

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL FACULDADE DE
BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO SOCIAL PROGRAMA DE PÓS-
GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Renata Lohmann

**LOMOGRAFIA E INSTAGRAM:
MARCAS DE UM IMAGINÁRIO COMUNICACIONAL**

Porto Alegre - RS
2015

Renata Lohmann

**LOMOGRAFIA E INSTAGRAM:
MARCAS DE UM IMAGINÁRIO COMUNICACIONAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de mestre.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Ana Taís Martins Portanova Barros

Porto Alegre - RS
2015

Renata Lohmann

**LOMOGRAFIA E INSTAGRAM:
MARCAS DE UM IMAGINÁRIO COMUNICACIONAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de mestre.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Ana Taís Martins Portanova Barros (orientadora e presidente da banca)

Prof. Dr. Carlos Gerbase (PPGCOM/PUCRS)

Prof.^a Dr.^a Nísia Martins do Rosário (PPGCOM/UFRGS)

Prof. Dr. Wagner Sousa e Silva (ECA/USP)

Prof. Dr. Valdir Morigi (PPGCOM/UFRGS) – suplente

AGRADECIMENTOS

A Rafael, pela parceria indiscutível, pelas noites em claro, pela paciência homérica, pelos debates e pela inspiração, sem os quais esse trabalho permaneceria apenas no mundo das ideias.

Aos amigos e família que compreenderam a ausência, o cansaço, a impaciência e emprestaram os ouvidos nos momentos de dúvida e incerteza.

À caríssima Professora Ana Taís Martins Portanova Barros, pela orientação e pelo voto de confiança. Aos colegas e amigos do grupo Imaginalis, presença constante de apoio e inspiração, ombro amigo nessa jornada acadêmica.

Por fim, agradeço à Universidade Federal do Rio Grande do Sul pela oportunidade de estudo, ao PPGCOM e à Fapergs/CAPES, sem cujo apoio essa pesquisa não teria sido possível.

RESUMO

Este trabalho se situa na fronteira das áreas de Comunicação, fotografia e estudos do imaginário. Partimos do pressuposto de que as fotografias produzidas a partir do aplicativo Instagram e das câmeras da marca LOMO atingiram grande popularidade em razão de sua semelhança estética. Para concretizar este trabalho, fizemos uma exaustiva análise dessas duas ferramentas: seus modos de criação e fruição e sua relação com o tempo através de teóricos influentes das teorias do imaginário e da Comunicação. Além da pesquisa bibliográfica, nos utilizamos da metodologia para buscar as imagens simbólicas recorrentes e regimes do imaginário que guiam essas ferramentas e suas constelações de imagens. Descobrimos que a semelhança estética entre as duas ferramentas seria apenas uma potencialidade, uma vez que os usuários do Instagram não têm como pulsão motora a busca pela estética, mas sim o clicar-publicar-impressionar, guiados pela técnica. Dessa forma, foi possível situar o Instagram como modelo do que seria um imaginário comunicacional, guiado pelo Regime Heroico do imaginário, caracterizado pelo titanismo e pela desestetização, enquanto a lomografia se situaria na polaridade oposta, guiada pelo Regime Místico e pela busca estética, sendo uma equilíbrio natural do próprio imaginário.

Palavras-chave: Comunicação, fotografia, imaginário, Instagram, lomografia.

ABSTRACT

This work is located in the border areas of Communication, photography and imaginary studies. We assume that the photographs taken from the Instagram app and the LOMO cameras reached great popularity due to its aesthetic similarity. In order to achieve this work, we did a thorough analysis of these two tools: their modes of creation and enjoyment and its relationship to time by influential theorists of the imaginary and Communication theories. In the literature, we use the methodology to check the recurrent symbolic images and imaginary schemes that guide these tools and their constellations of images. We found that the aesthetic similarity between the two tools would be only a potentiality, since Instagram users do not have as motor drive the search for aesthetics, but the click - publish - impress, guided by technique. Thus, it was possible to locate Instagram as a model of what would be a Communicational Imaginary, guided by the imaginary Heroic Regime, characterized by Titanism and the deaesthetization while lomography would stand in the opposite polarity, guided by Mystic Regime and the aesthetic pursuit, and a natural balancing of the imaginary itself.

Keywords: Communication, photography, imaginary, Instagram, lomography.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo da câmera Fisheye Baby Bauhaus 110.	11
Figura 2 – Exemplo de fotografia registrada com a câmera modelo Fish Eye.....	12
Figura 3 – Exemplo de fotografia registrada com a câmera modelo Spinner 360°.....	13
Figura 4 – Seção de seleção de filtros do aplicativo Instagram.....	14
Figura 5 – Modelo de câmera Diana F+ CMYK.	44
Figura 6 – Mosaico de fotografias disponibilizado pela ferramenta stream no site lomography.com.....	51
Figura 7 – Opções de busca para a seção Photos	51
Figura 8 – Busca pelo valor hexadecimal intitulado Rock Blue	52
Figura 9 – Busca pela ferramenta matiz	52
Figura 10 – Estatísticas de brilho e cor.....	53
Figura 11 – Mosaico de fotos do Instagram com a <i>hashtag love</i>	63
Figura 12 – Mosaico de fotos do Instagram com a <i>hashtag me</i>	66
Figura 13 – Mosaico de fotos do Instagram com a <i>hashtag cute</i>	69
Figura 14 – Mosaico de fotos do Instagram com a <i>hashtag happy</i>	72
Figura 15 – Mosaico de fotos do Instagram com a <i>hashtag beautiful</i>	74
Figura 16 – Mosaico de imagens do Instagram com elaborações estéticas	78
Figura 17 – Mosaico de fotos em Lomography com a <i>hashtag love</i>	81
Figura 18 – Mosaico de fotos em Lomography com a <i>hashtag me</i>	83
Figura 19 – Mosaico de fotos em Lomography com a <i>hashtag cute</i>	85
Figura 20 – Mosaico de fotos em Lomography com a <i>hashtag happy</i>	87
Figura 21 – Mosaico de fotos em Lomography com a <i>hashtag bautiful</i>	89

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Recorrências temáticas no Instagram para a <i>hashtag love</i>	66
Gráfico 2 – Recorrências temáticas no Instagram para a <i>hashtag me</i>	69
Gráfico 3 – Recorrências temáticas no Instagram para a <i>hashtag cute</i>	71
Gráfico 4 – Recorrências temáticas no Instagram para a <i>hashtag happy</i>	74
Gráfico 5 – Recorrências temáticas no Instagram para a <i>hashtag beautiful</i>	77
Gráfico 6 – Padrão de recorrências temáticas no Instagram (total).....	80
Gráfico 7 – Recorrências temáticas em Lomography para a <i>hashtag love</i>	83
Gráfico 8 – Recorrências temáticas em Lomography para a <i>hashtag me</i>	85
Gráfico 9 – Recorrências temáticas em Lomography para a <i>hashtag cute</i>	87
Gráfico 10 – Recorrências temáticas em Lomography para a <i>hashtag happy</i>	89
Gráfico 11 – Recorrências temáticas em Lomography para a <i>hashtag beautiful</i>	91
Gráfico 12 – Padrão de recorrências temáticas em Lomography (total)	92
Gráfico 13 – Comparativo entre o padrão de recorrências temáticas no Instagram e em Lomography (total).....	93

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 PROBLEMA	15
1.2 JUSTIFICATIVA	16
1.3 OBJETIVOS	17
1.3.1 Objetivo geral.....	17
1.3.2 Objetivos específicos	17
2 METÁFORAS DA COMUNICAÇÃO: DA MÁQUINA AO FRANKENSTEIN	18
2.1 SUPERFÍCIES E LINHAS, IMAGENS E TEXTOS	23
2.2 DO TAUTISMO AO TITANISMO	27
3 MEMÓRIA: O ÂMBAR DO TEMPO	35
3.1 A EXPERIÊNCIA TEMPORAL	35
3.2 IMAGINAÇÃO	41
3.3 JOGO DE INICIAÇÃO SIMBÓLICA E O PENSAMENTO SELVAGEM.....	43
3.4 A IMAGINAÇÃO SIMBÓLICA DO ATO FOTOGRÁFICO	48
4 METODOLOGIA.....	53
4.1 O IMAGINÁRIO COMO METODOLOGIA	56
5 LEITURA SIMBÓLICA DAS CONSTELAÇÕES DE IMAGENS	63
5.1 INSTAGRAM	63
5.1.1 <i>#love</i>	63
5.1.2 <i>#me</i>	66
5.1.3 <i>#cute</i>	69
5.1.4 <i>#happy</i>	72
5.1.5 <i>#beautiful</i>	74
5.1.6 Temáticas do Instagram	77
5.2 LOMO	80
5.2.1 <i>#love</i>	81
5.2.2 <i>#me</i>	83
5.2.3 <i>#cute</i>	85
5.2.4 <i>#happy</i>	87
5.2.5 <i>#beautiful</i>	89
5.2.6 Temáticas da lomografia.....	91
5.3 CONSTELANDO: DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	92

6 CONCLUSÃO.....	97
REFERÊNCIAS	102
Referências das fotografias do Instagram	105
Referências das lomografias	119
Apêndice a – mosaico com as 111 <i>selfies</i> do instagram encontradas em nosso <i>corpus</i> ..	127
Apêndice b – mosaico com os 124 retratos da lomo encontrados em nosso <i>corpus</i>	131
Apêndice c – gráficos temáticos de cada <i>hashtag</i>, separadamente	134

|

1 INTRODUÇÃO

Já em seu princípio, a fotografia abalou a sociedade, as artes e a forma de o homem ver o mundo e a si mesmo. Num universo onde as representações só eram possíveis através de técnicas que dependiam de um artista, a possibilidade de um aparato produzir essa imagem automaticamente foi incrivelmente sedutora. Durante mais de um século de história, a fotografia evoluiu junto com a humanidade e com as novas tecnologias disponíveis. Vista inicialmente como um mero espelho da realidade por seu inovador método de captação e fixação da imagem, a fotografia era ligada aos ideais de objetividade: uma testemunha dos fatos.

De início uma tecnologia cara e complexa, a fotografia aos poucos foi desenvolvendo-se e adaptando-se às necessidades da pessoa comum. Com o slogan "você aperta o botão e nós fazemos o resto", a Kodak revolucionou e popularizou a fotografia, tornando o manuseio das câmeras fotográficas acessível aos leigos. Inicialmente utilizada em momentos importantes da vida de uma pessoa — nascimento, casamento e eventos de família —, a fotografia passou a ser parte do cotidiano, integrando completamente a vida social e familiar.

A fotografia se universalizou e seus custos diminuíram; o surgimento das câmeras digitais e o desenvolvimento veloz de tecnologias de resolução de imagem, juntamente com câmeras cada vez mais compactas, popularizaram a fotografia tornando-a cada vez mais difundida. Atualmente, qualquer pessoa pode comprar uma câmera fotográfica digital, armazenar as imagens e publicá-las na Internet sem nem sequer imprimir a fotografia. Ademais, todos os telefones celulares já são fabricados com câmeras fotográficas embutidas: indivíduos em qualquer lugar e a todo instante podem registrar o que acontece e disponibilizar instantaneamente na rede mundial de computadores.

Na contracultura das tecnologias atuais, entretanto, está o movimento conhecido como lomografia, que utiliza câmeras fabricadas pela LOMO (Leningradskoye Optiko Mechanicheskoye Obyedineni, em livre tradução do russo, União de Óptica Mecânica de Leningrado). A fábrica surgiu em 1914, na atual São Petersburgo, com a função de produzir equipamentos ópticos para utilização do exército russo na Primeira Guerra Mundial. Em meio à guerra civil, em 1917, um grupo de engenheiros criou a primeira câmera fotográfica de fabricação russa. Porém, somente em 1982 começa a produção maciça do modelo Lomo Kompact Automat (LOMO LC-A), uma câmera analógica extremamente barata e relativamente simples de usar, para que todas as famílias da União Soviéticas pudessem documentar e fazer propaganda do estilo de vida soviético. Com a queda do Comunismo, a

LOMO, sem condições de competir no livre mercado, decidiu parar a produção das suas câmeras (LOMOGRAPHY, 2012).

Figura 1 – Modelo da câmera Fisheye Baby Bauhaus 110.



Fonte: Lomography (2014a)

A história da lomografia mudou seu curso quando dois jovens estudantes de Viena viajaram em 1991 para Praga, na República Tcheca, e descobriram uma câmera fotográfica LOMO LC-A em um brechó. Os dois ficaram fascinados com o resultado estético dos filmes revelados, apresentaram as fotografias e a câmera para os amigos e em pouco tempo a LOMO LC-A virou mania entre os jovens da cena cultural de Viena. Em 1995, eles criaram na mesma cidade a Sociedade Lomográfica e a primeira LomoEmbaixada, com o intuito de disseminar a lomografia e impedir o desaparecimento das câmeras. Através de uma parceria com a Sociedade Lomográfica, a LOMO decidiu dar continuidade à fabricação do modelo LC-A (LOMOGRAPHY, 2012).

Hoje, a lomografia é considerada *cult*. Com seus "defeitos" estéticos propositais, como manchas de luz, ela encanta os fotógrafos alternativos. As câmeras LOMO são completamente mecânicas, feitas de plástico — inclusive as lentes — o que proporciona efeitos de alta plasticidade (FIGURA 2); os fotógrafos mais tradicionais, que buscam nas suas imagens uma representação da realidade e objetividade, podem julgar esses pequenos equipamentos coloridos (FIGURA 1) como grosseiros.

Figura 2 – Exemplo de fotografia registrada com a câmera modelo Fish Eye.



Fonte: Kkkkrissss (2014)

Essas coloridas câmeras russas são o oposto técnico da fotografia convencional atual: não há controle do resultado como em uma câmera digital, muitas vezes a câmera sequer possui um visor, sem mencionar o demorado processo de revelar um filme e digitalizá-lo. É o que podemos chamar de Lo-Def (de *low definition*, baixa definição). Com suas 10 Regras de Ouro, a Sociedade Lomográfica nos convida a olhar de forma diferente a realidade e o cotidiano, sem deixar a arte para trás. É intuitiva, aleatória e irreverente (LOMOGRAPHY, 2012).

A lomografia chama a atenção por sua estética, sua alta plasticidade e efeitos inusitados. Alta saturação, grãos propositalmente estourados, câmeras com múltiplas objetivas de disparo sequencial e até câmeras que possibilitam fotografias em 360° (FIGURA 3) em uma única tira de negativo. Contudo, continua sendo uma técnica trabalhosa: todas as câmeras de fabricação LOMO são analógicas e, mesmo com poucas opções de manuseio — geralmente são quase automáticas, sequer possuem opção de foco manual —, são inesperadamente difíceis de manipular, causando certa frustração para os menos determinados. Apesar desses obstáculos, a lomografia se popularizou, e muito, em todo o mundo. A LOMO possui 30 embaixadas ao redor do mundo, sendo duas no Brasil, onde são vendidas câmeras e acessórios LOMO e ocorrem eventos relacionados às câmeras da marca. A empresa cresceu 45% globalmente em 2010 em relação a 2009, e seu lucro neste ano foi de R\$ 1,3 milhão somente

no Brasil, com vendas pela Internet e na única loja, que se localizava no Rio de Janeiro (MEYGE, 2011). A página oficial da Lomography no Facebook foi criada em janeiro de 2010 e no seu primeiro mês já contava com 50 mil fãs (FACEBOOK, 2014a). Este número triplicou até setembro do mesmo ano e em janeiro de 2014 já conta com mais de 550 mil fãs ao redor do mundo (FACEBOOK, 2014b). A página da Lomography Brasil conta com mais de 40 mil fãs (FACEBOOK, 2014c). O site da Sociedade Lomográfica Internacional, lançado em 1994, onde os lomógrafos postam e compartilham suas fotografias, conta com 8 mil fotos postadas por dia globalmente e 10.5 milhões de visitas únicas somente no ano de 2011. Em 2014, porém, as lojas físicas no Brasil foram fechadas e a venda de produtos através da Internet foi descontinuada no país (LOMOGRAPHY, 2014b).

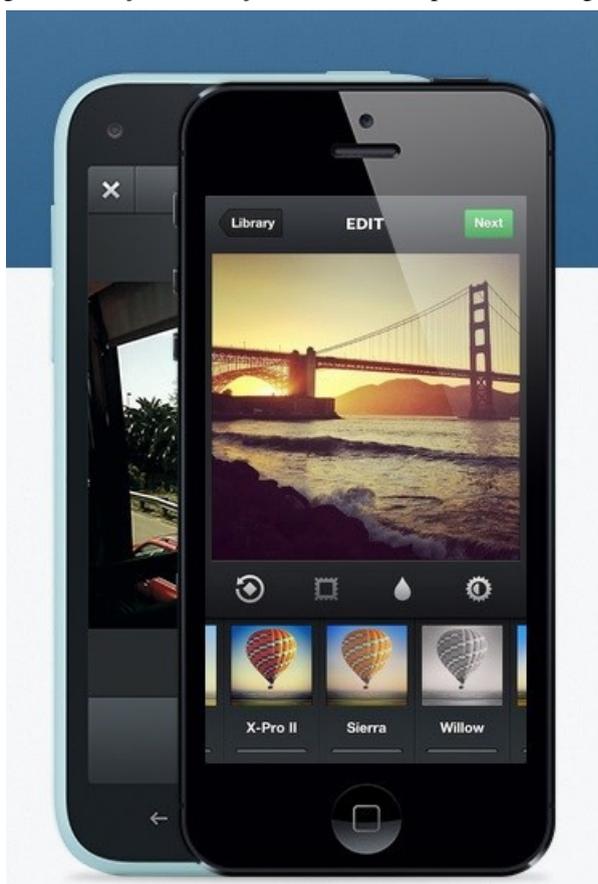
Figura 3 – Exemplo de fotografia registrada com a câmera modelo Spinner 360°.



Fonte: Elvismartinezsmith (2014)

Apresentando efeitos estéticos em comum com a lomografia, o Instagram se tornou muito popular desde seu lançamento em outubro de 2010 (INSTAGRAM, 2013a). Porém, diferentemente das câmeras LOMO, o Instagram é um aplicativo para *smartphones* (FIGURA 4) que fotografa e compartilha imagens em uma rede social, permitindo a utilização de diversos filtros sobre as fotografias, emulando os efeitos estéticos geralmente associados à fotografia analógica e que são uma espécie de marca registrada das fotografias capturadas a partir de uma câmera da marca LOMO.

Figura 4 – Seção de seleção de filtros do aplicativo Instagram.



Fonte: Instagram (2014a)

Além de aplicar efeitos estéticos nas fotografias, o Instagram é uma rede social de publicação e compartilhamento de fotografias. Apresenta números impressionantes: em fevereiro de 2015 contava com mais de 300 milhões de usuários ativos (mensalmente), 70 milhões de fotos postadas por dia e 2,5 bilhões de "likes"¹ diários (INSTAGRAM, 2015). A popularidade da ferramenta é tamanha que foi adquirida pelo Facebook em 2012 por US\$ 1 bilhão (LANDIM, 2012). Uma pesquisa de 2012 indica que, daqueles que têm um perfil na rede, 61% estiveram ativos pelo menos uma vez por dia, um nível de adoção ultrapassado apenas pelo Facebook no mesmo período (84%). De todos os usuários de mídias sociais pesquisados, 48% declararam que eles estão usando Instagram com mais frequência do que as outras redes. Além disso, o Instagram é acessado no trabalho por 83% dos usuários, novamente superando até mesmo o Facebook e o YouTube, e 67% dos usuários de Instagram tem menos de 34 anos (DADOS, 2012).

Ambas as técnicas compartilham, à primeira vista, um mesmo efeito estético que lembra a fotografia *vintage*, feita com rolos de filme e processos laboratoriais convencionais e

¹ Ferramenta do aplicativo onde usuários podem demonstrar apreciação pela fotografia publicada por outro usuário.

experimentais². Tanto a lomografia quanto o Instagram se tornaram muito populares e isso nos indica que pode existir uma mobilização de conteúdos simbólicos. Fenômenos coletivos em si são indício da força de um simbolismo. A lomografia e o Instagram apresentam produtos bem concretos, que se oferecem ao estudo e que podem ser reveladores do imaginário que os motiva.

Estudaremos esses dois fenômenos a partir do ponto de vista das Teorias do Imaginário, considerando, especialmente, a abordagem de Gilbert Durand, que formalizou as teorias de seu mestre, Gaston Bachelard. Também serão consideradas as contribuições teóricas de outros autores que influenciaram Durand, como Mircea Eliade, Carl G. Jung e Claude Lévi-Strauss, além do filósofo e discípulo Jean-Jacques Wunenburger. Por fim, serão analisadas obras de teóricos da fotografia e imagem, em especial Vilém Flusser, Phillipe Dubois, Jacques Aumont e Arlindo Machado.

Este trabalho, portanto, pretende discutir as especificidades entre a Lomografia e o Instagram nas produções dos efeitos estéticos e de sentido simbólico. Para isso, é preciso mapear as concepções e teorias sobre imaginário, bem como compreender as noções de símbolo, mito e *ilud tempus*; em seguida, efetuar uma metodologia proposta por Gilbert Durand, da lomografia e do Instagram em si, ou seja, decupar exaustivamente suas características e analisar sua produção; e, por fim, verificar como as técnicas se relacionam através das imagens simbólicas e regimes do imaginário. Apenas a análise de um corpus específico de imagens não será suficiente para compreendermos esses fenômenos: será preciso ir às origens de lomografia e do Instagram, estudando-os de forma global. Fotografar com as duas ferramentas se mostrará essencial, a fim de que possamos analisar seus gestuais compreendendo as práxis e não apenas o resultado final das técnicas fotográficas.

1.1 PROBLEMA

A Internet e as redes sociais revolucionaram a maneira de nos comunicarmos, dando acesso quase que instantâneo a qualquer pessoa através do globo. A fotografia, da mesma maneira, vem se tornando mais acessível graças às tecnologias digitais. Fenômenos como lomografia e Instagram se tornaram muito populares nos últimos anos e enquanto produção da cultura, são espaços de manifestação de imagens simbólicas que se organizam segundo um

² A exemplo do processo cruzado — ou *cross process* —, onde um cromo (positivo), que deveria ser revelado em E-6, é revelado com químicos C-41, utilizados para negativos, dando um efeito de cores peculiares, referência na fotografia experimental.

certo imaginário (THOMAS *apud* BARROS, 2014, p. 51). Nesse contexto, de que imaginário comunicacional a lomografia e o Instagram são manifestações?

1.2 JUSTIFICATIVA

Tanto a lomografia quanto o Instagram são fenômenos mundiais muito recentes. A câmera LC-A, modelo carro-chefe da LOMO, foi lançada em 1982 e a Sociedade Lomográfica fundada em 1992 juntamente com a publicação do Manifesto Lomográfico no jornal Viena Zeitung. O site foi fundado em 1994 e a primeira loja virtual no Brasil foi lançada em 2010 (LOMOGRAPHY, 2012). Porém, na data de 1994, não consta se as vendas de câmeras eram feitas online ou se os pedidos ainda eram efetuados através das LomoEmbaixadas. Primeiramente como um equipamento para "iniciados" da juventude intelectual e artística europeia, somente há poucos anos se tornou disponível para um público internacional. Por sua vez, o Instagram foi lançado em outubro de 2010 e as estatísticas apontam um crescimento vertiginoso do seu número de usuários, chegando aos 300 milhões em novembro de 2015. Em pesquisa sobre o estado da arte, foi constatado que existe apenas um trabalho de pós-graduação concluído no Brasil sobre lomografia³ e nenhum tendo o Instagram como tema. Essa única dissertação que trata de lomografia utiliza as teorias do imaginário, seguindo, porém, uma vertente distinta da que pretendemos empregar, além de outro foco. Tendo em vista as semelhanças estéticas das duas ferramentas e sua massiva inserção na cultura jovem, achou-se pertinente estudá-las de forma conjunta, o que justifica novo estudo.

Outro fator importante que aponta a necessidade de um estudo sobre esses fenômenos de forma conjunta são as peculiaridades de cada um apesar de sua semelhança estética. É preciso compreender porque a lomografia se tornou popular mesmo sendo uma técnica dispendiosa e trabalhosa. É, de fato, intrigante que milhões de pessoas decidam adquirir câmeras analógicas difíceis de manipular e com pouca qualidade de imagem, tendo que revelar e processar seus filmes fotográficos — o que no exterior não é caro, mas no Brasil se torna cada vez mais custoso e inacessível — quando se têm disponíveis equipamentos digitais mais práticos e com muito mais qualidade técnica de imagem. A popularidade do Instagram também é curiosa: apesar de seu fácil manuseio, sua popularidade (e motivo pelo qual foi

³ STODUTO, Renata Domingues. **Lomografia: a fotografia como forma de manifestação visual do imaginário contemporâneo**. 01/12/2012 159 f. Mestrado acadêmico em Comunicação Social. Instituição de ensino: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Biblioteca depositária: biblioteca da PUCRS.

copiado por muitos outros aplicativos) vem de seus filtros, que emulam os "defeitos", plasticidade e cores que viraram marca registrada dos processos de revelação de negativos e câmeras analógicas, que, todavia, tiram muito da qualidade técnica das fotografias. Por que os usuários das câmeras LOMO e do Instagram têm optado por técnicas de *low-def* (baixa definição) em detrimento da melhor qualidade de imagem disponível no mercado?

Por fim, tanto a lomografia quanto o Instagram têm base nas redes sociais da Internet: o Instagram sendo um aplicativo desenvolvido para esse meio, visando o compartilhamento instantâneo de imagens entre os usuários; e a lomografia, que atingiu um público internacional por meio das vendas em sua loja virtual, além de também possuir uma comunidade online de compartilhamento de fotografias exclusivamente tiradas com algum equipamento LOMO. Com as constantes mudanças e aprimoramentos das ferramentas digitais, somadas aos poucos estudos sobre os fenômenos das redes sociais, ambas as modalidades fotográficas se mostram um vasto e inexplorado campo de pesquisa.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Estudar o imaginário comunicacional da fotografia a partir das construções estéticas e de sentido na lomografia e no Instagram.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Apresentar as especificidades entre a práxis fotográfica convencional e a lomografia e o Instagram;
- b) verificar a simbólica específica do gestual do ato fotográfico na lomografia e no Instagram;
- c) analisar a noção de tempo nessas práxis específicas;
- d) identificar as imagens simbólicas e mitos nessas práticas.

2 METÁFORAS DA COMUNICAÇÃO: DA MÁQUINA AO FRANKENSTEIN

A automação dos processos de produção do homem através das máquinas foi a grande questão em voga nas diversas áreas de conhecimento nos séculos XIX e XX, como no debate filosófico/econômico sobre distribuição de trabalho, nas novas correntes da literatura como o Realismo e Naturalismo e, é claro, na fotografia. As mudanças decorrentes da industrialização, somadas às recentes possibilidades trazidas pela rede mundial de computadores, mantém a questão em destaque também na área da Comunicação. Sfez (1994) apresenta três metáforas referentes ao desenvolvimento da comunicação: a máquina, o organismo e o Frankenstein. Essas três metáforas são associadas a objetos técnicos e sua relação com o homem — seu produtor — e o mundo.

