todos os rituais e cerimônias, visto que esses não podem ser operacionalizados, pois são

impeditivos e atrapalham a aceleração da circulação da informação, da comunicação e da produção.”(HAN, 2017, p. 40)

Os processos de prática propostos aqui possuem, assim como os rituais e cerimônias, o próprio tempo, ritmo e cadência. A tentativa de otimização condenaria o resultado e a experiência.

A proposta de confecção de brinquedos ópticos norteados pela questão “Como produzir, não *stories*, mas sim presença?” exige um entendimento de um todo na construção de uma narrativa visual, onde é possível acompanhar a criação de cada parte e fração na qual o todo se fecha em algo só, o processo é imprescindível para resultar na experiência. A consciência do encadeamento de um antes, um durante e um depois deve ser sentida ao longo de todo o processo de desenho dos fotogramas, e esse processo exige presença para poder experimentar o seu resultado. O resultado esperado com a oficina é justamente entender que o vídeo, forma mais complexa de imagens sequenciais, não é dado, mas construído.

A outra oficina, motivada pela indagação “Como produzir experiências, não *selfies*?”, é uma proposta de ressignificar o auto-retrato a partir das *selfies*, as redes sociais estão repletas de imagens de rostos, mas o ato de ver o rosto não é mais o mesmo. Estar diante do “outro” envolve experiências como a troca de olhares, impossível de acontecer por meio do virtual, e outras experiências como revisitar a face diante de si em meio a uma conversa. As *selfies* são o mais simbólico eu virtual pois codificam o corpo não-virtual em uma imagem, mas é muito diferente ver alguém do que ver um retrato seu. Por isso essa prática foi pensada como forma de desmontar o próprio rosto na finalidade de reconstruir e reorganizar o próprio semblante. E ao reorganizar em outros quatro conjuntos separados, é possível revisitar o auto-retrato, sendo que cada arranjo terá em si partes diferentes da imagem do rosto, que ao final formam o próprio semblante em si. Com essa oficina é esperado criar essa experiência de se perceber para além da *selfie* e seus vícios; cada quadrinho da colagem vai conter um pequeno detalhe isolado, que em meio ao todo passaria despercebido. O almejado é que por meio dessas colagens, o rosto não seja apenas identificado, mas seja percebido.

Em contrapartida às experiências e relações virtuais atuais, este trabalho propõe algumas reflexões e aproximações no intuito de tornar menos

automatizadas as vivências e experiências que permeiam as imagens e a visualidade em geral nas redes sociais digitais. A partir dos questionamentos a respeito das imagens que são concebidas e consumidas dentro das plataformas, e a partir de práticas que buscam corporificar esses questionamentos na experiência sensória, almeja-se desdobrar novas ideias para o uso das imagens.

Referências bibliográficas:

BARTHES, Roland. **O Rumor da Língua**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacra and simulation**. Ann Arbor: University of Michigan press, 1994.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: Zouk, 2012.

CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL. **O Mundo Mágico de Escher**. [S.l.: s.n.]. 2010.

_____. **Yayoi Kusama: obsessão infinita**. [S.l.: s.n.]. 2014.

HAN, Byung-Chul. **No enxame**. Petrópolis: Editora Vozes, 2018.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

MONTEIRO, Silvana Drumond. Aspectos filosóficos do virtual e as obras simbólicas no ciberespaço. **Ciência da informação**, Brasília, número 1, Volume 33, p. 108-116, 2004.

OLIVEIRA, Mónica. “RPEA A Educação Artística como Forma de Comunicação em Tempo de Pandemia: as Representações das Crianças sobre a COVID-19.” [S.l.]: **Revista Portuguesa de Educação Artística**, Volume 10, número 1, p. 57-70, 2020. Disponível em: <
<https://rpea.madeira.gov.pt/index.php/rpea/article/view/148/147>> Acesso em: 28/10/2021.

QUINTELLA, Pollyana. Trânsitos entre imagem e imaginação. **Revista A Palavra Solta**, 2021. Disponível em:

<<https://www.revistaapalavrasolta.com/post/tr%C3%A2nsitos-entre-imagem-e-imagina%C3%A7%C3%A3o>> Acesso em: 28/10/2021.

ROUILLÉ, André. Da arte dos fotógrafos à fotografia dos artistas. [S.l.]: **Revista do patrimônio histórico e artístico nacional**, número 27, p. 303-309, 1998.

SAMAIN, Etienne (org.). **Como pensam as imagens**. Campinas: Editora da Unicamp, 2014.

LISTEN UP PHILIP. Dir.: Alex Ross Perry. Estados Unidos: Tribeca Film, Faliero House, Sailor Bear. 2014. Disponível em: <<https://mubi.com/pt/films/listen-up-philip>> Acesso: 29/10/2021.