Citando Jacques Ellul, da Escola de Frankfurt, Sfez (1994) afirma que a técnica fragmenta laços simbólicos e que o caminho a seguir é a crítica da tecnocomunicação (1994, p. 20), uma vez que a técnica se encontra em todas as atividades cotidianas, ligada às visões global e simbólica da relação do homem com o mundo. A modificação do termo "técnica" para "tecnologia" é considerada por Sfez como importante indicador de mudança de status.

Sfez traz a contribuição de Gilbert Simondon, para quem as oposições cultura/técnica e homem/máquina relegariam os objetos técnicos em particular a uma função de utilidade — independente de alguns objetos serem reconhecidos como objetos estéticos — tornando as máquinas um filtro da modernidade e meio de supremacia (1994, p. 23). Simondon afirma que o mal-estar da relação homem/máquina se deve ao fato de o papel do primeiro ter sido tomado pelo segundo, sendo o homem obrigado a aprender a exercer uma nova função. Flusser (2002) trata deste mesmo tema ao afirmar que os homens são relegados ao setor terciário, vivendo em uma sociedade informática programada, de caráter robotizado, onde "[...] o viver passa a alimentar aparelhos e ser por eles alimentado. O clima de absurdo se torna palpável. Onde, pois, o espaço para liberdade?" (FLUSSER, 2002, p. 74). Neste mundo onde o trabalho é assumido por máquinas, o homem transfere seu interesse do mundo objetivo para o mundo simbólico das informações.

As metáforas de Sfez têm natureza pedagógica e instrumental: substituem conceitos, ocultam e destacam características, "[...] permeiam nosso modo de conceituar, de inventar ou de pesquisar" (SFEZ, 1994, p. 27). Na primeira metáfora, a máquina, o homem tem primazia e se encontra fundamentalmente livre em frente à técnica, se beneficiando dela sem se submeter. A máquina é exterior ao homem, que utiliza-a para dominar as forças da natureza e desempenhar suas atividades. Flusser (2007) afirma que a comunicação humana seria a "luta"

do homem contra essa natureza: um processo artificial que se utiliza de recursos como símbolos organizados em códigos, cujo objetivo seria fazer o homem esquecer-se da condição em que se encontra, sozinho, incomunicável, que a morte é iminente, enfim, "da brutal falta de sentido de uma vida condenada à morte" (2007, p. 90). O mundo codificado seria o tecido artificial capaz de esconder essa natureza sem significado, "tecendo o véu da arte, da ciência, da filosofia e da religião" (2007, p. 91).

A "máquina" de Sfez nos remete a uma série de outras expressões como "sistema", "direção", "articulação", entre outras tantas, de cunho cartesiano, "[...] cuja palavra de ordem é representação." (SFEZ, 1994, p. 30). Associando comunicação e representação, Sfez mostra uma coincidência entre as duas, que são triádicas (emissor - mídia - receptor, mundo objetivo - representante legal - sinal recebido): em ambos os casos, poderes exclusivos são concedidos à mídia; o receptor da imagem pode apenas registrar a realidade objetiva transportada pelo canal, ao representante cabe garantir a objetividade. Na representação, é *com* a máquina que me comunico. O homem é um ser completo, se utilizando da máquina, como instrumento, que permanece exterior à sua definição: máquina e sujeito permanecem separados e o homem possui o controle.

Flusser (2002) expressa a mesma associação apresentando o conceito de aparelho, de cunho semelhante à máquina. Aparelhos são fruto da técnica que, por sua vez, é um texto científico aplicado; os aparelhos produzem imagens técnicas que se tornam produto indireto dos textos: temos aí uma posição histórica e ontológica diferente de uma imagem tradicional (2002, p.13). O aparelho é criado para simular o pensamento humano, se utilizando das teorias científicas, possuindo uma programação, e o papel do homem é jogar com o aparelho e suas possibilidades programadas, de forma a desvendar o que se passa dentro desta "caixa preta" a fim de vencer o "jogo". Flusser utiliza a câmera fotográfica como modelo de aparelho, cujos fundamentos podem ser, inclusive, extrapolados para o entendimento sobre a máquina administrativa (burocrática).

Sfez evoca a imagem da bola de bilhar para explicar essa primeira metáfora; este modelo, considerado rústico, pode ser encontrado em diversas teorias da comunicação de diferentes níveis de complexidade, entre eles a Semiologia Estrutural e a Teoria da Informação. A comunicação, aqui, é a mensagem de um emissor a um receptor, através de um canal, onde o impacto sobre o receptor é sempre calculável, seguindo uma causalidade linear (1994, p. 65).

Como se apresenta uma mensagem para que possa ser recebida (compreendida) pelo destinatário? Considerando-se que uma comunicação verbal respeita a linearidade

mecânica emissor-mensagem-receptor, a questão é saber em que condições a mensagem emitida pode atingir seu objetivo [...] (SFEZ, 1994, p. 43).

Sfez expõe a segunda metáfora, o organismo, na qual os objetos técnicos passam a ser o contexto "natural" do homem, que é submetido à sua visão de mundo. A preposição *em* faz parte desta metáfora, sem, contudo, expulsar o *com*. A palavra de ordem é "expressar".

Em um mundo feito de objetos técnicos, o homem deve contar com a organização complexa de hierarquias a que está submetido. [...] A ideia de controle se eclipsa para dar lugar à de adaptação. Ao utilizar a preposição 'em', o homem se insere num outro modelo, o do organismo, que estabelece uma relação intensa das partes e do todo. [...] O artefato deixa aqui de ser o instrumento, passando a ser o ambiente, ao mesmo tempo político, social, econômico, biológico — assim como ideológico —, no interior do qual o homem se realiza a si mesmo, sem poder ultrapassar seus limites nem recusar a sua presença. [...] Vivemos com e em um mundo cheio de máquinas, constituindo, para nós, outra natureza (SFEZ, 1994, p. 31).

Pensando na comunicação, conclui que o esquema representativo se torna mais frouxo. A mídia não se encontra mais "fora", e sim no mundo, assim como o receptor — que não é mais invariavelmente passivo —, e o mundo se encontra em ambos. O sujeito não pode mais se definir sem seu ambiente, e vice-versa. A imagem evocadora do *creatura* — conceito que Sfez (1994) diz tomar emprestado de Bateson —, explica que a comunicação criou em torno de si máquinas destinadas a sustentá-la, aperfeiçoá-la e contê-la; o organismo se constrói em circularidade, enriquecendo suas próprias variações neste movimento. Há uma nova relação do homem com o mundo, ele não mais se encontra isolado como na metáfora da máquina, mas em uma relação de auto-produção: "A cada momento, ele [o organismo] está inteiramente em si mesmo e enriquece suas variações com esse mesmo movimento" (SFEZ, 1994, p. 49). Relacionamos este momento à Escola de Chicago e Palo Alto. Não é mais possível calcular o impacto da comunicação; a realidade do mundo não é mais objetiva, já que faz parte do próprio sujeito.

Dessa forma, é possível repensar o conceito de aparelho de Flusser (2002), definido por ele mesmo como o resultado de textos científicos e uma simulação do pensamento humano. Segundo o autor, a objetividade das imagens técnicas é ilusória, aparente, pois elas são tão simbólicas quanto qualquer outra imagem (2002, p. 14) e Bazin diz que a originalidade da fotografia em contraposição à pintura reside na objetividade que resulta da formação automática da imagem, sem a interferência criadora do homem. "Todas as artes baseiam-se na presença do homem; apenas na fotografia usufruímos de sua ausência" (BAZIN apud DUBOIS, 1993, p. 34). As imagens técnicas, existentes já no Renascimento italiano a partir de dispositivos técnicos destinados a privar as pinturas da subjetividade humana (como a *perspectiva artificialis*), movem esse empenho no sentido de colocar a produção fora do

homem, se livrando das particularidades do sujeito (MACHADO, 1997, p. 226). A fotografia, desta forma, teria o propósito de dar continuidade ao modelo de imagem renascentista, de reprodução mimética. Flusser garante que esta aparente objetividade é ilusória, uma vez que essas imagens também são simbólicas, textos transformados em imagens que precisam ser decifrados (2002, p. 14).

A terceira metáfora apresentada por Sfez é a do Frankenstein, do tautismo. Neste terceiro momento a tecnologia prevalece, regendo a visão de mundo onde o sujeito só pode existir através do objeto técnico que lhe atribui limites. A palavra de ordem é "confundir". Este momento é comandado pela preposição *por*: "Pela técnica, o homem, pode existir, mas não fora do espelho que ela lhe estende" (SFEZ, 1994, p. 32). A máquina, criada pelo homem, torna-se sua própria criadora, e o indivíduo perde a noção de realidade e identidade. Sfez explica que o tautismo seria uma junção de autismo e tautologia, evocando também o totalitarismo. Aplicada à comunicação, esta metáfora nos mostra uma confusão entre emissor e receptor, onde tudo se comunica e onde muitas vezes não se pode saber a origem da comunicação; onde a comunicação acaba morrendo por um excesso.

Parece que chegamos a um ponto curioso e até inédito na história de nossas civilizações: o ponto limite em que o espetáculo que se exhibe, e que se supõe uma distância entre o espectador e a cena, nos inclui na própria cena e nos leva a crer nessa inclusão (SFEZ, 1994, p.72).

Machado (1997) relaciona essa questão com as imagens técnicas: a produção de imagens computadorizadas, que seria uma simulação do realismo fotográfico, não deixa de ser também parte deste ponto limite, onde acreditamos fazer parte desta ilusão (MACHADO, 1997, p. 232). No tautismo temos a confusão entre representação e expressão, onde acreditamos exprimir o mundo das máquinas, que nos representam e que se exprimem em nosso lugar (SFEZ, 1994, p. 75). Essa é a sociedade Frankenstein de espiral infinita, onde o produtor é produto e produtor ao mesmo tempo. A tecnologia rege o mundo e o homem se encontra isolado, alienado. Flusser reflete sobre a possibilidade de se viver livremente em um mundo programado por aparelhos. Neste sentido, afirma que o homem é empurrado para o setor terciário, onde brinca com símbolos vazios, transferindo seu interesse do mundo objetivo para o mundo simbólico; o viver alimenta os aparelhos e é por eles alimentado, não há espaço para a liberdade. Segundo ele "sempre se supôs que os instrumentos são modelos de pensamento. O homem os inventa, tendo por modelo seu próprio corpo. Esquece-se depois do modelo, aliena-se, e vai tomar o instrumento como modelo de mundo, de si próprio e da sociedade" (FLUSSER, 2002, p.73).

Quando Flusser reivindica uma nova filosofia da fotografia, trata de recolocar o problema da liberdade em parâmetros inteiramente novos, segundo os quais liberdade é jogar com o aparelho visando quebrar sua programação, tentando obrigar o aparelho a produzir imagens que não estão em seu programa.

Para Sfez, a comunicação, nessa espiral infinita, é uma repetição imperturbável, se fazendo "[...] de si para si mesmo, mas um si diluído num todo" (1994, p. 77), onde de tanto se falar, não há mais nada de novo a dizer, uma repetição vazia. Chega-se ao ponto em que sem o estímulo de uma realidade exterior, graças à autofabricação do exterior, não haveria mais objeto exterior a ser representado pelos *mass media*, como também não haveria mais sujeito comunicante.

Segundo ele, as metáforas surgem em um ponto determinado da história, mostrando três visões de mundo que se opõem e se interpenetram,

[...] mas, embora tenham seu momento de emergência histórica determinados, essas metáforas e essas visões não deixam de constituir elementos estáveis que resistem à história e que, postos em circulação, continuam a viver. Assim, a metáfora da máquina não é eclipsada pelo aparecimento da metáfora organicista e continua a viver na de Frankenstein (SFEZ, 1994, p. 33)

Representação e expressão apenas se opõem de forma conceitual, já que, segundo Sfez (1994, p. 65), na ciência e na política tradicionais da comunicação, elas se completam e se harmonizam.

Martino (2001, p. 20) também apresenta a comunicação em três grandes domínios: seres brutos, seres orgânicos e homens. Na comunicação entre seres brutos, Martino usa como exemplo as trocas de calor e a bola de bilhar — assim como Sfez —, se utilizando do termo "transmissão" (ação/reação). A comunicação entre seres orgânicos guarda os sentidos anteriores, mas "[...] o ser vivo interpõe o organismo entre a ação e a reação, alterando assim a dinâmica do processo" (MARTINO, 2001, p. 22). O processo deixa de ser mecânico, uma vez que o organismo interpreta e seleciona, não havendo uma ruptura, mas sim uma complexificação do sentido original de comunicação. Apenas no domínio humano é que a comunicação assume sua forma simbólica, onde a cultura passa a fazer parte do processo. Martino afirma que somente a comunicação do domínio humano interessa para o seu estudo da Comunicação, e os domínios bruto e de seres orgânicos são deixados para a Física e a Biologia.

2.1 SUPERFÍCIES E LINHAS, IMAGENS E TEXTOS

Outro aspecto essencial da comunicação humana é a passagem de informação através dos anos, com fins cumulativos, o que Flusser (2007) vê como mais uma forma de o homem lutar contra a natureza de sua morte; de forma que a comunicação é a luta dupla do homem contra seu desaparecimento.

O objetivo da comunicação humana é nos fazer esquecer desse contexto insignificante em que nos encontramos — completamente sozinhos e "incomunicáveis" —, ou seja, é nos fazer esquecer desse mundo em que ocupamos uma cela solitária e em que somos condenados à morte — o mundo da "natureza" (FLUSSER, 2007, p. 90).

Como veremos adiante, Durand (2000) parte da consciência da morte como base da experiência humana, onde a morte seria vencida através do imaginário. Martino (2001, p.33), afirma que a forma de organização coletiva atual é uma transformação radical no que concerne ao papel da comunicação dentro dessa estrutura, onde o processo comunicativo não é mais o fundamento da consciência humana (coletiva ou individualmente), mas uma maneira racional de o indivíduo se inserir na coletividade.

É a partir da análise da Sociedade enquanto tipo de organização coletiva que podemos entender, de um lado, a necessidade de comunicação do indivíduo moderno em seu afã de engajamento coletivo; e, de outro lado, a presença notória e crescente que adquirem os meios de comunicação em nossa sociedade de massa, como parte importante no processo de instrumentalização da atividade individual face ao seu desafio de engajamento numa coletividade complexa (MARTINO, 2001, p. 34.)

O homem se utiliza de duas formas de comunicação para trocar informação: dialógica e discursiva (FLUSSER, 2007, p. 97). Através da comunicação dialógica, os homens trocam diferentes informações para tentar sintetizar algo novo; através da comunicação discursiva, os homens compartilham informações a fim de que elas possam resistir melhor à natureza. As diferenças entre esses dois tipos de comunicação podem ser relacionados ao tautismo de Sfez (1994), no que Flusser complementa:

A conhecida queixa de que “não se pode mais comunicar” é um bom exemplo. O que as pessoas pensam certamente não é que sofram de falta de comunicação. Nunca antes na história a comunicação foi tão boa e funcionou de forma tão intensiva como hoje. O que as pessoas pensam é na dificuldade de produzir diálogos efetivos, isto é, de trocar informações com o objetivo de adquirir novas informações (FLUSSER, 2007, p.98).

Naturalmente, um equilíbrio entre os dois tipos de comunicação seria ideal. Martino acredita que a informação seja uma "comunicação em potencial" (2001, p. 17), se referindo à organização dos traços materiais pela consciência, enquanto a comunicação se refere ao processo completo, onde as consciências se relacionam.

Flusser nos apresenta, então, seus conceitos de linhas e superfícies segundo o qual superfícies seriam as telas de televisão, cinema, fotografias, pinturas etc. e linhas representam o mundo tridimensional ao projetá-lo em uma série de sucessões — a escrita (2007, p. 102). Até recentemente, o pensamento do Ocidente seria baseado principalmente em linhas escritas, que impõem uma estrutura específica ao pensamento ao representar o mundo por meio de uma sequência de códigos (estar-no-mundo histórico) (FLUSSER, 2007, p. 110). Em paralelo às linhas, sempre teriam existido as superfícies como forma de representação do mundo, que impõem uma maneira de ler circularmente (e de estar-no-mundo a-histórico). Atualmente, as superfícies são abundantes, tomando lugar das linhas, que têm se tornado cada vez menos importantes para as massas. Nesse sentido, Durand (2011) afirmou que graças ao gigantesco progresso técnico, o século XX viu a construção da “civilização da imagem” e dos meios de transmitir essas imagens. Assim como Flusser fala em uma troca de poder do pensamento em linha pelo de superfície, Durand trata do fim da “galáxia Gutenberg”:

[...] torna-se fácil imaginar que uma inflação de imagens prontas para o consumo tenha transtornado completamente as filosofias, que até então dependiam do que alguns denominam “a galáxia Gutenberg”, isto é, a supremacia da imprensa e da comunicação escrita — com sua enorme riqueza de sintaxes, retóricas e todos os processos de raciocínio — sobre a imagem mental (a imagem perceptiva, das lembranças, das ilusões etc.) ou icônica (o figurativo pintado, desenhado, esculpido e fotografado). (DURAND, 2011, p. 05)

Para Durand, o fim dessa “galáxia Gutenberg” pelo reino da informação onipresente e da imagem visual apresentam consequências — efeitos perversos — que somente a pesquisa pode encontrar.

Ambas estruturas — pensamento em linha e em superfície — são “lidas” de formas diferentes pelo homem: as superfícies podem ser apreendidas em apenas um olhar, enquanto para captar a mensagem de um texto, precisamos lê-lo até o final, o que significa que se requer muito mais tempo para descrever, ou demonstrar algo por escrito do que através de uma imagem.

O conceito de linhas e superfícies, presente em *O Mundo Codificado*, pode ser apreendido também em *Filosofia da Caixa Preta*, do mesmo autor, mas de uma forma um pouco diferente. Superfície poderia ser relacionada com imagem figurativa, que para o autor seria o esforço de abstração de quatro dimensões de espaço-tempo (a realidade) em duas, conservando apenas as dimensões do plano (2002, p. 07). Flusser afirma que através de um golpe de vista podemos captar o significado de uma imagem, mas que este método produz apenas um deciframento superficial do significado. Ele apresenta como solução para uma leitura aprofundada de uma imagem o método que denomina *scanning* (2002, p. 07), que é um

vaguear do olhar pela imagem que proporciona a restituição das dimensões abstraídas. O *scanning* segue a estrutura da imagem, mas também os impulsos do observador, de forma que assim obtemos uma síntese entre as intencionalidades do emissor e do receptor. Durante o *scanning*, o olhar estabelece relações temporais entre os elementos da imagem, criando um tempo circular. Este tempo difere daquele da linha, ou da escrita, nos quais o tempo é linear, estabelecendo relações causais. A semelhança nos conceitos de linha e escrita é flagrante, especialmente quando Flusser descreve o método do rasgamento, ao falar sobre a criação da escrita, mostrando a formação da consciência histórica.

Surgiram pessoas empenhadas no “relembramento” da função originária das imagens, que passaram a rasgá-las, a fim de abrir a visão para o mundo concreto escondido pelas imagens. O método de rasgamento consistia em desfiar as superfícies das imagens em linhas e alinhar os elementos imagéticos. Eis como foi inventada a escrita linear. Tratava-se de transcodificar o tempo circular em linear, traduzir cenas em processos (FLUSSER, 2002, p. 09).

A escrita seria uma nova capacidade de codificar planos em retas (superfícies em linhas), dessa forma abstraindo todas as dimensões, menos a conceituação (2002, p.10). A função das imagens técnicas seria a de emancipar a sociedade da necessidade de pensar conceitualmente (2002, p. 16).

Flusser (2007) considera a leitura de um filme como uma mudança radical na estrutura de pensamento do homem, já que as imagens em movimento incorporam a escrita linear na própria superfície: precisamos esperar até o final do filme para entendermos sua mensagem (como na escrita linear), ao mesmo tempo em que podemos ler cada imagem do filme como uma pintura, por exemplo. Flusser acredita que, se é verdade que o "pensamento-em-superfície" está absorvendo o "pensamento-em-linha", uma grande mudança pode se concretizar nos padrões de comportamento e na estrutura da sociedade, nos levando a um estar-no-mundo pós-histórico (2007, p. 111).

Flusser traz à tona a questão sobre ficção e realidade, afirmando que "a epistemologia ocidental é baseada na premissa cartesiana de que pensar significa seguir a linha escrita, e isso não dá crédito à fotografia como uma maneira de pensar" (FLUSSER, 2007, p. 111). Ele exemplifica que não temos experiência imediata, direta, com uma diversidade de coisas que não estão a nosso alcance, e que a mídia possibilita que tenhamos contato com essas coisas. Essa experiência através da mídia abre para Flusser uma série de questionamentos sobre a realidade e ficção das coisas, de como a ficção se utiliza de símbolos convencionalmente designados que podem representar essas coisas "ausentes". Pensemos mais uma vez sobre a fotografia dando continuidade ao modelo renascentista: no fim das contas, "[...] nada mais faz que celebrar uma iconografia historicamente datada, tomada como modelar e repetida até a

exaustão pelas sucessivas gerações" (MACHADO, 1997, p. 228). Para Machado, no século XX, o modelo renascentista (imagem técnica) e o modelo moderno (exemplificado pelas artes plásticas e pelas anamorfoses) coexistirão, não sendo excludentes. A arte produzida através dos vídeos (imagem eletrônica) seria a primeira a reconciliar as imagens técnicas com a produção estética de nosso tempo.

Flusser, por fim, nos leva a pensar sobre a possibilidade de uma nova civilização — utópica —, em que as mídias de linha e de superfície poderiam se unir de forma criativa. Para essa civilização pós-histórica, Flusser vislumbra duas alternativas: 1) o pensamento imagético não consegue incorporar o pensamento conceitual, conduzindo a uma alienação do homem, "[...] à vitória da sociedade de consumo e ao totalitarismo da mídia de massa" (2007, p. 124); ou 2) o pensamento imagético obtém sucesso ao incorporar o pensamento conceitual, nos levando a um novo tipo de comunicação, um novo senso de realidade. A primeira opção nos remete à textolatria (FLUSSER, 2002), como uma crise dos textos que implicaria o naufrágio da história.

Machado (2001) questiona se existe alguma imagem, além da que dispomos dentro de nossa mente, que não se utilize de um dispositivo técnico para existir. Ideia essa que converge com as considerações de Flusser (2002) sobre a possibilidade de liberdade em um mundo dominado pelos aparelhos. Para Machado, o termo imagem técnica designa uma classe de imagens de "fenômenos audiovisuais" (2001, p. 224) onde o adjetivo "técnica" ofusca o substantivo "imagem": nada mais que o tautismo de Sfez (1994).

Sfez (1994) é pessimista sobre o ponto onde o homem se encontra, em que ele só é capaz de viver alienado em meio à tecnologia, onde a comunicação morre por seus excessos. Flusser (2002, 2007), por sua vez, traz um tom otimista, porém utópico: urge uma nova filosofia para que o homem aprenda a sair das garras da tecnologia alienadora, lutando contra a programação, vislumbrando essa nova civilização pós-histórica como uma possibilidade. Os dois autores falam de um homem cada vez mais isolado em si mesmo, enquanto Martino (2001) ainda fala sobre a comunicação dentro de uma estrutura coletiva. O fato de estas obras terem sido escritas em um momento onde a Internet ainda não era uma ferramenta tão imprescindível e as redes sociais apenas engatinhavam dentro de centros universitários muito restritos e grupos acadêmicos faz com que elas adquiram ainda mais importância, já que eram portadoras de projeções que parecem estar se concretizando. Os limites entre individual e coletivo, emissor e receptor, se tornam ainda mais difusos na virtualidade.

Durand antevia já em 2011 para onde caminhava a comunicação:

A enorme produção obsessiva de imagens encontra-se delimitada ao campo do “distrain”. Todavia, as difusoras de imagens – digamos a mídia – encontra-se onipresente em todos os níveis de representação e da psique do homem ocidental ou ocidentalizado. A imagem está presente desde o berço até o túmulo, ditando as intenções de produtores anônimos ou ocultos: no despertar pedagógico da criança, nas escolhas econômicas e profissionais do adolescente, nas escolhas tipológicas (a aparência) de cada pessoa, até nos usos e costumes públicos e privados, às vezes como “informação”, às vezes velando a ideologia de uma “propaganda”, e noutras escondendo-se atrás de uma “publicidade” sedutora... (DURAND, 2011, p. 33)

Entre o lançamento do primeiro modelo de câmera LOMO e do Instagram temos mais de 20 anos de hiato, permeado por grandes desenvolvimentos tecnológicos como as câmeras digitais e a Internet. É importante pensarmos nesse aspecto para compreendermos as diferentes finalidades da lomografia e do Instagram. No primeiro caso, temos uma câmera analógica de baixo custo, reapropriada na década de 1990 por jovens artistas, alavancando “[...] um novo estilo de linguagem artístico experimental fotográfica” (LOMOGRAPHY, 2014c). É notável que, embora tenha sido criado em 1994, somente em 1997 o site da Sociedade Lomográfica ganhou a função de vendas de produtos LOMO, de comunidade e arquivo global de imagens. No segundo caso, temos um aplicativo desenvolvido diretamente para *smartphones* na década de 2010 como uma rede social de compartilhamento de imagens de forma instantânea através da Internet. O aplicativo é apenas uma das funcionalidades que o *smartphone* possibilita, juntamente com a câmera digital que já vem embutida no aparelho.

Enquanto o site da Lomography parece ter por finalidade o compartilhamento de fotografias registradas com câmeras LOMO, valorizando a estética em detrimento da instantaneidade – não esqueçamos que ele também é a principal forma de venda e publicidade das câmeras da marca –, o Instagram é “Uma maneira rápida, bonita e divertida de compartilhar sua vida com amigos e família” (INSTAGRAM, 2014a). O número exorbitante de postagens diárias no Instagram, comparado com as postagens de lomografias (conforme mencionado anteriormente), demonstra um exagero, um excesso de informação, que nos remete ao tautismo de Sfez (1994), onde só seria possível ao homem existir através dos objetos técnicos que lhe atribuem seus limites.

2.2 DO TAUTISMO AO TITANISMO

O Excesso e o exagero são características marcantes do momento em que vivemos, não presentes somente na Comunicação – que acaba por morrer em virtude disso –, mas em diversos aspectos das relações e vida humana conforme aponta Sfez (1994). Contrera (2003) faz a crítica dos grandiosismos de nossa época, como a perseguição obcecada pelo enriquecimento sem limites, pela vida – e também juventude – eterna, poder político, a

estética do consumo e o capitalismo desenfreado. Na Comunicação, a autora ressalta a hiperexposição e a superinformação — ao ponto da saturação —, a eficiência e a velocidade em detrimento do sentido, afirmando que esses traços fundamentais dos nossos tempos são identificados com o titanismo. Os Titãs, figuras da mitologia grega, simbolizam as forças brutas da terra, manifestações elementares, forças selvagens de insubmissão, sendo caracterizados como ambiciosos, revoltados, indomáveis, exprimindo a oposição a uma espiritualização harmonizante. Esse titanismo estaria impregnado em nossa cultura no que, segundo Contrera (2003), seria uma memória humana primitiva.

Frente ao titanismo, estamos diante da manifestação de um fenômeno que nos diz respeito, que nos pertence, mas que pertence exatamente ao ponto cego, ao escuro primitivo que há em nós. Talvez por isso não nos deva causar estranhamento o fato de nossa sociedade contemporânea (nossos valores, nossa política, nossa economia, nossas comunicações) estar rendida ao titanismo em suas manifestações mais sombrias, e ao excesso e à vacuidade que ele representa. (CONTRERA, 2003, p.05)

Se utilizando da síntese de López-Pedraza (1997), Contrera resume o titanismo: nem lei, nem ordem, nem limites; só excesso — que ela designa como seu traço definidor. Excesso esse que esconde a megalomania do homem, traço do Titã Prometeu (2003). Pensando nas comunicações virtuais, sejam sites de notícias ou redes sociais, a ausência de ordem e limites referenciais podem ser identificados nessa nova organização temporal:

O tempo real da comunicação do ciberespaço, muito longe de reproduzir ou respeitar a realidade do tempo real da comunicação humana primária, da comunicação dos corpos humanos, propõe a velocidade e a vertigem dos sistemas artificiais, impondo um instantaneísmo que a tudo funde numa operação de indiscriminação, abolindo os rituais comunicativos e as marcas organizacionais. (CONTRERA, 2003, p. 10)

Contrera inclusive afirma que a empolgação tecnológica é o tom dominante nos discursos sobre comunicação, assim como dos valores titânicos da eficiência econômica e "[...] da rapidez até o ponto de fusão que elimina as relações concretas, do hiper/texto, do hiper/real do hiper/tudo que se funde em nada." (CONTRERA, 2003, p. 03). Autores que fogem dessa onda de empolgação, não raro, são taxados de alarmistas, catastrofistas, distópicos.

Esse nada, que a autora também chama de vacuidade, seria fruto da dissociação dos rituais sociais de comunicação, que se desfiguram e desaparecem, restando apenas uma ansiedade e falta de sentido titânicos. Para Sfez (1994), no tautismo, somos levados a crer que, como espectadores, fazemos parte de uma cena através da comunicação. Contrera corrobora essa ideia: a comunicação partiu de um ritual social para um espetáculo, chegando enfim ao estado de simulacro. O excesso de imagens — ou iconofagia — tenta preencher esse vácuo, e essa ansiedade e falta de sentido gerariam um estado de tensão permanente e

absoluto (CONTRERA, 2003, p. 11). A autora caracteriza isso como um movimento histórico que implanta uma estética do consumo, da quantidade e da velocidade. A avidez por imagens torna sua recepção e oferta cada vez menos seletivas, motivando menos vínculos e relações, assim como trazendo implicações éticas e históricas. O Instagram se mostra, de fato, uma ferramenta representativa dos tempos atuais, incentivando a quantidade e a velocidade das comunicações. Porém, por ser uma ferramenta gratuita, dá ênfase ao consumo através do exibicionismo de seus usuários. A lomografia, apesar de trabalhar com uma noção diferente do tempo instantâneo da atualidade, exige que seus usuários comprem equipamentos e filmes fotográficos, lançando constantemente novos modelos ou relançando modelos com cores diferentes.

Rodríguez (2011) lança a pergunta: porque estar nas redes sociais? E ela mesmo responde que na sociedade atual, regida pela cultura do consumismo e dos meios de comunicação, pode-se concluir que para *ser*, é preciso *estar*. García-Capilla (2011) afirma que os meios de comunicação são, atualmente, os grandes responsáveis pela exacerbação do consumo, criando necessidades onde não há, a informação sendo apresentada de forma hiperrealista e teatralizada, permitindo que qualquer acontecimento se transforme em notícia: mais importantes são os feitos, não os valores. Comentando sobre os estudos de Lipovetsky, García-Capilla trata sobre a influência decisiva dos meios de comunicação na reorientação das atitudes individuais e coletivas e na difusão de novos padrões de vida, e trazendo os nomes meios tecnológicos de comunicação, como as redes sociais, fala da vontade do indivíduo de falar sobre si mesmo, ser escutado mas não se dispor a escutar ao próximo. Por fim, ele conclui que com a tecnologia a seu serviço, a comunicação aumentou em quantitativo – quantidade e rapidez – e não qualitativamente – profundidade e qualidade.

O momento da comunicação que Contrera (2003), Rodríguez (2011) e García-Capilla (2011) nos apresentam é equiparável ao tautismo de Sfez (1994): a empolgação pela tecnologia, a eficiência dos objetos técnicos, que são vistos somente por seu viés utilitarista – sendo deixadas de lado as possibilidades estéticas –, a ausência de limites referenciais – para Sfez (1994), exemplificado nos papéis difusos de emissor e receptor. Esse caráter utilitarista pode ser percebido na valorização de características como a eficiência de postagens presente no Instagram. De fato, isso influenciou os últimos lançamentos da LOMO – cujo lema é "o futuro é analógico" (LOMOGRAPHY, 2014b) a buscar uma aproximação com a tecnologia: lentes plásticas da marca adaptáveis às câmeras digitais reflex e às câmeras compactas e um *scanner* compacto de negativos acoplável a *smartphones*.

As comunicações virtuais, sejam através de sites, e-mails ou redes sociais, têm como característica marcante a instantaneidade, que pode ser vista como a eficácia (de comunicar) titânica: uma nova organização temporal. Em uma rede social como o Instagram, o usuário posta fotografias da sua rotina diária instantaneamente, uma foto nova a cada nova atividade, uma ansiedade exibicionista unida ao poder da observação — como um *voyeur*. Com mais de 300 milhões de usuários ativos (mensalmente), 70 milhões de fotos são postadas por dia no Instagram, gerando 2,5 bilhões *likes* diários (INSTAGRAM, 2015) — no site da Lomography, entre os dias 11 e 12 de junho de 2014, apenas 1898 fotos foram postadas e 20.658 *likes* contabilizados (LOMOGRAPHY, 2014f). Essas 70 milhões de fotos diárias do Instagram geram tal excesso de informação que acabamos, no final das contas, não comunicando nada: excesso e vacuidade. A comunicação desaparece, não só no sentido de não se reter nenhuma informação, mas da inexistência do ritual comunicativo; acaba-se sabendo da vida de amigos, conhecidos e desconhecidos pela rede social, inexistindo um contato pessoal.

Uma pesquisa sobre as *hashtags*⁴ mais populares do aplicativo também indica um traço titânico da comunicação via Instagram qual seja a exacerbação da felicidade, do enriquecimento, da juventude e do poder. Das 100 *hashtags* mais populares utilizadas pelos usuários para classificar suas imagens em 23 de dezembro de 2014, apenas uma tem um caráter relativamente negativo: *bored* (entediado) em 49º lugar, somando 77,6 milhões de fotos até o momento. As 99 *hashtags* restantes ou tem caráter positivo — como *happy* (feliz), *smile* (sorriso) ou *friends* (amigos) — ou caráter narcisista, onde o usuário pede *likes* dos amigos ou mais seguidores. A *hashtag* mais popular, de fato, fala muito sobre a sociedade que cada vez mais se isola nas redes sociais e não se comunica: *love* (amor), com mais de 746 milhões de fotografias, cerca de 400 milhões de fotos a mais que a segunda colocada (HOT, 2014).

Não surpreende que uma análise de 2013 indique que o Instagram é a rede social que mais causa depressão nos usuários devido a comparações entre os perfis, afetando a autoestima. Segundo uma pesquisadora da Universidade Humboldt, uma foto apresenta indícios mais explícitos de pessoas sendo felizes, ricas e bem-sucedidas do que uma simples atualização de status em uma rede como Facebook ou Twitter. A comparação entre as imagens acaba gerando uma espiral de competição, como uma comparação sobre quem aparenta ser mais feliz e realizado (INSTAGRAM, 2013). Eventualmente o usuário sequer percebe o enorme tempo investido para montar uma imagem impressionante.

⁴ Símbolo utilizado na legenda da fotografia para indicar uma classificação de tema para a imagem, podendo ser relacionado a sentimentos, locais, atividades, etc.

Em um momento em que é cada vez mais comum as pessoas morarem nas grandes cidades, superpopuladas e concentradas, Contrera (2003) afirma que, com a ausência de sinais de demarcação de espaço, não é possível criar vínculos de identidade com outras pessoas. Não havendo relações baseadas em laços de igualdade ou de diferenciação, o indivíduo busca ainda mais o isolamento e mesmo assim, se sente invadido na própria solidão. Esse conceito nos conecta à ideia do autismo inerente ao tautismo de Sfez (1994), onde o homem se encontra cada vez mais isolado, ao mesmo tempo em que possui a cada dia mais ferramentas tecnológicas para se comunicar e estar conectado.

Contrera conclui que dessa forma a mídia perde sua função fundamental de meio de comunicação: se ela não é mais capaz de conectar os indivíduos, se torna apenas produto-oferta de imaginários a serem consumidos (2003, p. 12). Acabamos entrando em uma espiral de excesso comunicativo, onde no final das contas nada comunicamos, não geramos memória, apenas retroalimentamos a máquina lucrativa. O indivíduo é isolado e sem identidade: o autismo, totalitário, que alimenta o voraz titã da comunicação. Nesse sentido, podemos pensar no Instagram como a forma de comunicação da atualidade, voltando ao tautismo em que o indivíduo só existe na medida em que o objeto técnico lhe atribui limites.

Em *O Imaginário*, Durand já trata de uma passividade do consumidor, que nos remete à falta de preocupação estética e criatividade dos usuários de Instagram, especialmente ao repensarmos sobre o excesso de imagens constante da ferramenta:

Em primeiro lugar porque ela (“a civilização da imagem”) impõe seu sentido a um espectador passivo, pois a imagem “enlatada” anestesia aos poucos a criatividade individual da imaginação, como já apontava Bachelard ao dar preferência à “imagem literária” sobre qualquer outra imagem icônica mesmo animada como a de um filme. Portanto, a imagem “enlatada” paralisa qualquer julgamento de valor por parte do consumidor passivo, já que o valor depende de uma escolha; o espectador será então orientado pelas atitudes coletivas da propaganda: é a temida “violação das massas”. [...] A famosa “liberdade de informação” é substituída por uma total “liberdade de desinformação”. (DURAND, 2011, p. 118)

Na lomografia, existe uma preocupação em desvendar a caixa-preta, em descobrir novas possibilidades para registrar fotos cada vez mais bonitas e diferentes, excêntricas. O perfil pessoal de um lomógrafo no site é pouco relevante. Existe, porém, a percepção de se pertencer a uma comunidade, que compartilha do gosto estético *vintage*, que troca experiências sobre novas técnicas experimentais e que é iniciada na lomografia (LOMOGRAPHY, 2014d). No Instagram, porém, a individualidade e também o prestígio são importantes, o que ocasionou o surgimento de uma nova categoria de celebridades, antes desconhecidas, cujo estrelato foi alçado pela ferramenta. Um exemplo é o usuário *Tuna Melts My Heart* (“Tuna derrete meu coração”), um cachorro sem raça definida que é fotografado

diariamente pela dona e que atingiu a marca de mais de 840 mil seguidores. (INSTAGRAM, 2014b).

Outra usuária a atingir o estrelato através do Instagram foi Carol Buffara, empresária do ramo da moda que, ao utilizar a ferramenta para mostrar seu processo de dieta de emagrecimento conquistou quase 300 mil seguidores (INSTAGRAM, 2014c). A busca da empresária por um estilo de vida vegano e voltado à saúde e bem-estar fez tanto sucesso na rede que ela eventualmente lançou um livro sobre *fitness*, virou garota propaganda de marcas voltadas a esportes e dieta saudável e acabou adaptando seus negócios ao novo cargo de "musa *fitness*" (ESPIN, 2014). Jung (1978), define persona como uma identificação do indivíduo com seu cargo ou título, de forma que ele passa a se comportar como se fosse o próprio conjunto de fatores sociais que esse cargo representa (1978, p. 18), buscando simultaneamente a aprovação da sociedade. Isso implicaria em se apoderar de qualidades que não necessariamente se referem ao indivíduo. Persona "[...] é uma simples máscara da psique coletiva, máscara que aparenta uma *individualidade*, procurando convencer aos outros e a si mesma que é uma individualidade, quando na realidade, não passa de um papel, no qual fala a psique coletiva" (1978, p. 32). A persona representa uma fácil compensação das deficiências pessoais, exercendo desta forma um grande fascínio. Buffara, de fato, abraçou a persona: "Carol conta que depois de alguns meses postando parte da sua rotina de treinos e alimentação, um grupo de seguidores começou a marcá-la em *hashtags* diversas, entre elas a #projetocarolbuffara. "Decidi 'oficializar' para eu e eles montarmos um álbum de fotos de um grupo de pessoas com o mesmo objetivo: tentar levar um estilo de vida mais saudável", afirma" (ESPIN, 2014).

Segundo Jung (1978), na psique coletiva abrigam-se todas as virtudes específicas e todos os vícios da humanidade, de forma que para sermos bons precisamos reprimir o mal: essa repressão foi uma condição necessária para o desenvolvimento da personalidade. Para os povos primitivos, desenvolver uma personalidade é uma questão de "prestígio mágico", permitido apenas ao chefe da tribo e ao feiticeiro, que possuem um papel social singular. Através de seus rituais e ornamentos, eles se distinguem dos demais, criando sua persona (máscara). Logo, ambos são afastados da "esfera da psique coletiva". Essa formação do prestígio depende de duas vias: alguém que busca prestígio e o público que busca alguém para prestigiar. Este "[...] sentimento geral de validez provém, naturalmente, da universalidade da psique coletiva" (JUNG, 1978, p. 26), gerando um menosprezo pelas diferenças individuais e excentricidades, o que causaria uma repressão dos "excêntricos" que rasgam deliberadamente a máscara ou usam uma diferente do que é esperada.

Como em qualquer rede social, no Instagram os usuários criam personas: escolhem determinadas fotografias para compartilhar com amigos, colegas e também desconhecidos — em uma tentativa de definir em imagens suas vidas e personalidades, procurando se destacar e diferenciar da multidão. Criam, através de fotografias, uma linha de tempo de suas atividades, podendo marcar em um mapa do aplicativo os lugares em que as fotografias foram registradas, como em viagens ou restaurantes badalados. Na Sociedade Lomográfica, os usuários também criam um perfil e postam suas fotografias tendo também uma ferramenta de mapa disponível. Porém, não há essa necessidade exacerbada de se posicionar como uma pessoa feliz, bem sucedida, mostrando sempre apenas os bons momentos da vida como no Instagram, já que o perfil não é visto como relevante, e sim o resultado estético das fotografias postadas. Na lomografia, a excentricidade — nesse caso, a excentricidade estética das imagens — é um fator positivo, pois envolve um esforço de quem visualiza para compreender como tal imagem foi criada, e requer do lomógrafo um alto nível de iniciação nas técnicas fotográficas experimentais: o prestígio entre os lomógrafos se daria dessa forma.

Características marcantes dessa busca por prestígio recorrentes no Instagram têm semelhanças com as manifestações do titanismo dispostas por Contrera (2003): fotografias que demonstram o consumo e riqueza, supervalorização da beleza e da juventude, megalomania e excesso, até mesmo o excesso de postagens de fotografias. Ao que parece, não basta viver, é preciso registrar, e se não foi registrado (e exibido), não foi vivido.

Quando Jung (1978) fala de prestígio, se refere também aos rituais, considerados pontos importantes na diferenciação de certos membros de um grupo, que possuem sua persona (máscara) e papéis distintos dos outros indivíduos do grupo. Quando do seu lançamento, o aplicativo Instagram era disponibilizado somente para a plataforma iOS, da marca Apple, deixando usuários da plataforma Android — mais barata e acessível — de fora da brincadeira. Dado isso, os usuários passaram a ser taxados de *hipsters*⁵. Em 2012, o Instagram anunciou seu lançamento para a plataforma Android (GONZALES, 2012), causando revolta entre usuários de iPhone, no que eles consideraram uma "orkutização"⁶ da ferramenta, ou seja, eram contra a popularização de um aplicativo que antes estava disponível

⁵ "*Hipster* é um termo frequentemente usado para se referir a um grupo de pessoas da classe média urbana, que buscam influências retrô e são consideradas como pessoas que ditam as novas modas entre os jovens.

⁶ Ao ser lançado em 2004, o Orkut era utilizado por membros de uma elite - estava disponível apenas na língua inglesa e boa parte da população brasileira não tinha acesso à Internet. O termo orkutização se refere à popularização do Orkut por membros da classe C e D, no que os primeiros usuários definiram como "[...] a adesão do Orkut por pessoas 'sem cultura' ou 'sem educação' *INDEPENDENTE DE CLASSE ECONÔMICA* [sic] trouxe para dentro desta rede diversos problemas geralmente atribuídos ao 'povão', como assassinatos ao [sic] português, perguntas que demonstram um baixo nível de escolaridade, pessoas com educação menos 'refinada', comentários ignorantes [...]" (ALTERMANN, 2012)

apenas para uma camada de elite, já que os preços de telefones celulares com plataforma Android são mais baratos que iPhones (LEMOS, 2012; RADAR POP, 2012). Fotografar com o Instagram utilizando seu iPhone era considerado fator de prestígio: somente os mais descolados e modernos — e ricos — dispunham dessa ferramenta; agora todos com um *smartphone* têm acesso a essa ferramenta gratuita. A questão gerou tanta polêmica que uma *hashtag* acabou se popularizando na época: *instapobre*. Os usuários de iPhone lançaram o termo de forma pejorativa, tentando desclassificar os novos usuários de Android, que acabaram se apropriando de forma irônica do termo, fotografando coisas preconceituosamente tachadas como "coisa de pobre".

As câmeras LOMO também podem ser consideradas como ferramenta de prestígio: são custosas para o fotógrafo e sua dificuldade de manuseio permite que apenas os "iniciados" na fotografia — e que adquiriram as câmeras da marca — consigam um resultado como os propagandeados no site da Sociedade Lomográfica. Dentro da própria comunidade de fotógrafos LOMO existe uma mesma relação de "elitismo", no que concerne aos usuários de Instagram, considerado uma popularização — e imitação — dos efeitos estéticos da lomografia e da fotografia analógica: para os mais radicais, o Instagram seria a "orkutização" da lomografia. Um grupo de compartilhamento de fotografias LOMO foi criado em 2004 no Flickr, e as regras do grupo são claras: somente fotografias feitas com câmeras LOMO são permitidas. Fotos "falsas", com efeitos *vintage* criados com edição no computador, serão deletadas (FLICKR, 2014).

3 MEMÓRIA: O ÂMBAR DO TEMPO

A fotografia, enquanto inovadora forma de representação, nos permitiu em seu surgimento no século XIX, pela primeira vez, congelar a imagem de um momento em um suporte físico. Como mosquito preso no âmbar, o objeto fotografado permanece fora tempo do tempo que corre, irremediavelmente separado pelo gesto do corte fotográfico.

3.1 A EXPERIÊNCIA TEMPORAL

O tempo é uma questão fundamental para a fotografia, não só em sua práxis, mas na discussão sobre como ela é capaz de representar o mundo e como o homem se posiciona nele. Machado (1984) trata desse tópico. O autor diferencia a fotografia da pintura figurativa, mostrando como a pintura cristaliza um tempo ideal e privilegiado, "pleno de sentido e intenção no qual estão condensados todos os instantes significativos que concorrem para o tema" (1984, p. 43). Já a fotografia capta um tempo impensado e aleatório, um "centésimo de segundo destituído de controle" (1984, p. 43), onde o acaso não pode ser inteiramente abolido, mesmo havendo uma intenção nesse sentido. Um exemplo dado pelo autor é a obra Santa Ceia, de Leonardo Da Vinci, onde todos os instantes particulares ideais convergem no mesmo momento retratado: Judas esconde o dinheiro recebido pela traição de Jesus, Tomé duvida da afirmação de que algum dos Apóstolos irá trair seu mestre e Jesus se encontra isolado no centro da obra, em serena resignação sobre seu destino.

Em função da discrepância entre velocidade do obturador e velocidade do objeto fotografado, o fotógrafo pode se utilizar de imagens congeladas ou borradas para criar visões inéditas do mundo. Com velocidades instantâneas, paisagens plásticas que antes não eram aceitas passam a ser naturais, como pessoas congeladas no ar em pleno movimento, ou ao contrário, borrões disformes sem nitidez. Machado afirma que os fotógrafos não sabem tirar proveito dos acidentes decorrentes dessas discrepâncias:

A verdade é que o grosso da produção fotográfica convencional, embriagada de ilusão homológica, costuma rejeitar todos esses acidentes do acaso que fazem aflorar uma paisagem bizarra, preferindo apoiar-se nos métodos elegantes da pintura figurativa [...]. É que o acidente, longe de encarnar a prova de uma objetividade "ontológica" do processo fotográfico, costuma desarticular o real ao invés de promovê-lo, pelo menos um certo estereótipo do "real" que é aquele que nos viciou a tradição figurativa (MACHADO, 1984, p.49).

Aumont (1990) afirma que o tempo é uma dimensão essencial à imagem, à câmera fotográfica e sua relação com o espectador. O autor garante que esse tempo não é objetivo, mas uma *experiência temporal* (1990, p. 106) que acontece de vários modos, de forma que o sentimento de tempo não decorre da duração objetiva dos fenômenos, mas de mudanças em

nossa sensação de tempo resultantes dos processos permanentes de interpretação que operamos. Segundo Aumont, a experiência temporal pode ter o sentido de presente, que é fundado na memória imediata; pode ter o sentido da duração, que é o que experienciamos cotidianamente como "tempo"; pode ter o sentido de futuro, relacionado às expectativas; e ter o sentido de sincronia e assincronia.

Dubois (1993) também tem algo a acrescentar sobre o tempo, que corre em fluxo contínuo e infinito segundo o autor. A fotografia, porém, detém esse fluxo com o corte abrupto do obturador, dessa forma, prendendo a imagem em uma espécie de limbo a que ele se refere como *fora do tempo*. Para Dubois, a questão *do gesto do corte* é fundamental, é o movimento que ao mesmo tempo corta espacial e temporalmente a fotografia, tornando-a uma fatia única do espaço-tempo, cortada ao vivo. Ele também trata da importante diferença no tempo de uma pintura e de uma fotografia: enquanto a pintura é produzida lentamente, traço por traço, criada e recriada na mente do artista a cada instante, a fotografia é feita nesse único gesto de corte, independente da duração da exposição do fotograma, sendo o golpe do corte irremediável. Todo o fluxo do tempo é reduzido à um único ponto, que na imagem perdura e se repete em uma eternidade. O fio do tempo, reduzido a um único momento, petrificado, vira um *fora do tempo*. Dubois se utiliza de uma metáfora, lembrando uma experiência pessoal de uma corrida em sua infância, ao definir que o *golpe do corte* o detém na imagem, ele é congelado, preso como em âmbar, e escapa do mundo; o fluxo do tempo continua sem ele, e o momento do disparo da câmera se configura como um abismo, uma ruptura irremediável.

O corte temporal que o ato fotográfico implica não é, portanto, somente redução de uma temporalidade decorrida num simples ponto (o instantâneo), é também passagem (até superação) desse ponto rumo à uma nova inscrição na duração: tempo de parada, decerto, mas também, e por aí mesmo, tempo de perpetuação (no outro mundo) do que só ocorreu uma vez (DUBOIS, 1993, p. 174).

O debate sobre como se constitui a realidade do tempo, porém, surgiu muito antes. Bachelard, já em 1932, questionava a noção de tempo proposta por Bergson, que afirmava que o homem tem uma experiência íntima e direta com a duração (BACHELARD, 2010, p.19). A filosofia bergsoniana uniria de forma indissolúvel o passado e o futuro, estando o tempo na própria fonte do impulso vital. Para Bergson, então, a vida pode receber instantes, mas é a duração que a explica de forma verdadeira. Bachelard, inspirado por Roupnel, afirma: “[...] o tempo é uma realidade encerrada no instante e suspensa entre dois nada. O tempo poderá sem dúvida renascer, mas primeiro terá de morrer. Não poderá transportar seu ser de um instante para outro, a fim de fazer dele uma duração. O instante é já a solidão” (BACHELARD, 2010, p.15). Para Bergson, esse instante seria um corte artificial que

facilitaria o pensamento esquemático, já que a inteligência seria inapta a seguir o vital, dessa forma sempre imobilizando o tempo em um presente. Bachelard, no entanto, é a duração que seria uma construção artificial, uma sensação como qualquer outra (BACHELARD, 2010). O autor então esquematiza as duas doutrinas:

Para Bergson, a verdadeira realidade do tempo é a sua duração; o instante é apenas uma abstração, desprovida de realidade. Ele é imposto do exterior pela inteligência, que só compreende o devir demarcando estados imóveis. [...] Para Roupnel, a verdadeira realidade do tempo e o instante; a duração é apenas uma construção, desprovida de realidade absoluta. Ela é feita do exterior, pela memória, potência de imaginação por excelência, que quer sonhar e reviver, mas não compreender. (BACHELARD, 2010, p.26)

Dessa forma, a filosofia bergsoniana seria uma filosofia da ação, sempre um desenrolar contínuo que se situa entre uma decisão e um objetivo. A filosofia de Roupnel é uma filosofia do ato, que é uma decisão instantânea. Para a Teoria Geral da Relatividade de Einstein, que também influenciou fortemente Bachelard, o instante é estabelecido com bastante precisão, permanecendo um absoluto, considerado em seu estado sintético como um ponto no espaço-tempo. Porém, essa concepção de tempo implica em uma descontinuidade no fluxo do tempo psicológico, mas não no tempo físico. Bachelard, porém, afirma que mesmo no domínio da física não existe um tempo único que seja válido para todas as situações, que essa diferença no fluxo do tempo estaria no âmbito psicológico. O tempo pensado não estaria em consonância com o vivido, já que a continuidade temporal é percebida pela consciência, sendo o resultado de múltiplas superposições temporais independentes (CARVALHO FILHO, 2012, p.59): “[...] o tempo tem várias dimensões; o tempo tem espessura. [...] qualquer psicologia temporal unificada é necessariamente lacunar, necessariamente dialética” (BACHELARD, 1994, p. 87).

O papel que a consciência desempenha em ambas perspectivas difere, mas para os dois autores ela é imprescindível na apreensão do fluxo do tempo. Para Bachelard, a consciência conecta instantes isolados no tempo através do hábito, destacando determinados fatos da vida e dando uma perspectiva de continuidade. A realidade temporal existiria de forma independente do sujeito. Já para Bergson, o tempo só tem realidade a partir da consciência (CARVALHO FILHO, 2012, p.67).

De forma sintética, poderíamos dizer que para Bergson a realidade do tempo seria a duração, onde o presente é explicado pelo passado e onde o conhecimento se faz de forma evolutiva, contínua e cumulativa. O tempo poderia ser representado por uma linha opaca, que representaria o *continuum* do tempo, e pontos transparentes sobre essa linha representariam o instante, que seria vazio, uma construção artificial da mente. Já em Bachelard, a realidade do

tempo se constituiria no instante, onde o passado é compreendido na perspectiva do presente. O instante é ruptura, e dessa forma se daria a produção de conhecimento: não de forma gradual e evolutiva, mas pela quebra de paradigmas. A duração seria uma falsa sensação criada pela racionalização. Nesse caso, o tempo poderia ser representado por uma linha translúcida, que seria pura potência, e os instantes seriam representados por pontos opacos sobre essa linha.

Eliade (1984) se propõe a estudar alguns aspectos da ontologia arcaica, as concepções do ser e da realidade detectadas no comportamento do homem das sociedades pré-modernas. Segundo o autor, conscientemente, o homem arcaico conhece apenas atos que já foram vividos por seus antepassados, heróis ou deuses. Tudo o que ele faz já foi feito anteriormente e sua vida seria uma repetição incessante de gestos feitos primeiramente por outros. Há um sentido platônico nesse conceito, onde existe um ideal de conduta anterior, um arquétipo (ELIADE, 1984, p.19).

Eliade explica a importância dos rituais de repetição do ato divino da criação do mundo/universo, seja na construção de um templo, na fundação de uma nova cidade, na bênção de uma colheita.

Através do paradoxo do rito, todo o espaço consagrado coincide com o Centro do Mundo, tal como o tempo de qualquer ritual coincide com o tempo mítico do "princípio". Com a repetição do ato cosmogônico, o tempo concreto em que se passa a criação é projetado no tempo mítico, *in illo tempore*, em que decorreu a criação do mundo (ELIADE, 1984, p.35).

A realização desses rituais transportaria o homem arcaico, segundo Eliade (1984, p.35) a um "tempo sagrado", "naquele tempo" (*in illo tempore, ab origine*) em que o ritual foi realizado pela primeira vez pelo deus, antepassado ou herói. Porém, não apenas os rituais têm seus modelos míticos, mas toda e qualquer ação humana, que adquire significado ao repetir uma ação realizada no princípio dos tempos. Eliade conclui que essa repetição levaria, enfim à abolição do tempo (ELIADE, 1984, p.49), a renovação e reatualização da cosmogonia (ELIADE, 1984, p.89). O tempo para os povos arcaicos era cíclico, sempre passível de ser repetido, ideia que foi influenciada pelas forças da natureza como as fases da Lua e os ciclos das colheitas. Há um conceito de princípio e de fim baseados nesses ritmos biocósmicos, enquadrados em um sistema mais vasto de purificações e renovações da vida periódicos: "Esta concepção de uma criação periódica, isto é, da renovação cíclica do tempo, coloca a questão da abolição da 'história' [...]" (ELIADE, 1984, p. 67). A necessidade de voltar a esse tempo primordial pelos povos arcaicos está fortemente relacionado à nostalgia do mito do Paraíso Perdido, um passado mitificado, transformado em arquétipo, "[...] esse 'passado'

contém, além da saudade de um tempo que acabou, mil outros sentido: ele expressa tudo que poderia ter sido, mas não foi [...]" (ELIADE, 2002, p. 13), um lugar/momento inacessível, irremediavelmente perdido. Nesse mito do Paraíso Perdido, homens e deuses andavam juntos pela Terra, sem moléstias, sem dor, sem trabalho e sem sofrimento, até o homem ser expulso por cometer uma falha. Eliade afirma que é provável que o desejo dos homens das sociedades tradicionais de recusarem a história e imitarem constantemente os arquétipo se revele no "[...] seu pavor de se ‘perder’ ao deixar-se invadir pela insignificância da existência profana" (ELIADE, 1984, p. 106). Nesse sentido, podemos lembrar Flusser (2007), para quem as superfícies tomam o lugar das linhas, nos levando a um estar-no-mundo a-histórico.

[...] a necessidade que as sociedades arcaicas sentem de se renovar periodicamente através da anulação do tempo. Coletivos ou individuais, periódicos ou esporádicos, os ritos de renovação contém sempre na sua estrutura e significado um elemento de regeneração pela repetição de um ato arquetípico, quase sempre do ato cosmogônico. O que nos interessa sobretudo nesses sistemas arcaicos é a abolição do tempo concreto e, por conseguinte, a sua intenção anti-histórica. A recusa de conservar a memória do passado, mesmo imediato, parece-nos ser o índice de uma antropologia particular.[...] Levados às últimas consequências, todos os ritos e comportamentos referidos poderiam subordinar-se ao seguinte enunciado: se não lhe prestar qualquer importância, o tempo não existe; por outro lado, quando se torna perceptível (devido aos pecados do homem, isto é, quando este se afasta do arquétipo e mergulha na duração), o tempo pode ser anulado (ELIADE, 1984, p.100).

A noção de tempo é completamente modificada a partir do Cristianismo. Anteriormente cíclico, o tempo passa a ser visto de forma linear, de anti-histórico passa a ser histórico. O tempo, que podia ser constantemente renovado pelos rituais de colheita, de Ano Novo, pelas orgias, etc., agora conta com acontecimentos fixos, que jamais se repetirão no fluxo do tempo: as manifestações de Deus ao se comunicar com seus profetas, a criação do universo e seu fim com o Juízo Final, a vinda do messias e a redenção da humanidade. A mudança de um tempo circular para um tempo linear é fundamental para entendermos como a forma do homem se posicionar no universo se transformou. A própria noção da lógica do pensamento dos deuses faz parte dessa mudança. Para os povos arcaicos, com a repetição dos arquétipos e com os ritos de renovação e sacrifício, era possível zerar o tempo e expurgar os pecados: recomeçar. Essa era uma relação lógica: se houve uma catástrofe, foi em virtude de um ritual mal realizado ou um pecado cometido, por exemplo. Realizando-se o que os deuses demandavam, o mundo permanecia em ordem. O Deus católico opera de forma diferente: ele exige de Abraão o sacrifício de seu filho, sem explicar o por quê. Abraão o obedece, mesmo sem saber o motivo de tal pedido ou que esse sacrifício tenha uma lógica qualquer; eis que temos o surgimento da fé.

Voltando aos povos arcaicos, Eliade (1984, p. 49) afirma que um objeto ou ação só se tornam reais quando repetem um arquétipo, o que pode parecer paradoxal para o homem moderno: o homem só se reconhece como real na medida em que deixa de ser ele mesmo, ao perder um caráter individual de comportamento. A consciência arcaica não dá qualquer valor às recordações pessoais. Isso nos remete a Jung (1978) e o conceito de *persona* presentes no Instagram, onde o reconhecimento vem pela individualidade.

Podemos pensar na arte rupestre como um ritual e uma forma de representação do homem arcaico: ao desenhar nas paredes, o homem ritualiza, desenha as formas dos bisões para que a caçada seja fortuita; ao mesmo tempo, conscientemente ou não, se posiciona no tempo e no espaço naquele momento. Esse desenho rupestre seria um predecessor da pintura figurativa, de quem a fotografia, segundo Machado (1984), se pretende uma continuidade. Eliade afirma que os povos arcaicos desconheciam as atividades ‘profanas’ e que qualquer atividade com um significado determinado, como a caça, pesca, agricultura, jogos, sexualidade, etc. de algum modo participam do sagrado. "Mas, como quase todas as atividades sofreram um longo processo de dessacralização e se transformaram em atividades ‘profanas’ nas sociedades modernas" (ELIADE, 1983, p. 42). O autor dá como exemplo a dança, mas acredito ser possível pensar também na fotografia. Se essa relação for possível, teremos um paradoxo: o homem arcaico, conclui Eliade, tem uma intenção anti-histórica, com seus rituais de abolição do tempo concreto e da repetição da cosmogonia; ao mesmo tempo, ao registrar uma imagem nas cavernas, se posiciona fisicamente no tempo. Os desenhos rupestres permanecem, dezenas de milhares de anos depois do desaparecimento de seus autores.

O tempo é rememorado de formas diferentes pela lomografia e pelo Instagram. A primeira não voltada à instantaneidade, é preciso tempo e paciência para se revelar e ampliar um filme fotográfico. Parece-nos que esse gesto de fotografar gera um vínculo afetivo com o momento, de forma que mesmo que uma fotografia tenha um resultado esteticamente inexpressivo, será guardada com carinho, porque o momento de fotografar não foi marcado pelo resultado imediato do retrato, e sim pelo simples fato de se estar fotografando e vivendo com o máximo de intensidade o momento – vide as Dez Regras de Ouro, onde esse momento é potencializado pelo ato de ser registrado com uma câmera LOMO. Já o Instagram nos proporciona a lógica do "publicar ou perecer", em que precisamos a todo instante compartilhar novas fotos para estarmos sempre visíveis na *timeline* dos amigos, sempre realizando a concretizando novas coisas, que não tem real valor se não as estivermos compartilhando na rede.

3.2 IMAGINAÇÃO

A ideia de Eliade (1984) da coexistência entre um presente, passado e futuro nas representações mentais, sendo concebido como um espaço-tempo primordial onde se situa o ato fundador original nos remete ao imaginário interno e externo propostos por Wunenburger (2002). O autor fala sobre esse duplo caráter da imagem, onde de início, temos uma relação com um fora, um "não-eu", que é percebido através de uma impressão sensorial de origem externa e, em seguida, onde a imagem "se insere em um *continuum* de representações sensíveis que constitui o vivido psíquico". Antes dessa percepção, porém, já possuímos imagens mentais antecedentes, que dizem respeito ao que desejamos e esperamos através de nossa consciência. De fato, isso significa que nunca estamos reduzidos somente às imagens das coisas presentes, sendo o presente inseparável das representações mentais do passado e do futuro. Isto nos indica a importância da imaginação na percepção: "A imagem é, portanto, intimamente ligada à possibilidade de constituir uma representação do real" (WUNENBURGER, 2002, p. 03).

Segundo Wunenburger⁷ (informação verbal), o que caracteriza a cultura humana é que partimos de uma imagem mental da realidade que se transforma em um traço externo do corpo, como por exemplo, um desenho, uma pintura ou uma fotografia. Isso significa que existe no corpo uma potência de materialização das imagens, do irreal mental para a realidade exteriorizada. Sendo o corpo indispensável para a exteriorização e objetivação das imagens mentais, podemos pensar nessa transformação da imagem mental através de uma ação do corpo a partir dos esquemas sensoriais motores destacados por Durand (1997), onde a simbólica é ativada pelo processo verbo-motor.

O conceito de *illud tempus*, para Eliade, é ligado ao homem primitivo e sua forma de compreender o tempo e o espaço, junto com seus ritos de renovação do tempo, de colheita, etc. Wunenburger⁸ (informação verbal) menciona as pinturas dos homens das cavernas afirmando que o pensamento simbólico está presente no pensamento mítico e nos ritos — complexas relações entre homem, animais e deuses. O filósofo atribui a essas imagens não só funções figurativas, mas também ritualísticas. Um dos objetivos estético-lúdico do imaginário, segundo Wunenburger (2007, p. 57) é concretizado pelas artes que, atestariam uma necessidade universal do homem de fabricar imagens e "[...] de dar corpo e controle a um imaginário visual e textual".

⁷ Jean-Jacques Wunenburger, em seminários de Teorias e Metodologias do Imaginário, realizado nos dias 24, 25 e 26 de outubro de 2013 na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS.

⁸ Idem.

Como diz ainda Aristóteles, os homens precisam encenar sua condição, em seu aspecto melhor ou pior, a fim de extrair ritualmente emoções (prazer e tristeza) que apaziguam as verdadeiras por eles sofridas (*catharsis*). O *homo aestheticus*, ao criar para o prazer uma outra imagem do mundo, um outro modo de manifestação das coisas, modifica ao mesmo tempo seu mundo interior e o mundo exterior: por um lado, cria imagens para objetivar experiências sensoriais, afetivas, imaginárias, como se sua vivência interior, oculta, silenciosa, não fosse suficiente para experimentar toda a sua intensidade e toda a sua riqueza (WUNENBURGER, 2007, p. 58).

Wunenburger⁹ (informação verbal) acrescenta sobre a importância do imaginário interior utilizando como exemplo a televisão, onde somos transbordados pelo imaginário exterior ao passarmos uma grande quantidade de horas em frente ao aparelho. Segundo o autor, esse excesso de produção do imaginário exterior faz com que renunciemos ao imaginário interior — que mesmo sendo particular, e não coletivo, merece atenção — o que ele considera patológico.

Levando em consideração o que foi supracitado, pode-se perceber como o gesto de fotografar — a fotografia sendo uma forma de arte — poderia ser compreendido como um modo de contato com esse imaginário interior. Neste caso, seria possível conceber a fotografia como um ritual, mas uma forma vazia de significação e de pregnância simbólica se comparado às pinturas dos homens das cavernas? O que sugere esse excesso de postagem de fotografias em redes sociais como o Instagram? Seria o Instagram transbordado por um imaginário exterior, enquanto a lomografia por um interior? Seria uma necessidade do homem de viver através dessas imagens? Em que medida as imagens podem concorrer com a realidade? Barros (2009a) ilumina a questão

Se outrora houve modos de existência da imagem em que ela é que via, era presença protetora (regime do ídolo, logo após o advento da escrita), passando depois a ser vista, a proporcionar deleite ao seu espectador (regime da arte, após a chegada da imprensa), hoje estamos *na* imagem; temos a visão, mas não o olhar. Da eternidade apresentada pelo ídolo, deslizamos à imortalidade representada pela arte e chegamos à atualidade simulada (BARROS, 2009a, p. 1).

Wunenburger¹⁰ (informação verbal) afirma que preferimos os romances à vida real porque há uma transmutação espaço-temporal das imagens, que podem gerar um mundo concorrente à vida real. Essas imagens são carregadas de um afeto, e estabelecem uma dialética entre afeto e representação. Se para Wunenburger (2013) os romances substituíram os mitos, e o cinema substituiu os romances, não estariam as fotografias — assim como as filmagens pessoais — substituindo alguma forma de expressão visual?

⁹ Idem.

¹⁰ Idem.

3.3 JOGO DE INICIAÇÃO SIMBÓLICA E O PENSAMENTO SELVAGEM

Apesar de as câmeras LOMO conterem poucas possibilidades de ajustes manuais, O site da Lomography propõe uma série de regras para se lomografar de forma "adequada", a fim de se atingir os resultados dispostos no site e para se viver de fato uma experiência LOMO.

A Lomography prega, tanto em seu site quanto no livro *Lomo Life*, lançado em 2012, as chamadas Dez Regras de Ouro da lomografia. Essas regras foram criadas no verão de 1992, em Viena, juntamente com o Manifesto Lomográfico, publicado em 5 de novembro no jornal *Wiener Zeitung*, da mesma cidade. Essas regras foram baseadas nos primeiros 12 meses de experiência com a câmera LC-A e representariam a essência da lomografia, o “coração pulsante” de sua filosofia de fotografar. As Regras de Ouro foram projetadas como uma nova abordagem fotográfica: "dispare primeiro, faça perguntas depois" (LOMOGRAPHY, 2012, p. 18). São elas (LOMOGRAPHY, 2013): 1) Leve a sua câmera onde quer que você vá; 2) Use a todo momento — dia e noite; 3) A Lomografia não é uma interferência na sua vida, é parte dela; 4) Tente fotografar de todas as maneiras; 5) Aproxime-se dos objetos que movem o seu desejo Lomográfico o mais perto possível; 6) Não pense (William Firebrace); 7) Seja rápido; 8) Você não precisa saber o que foi capturado no filme; 9) E depois também; 10) Não leve a sério nenhuma regra.

Não é à toa que as câmeras LOMO são chamadas de *toy cameras*¹¹ (FIGURA 5), câmeras de brinquedo: são de manuseio muito simples, quase sem nenhum tipo de ajuste de exposição — em alguns modelos, apenas ajuste para tempo nublado ou com sol —, outros modelos sequer possuem visor; são feitas de plástico, geralmente muito coloridas, com aspecto de brinquedos. O próprio prefácio do livro *Lomo Life* designa a câmera LOMO como "a máquina da incerteza" (2012, p. 07), mas é uma incerteza gerada dentro de determinadas regras, através de um aparelho fotográfico que produz uma gama limitada de possibilidades. Nada diferente de um jogo ou brincadeira, onde tudo pode acontecer, dentro de uma série de regras pré-determinadas pelo grupo.

¹¹ *Toy cameras* são câmeras fotográficas baratas e de fácil manuseio, feitas em sua maioria apenas de plástico, que produzem efeitos de distorção graças a sua constituição simples.

Figura 5 – Modelo de câmera Diana F+ CMYK.



Fonte: Lomography (2014e)

Durand (2000) fala dos ambientes formadores do simbolismo adulto. Além da reflexologia – que será tratada mais adiante –, que seria um nível natural, dois patamares de derivação, um de nível pedagógico e outro cultural (2000, p. 82). No nível pedagógico, "[...] o da educação da criança através do ambiente imediato", Durand explica que os jogos educariam a infância no "seio de um legado simbólico arcaico" (2000, p. 83), muito antes da sociedade adulta, e que esta pseudo-sociedade infantil "[...] dá à imaginação e à sensibilidade simbólica da criança a possibilidade de 'jogar' em plena liberdade" (2000, p. 83), mais do que a iniciação simbólica que é imposta pelos adultos e pela sociedade. Esse noção de jogar em liberdade nos lembra o que Flusser (2002) trata como a sua idealizada nova filosofia da fotografia. Para Durand, os jogos não surgem ao acaso, fazendo parte das rigorosas tradições simbólicas arcaicas. O nível cultural seria constituído pelas relações que os adultos do grupo estabelecem entre si, institucionalmente, em que "[...] as convenções sociais que o constituem se esfumam a tal ponto na consciência que os signos sociais surgem quase que como puramente arbitrários" (DURAND, 2000, p. 87).

Flusser (2002, p. 71) acredita que o homem, o fotógrafo, está preso dentro da programação que a câmera fotográfica possui com seus ajustes manuais, e que, portanto, não existe espaço para a liberdade criativa, já que, teoricamente, todas as fotografias possíveis de existir estariam pré-concebidas dentro da programação. A lomografia, em uma primeira

análise, pode parecer uma escapatória dessa prisão. A própria Sociedade Lomográfica prega suas Dez Regras de Ouro que incitam à aleatoriedade e a completa falta de apego à técnica apurada. É preciso tomar cuidado, porém, para não fazer uma análise precipitada. Os efeitos que as câmeras LOMO proporcionam dão visualmente a sensação de que vão contra a programação do aparelho, dando liberdade ao fotógrafo, porque sua estética é muito diferente daquela à qual o senso comum está habituado. Mas, de fato, a situação é o oposto: as câmeras lomográficas prendem o sujeito à sua programação de forma mais marcante ainda do que câmeras analógicas reflex. A imprevisibilidade previsível de uma brincadeira: "Assim, os 'jogos', longe de serem de acaso, estão ligados à fase idealizante do pré-exercício e a rigorosas tradições simbólicas arcaicas" (DURAND, 2000, p. 84) — lomografar como um exercício de iniciação simbólica, um jogo lúdico, esvaziado, porém, da força simbólica dos jogos de iniciação arcaicos.

Essa educação simbólica, realizada durante a infância também nos remete a Bachelard (apud DURAND, 2000, p. 68), para quem ela seria do símbolo dos símbolos, o "verdadeiro arquétipo da felicidade simples". Durand também cita Franz Hellen, para quem

A infância não é uma coisa que morra em nós e seque desde que conclua o seu ciclo. Não é uma recordação. É o mais vivo dos tesouros e continua a enriquecer-nos independente de nós... Infeliz daquele que não consegue recordar a sua infância, volta a captá-la em si mesma como um corpo no seu próprio corpo, um sangue novo no velho sangue: está morto a partir do momento em que ela o abandonou. (HELLEN apud DURAND, 2002, p. 69)

Ao mesmo tempo, Durand parte da consciência da morte como base da experiência humana, onde venceríamos a morte através do imaginário. O símbolo surgiria como "[...] reestabelecedor do equilíbrio vital comprometido pela inteligência da morte [...]" (2002, p. 97). Durand relaciona essa ideia de equilíbrio ao que Bergson (apud DURAND, 2000, p. 98) aponta como "função fabuladora", uma reação da natureza que se manifesta na consciência da decrepitude e da morte (2000, p. 98), um papel biológico da imaginação. Através de um "balanço antropológico", Durand aponta a função da imaginação como uma eufemização, um "[...] dinamismo prospectivo que através de todas as estruturas do projeto imaginário, tenta melhorar a situação do homem no mundo" (2002, p. 99), e não uma máscara que a consciência ergue diante da figura da morte. A consciência da morte e o medo da solidão e da insignificância da existência foram tratados por Flusser (2007), conforme disposto anteriormente, em que a comunicação seria uma resposta natural do homem.

Durand (2000, p. 98) então, traz de novo o conceito de infância, ao afirmar que o símbolo "[...] equilibra o universo que passa, por um Ser que não passa, ao qual pertence a eterna Infância, a eterna aurora, e desemboca então numa *teofania*". Lomografar seria uma

dupla volta à infância: no jogo de fotografar ao exercitar a iniciação simbólica e também de uma recordação do passado através das imagens produzidas.

Lévi-Strauss (2008) nos apresenta o termo *bricolage*, uma atividade que perdura nos homens arcaicos aos tempos atuais e que no plano técnico concebe o que no plano da especulação pode ser chamado de uma "ciência primeira". O *bricoleur* "[...] executa um trabalho usando meios e expedientes que denunciam a ausência de um plano pré-concebido e se afastam dos processos e normas adotados pela técnica" (2008, p. 32). Lévi-Strauss compara o trabalho do *bricoleur* com o pensamento mítico, uma expressão que se utiliza de um repertório heteróclito: o pensamento mítico se apresentaria como um *bricolage* intelectual, ambos podendo atingir resultados "brilhantes e imprevistos".

Utilizando como exemplo a distinção entre um *bricoleur* e um engenheiro, Lévi-Strauss afirma que o trabalho de um *bricoleur* não está subordinado a um projeto do momento ou a um fim particular, mas sim ao resultado casual de todas as oportunidades que se apresentam para renovar e enriquecer — diferentemente de um engenheiro, que subordina suas tarefas à obtenção de matérias-primas e utensílios, na medida o que se dispôs inicialmente. Enquanto o engenheiro lida com seus projetos de forma integral, procurando ferramentas e materiais que se encaixem, o *bricoleur* se utiliza de coisas preexistentes, unindo-as de formas novas, adaptando seu objetivo aos materiais e ferramentas que tem disponível. O *bricoleur* se aproximaria do "pensamento primitivo" ou "selvagem", enquanto o engenheiro se aproximaria do pensamento científico.

Afirmando que os elementos que o *bricoleur* coleciona são pré-limitados, Lévi-Strauss compara-os aos mitos, cujas unidades constitutivas e combinações possíveis seriam limitadas por seu empréstimo da língua, que restringe sua liberdade de ação. Porém, ele acrescenta que é possível uma permuta e que "[...] cada escolha acarretará uma reorganização completa da estrutura que jamais será igual àquela vagamente sonhada nem a uma outra que lhe poderia ter sido preferida" (2008, p. 34).

Fazendo uma comparação entre o "cientista" e o *bricoleur*, Lévi-Strauss afirma

[...] o cientista dialoga não com a natureza pura mas com um determinado estado da relação entre a natureza e a cultura definível pelo período da história na qual ele vive, pela civilização que é a sua e pelos meios materiais de que dispõe (LÉVI-STRAUSS, 2008, p. 35).

Ambos, cientista e *bricoleur*, diante de uma tarefa, ao não poderem fazer qualquer coisa, passam a inventariar um conjunto de conhecimentos teóricos e práticos e de meios técnicos que limitam as soluções possíveis — de forma que as diferenças entre eles não seriam tão absolutas como poderíamos imaginar.

Quando Lévi-Strauss fala da ausência de plano preconcebido do *bricoleur*, é inevitável fazer uma comparação com a lomografia: "Não pense", a sexta das Dez Regras de Ouro da Sociedade Lomográfica, nos traz essa ideia da falta de planejamento.

Os seus insights mais brilhantes e claros serão sempre as suas primeiras impressões. Elas acontecem entre momentos de percepção visual, quando a informação é levada dos sentidos para o cérebro para ser filtrada. Milissegundos depois já é tarde: a sua grande cafonice e limitações já colocaram um fim na diversão e dividiram a percepção pura em conceitos chatos, ideias e problemas. A vida é assim, lamento... Não! Nós encontramos um caminho maravilhoso e fácil de você entrar nessa convenção: não pense! (LOMOGRAPHY, 2013).

Lomografar também é uma atividade heteróclita, que se desvia das normas da arte — ou do que poderia ser considerado como norma na fotografia: conhecidas por seus "defeitos de fábrica" (vazamentos de luz), suas lentes plásticas que resultam em granulação e saturação exagerados, alta plasticidade e modelos de câmeras cada vez mais mirabolantes e de efeitos estéticos únicos (câmeras de 360°, múltiplas lentes, flashes coloridos), lomografias podem ser consideradas no mínimo extravagantes ou excêntricas. Esses são os resultados que se esperam de uma fotografia "artística" ou "autoral", através de processos propositais de intervenção do fotógrafo-artista, mas não de câmeras compactas automáticas, de uso pessoal.

Ao fazer a distinção entre o *bricoleur* e o engenheiro, Lévi-Strauss (2008) fala do *bricoleur* como "subordinado ao resultado casual de todas as oportunidades". As Dez Regras de Ouro falam sobre o acaso como parte fundamental da lomografia, como o ato de lomografar faz o fotógrafo viver com o imprevisível, o incerto, e coincidente: "Como qualquer outra paixão, você nunca pode planejar ou prever Lomografia" (LOMOGRAPHY, 2013). Esta imprevisibilidade não seria uma contingência para quem fotografa com o Instagram, pois nessa modalidade é possível repetir o processo tantas vezes quantas forem necessárias, testando todos os filtros para enfim, escolher o resultado que mais lhe apraz ou então, apagar a imagem — tarefa impossível para o lomógrafo, que fica refém do negativo, cuja única opção de descarte é um recorte com um par de tesouras e depois a cesta de lixo.

Lévi-Strauss afirma que o *bricoleur* utiliza seus elementos pré-limitados de forma nova, adaptando-os conforme o que tem disponível, constituindo novas combinações: suas escolhas reorganizam a estrutura, acarretando resultados que não haviam sido vislumbrados. "Você brinca com o mundo exterior e as coincidências que aparecem te fazem escolher — lomografar ou não lomografar?" (LOMOGRAPHY, 2013). As inúmeras câmeras LOMO (mais de 20 modelos, cada um de diversas cores, e com uma linha de lançamentos sempre em expansão) possuem diversos tipos de efeitos — câmeras com múltiplas lentes (de 4 a 9) de disparo sequencial, lente olho de peixe, flashes coloridos, câmeras à prova d'água, pinhole e

até para a "gravação de filme analógico". Apesar de termos a impressão de que esses modelos de estética tão diferente do comum nos dariam mais liberdade para fotografar, o que resulta é o contrário: os modelos e efeitos são limitantes, justamente por serem esteticamente tão distintos; o trabalho do *bricoleur* entraria no sentido de adaptar essas estruturas já existentes dos modelos LOMO, buscando resultados que não haviam sido imaginados no projeto da câmera. Voltamos, novamente, a nova filosofia da fotografia proposta por Flusser (2002): a exploração da caixa-preta e a tentativa de quebrar a programação do aparelho.

3.4 A IMAGINAÇÃO SIMBÓLICA DO ATO FOTOGRÁFICO

O tempo e, mais precisamente, o seu congelamento são fatores importantes para compreender a fotografia e sua potencialidade como resposta às angústias humanas. Barros (2009b) trata deste tema explicando que Bachelard falava de uma relação primeira entre corpo e materialidade, a qual gera quatro tipos de imaginação ligados aos elementos fogo, água, terra e ar (2009b, p. 186). A autora conclui que fotografar acionaria elementos ligados à imaginação aérea devido à sua práxis: os raios luminosos que cruzam o ar, a distância entre o fotógrafo e o objeto, e também as capacidades racionais requeridas para o correto manuseio e obtenção de uma boa imagem. A imaginação aérea traria à tona elementos como a subida, a ascensão, que para Bachelard também são uma metáfora para exprimir valores morais: "Uma imaginação aérea, portanto, terá sempre fácil propensão ao julgamento, habilidade sempre requerida para que se consume o gesto fotográfico (isto é fotografável, aquilo não)" (BARROS, 2009b, p. 186).

A partir da imaginação aérea de Bachelard, Barros traz então o regime diurno das estruturas antropológicas do imaginário — o universo mítico heroico — como base do gesto fotográfico, referindo-se aos regimes do imaginários propostos por Durand (2000). Desta forma, sendo a consciência da morte a base comum da experiência humana, todo o esforço criativo — cabe aqui a fotografia — seria uma forma de enfrentamento da passagem do tempo. Assim é que fotografar, como todos os outros gestos criativos humanos, seria, segundo Barros (2009b, pg. 188), também uma resposta a uma angústia primordial, motivada pelos simbolismos teriomórficos, nictomórficos e catamórficos propostos por Durand (1997). O simbolismo nictomórfico é relacionado à movimentação caótica, ao fervilhar dos vermes e à animalidade. Em reação a isso, o fotógrafo busca congelar o tempo registrando sua imagem, uma fatia única retirada da linha do tempo, que mesmo em uma imagem de um movimento borrado, permanece para sempre estática. O simbolismo teriomórfico é ligado às trevas, à cegueira e também à caducidade. O fotógrafo busca uma resposta a esse simbolismo pelo

desejo de preservar a memória com imagens, e também pelo meio que é fundamental para seu registro, a luz, que combate as trevas. Por fim, o simbolismo catamórfico trata do medo da queda, dos movimentos bruscos, e também, de forma conceitual, medo da queda moral ou espiritual. O medo das movimentações e manuseios bruscos seria a primeira experiência de queda e de medo pelos quais passa uma criança recém nascida. Segundo Barros (2009b, p. 189), as fotografias de denúncia seriam uma resposta a esse simbolismo:

Podemos ilustrar essa última hipótese com a prática da fotografia de denúncia, aquela que retrata a sordidez humana com o aparente propósito de alertar consciências e melhorar o mundo, mas que não depende dessa teleologia para se justificar, pois seu propósito está realizado no momento mesmo em que é feita: dominar, pela figuração, a ameaça da queda moral.

É de uma forma heroica, portanto, que será dada a resposta a esses universos de angústia: ao recortar um momento no tempo, a distinção; ao julgar se uma foto foi de resultado satisfatório ou não e também o que é válido de ser fotografado, o julgamento; ao utilizar conceitos técnicos e matemáticos de forma a operar o equipamento fotográfico, a abstração racional. Barros conclui que, porém, ocorre o contrário: graças à função equilibrante do imaginário, os excessos diurnos do gesto fotográfico são compensados por imagens noturnas.

As conclusões de Barros (2009b) dizem respeito à fotografia feita profissionalmente ou com esta ambição, porém, estamos tratando aqui de novas ferramentas. A distância entre o objeto e o fotógrafo pode não existir mais, uma vez que é cada vez mais comum o usuário de Instagram ou câmeras LOMO tirar uma foto de si mesmo. As capacidades racionais podem nem sempre ser um fator fundamental para a produção de uma imagem, uma vez que temos câmeras sem visor e sem ajustes manuais na lomografia ou quando utilizamos essa capacidade apenas no final do processo, ao escolher um filtro para a imagem no Instagram. É possível exercer um julgamento do que é ou não fotografável quando somos incitados a não pensar? Nessas novas ferramentas fotográficas, é possível que o gesto fotográfico não seja mais governado pelo universo heróico e nem que haja uma compensação dos excessos diurnos através de imagens noturnas.

Ao pensarmos no tempo condicionado ao gesto de fotografar com o aplicativo Instagram, relembramos Aumont, Dubois e Machado, que consideram o ato de fotografar como um corte irremediável de uma fatia do espaço-tempo, congelamento e ruptura. Indo mais além, podemos considerar o tempo do ato fotográfico dessa ferramenta como o instante disposto por Bachelard. Porém, diferentemente do que foi proposto por Barros, o Instagram não exige do seu usuário uma disposição voltada de maneira tão óbvia ao regime heróico:

apesar da permanência da relação com o regime aéreo, a necessidade da racionalização para a utilização do equipamento se torna menos primordial. Mesmo pensando em Eliade e sua noção dos rituais de eterno retorno e do tempo cíclico, esse gesto criativo, que seria impulsionado pela luta contra a passagem do tempo se torna desbastado de sua pregnância simbólica ao considerarmos a forma de fruição das fotografias do aplicativo. A *timeline* do Instagram dispões as fotos de forma contínua e cronológica: todas as fotos das pessoas que determinado usuário segue vão surgindo na tela de forma encadeada, sequencial, e é preciso “rolar” a *timeline* para acessar as postagens mais antigas. Se o usuário continuar rolando a *timeline* indefinidamente, chegará eventualmente à primeira postagem feita por todas as pessoas que segue desde o lançamento do aplicativo. Nesse sentido, de um encadeamento sem fim de imagens, podemos considerar a fruição das imagens do aplicativo como um tempo duração da filosofia bergsoniana. Relembrando Flusser e as formas de leitura de uma imagem figurativa, podemos considerar a forma de leitura das fotografias individualmente como um golpe de vista que permite apenas um deciframento superficial da imagem, uma vez que não há uma leitura aprofundada, e sim um passar de olhos que nos levaria a um tempo de causalidade. Podemos perceber, dessa forma, que o tempo de criação e o tempo de fruição são diferentes para essa ferramenta.

Ao analisarmos o gestual fotográfico das câmeras LOMO, somos remetidos ao tempo no sentido cíclico disposto por Eliade ao considerarmos o ato de lomografar como um ritual que utiliza mais o corpo que o olhar, que dispõe de determinadas regras de conduta como uma espécie de iniciação simbólica, e ao registrar a fotografia em filme fotográfico – como as pinturas dos homens das cavernas. Ao mesmo tempo que o gesto é cíclico pelo seu caráter ritualístico, é, paradoxalmente um posicionamento no tempo-espço, conforme disposto anteriormente, uma vez que a foto é registrada em um suporte que permanece fisicamente, desta forma, também remetendo ao tempo instante bachelardiano. Porém, novamente, lembremos que esse também seria um gestual desbastado de pregnância simbólica. Ao analisarmos a forma de fruição das fotografias no site da Lomography, podemos considerar o tempo de forma bachelardiana, tempo instante, uma vez que não temos nenhuma *timeline*. Existe apenas a opção *stream* (FIGURA 6) que possui certa semelhança com o conceito de *timeline*, onde é postada uma seleção aleatória – que muda diariamente – de 60 das 12 mil fotos mais populares do site.

Figura 6 – Mosaico de fotografias disponibilizado pela ferramenta stream no site lomography.com

Photos > Stream

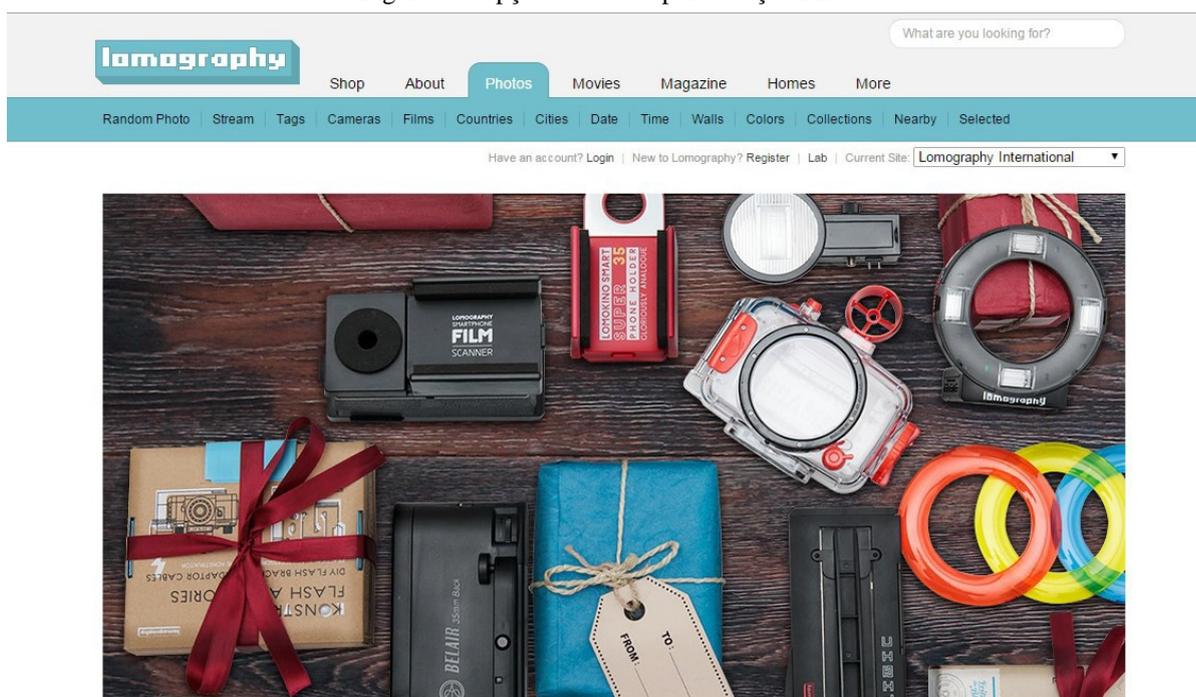
A collection of 12,000 of the most popular photos is presented here each day in an easy to browse endless Stream. Simply press "Load more photos" to do exactly that.



Fonte: Lomography (2014g)

A opção *stream*, no entanto, é apenas uma entre 14 possibilidades de busca por fotos, além das melhores fotos publicitárias da marca dispostas por todo o site. As 14 opções de busca são, conforme imagens disponibilizadas abaixo: *random photo*, *stream*, *tags*, *cameras*, *films*, *countries*, *cities*, *date*, *time*, *walls*, *colors*, *collections*, *nearby* e *selected* (FIGURA 7).

Figura 7 – Opções de busca para a seção Photos



Fonte: Lomography (2014h)

A opção de busca *colors* possui diversas variantes: para cada fotografia o sistema armazena informações de matiz (*hue*), saturação, brilho e a porcentagem da foto que cada cor ocupa. É possível procurar fotografias por seu valor hexadecimal (FIGURA 8) (para uma gama completa de cores), ou por matiz (FIGURA 9) (para resultados de cores saturadas), ou então pesquisar em galerias de fotografias pré-selecionadas com tonalidades muito claras, muito escuras ou somente imagens em preto e branco.

Figura 8 – Busca pelo valor hexadecimal intitulado Rock Blue

Photos › Colors › Hex › Rock Blue



Fonte: Lomography (2014i) Figura 9 –

Busca pela ferramenta matiz

Photos › Colors › Hue › 54°

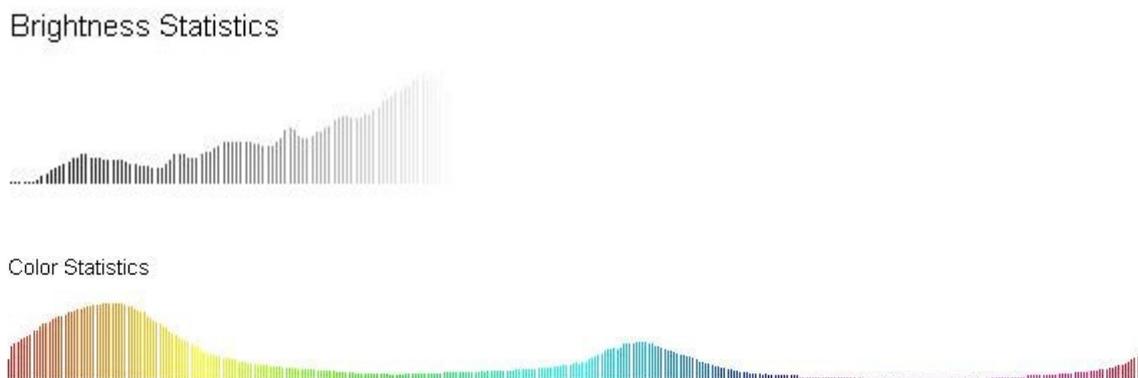


« previous 1 2 3 4 5 ... 19 20 next »

Fonte: Lomography (2014j)

A Lomography também disponibiliza estatísticas sobre cores e luminosidade mais utilizadas em seu site conforme imagem abaixo (FIGURA 10):

Figura 10 – Estatísticas de brilho e cor



Fonte: Lomography (2014k)

Ferramenta de busca *nearby*, que utiliza a proximidade de determinada região. Ao postar a fotografia no site, o usuário pode marcar no programa Google Maps a localização exata onde a imagem foi registrada, gerando esse mapa que indica com gradiente da cor vermelha onde a maioria das lomografias foi registrada. A opção *walls* possibilita a busca por mosaicos criados pelos próprios usuários. *Collections* são álbuns criados pelos usuários e *selected* são imagens selecionadas pela equipe da Lomography. A única forma de busca que não dispõe os resultados em forma de mosaico é a *selected*, que posta cada fotografia ampliada.

Para que possamos contemplar as fotografias, será preciso selecionar e ampliar uma de cada vez. Lembrando novamente Flusser, a leitura de cada lomografia individualmente nos remete ao seu conceito de *scanning*, em que o olhar vagueia em um tempo cíclico pela imagem proporcionando uma leitura mais aprofundada de cada fotografia e restituindo as dimensões abstraídas. Assim como no Instagram observamos na lomografia que os tempos de criação e fruição não são homólogos.

4 METODOLOGIA

Nesta pesquisa, foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e leitura simbólica a partir da Teoria Geral do Imaginário de Durand. A leitura simbólica foi dividida em duas instâncias: em um primeiro momento, se faz uma leitura simbólica das práticas fotográficas. Como se utilizam as ferramentas ao fotografar? Como é o gestual do fotógrafo com cada ferramenta? Como funcionam as plataformas de postagem? Em um segundo momento, a leitura simbólica — realizada com a ajuda do *scanning* de Flusser (2002), tratado anteriormente no primeiro capítulo — foi feita a partir das imagens técnicas selecionadas entre as *hashtags* mais

populares do aplicativo Instagram e da busca de imagens simbólicas dentro das imagens técnicas em ambas as ferramentas.

Na primeira etapa, a pesquisa bibliográfica foi realizada visando à construção da base teórica, buscando os conceitos necessários e avaliando o estado atual do objeto empírico. Stumpf explica que este modelo de pesquisa “servirá também como auxílio na busca de instrumentos, procedimentos e amostragens possíveis para alcançar a solução do problema proposto” (STUMPF, 2005, p. 54). Desta forma, articula-se os teóricos que trabalham na linha de interesse e se acrescenta considerações do autor sobre os fenômenos por ele estudados. Este procedimento permaneceu em todas as etapas de elaboração e execução da pesquisa uma vez que a imersão na parte empírica exige o retorno à teoria para compreendermos os fenômenos.

A utilização das ferramentas de forma ativa se mostrou necessária para compreendermos como se dá o gestual no ato fotográfico e os procedimentos de postagem e fruição das imagens em cada uma delas. Ao utilizarmos tanto câmeras LOMO quanto o Instagram, pudemos observar como se empregam as câmeras, diferentes posturas e formas de manuseio dos equipamentos.

Para compreendermos as especificidades na produção de sentido de cada ferramenta, buscamos identificar como os usuários de lomografia e Instagram representam os mesmos conceitos ou noções. Em uma primeira tentativa, tentamos selecionar o corpus de fotografias de cada ferramenta de forma igual. No entanto, após alguns dias de trabalho, verificamos que tal seleção não seria possível, uma vez que as ferramentas funcionam de forma tão diferente ao exibir as imagens de seus usuários. A ideia inicial era selecionar fotografias das *hashtags* mais populares de forma aleatória, tendo como critério a que foi publicada mais recentemente. Para o Instagram a proposta funcionou de forma ideal, uma vez que o fluxo de imagens é gigantesco e constante. No entanto, ao tentar utilizar essa proposta no site da LOMO, verificou-se que o fluxo de imagens é muito inconstante: em alguns dias havia a postagem de grupos enormes de fotos do mesmo fotógrafo, depois passavam-se dias sem postagem alguma. Achou-se mais produtivo selecionar as imagens de acordo com a proposta de cada ferramenta: para o Instagram, manteríamos a seleção de forma aleatória e de acordo com a imagem mais recente no momento; na LOMO, decidiu-se partir para a seleção das imagens mais populares de cada *hashtag*, uma vez que o site valoriza e dá ênfase às fotos mais populares votadas entre os usuários. Na LOMO, o caráter de fotografia mais recente é praticamente irrelevante.

Dessa forma, 300 fotografias foram selecionadas aleatoriamente no aplicativo Instagram entre os dias 10 de novembro e 20 de dezembro de 2014, tendo como caráter de escolha ser a fotografia postada mais recentemente no momento do acesso. Para Durand (1996), esse corpus deve ser extenso, uma vez que a mitocrítica pode ser melhor exercitada quando o terreno é vasto, dando lugar a numerosos pontos de referência. A seleção das imagens foi feita de forma que tivéssemos, ao final desse período, 60 fotos de cada *hashtag* para análise. Desta forma, as imagens analisadas não incorrem em viés de seleção por motivos quaisquer. As fotografias analisadas foram filtradas a partir de uma listagem das cem *hashtags* mais populares do Instagram no dia 10 de novembro de 2014 (HOT, 2014). Foram escolhidas cinco *hashtags* mais populares que fossem utilizadas tanto por lomógrafos quanto no Instagram, excluindo as *hashtags* de auto-referência do aplicativo tais como: *instagood* ou *tagsforlikes*. As dez *hashtags* escolhidas foram: *love* (amor), *me* (eu), *cute* (bonitinho/a), *happy* (feliz), *beautiful* (lindo/a). No site da Lomography, as fotografias das *hashtags* mais populares são dispostas em mosaicos de 60 imagens cada, de forma que com nossas cinco *hashtags* escolhidas somamos 300 fotografias, sendo 600 o número de nosso corpus total.

Em relação aos elementos visuais serão observados o foco principal da imagem (sujeito/objeto), a pose (ação/movimento), o fundo, o esquema de cores e elementos textuais dentro da imagem. Através da repetição e relação entre os mitemas dos elementos textuais e visuais, poderemos relacionar as imagens simbólicas que se destacam e fazer a ponte com a classificação isotópica das imagens de Durand (2002).

É a “redundância” (Lévi-Strauss) que assinala um mito, a possibilidade de arrumar os seus elementos (mitemas) em “pacotes” (enxames, constelações, etc.) sincrônicos (isto é, possuidores de ressonâncias, de homologias, de semelhanças semânticas) ritmando obsessivamente o fio “diacrônico” do discurso. O mito repete e repete-se para impregnar, isto é, persuadir. (DURAND, 1996, p. 247)

As regras de conduta ao fotografar de cada ferramenta e a forma como as empresas se posicionam para seus usuários também fizeram parte das instâncias de leitura. Para tanto, analisamos as páginas “about lomografias”, “linha do tempo”, “10 Regras de Ouro” (LOMOGRAPHY, 2013), “imprensa” e “sobre nós” (INSTAGRAM, 2014).

Além da pesquisa bibliográfica e da utilização das ferramentas, a leitura simbólica durante todos os processos se fez necessária. Com ajuda da Teoria Geral do Imaginário de Durand buscamos as imagens simbólicas em nossas instâncias de leitura. Procuramos compreender como o tempo, o gesto fotográfico e a comunicação foram efetuados nesses grupos de imagens, sempre buscando aporte nas definições levantadas pela pesquisa bibliográfica. É importante acrescentar que buscamos as imagens simbólicas no conjunto de

fotografias de cada *hashtag* e da ferramenta como um todo. Para compreendermos o imaginário coletivo, e não individual, uma constelação de imagens simbólicas se faz mais prudente do que analisar cada fotografia separadamente. Em virtude disso também foi escolhido expor as imagens em forma de mosaico, e não separadamente, de forma que a constelação das imagens ficasse mais evidente.

4.1 O IMAGINÁRIO COMO METODOLOGIA

Nos Estudos do Imaginário, a imagem é uma reapresentação de objetos pela consciência, objetos esses que não se apresentam de forma direta. As imagens iconográficas são excluídas desse conceito porque podem ser confirmadas pela apresentação do objeto em si. Para Durand, quando uma imagem se une com um sentido, ela se torna um símbolo, significando que um símbolo tem uma relação natural com algo que não é concreto.

O imaginário seria um conjunto de produções mentais ou materializadas com base em imagens visuais ou linguísticas, “[...] formando conjuntos coerentes e dinâmicos, referentes a uma função simbólica no sentido de um ajuste de sentidos próprios e figurados”. (WUNENBURGER, 2007, p. 11). Conforme explica Barros, "Conscientes da intangibilidade do real, sabemos hoje que temos acesso apenas a sistemas simbólicos, não a um mundo em si" (BARROS, 2010, p. 129). Através do imaginário e seus diferentes constituintes, podemos obter através de uma interpretação valiosas indicações sobre o sujeito imaginante, que se utiliza desses constituintes para exprimir afetos, ideias e valores. Nesse sentido, Wunenburger complementa:

Como toda imagem isolada ou em composição (quadro, narrativa), o imaginário comporta uma vertente representativa, e portanto verbalizada, e uma vertente emocional, afetiva, que toca o sujeito. O imaginário é portanto mais próximo das percepções que nos afetam do que das concepções abstratas que inibem a esfera afetiva. (WUNENBURGER, 2007, p. 11)

O imaginário faz parte do holístico, e não do atomístico, e se é ele que conecta as dimensões políticas, sociais, históricas e culturais dos fenômenos, se é a partir dele que a história, as relações sociais, a cultura e a comunicação se realizam, é através dele que devemos analisar a lomografia e o Instagram.

Durand (1997) elabora sua metodologia de estudo do imaginário situando o corpo na origem da imaginação. Barros (2010) explica que o sistema de Durand é dividido em três universos míticos: o heroico, o místico e o dramático, que constituem um esquema de ação fundador, derivados de reflexos dominantes. Durand conecta esses reflexos dominantes a relações entre o corpo e as representações e cada universo mítico varia conforme o gesto que

está em seu cerne. Esses conceitos de Durand foram inspirados no trabalho de seu mestre, Bachelard, cujo trabalho traz o conceito de imaginação material, baseada na relação entre a corporeidade e a atividade criativa e os quatro elementos — fogo, água, terra e ar. Bachelard propôs que a fotografia acionaria os elementos do ar.

Para Durand, a consciência da morte seria a base comum da experiência do ser humano e os esforços criativos consistiriam em uma forma de enfrentar a passagem do tempo, uma resposta a angústia primordial motivada pelos simbolismos teriomórficos, nictomórficos e catamórficos propostos (DURAND, 1997). Nos símbolos teriomórficos, temos o “Terror diante da mudança da morte devoradora” (DURAND, 1997, p. 89), ligado à uma valorização negativa do simbolismo animal, que também pode ser compreendido como o esquema do animado: a inquietação, a movimentação desordenada e rápida, o fervilhar dos vermes que consomem a carne em decomposição. O medo do caos e da fuga do tempo, simbolizados pela mudança e pelo ruído. Esse fervilhar anárquico se transformaria em agressividade, em sadismo dentário (DURAND, 1997, p. 84), e assim a boca passaria a simbolizar a animalidade, o arquétipo devorador dos símbolos. Não a boca que engole e que chupa, mas a que morde e dilascera com os dentes

Os símbolos nictomórficos são constituídos pelo medo das trevas, sejam do ambiente, da mente ou do próprio espírito. Essa angústia em relação à escuridão seria psicologicamente baseada no medo infantil do negro, símbolo de um temor fundamental do risco natural. Paisagens noturnas também seria características dos estados de depressão (DURAND, 1997, p. 91).

No folclore, a hora do fim do dia, ou a meia-noite sinistra, deixa numerosas marcas terrificantes: é a hora em que os animais maléficos e os monstros infernais se apoderam dos corpos e das almas. Essa imaginação das trevas nefastas parece ser um dado fundamental, opondo-se à imaginação da luz e do dia. As trevas noturnas constituem o primeiro símbolo do tempo, e entre quase todos os primitivos como entre os indo-europeus ou semitas ‘conta-se o tempo por noites e não por dias’ (DURAND, 1997, p. 91).

Sem a luz para enxergar, o ouvido é o sentido da noite, onde a obscuridade é ampliadora de ruídos e ranger de dentes. As trevas também seriam relacionadas à cegueira, no sentido da mutilação ocular mas também no sentido moral e da caducidade/loucura, sendo vista como efermidade da inteligência. A água negra, de aspecto viscoso, faz parte desse simbolismo, nos remetendo também ao sangue menstrual – arquétipo do elemento aquático e nefasto – e a valorização negativa da feminilidade. A água não só no seu aspecto de negrume e profundidade, mas também pela característica de espelho, que redobra a imagem como a sombra redobra o corpo. O temor do sangue porque é ele que regula a vida e é também o relógio do tempo da fecundidade feminina.

Os símbolos catamórficos representam a terceira grande epifania imaginária da angústia humana diante das faces do tempo, residindo nas imagens dinâmicas da queda. O medo das movimentações e manuseios bruscos seria a primeira experiência de queda e de medo pelos quais passa uma criança recém-nascida. De forma conceitual, essa queda também poderia ser a queda moral ou espiritual. Temos exemplos em Ícaro ou Adão, para quem a queda é uma punição, seja ela física ou moral. A queda também pode ser simbolizada pela carne, seja ela a consumida como alimento – e sua descida pelas tripas – ou a carne no sentido sexual.

O olfato acoplado à cenestesia vem reforçar o caráter nefasto das imagens do intestino-abismo. [...] Os inconvenientes carnis estão já na carne como o preço imane da culpa. Vêm então à imaginação todos os atributos desagradavelmente odorantes: “sufocante”, “fétido”, “pestilencial”. Há nesse isomorfismo da repugnância todos os matizes da vergonha e da abominação [...] (DURAND, 1997, p. 118).

Um isomorfismo contínuo liga uma série de imagens que parecem díspares à primeira vista, mas cuja constelação permite induzir um regime múltiplo da angústia humana diante da passagem do tempo.

A imaginação diurna irá adotar uma postura heroica para combater as faces do tempo, se utilizando dos esquemas ascensional, o arquétipo da luz uraniana e o esquema diarético como contrapontos da queda, das trevas e do compromisso animal ou carnal (DURAND, 1997). Esses temas irão corresponder aos grandes gestos que constituem os reflexos posturais: “[...] verticalização e esforço de levantar o busto, visão e, por fim, tato manipulatório permitido pela libertação postural da mão humana” (DURAND, 1997, p. 124). Os símbolos ascensionais parecem marcados pela busca da reconquista e da potência perdida, uma ereção em direção ao espaço metafísico, para além do tempo. Os símbolos especulares serão uma resposta contra as trevas e a cegueira. O símbolo solar é um dos mais marcantes, isomorfismo que une ao mesmo tempo a ascensão à luz, “[...] horizontes ‘deslumbantes’, de ‘azul celeste e dourado’ [...]”, uma luz celeste incolor ou pouco colorida. Teremos uma constelação simbólica para onde convergem o luminoso, o solar, o puro, o branco, o real e o vertical, atributos da divindade uraniana. Justamente com o isomorfismo da luz temos o olhar e a visão, assim como a valorização intelectual. Por fim temos os símbolos diaréticos, guiados por uma profunda intenção polêmica que os põe em confronto com seus contrários: “A ascensão é imaginada contra a queda e a luz contra as trevas” (DURAND, 1997, p. 158). Já se desenha, sob a influência dos símbolos ascensionais ou especulares a figura heroica do lutador que se ergue contra as trevas ou o abismo, transformando a luz em seu gládio. As armas cortantes e pontiagudas vinculadas também à figura/sexualidade masculina. Temos a limpidez da água lustral como símbolo das intenções purificadoras, assim como o fogo.

A representação não pode, porém, correndo o risco de alienar-se, ficar sempre em armas e estado de vigilância constante.

Diante das faces do tempo, desenha-se, assim, uma outra atitude imaginativa, consistindo em captar as forças vitais do devir, em exorcizar os ídolos mortíferos de Cronos, em transmutá-los em talismãs benéficos e, por fim, em incorporar na inelutável mobilidade do tempo as seguras figuras de constantes, de ciclos que no próprio seio do devir parecem cumprir um desígnio eterno (DURAND, 1997, p. 194)

O antídoto do tempo não será encontrado na transcendência sobre-humana e na pureza das essências, mas na segura e quente intimidade da substância ou nas constantes rítmicas. O regime heroico da antítese será substituído pelo regime noturno, pleno de eufemismo, indicando uma ambivalência a partir da qual as atitudes em relação ao tempo podem se inverter. O regime noturno é formado pelo universo místico e pelo universo dramático: o primeiro grupo é constituído por uma pura e simples inversão do valor afetivo atribuído às faces do tempo, chegando-se praticamente à uma antífrase. O universo dramático “[...] vai ser axializado em torno da procura e da descoberta de um fator de constância no próprio seio da fluidez temporal [...]” (DURAND, 1997, p. 198), buscando sintetizar as apirações da transcendência ao além e as intuições do devir.

No regime místico, a finalidade das constelações simbólicas não será o de ascensão, mas da penetração de um centro, da escavação. Ao invés do Grande Soberano masculino, veremos as grandes deusas, que nessas constelações serão tanto benéficas e protetoras do lar mas ainda conservando sequelas da feminilidade terrível, belicosa e sanguinária. Teremos um processo de eufemização sem excluir totalmente os aspectos do regime diurno. O isomorfismo dos símbolos do universo místico liga a ideia de riquezas, pluralidade e da figura feminina da fecundidade, da profundidade aquática ou telúrica (DURAND, 1997). Aqui, ao invés de ascender, teremos a descida calma, lenta, controlada e quente, reforçada por símbolos da intimidade. Essa descida nos remete também à penetração branda e ao acariciante repouso do ventre digestivo e sexual. A boca, que antes era vista como “ferramenta” das bestas, estará simbolizando o ato sexual e também o engolimento que preserva e não destrói. Ao invés do gigantismo da figura heroica, veremos o processo de gulliverização, com a derrubada dos valores solares simbolizados pela virilidade: “Esta gulliverização é uma espécie de infantilização dos órgãos masculinos e denotaria um ponto de vista psicanaliticamente feminino exprimindo o medo do membro viril e da efração do coito” (DURAND, 1997, p. 213). Observamos também a inversão de valores tenebrosos atribuídos à noite pelo regime diurno, que se transforma no lugar onde se constelam os sonhos, o retorno ao lar materno, a descida à feminilidade divinizada. Enquanto no regime diurno temos a valorização da

atmosfera da luz, no universo místico os esquemas da descida íntima se colorem com a espessura da noite. Sob o regime noturno, toda a riqueza do prisma, das pedras preciosas e da própria Pedra Filosofal vão se desenvolver. A coloração aqui, em vez de assumir uma simbolização aérea da luz, tem na sua substância a imagística das tintas. A própria água, que anteriormente era lustral, agora se envolve dessa característica mais espessa e profunda, próxima do sangue: “[...] a multicoloração está ligada diretamente nas constelações noturnas ao engrama da feminilidade moderna, à valorização positiva da mulher, da natureza, do centro, da fecundidade” (DURAND, 1997, p. 223). Os símbolos da intimidade estarão vinculados ao repouso, invertendo, com a ideia de regresso à mãe, a valorização da própria morte e do sepulcro. A morte se reduziria ao repouso, ao sono eterno, ao retorno à pátria. Enquanto nos rituais solares e uranianos a incineração é recomendada, no universo místico temos o sepulcro e a intenção de conservar ao máximo o despojo carnal.

[...] o Regime Noturno da psique é muito menos polêmico que a preocupação diurna e solar da distinção. A quietude e a fruição das riquezas não é de maneira nenhuma agressiva e sonha com o bem-estar antes de sonhar com as conquistas. A preocupação do compromisso é a marca do Regime Noturno (DURAND, 1997, p. 268)

A negação do negativo e inversão de valores, com os terrores exorcizados pelo eufemismo no universo místico são uma prefiguração do universo dramático, cuja ambição fundamental de dominar o devir se dá pela repetição dos instantes temporais, pela domesticação do devir. As constelações simbólicas do universo dramático procuram dominar o tempo, gerando duas categorias simbólicas: o poder de repetição infinita de ritmos temporais e o domínio cíclico do devir ou, pelo contrário, o interesse pelo papel genético e progressista do devir (DURAND, 1997). Essas duas categorias de símbolos que se enlaçam ao tempo para vencê-lo terão como característica comum serem “histórias” ou “narrativas”, comumente conhecidas como mitos. A simbólica que envolve a repetição do tempo, o recomeço do calendário manifesta uma intenção de integração dos contrários, uma síntese na qual a antítese noturna contribui para a harmonia dramática de um todo. A lua, como primeira medida do tempo, é arquétipo da mensuração. O caráter bifronte, *coincidentia oppositorum*, onde temos característica contraditórias associadas em um mesmo simbolismo, indicaria também o duplo caráter do tempo, ao mesmo tempo voltado para o passado e para o presente. Nesse mesmo sentido temos os simbolismos vinculados à androginia. O esforço sincrético em unir o Bem e o Mal herda toda uma dramatização da literatura bíblica com a figura de Satã, o anjo decaído. O drama da morte e renascimento demonstra essa vontade sincrética de unificação dos contrários, e o simbolismo lunar à essa obsessão do tempo e da morte, já que com seus ciclos a lua sempre retorna a sua fase cheia. Os ciclos naturais da frutificação e da

vegetação sazonal também estão ligados ao simbolismo cíclico do universo dramático. O simbolismo do filho também se faz presente, uma vez que engloba o caráter ambíguo da bissexualidade e tem o papel de mediador entre os pais. Na imagem do filho também está o desejo de vencer o tempo através da perpetuação da linhagem.

São isomórficas desse mito dramático e cíclico do Filho todas as cerimônias iniciáticas, que são liturgias, repetições do drama temporal e sagrado, do Tempo dominado pelo ritmo da repetição. [...] a iniciação é mais que uma purificação batismal, é transmutação de um destino. [...] a iniciação comporta todo um ritual de sucessiva revelações; faz-se lentamente por etapas e parece seguir [...] o esquema agrolunar: sacrifício, morte, túmulo, ressurreição. A iniciação compreende sempre uma prova mutiladora ou sacrificial [...] (DURAND, 1997, p. 306).

O fogo também faria parte desses rituais mutilantes, sendo um isomorfismo do ritmo presente nos rituais de sacrifício que, contrariamente aos rituais de purificação seriam uma garantia, uma troca de elementos contrários concluída com alguma divindade. As práticas de iniciação e do sacrifício ligam-se também às práticas orgiásticas, comemorações ritualísticas do dilúvio, do retorno ao caos de onde o ser sai regenerado. Festas como o carnaval, *réveillon*, o Natal ou Ano Novo assumem esse caráter: “A festa é ao mesmo tempo momento negativo em que as normas são abolidas, mas também alegre promessa vindoura da ordem ressuscitada” (DURAND, 1997, p. 312). No plano do bestiário, o Dragão conteria esse caráter bifronte do universo dramático: é ao mesmo tempo potência uraniana pelo voo e aquático e noturno por suas escamas. A serpente, a aranha, o caracol e o urso também são animais que possuem esse polissimbolismo. Instrumentos e produtos de tecedura e da fiação fazem parte do simbolismo cíclico do devir: as grandes deusas ou então fadas fiandeiras fiam o destino. O círculo e a roda fazem parte desse isomorfismo, ligados ao movimento rítmico da roca de fiar.

Do esquema rítmico passamos ao mito do progresso, tendo na cruz o símbolo da união dos contrários, da totalização espacial. A união dos contrários obviamente nos leva à sexualidade e ao movimento rítmico do gesto sexual, assim como à queima da madeira pelo fogo. Este é considerado o elemento sacrificial por excelência, ligando o arquétipo do fogo à fecundidade da madeira. A fricção rítmica para produzir o fogo de forma primitiva também se relaciona aos movimentos rítmicos do ato sexual. A maior parte dos instrumentos técnicos primitivos se encontra no universo dramático: o fuso, a roda de fiar, a roda do carro, o isqueiro de fricção. É nessa rítmica que começa toda a técnica, em especial as duas invenções mais importantes da humanidade: a roda e o fogo. Essa produção “técnica” nos levará a ideia de progresso:

[...] introduz-se uma nova dimensão simbólica do domínio do tempo. O tempo já não é vencido pela simples segurança do retorno e da repetição mas sim porque sai da combinação dos contrários um “produto” definitivo, um “progresso” que justifica

o próprio devir porque a própria irreversibilidade é dominada e tornam-se promessa os meios da própria produção [...] (DURAND, 1997, p. 338).

A metodologia de Durand é dividida em mitocrítica e mitanálise, onde a mitocrítica consiste em um recenseamento de imagens simbólicas em um material cultural; e a mitanálise se baseia na psicanálise, buscando identificar mitos que trabalham a sociedade em um nível profundo, sendo uma extensão da mitocrítica. Utilizamos somente a mitocrítica, uma vez que a mitanálise requer um tempo longo de estudos do qual não dispomos. Essa metodologia vai nos ajudar a compreender os fenômenos estudados por causa de seu caráter bifronte, permitindo uma evidenciação de imagens simbólicas particulares da lomográfica e do Instagram e conseguindo situar o imaginário alimentado e alimentador dessas técnicas em um contexto histórico, social, cultural, e em suas dimensões antropológicas (BARROS, 2010).

Segundo Durand:

A mitocrítica, que o romancista e historiador das religiões Mircea Eliade havia pressentido há já bastantes anos, estabelece que toda “narrativa” (literária, como é óbvio, mas também em outras linguagens: musical, cênica, pictorial, etc.) possui um extremo parentesco com o *sermo mythicus*, o mito. O mito seria, de algum modo, o “modelo” matricial de toda a narrativa, estruturado pelos esquemas e arquétipos fundamentais da psique do *sapiens sapiens*, a nossa. (DURAND, 1997, p. 246).

Se torna necessário, portanto, procurar qual é o mito mais ou menos latente que anima essas produções fotográficas, isto porque um autor, uma obra ou uma época estariam obcecados – de forma implícita ou explícita – por um ou mais de um mito que dão conta de suas aspirações, desejos, receios e terrores.

5 LEITURA SIMBÓLICA DAS CONSTELAÇÕES DE IMAGENS

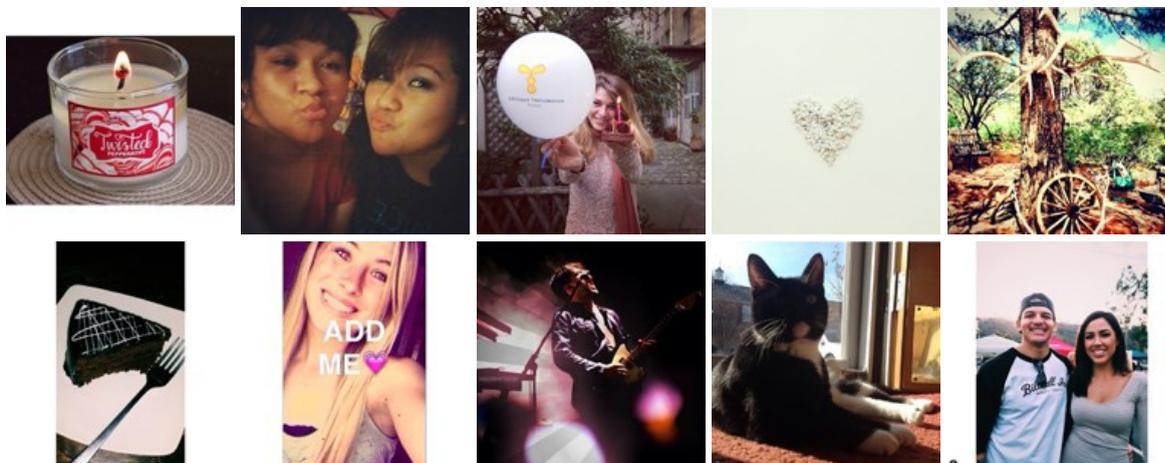
Ao realizarmos a leitura simbólica das nossas constelações de imagens, de forma imediata um fator nos chamou à atenção: a estética. Nossa premissa, ao iniciarmos esse trabalho, era de que o Instagram e a lomografia partilhavam de uma estética comum em virtude dos filtros do aplicativo que emulam a estética dos equipamentos fotográficos analógicos.

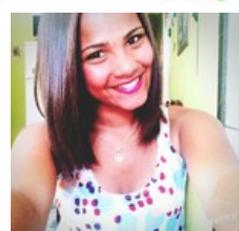
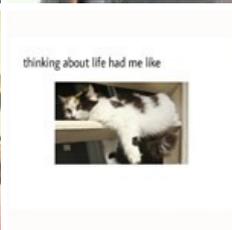
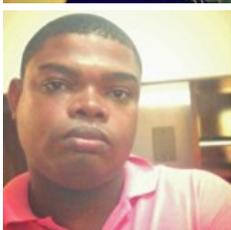
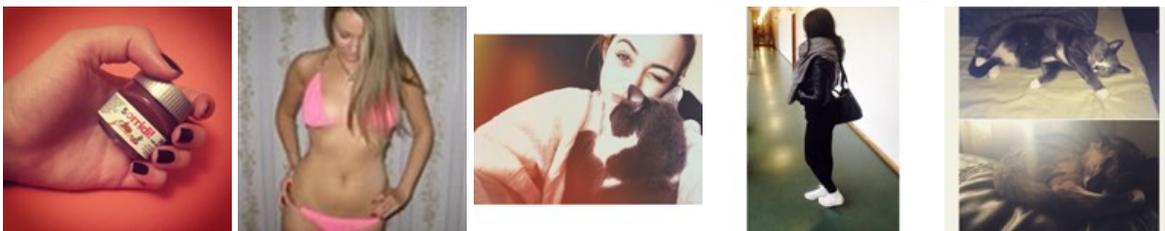
Decidimos separar as imagens em suas recorrências temáticas mais marcantes: 1) retratos; 2) *selfie* (auto-retrato); 3) o corpo; 4) natureza, paisagens e animais; 5) consumo (bens e alimentos) e celebridades; 6) objetos; e 7) frases/palavras/desenhos. Essas temáticas foram desenvolvidas depois de uma observação preliminar dos mosaicos de fotografias. Através de um *scanning* (FLUSSER, 2002) — conforme explicamos no primeiro capítulo —, vagueamos nosso olhar pelos mosaicos, com o intuito de restituir as dimensões abstraídas. Seguindo a estrutura das imagens e dos mosaicos, assim como nossos próprios impulsos, buscamos obter uma síntese entre as intencionalidades do emissor e do receptor. Através dessa observação preliminar, pudemos desenvolver essas sete categorias, onde é possível encaixar as imagens selecionadas em nosso corpus de forma a também compreendermos quais são as temáticas mais recorrentes nas duas ferramentas. Algumas fotografias possuíam mais de uma temática das listadas acima, de forma que para não incorrerem em mais de uma categoria, buscamos a temática que era mais evidente e marcante na imagem.

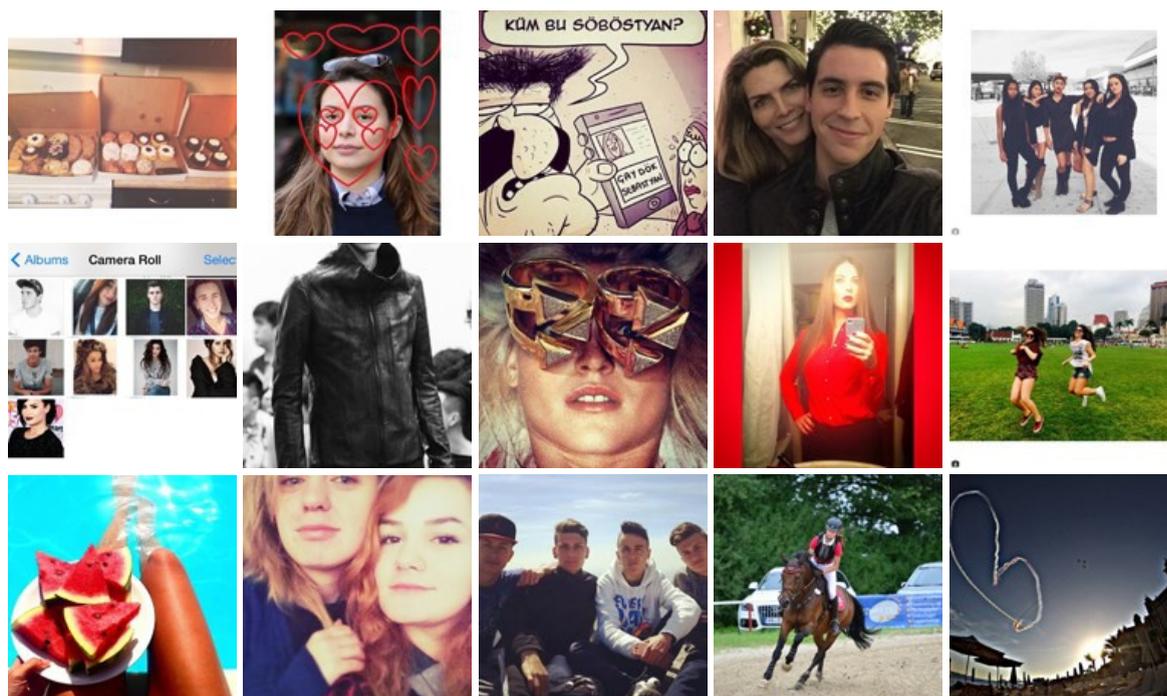
5.1 INSTAGRAM

5.1.1 #love

Figura 11 – Mosaico de fotos do Instagram com a *hashtag* Love





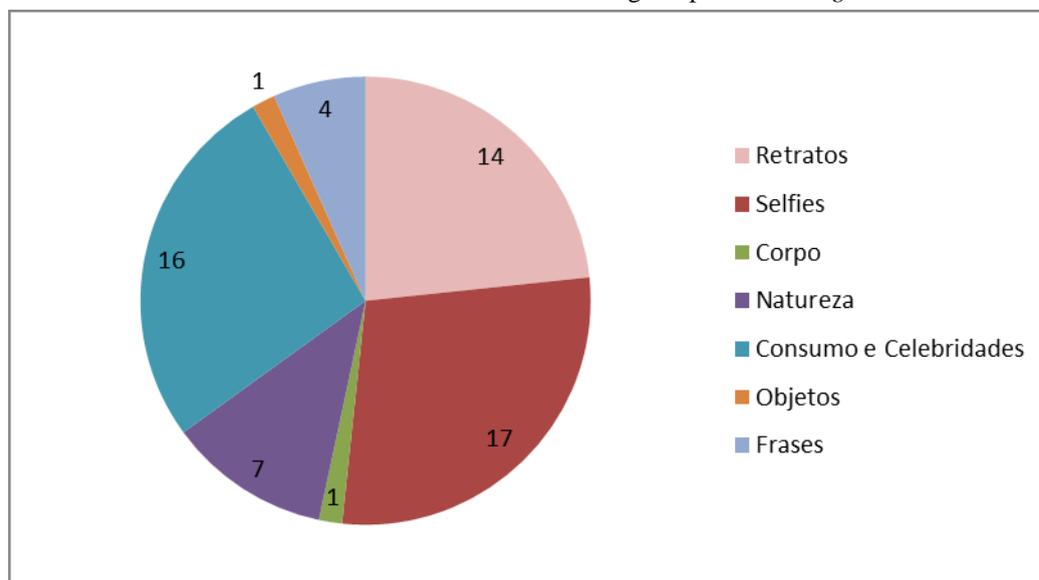


Fonte: Elaboração própria a partir de fotografias de xmas.time (2014), 27_lopez (2014), doitinparis (2014), deeeeeshin (2014), miyao_naturelove (2014), michellexaviera (2014), hot.snap.users (2014), thirtyshadespfmars (2014), trillandmeow (2014), ruben_a_rodriguez_ (2014), the_bop (2014), lucca_aguiar_ (2014), blueyesofia (2014), vidacountryoficial (2014), charlottelescroart (2014), danijellamilic (2014), lovekidauhlforever1d (2014), caritooo_o (2014), mssbnn (2014), mgsanudo (2014), _longhair_girl_ (2014), photographer2025 (2014), khaye_love12 (2014), nixchannel (2014), jack_dera (2014), chia_capelli (2014), gavinhouston21 (2014), alicemuzi_ (2014), hasret_se (2014), xoxprecious (2014), davemattera (2014), ujjaval_jain (2014), gmblyee (2014), reynaldocantillo (2014), vell_make_hitz (2014), alexandrers23 (2014), uhrad (2014), zman4444 (2014), realnikitaa (2014), jlaulau28 (2014), garyx24 (2014), jeusilva (2014), cintiarodrighs_s2 (2014), eva_wharton (2014), mikirosemusic (2014), x.sammijoe.x (2014), kitcarsonhamm (2014), ezgitemiz (2014), montserrat33 (2014), chandleralexiss (2014), http.drawinqs (2014), rhavizhomme (2014), shopcaviar_pink (2014), gaia.vignati (2014), martinapaolletti01 (2014), your_summer_inspo (2014), gizemdeniz_tasdelen (2014), marcvoaletuedue (2014), zarafinoundcara_ (2014), team_epic_2 (2014).

Nas 60 fotografias selecionadas para a *hashtag love*, pudemos primeiramente perceber que existe uma neutralidade na tonalidade das imagens, com predominância para a baixa saturação e baixo contraste. As *selfies* predominaram nessa *hashtag*, com 17 ocorrências. Além disso observamos 14 retratos (e reiteramos que não descartamos o usuário dono da conta participando desses retratos, conforme justificado anteriormente), 16 imagens relacionadas a consumo e celebridades, sete fotografias de animais ou com temática da natureza/paisagem, uma imagem de objeto, uma de corpo e quatro de frases ou palavras. Essa grande recorrência das *selfies* e retratos pode nos indicar um caminho para o regime heroico, em que um dos princípios lógicos é a heterogeneidade, a antítese, ou seja, o eu separado/diferente do mundo. A predominância cromáticas das imagens também nos indica esse universo, onde a luz, fazendo parte dos símbolos especulares, é incolor ou pouquíssimo colorida (DURAND, 2007, p. 147). A *selfie* também pode ser percebida dentro das estruturas esquisomorfos do Regime Diurno, sendo a idealização de si mesmo e o recuo autístico

(DURAND, 2007 p. 185), que para Sfez (1994), fazia parte das características do tautismo da comunicação. No entanto, é notável que entre as cinco *hashtags*, *love* é a que apresenta a menor quantidade de *selfies*, quase se equiparando às celebridades e aos bens de consumo, indicando possivelmente uma falta de auto-estima.

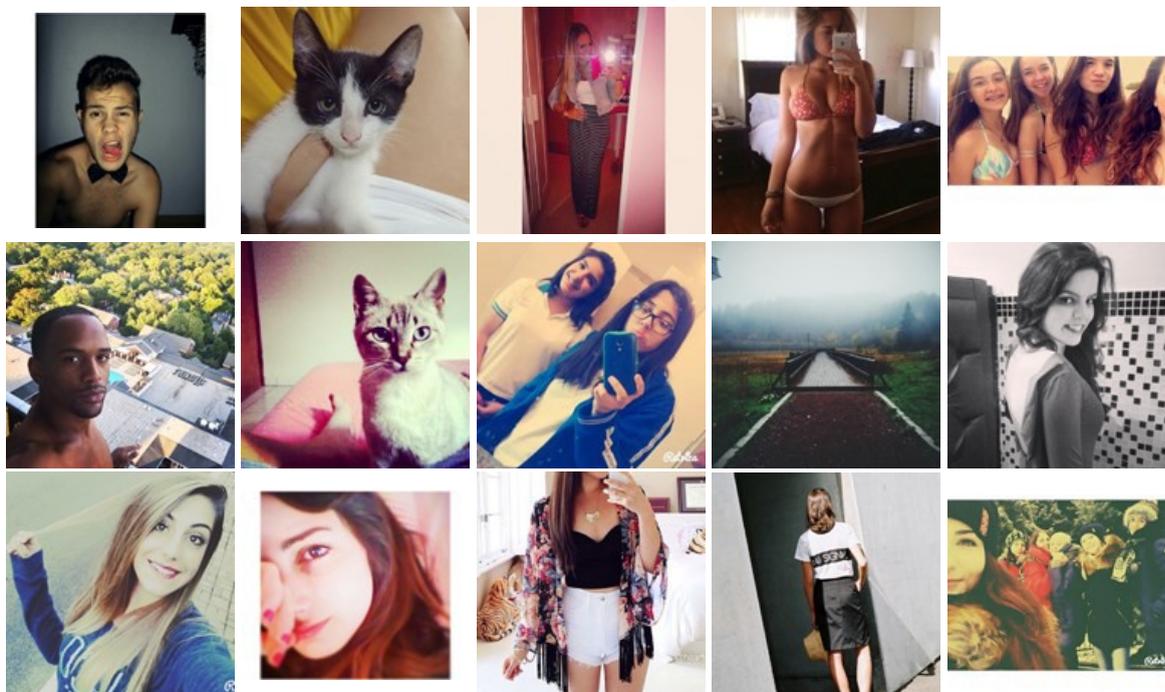
Gráfico 1 – Recorrências temáticas no Instagram para a *hashtag love*

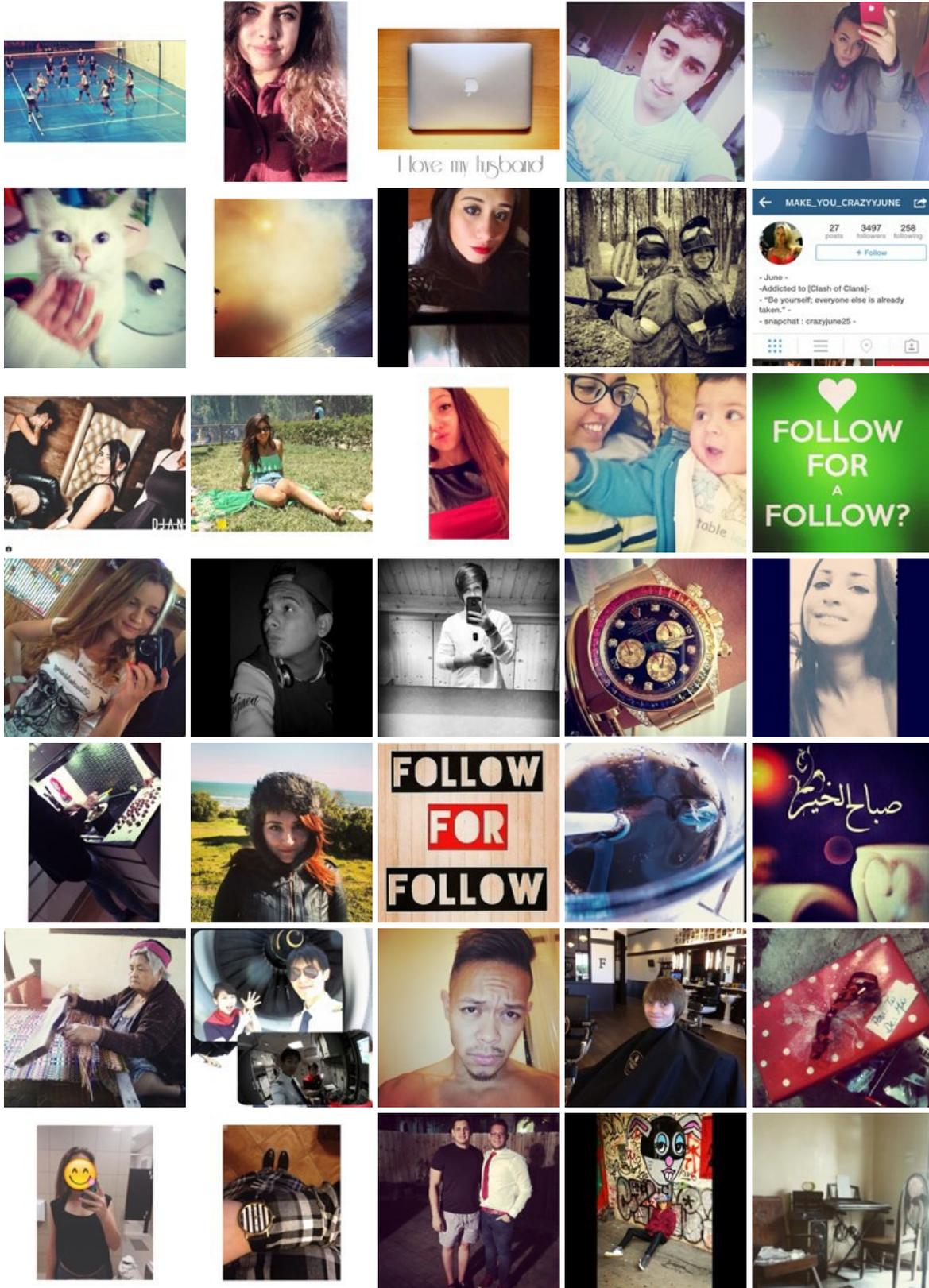


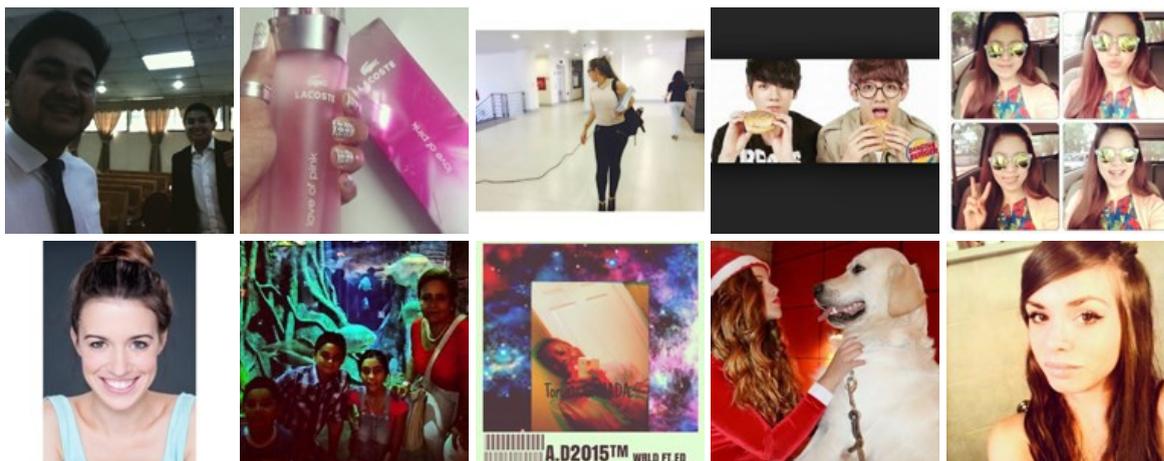
Fonte: Elaboração própria

5.1.2 #me

Figura 12 – Mosaico de fotos do Instagram com a *hashtag me*

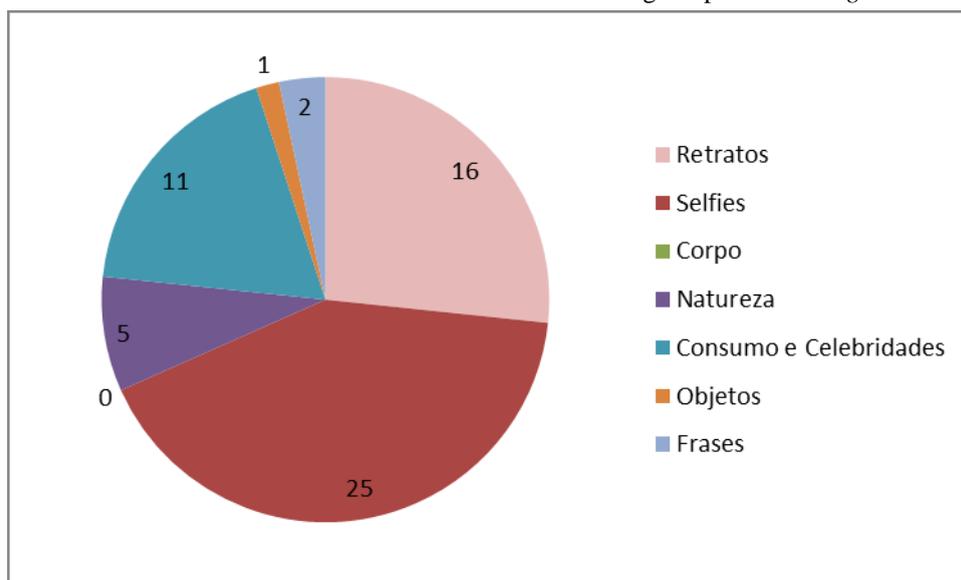






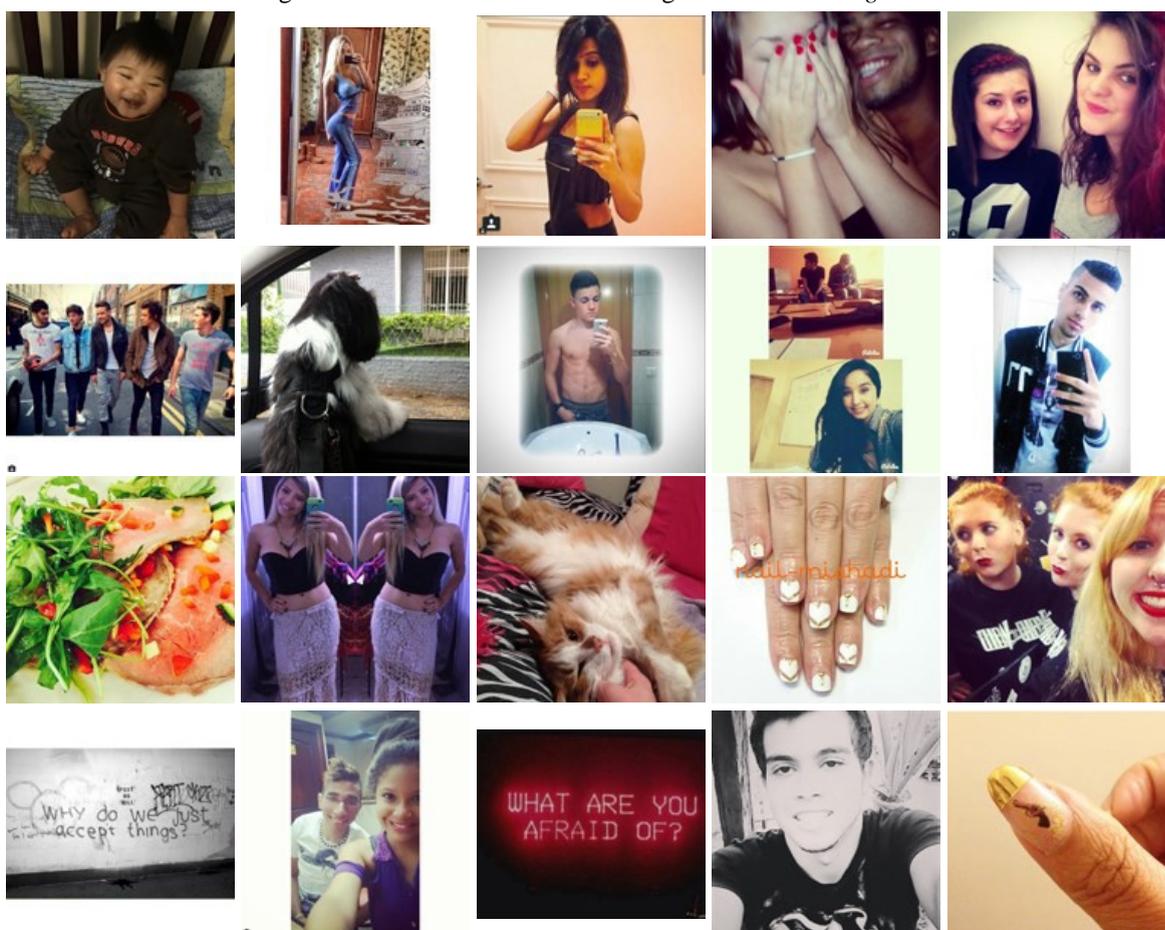
Fonte: Elaboração própria a partir de fotografias de christian_xcvii (2014), laricamposss (2014), maybe_4 (2014), friedaskottsheshka (2014), ivanna_mia (2014), geo.world (2014), brendalsa (2014), vickyortizok (2014), aydinesra (2014), leilaberlt (2014), alessiapetitta (2014), framber946o (2014), belikegirls (2014), ainsleyhansen (2014), cocaine_de__luxe__ (2014), andriuhernandezr (2014), niomimai (2014), sinemakii (2014), cleeberralmeida (2014), lizariri (2014), janelead (2014), mr_louii (2014), ladysantoyo (2014), alenalichova (2014), rpg.follow (2014), lueronuvana (2014), __.williams__ (2014), misslroe (2014), jamiila74 (2014), irven_serafini (2014), boglarka.szenas (2014), jaiiro_nano (2014), charlihunt (2014), brandstyles (2014), simonacampagironi (2014), camillarsloth (2014), solesamyang (2014), niabeddia (2014), amnaalomari21 (2014), ssha3r (2014), savitri13428 (2014), shinysapphire (2014), ronerickodchigue (2014), garrett2222222222 (2014), luciana.martinezarmendariz (2014), ps.itsriley.pt2 (2014), elisabettabot (2014), luigi7fernandez (2014), bouchrahachem (2014), azer_mandap (2014), marcelofernandez14 (2014), sahaba.sa (2014), eve_canalesdonoso (2014), exo_angel (2014), rayrafradini (2014), olgamarin_ (2014), edwandresgo (2014), jjamahl.og.1k (2014), cecybrito25 (2014), giorgia_laconi (2014).

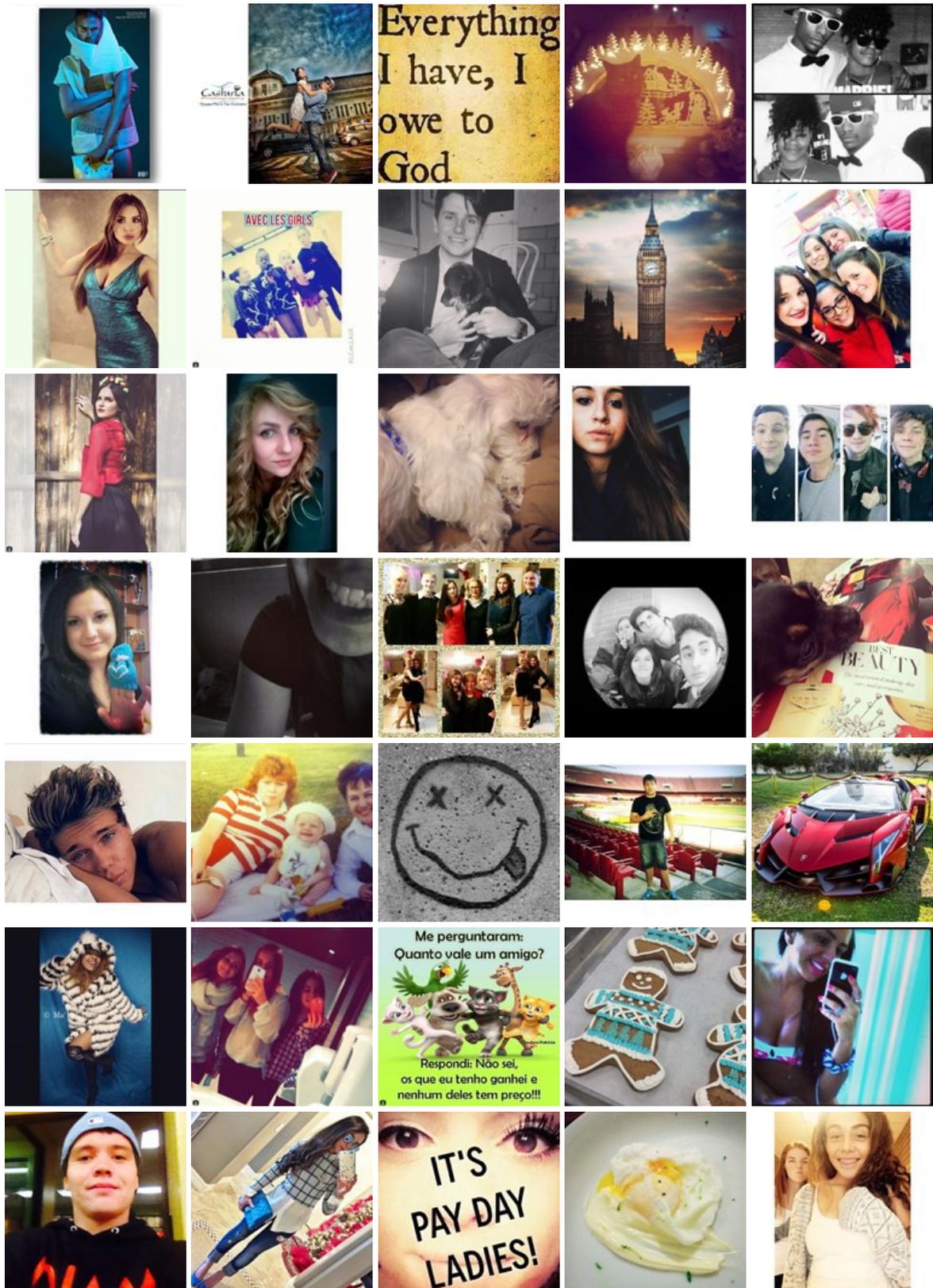
Na *hashtag me*, ficou evidente que a *selfie* era a grande temática recorrente, contabilizando 25 imagens, quase metade do número total. Ela foi seguida por cinco imagens de natureza, 16 retratos, 11 fotografias que remetem ao consumo/celebridades e uma imagem de objeto. Tivemos duas ocorrências de frases/palavras e nenhuma imagem da temática corpo. Mais uma vez, é possível perceber uma neutralidade de tons, baixa saturação e baixo contraste de uma forma geral. Os gatos ganharam destaque, com três fotografias. Da mesma forma como na *hashtag love*, percebemos a recorrência de imagens simbólicas do Regime Diurno. Observamos até o momento que nas *selfies* existem duas formas de olhar: para a tela do *smartphone* – de forma a conferir como vai ficar o resultado da imagem –, ou diretamente para a lente/espelho. É preciso lembrar que para Durand (2007) os reflexos dominantes do Universo Heroico são a dominante postural com suas derivações manuais e o adjuvante das sensações à distância, como a visão e a audição. O olhar seria o símbolo do julgamento moral, censura e vigilância (DURAND, 2007, p. 151), e nas *selfies* eu posso tanto observar o resultado da minha própria fotografia – ao olhar para a tela do aparelho celular e julgar se esta imagem é válida ou não –, ou olhar diretamente para a lente/espelho, lançando meu olhar e julgamento para quem me observa.

Gráfico 2 – Recorrências temáticas no Instagram para a *hashtag me*

Fonte: Elaboração própria

5.1.3 #cute

Figura 13 – Mosaico de fotos do Instagram com a *hashtag cute*

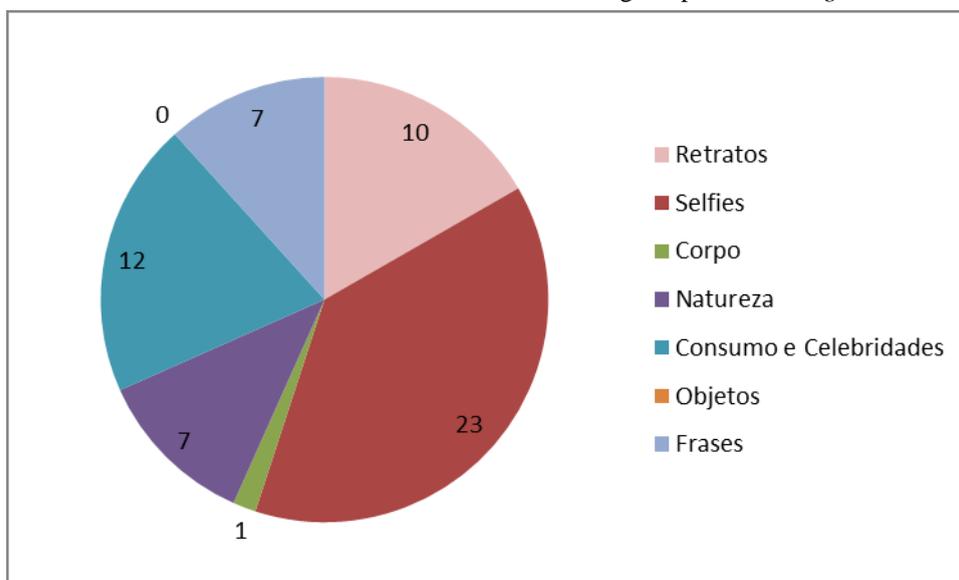




Fonte: Elaboração própria a partir de fotografias de martinezgrace (2014), helboykina (2014), evinkl (2014), paaualvb (2014), stacey_hood_x (2014), 1ddirectionerspage_ (2014), nzaffani (2014), dniiz98 (2014), javignaciah (2014), _matteusgomes (2014), radmilacoco (2014), nadiiaferreirac (2014), hopeannbirnschein (2014), nailmishadi (2014), aboveaverage_loser (2014), princess_han (2014), anthonymcasth (2014), itsfantasysparks (2014), bfran_18 (2014), kawaiiinailkandy (2014), mestyleis (2014), pribadinugrahasastraamadja (2014), tania.torres (2014), fietecat (2014), februaryjonez (2014), shopstrikingdoll (2014), __naxim__ (2014), damienmollers (2014), drselm (2014), bruna_campanile (2014), jecym_ph (2014), alealealeleksandra (2014), teothemaltese (2014), giulyferrara (2014), lashtongirl._ (2014), kartin_pro (2014), senompi29 (2014), vika__kor (2014), andreaamartinez11 (2014), ctaylorherron (2014), shoutoutplacess (2014), concrete_blond (2014), laughing.ahs (2014), joaosantucci16 (2014), goldenlambos (2014), awkward_cutiee (2014), nuriaaperez8 (2014), taisbombom (2014), thelittlecakeartist (2014), cirafont (2014), presleyjane (2014), littlemissfashionqueen (2014), brittanyhogan0413 (2014), danivercosa (2014), emily_wick1 (2014), yahiimontes (2014), trinalovesskittles (2014), _levi_jaeger (2014), k_terazono8 (2014), eugenesteppris (2014).

A *hashtag cute* também foi marcada pelo maior número de *selfies* (23 fotografias), seguida por 12 imagens relacionadas ao consumo/celebridades, sete imagens de frases, sete imagens de natureza/paisagens/animais, 10 retratos e uma imagem da temática corpo. Nenhuma fotografia com ênfase em objeto foi registrada. Em termos estéticos, pudemos notar uma quantidade maior de imagens com tonalidades mais fortes e mais escuras e contrastadas. Marcou-nos o fato de que para esses usuários da *hashtag cute*, o que é “bonitinho” não é o outro, mas si mesmo e os objetos de consumo/celebridades que se consome, nos lembrando o que Durand (2007, p. 136) caracteriza como gigantização, um processo psicológico de amplificação das imagens (de si mesmo) que acompanha a desrealização esquizofrênica.

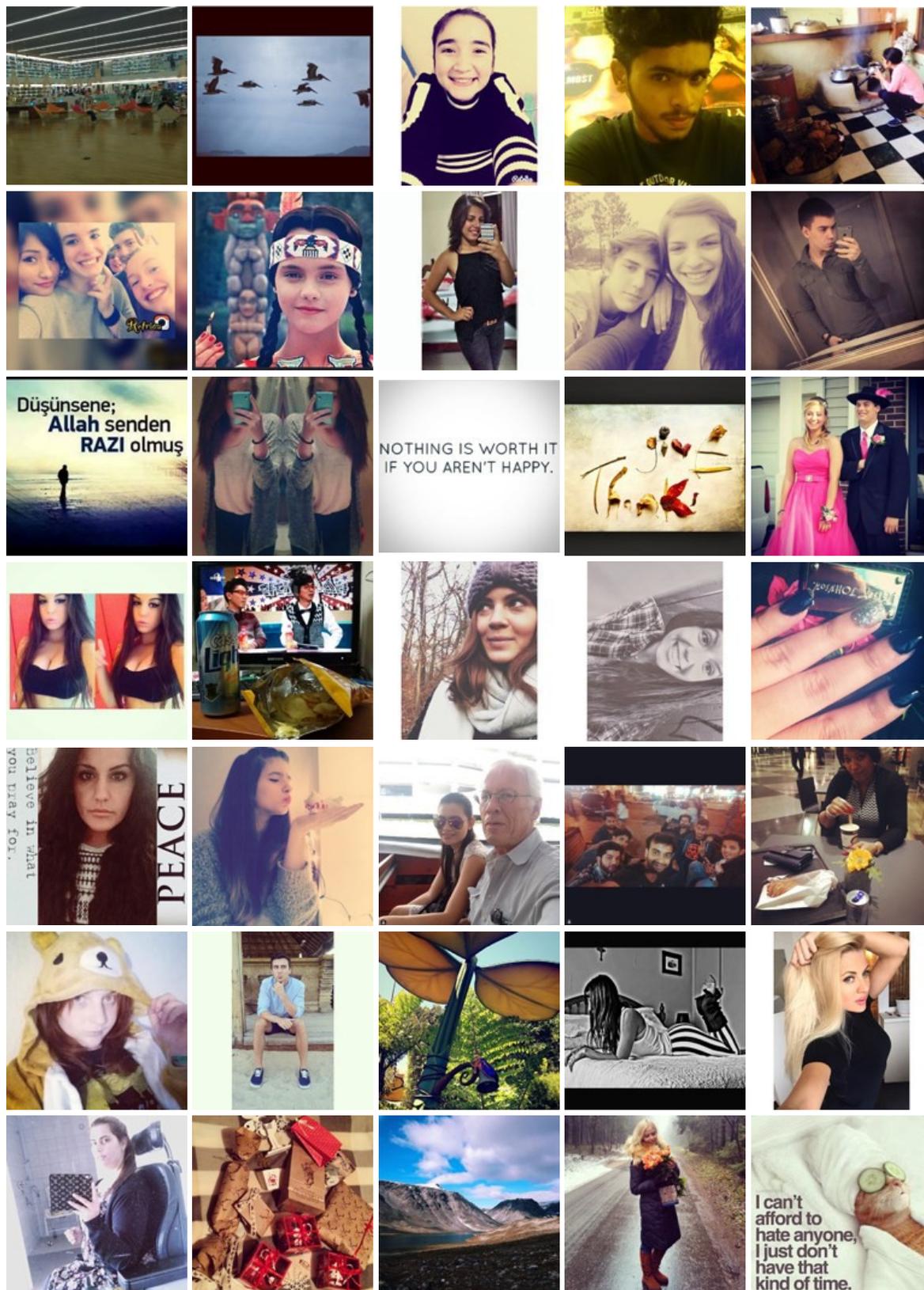
Gráfico 3 – Recorrências temáticas no Instagram para a *hashtag cute*



Fonte: Elaboração própria

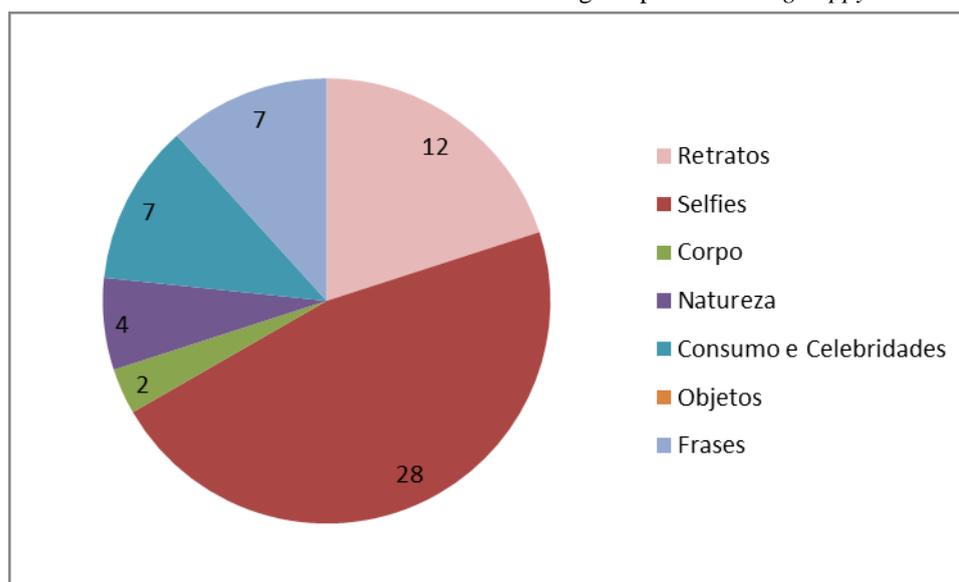
5.1.4 #happy

Figura 14 – Mosaico de fotos do Instagram com a hashtag happy



foi registrada. Esteticamente, as imagens são em tons neutros, de baixa saturação, como nas *hashtags love* e *me*. A questão da distinção na *hashtag happy* nos indica que para esses usuários, a felicidade não está na comunhão com o outro ou com a natureza, mas na distinção de si em relação ao mundo, um recuo do que lembra o homem de seu lado animal (a natureza).

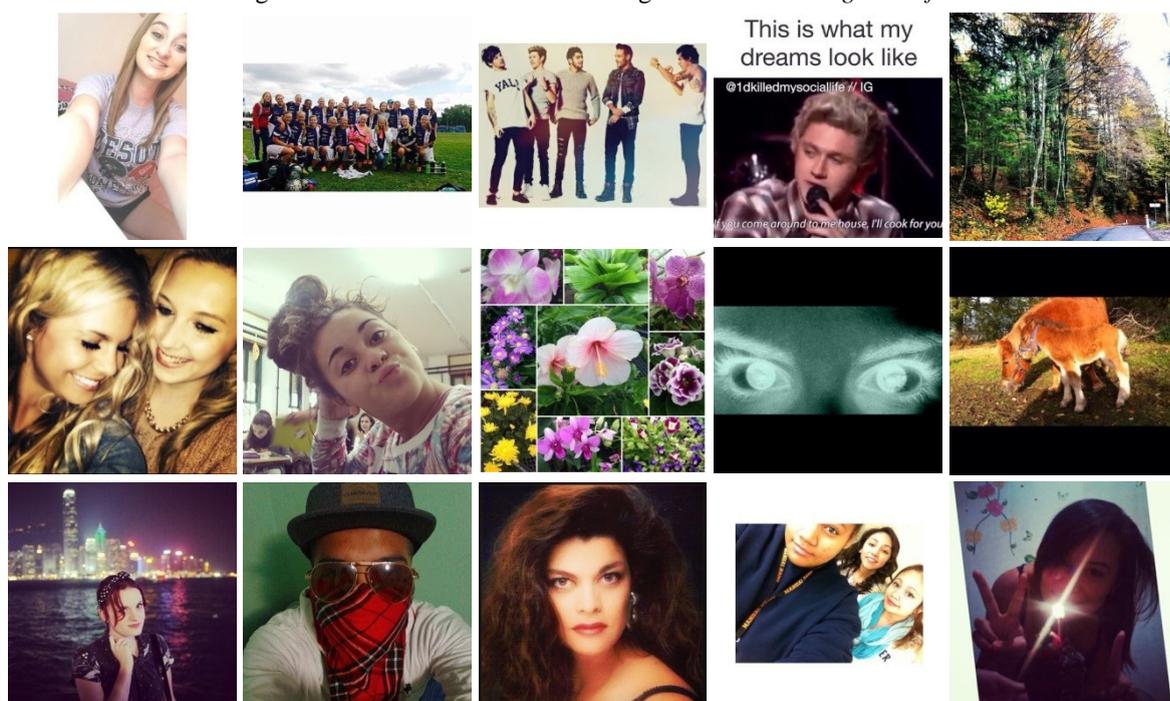
Gráfico 4 – Recorrências temáticas no Instagram para a *hashtag happy*

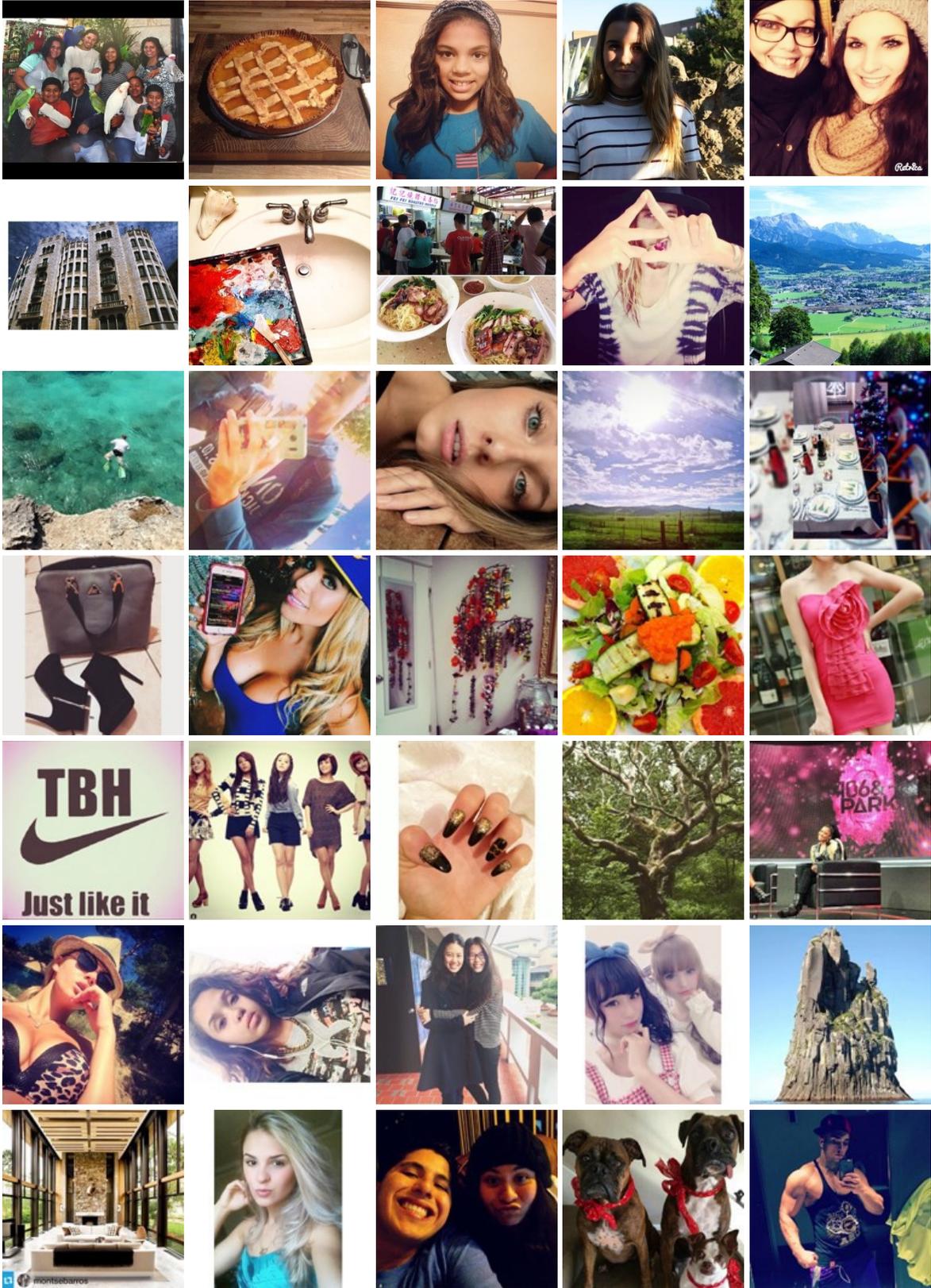


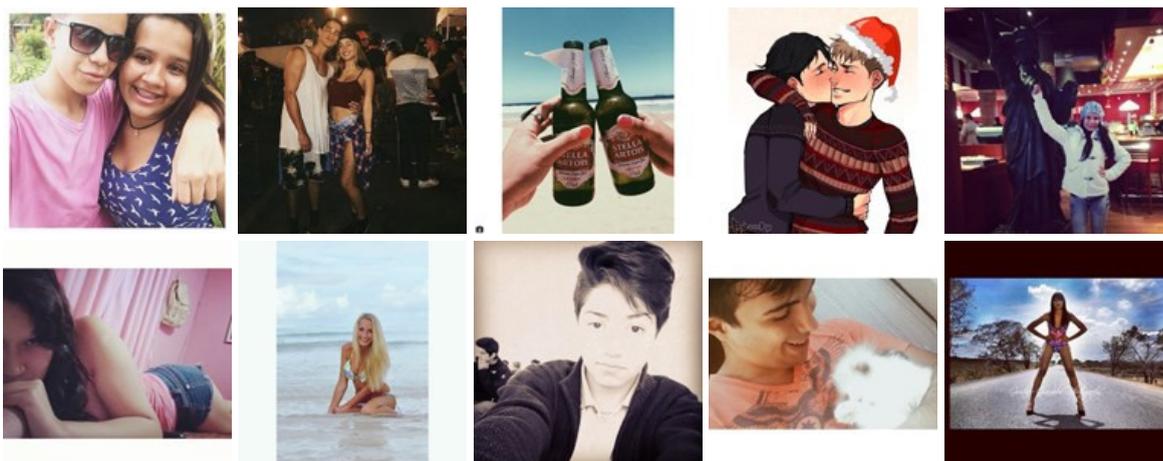
Fonte: Elaboração própria

5.1.5 #beautiful

Figura 15 – Mosaico de fotos do Instagram com a *hashtag beautiful*

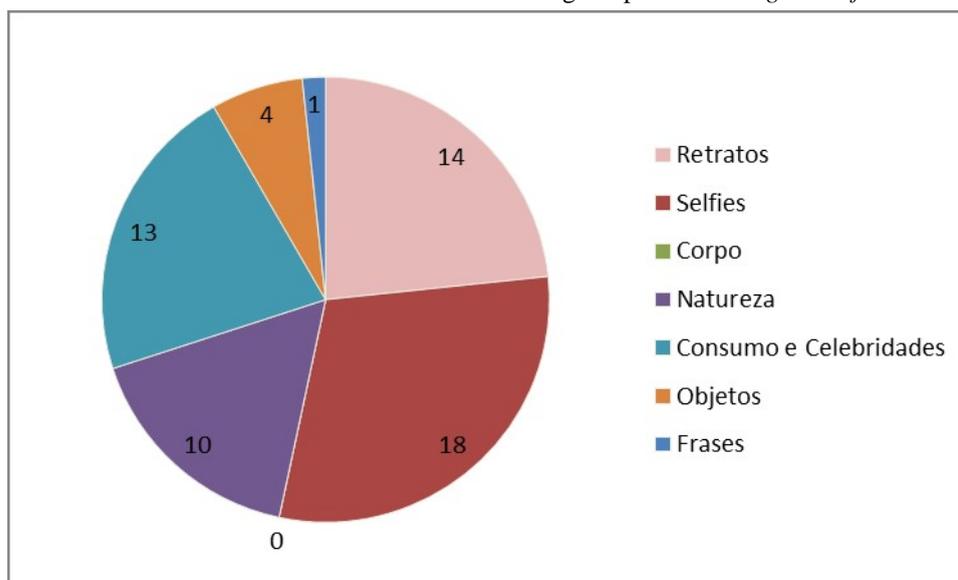






Fonte: Elaboração própria a partir de fotografias de [_itiskaitlin_](#) (2014), [lovadagerbrant](#) (2014), [they_are_special](#) (2014), [_5d.1sos](#) (2014), [19tina89](#) (2014), [davide_zamutini](#) (2014), [luuna16](#) (2014), [wenlisg](#) (2014), [feliciafarina](#) (2014), [mi_we_](#) (2014), [miaoasia](#) (2014), [luciannosuarez](#) (2014), [scorpio__sun](#) (2014), [lovablekayja](#) (2014), [_spinelli_](#) (2014), [_vivii_m](#) (2014), [_ally__m](#) (2014), [jord2o8](#) (2014), [marteescapde](#) (2014), [lisa_dre](#) (2014), [sasha1779](#) (2014), [cattbus](#) (2014), [aanastasiat](#) (2014), [roblesrachell](#) (2014), [grammahh](#) (2014), [ilovelou_photography](#) (2014), [fabio_musco_](#) (2014), [ellarentlinger650](#) (2014), [yourbeautypal](#) (2014), [martiascari](#) (2014), [adriana_izzo](#) (2014), [sophieismarlene](#) (2014), [mammiamia](#) (2014), [blanche_dec](#) (2014), [seddighe.moghadas](#) (2014), [my_lovely_dimples__](#) (2014), [nicholas_lah](#) (2014), [ladymonny](#) (2014), [pernillesfh](#) (2014), [thisispinkprint](#) (2014), [cathleenisregan](#) (2014), [better.0ff](#) (2014), [vickyhuangg](#) (2014), [suricruiselover](#) (2014), [galleryworld](#) (2014), [shelleyhovesen](#) (2014), [daiana_lobo](#) (2014), [fun_sizzler](#) (2014), [ilooveedogs](#) (2014), [andrea51costa](#) (2014), [jessie_gomes_](#) (2014), [savmontano__](#) (2014), [goldbergvivi](#) (2014), [willlopees](#) (2014), [vilmarsanchez](#) (2014), [karenciithah](#) (2014), [alicejonsson](#) (2014), [damianjromo](#) (2014), [alyrocc](#) (2014), [gustavogranados](#) (2014).

A *hashtag beautiful* chama a atenção pelos tons mais escuros e vivos e imagens mais contrastadas. O conjunto de imagens possui, de forma geral, mais cores e mais saturação que os mosaicos anteriores. Em relação às temáticas, tivemos 18 *selfies*, seguido das recorrências de retratos (14 imagens). Observamos 10 fotografias de natureza (maior número entre as *hashtags* no Instagram), 13 de consumo/celebridades, quatro de objeto, e uma imagem cuja maior relevância é a frase. Nenhuma imagem pertenceu à temática corpo. De forma geral, essa foi a *hashtag* mais equilibrada em relação às temáticas, com números semelhantes nas 4 maiores recorrências, mostrando que para o usuário do Instagram, a beleza não está necessariamente em si mesmo, mas nos outros, na natureza e naquilo que consome. Esta foi a *hashtag* em que percebemos a menor influência do Regime Heroico.

Gráfico 5 – Recorrências temáticas no Instagram para a *hashtag beautiful*

Fonte: Elaboração própria

5.1.6 Temáticas do Instagram

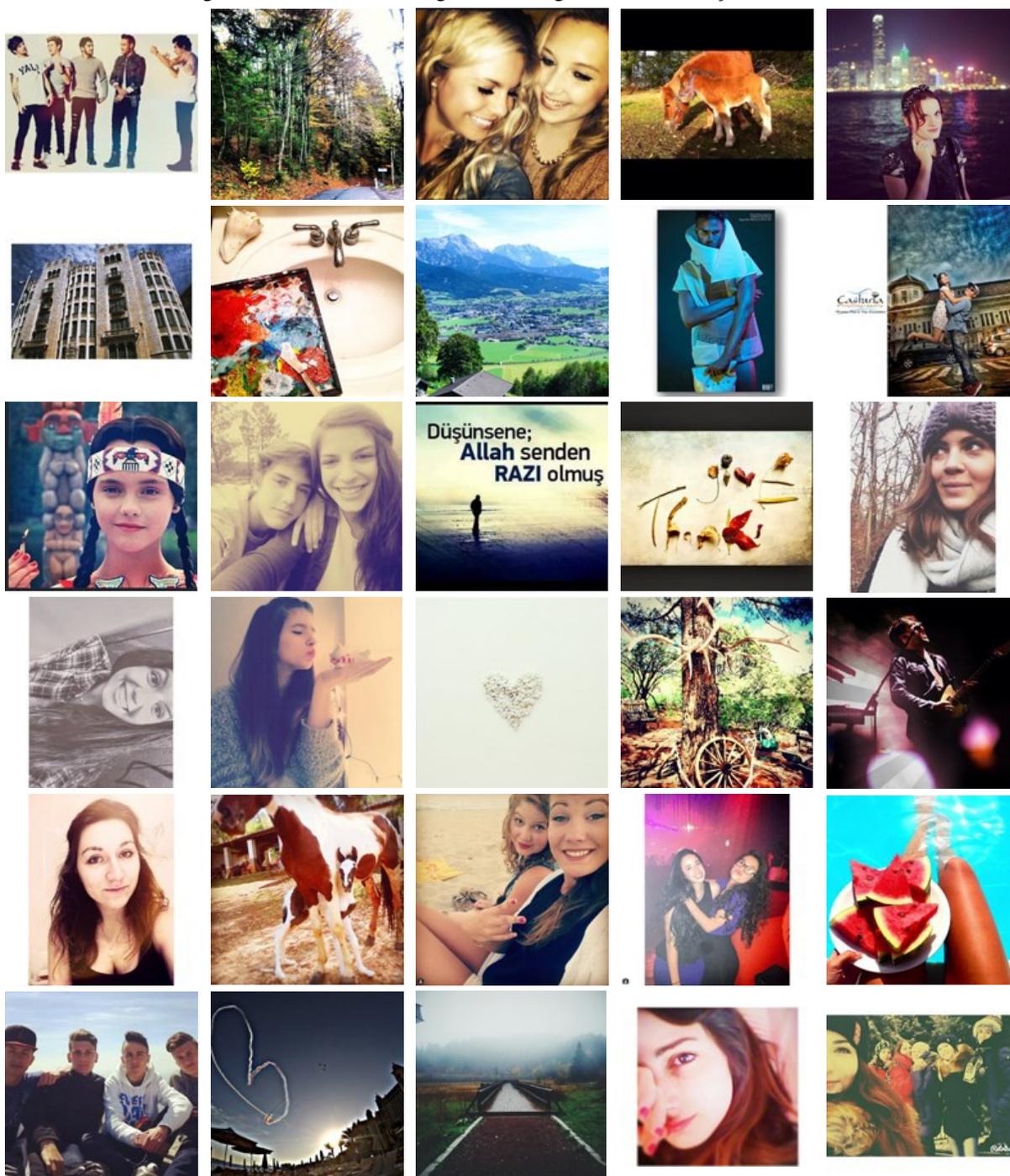
Ao observarmos nosso corpus, pudemos perceber que uma valorização da estética permanece apenas como potencialidade no Instagram. No conjunto de 300 imagens selecionadas, apenas 61 (20,3%) utilizavam de forma evidente os filtros do aplicativo, demonstrando algum tipo de composição mais elaborada ou jogo de cores esperado da estética *vintage* que o aplicativo possibilita. A semelhança estética com a lomografia, então, permaneceria mais como potência do que de forma efetiva. A desestetização das fotografias do Instagram foi marcante, ainda mais considerando as possibilidades inscritas na programação do aplicativo, que tornam a pós-produção da imagem tão orgânica e facilitada. Isso nos indica que o usuário do aplicativo é exatamente isso: um usuário. Mesmo tendo as ferramentas de edição estética dispostas de forma simples, não as utiliza porque não sente necessidade. Seu objetivo é satisfeito com o clicar – publicar – impressionar, visando receber o maior número de *likes* de seus seguidores.

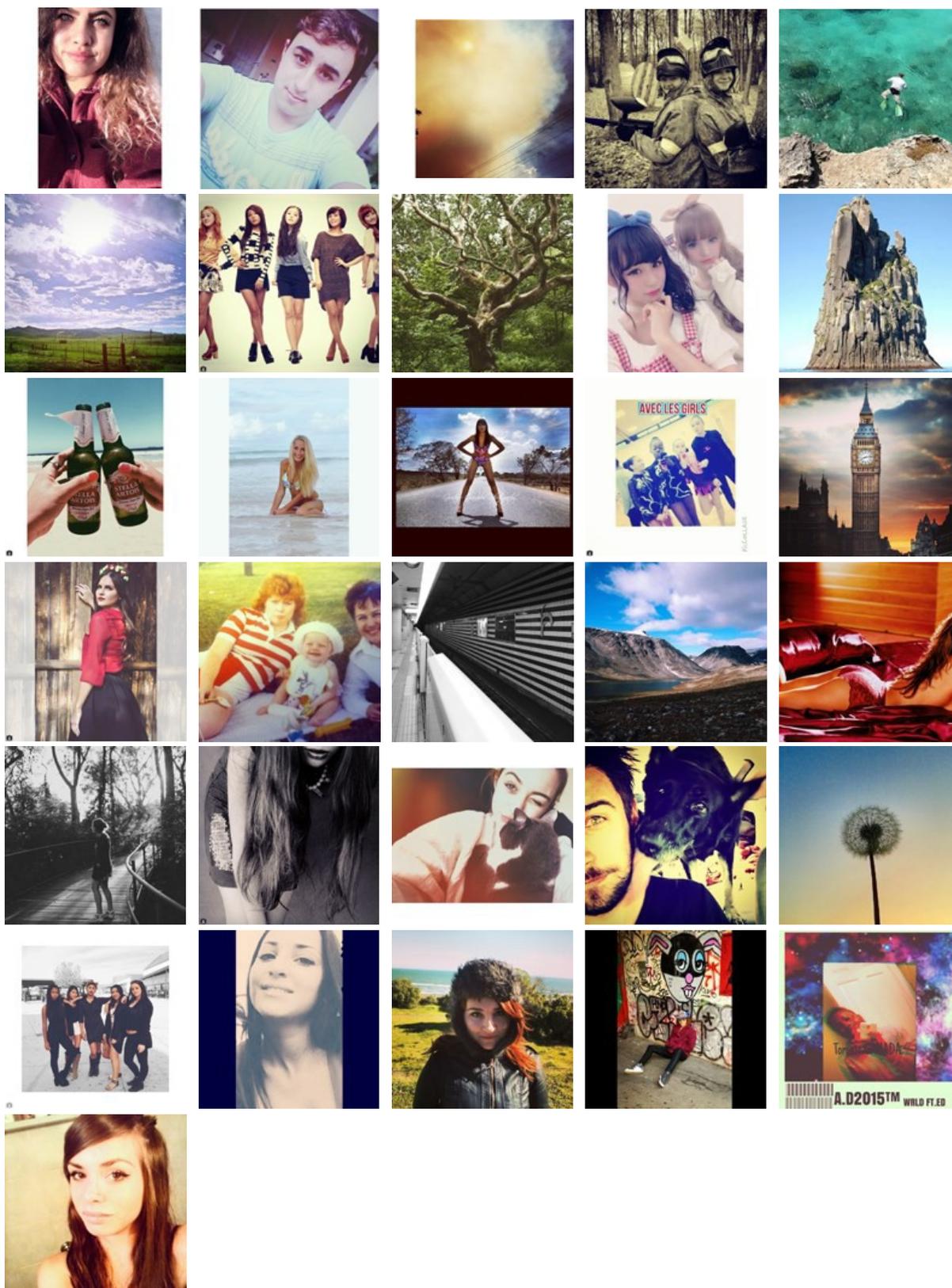
Nos parece que a grande temática das fotografias no Instagram acaba sendo, no final das contas, o indivíduo – eu mesmo, separado do mundo. Teoricamente, essa ideia do individualismo já vinha nos chamando a atenção ao refletirmos sobre o autismo do tautismo como trazido por Sfez (1994) e ganhou força com os conceitos de titanismo de López-Pedraza (1997) e Contrera (2003). A idealização e o recuo autístico, o gigantismo, a representação heterogeneizante de si mesmo e a grande valorização das luzes incolores, da desaturação e do olhar nos indicam uma grande recorrência de imagens simbólicas da estrutura heroica do

imaginário proposta por Durand (2007). A grande recorrência de imagens relacionadas ao consumo ou de celebridades indica uma inclinação para esse mesmo regime.

No Instagram, a câmera do *smartphone* está constantemente virada para o próprio indivíduo, mas isso não implica uma viagem para dentro de si mesmo. O regime da *selfie* é esquizofrênico porque separa o eu do mundo, sintoma de uma polarização extremada.

Figura 16 – Mosaico de imagens do Instagram com elaborações estéticas



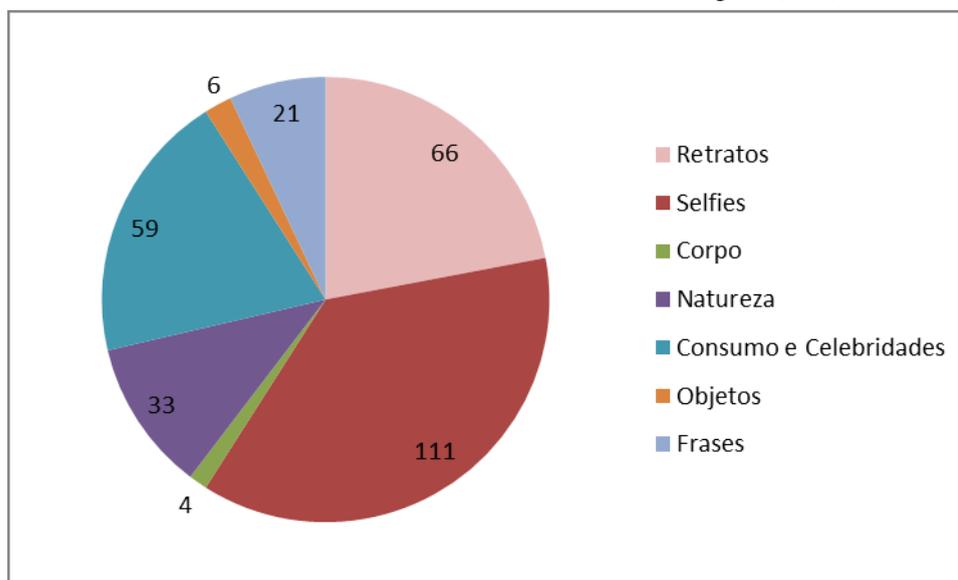


Fonte: Elaboração própria a partir de fotografias de they_are_special (2014), davide_zamutini (2014), 18tina89 (2014), mi_we_ (2014), miaoasia (2014), sasha1779 (2014), cattbus (2014), grammahh (2014), menstyleis (2014), pribadinugrahasastraatmadja (2014), driana5 (2014), catarina.pereira_ (2014), nigarsever (2014), kittyhaotecat (2014), ana_mosca (2014), icma08 (2014), vanessa__dick (2014), deeeeeshin (2014), miyao_naturelove (2014), thirtshadesofmars (2014), blueyesofia (2014), vidacountryoficial (2014), charlottelescroart (2014), mgsanudo (2014), your_summer_inspo (2014), marcovaleteduee (2014), team_epic_2 (2014), aydinesra (2014), framber946o (2014), cocaine_de__luxe__ (2014), niomimai (2014), cleeberalmeida

(2014), mr_louii (2014), alenlichova (2014), ilovelou_photography (2014), yourbeautypal (2014), nicholas_lah (2014), pernillesfh (2014), suricruiselover (2014), galleryworld (2014), goldbergvivi (2014), alicejonsson (2014), gustavogranados (2014), __namix__ (2014), drselm (2014), jecym_ph (2014), concrete_blond (2014), k_terazono8 (2014), marteg (2014), danyagix (2014), newwounds (2014), photographer2025 (2014), alicemuzi_ (2014), davemattera (2014), gmblueee (2014), chandleralexiss (2014), simonacampagiorni (2014), solesamyang (2014), bouchrahachem (2014), jjamahl.og,1k (2014), giorgia_laoni (2014).

O número de *selfies* (111 fotografias – Apêndice A), somando perto do dobro de imagens que a segunda maior recorrência temática (ou um valor próximo da segunda e terceira temáticas juntas), começou a nos indicar um caminho a perseguir. Diferentemente da fotografia com câmeras LOMO, onde o caráter autoral é de extrema importância, no Instagram é prática comum solicitar a amigos que tirem um retrato seu, e dessa forma, podemos considerar que o dono da conta do Instagram esteja presente também nos retratos. A lógica de funcionamento do aplicativo, de característica auto-promocional, corrobora essa ideia. É muito incomum um usuário postar fotografias com pessoas em que ele mesmo não apareça, aproveitando e vivendo o momento. Considerando esse fato, poderíamos somar as recorrências de *selfies* com os retratos, resultando em 177 imagens.

Gráfico 6 – Padrão de recorrências temáticas no Instagram (total)



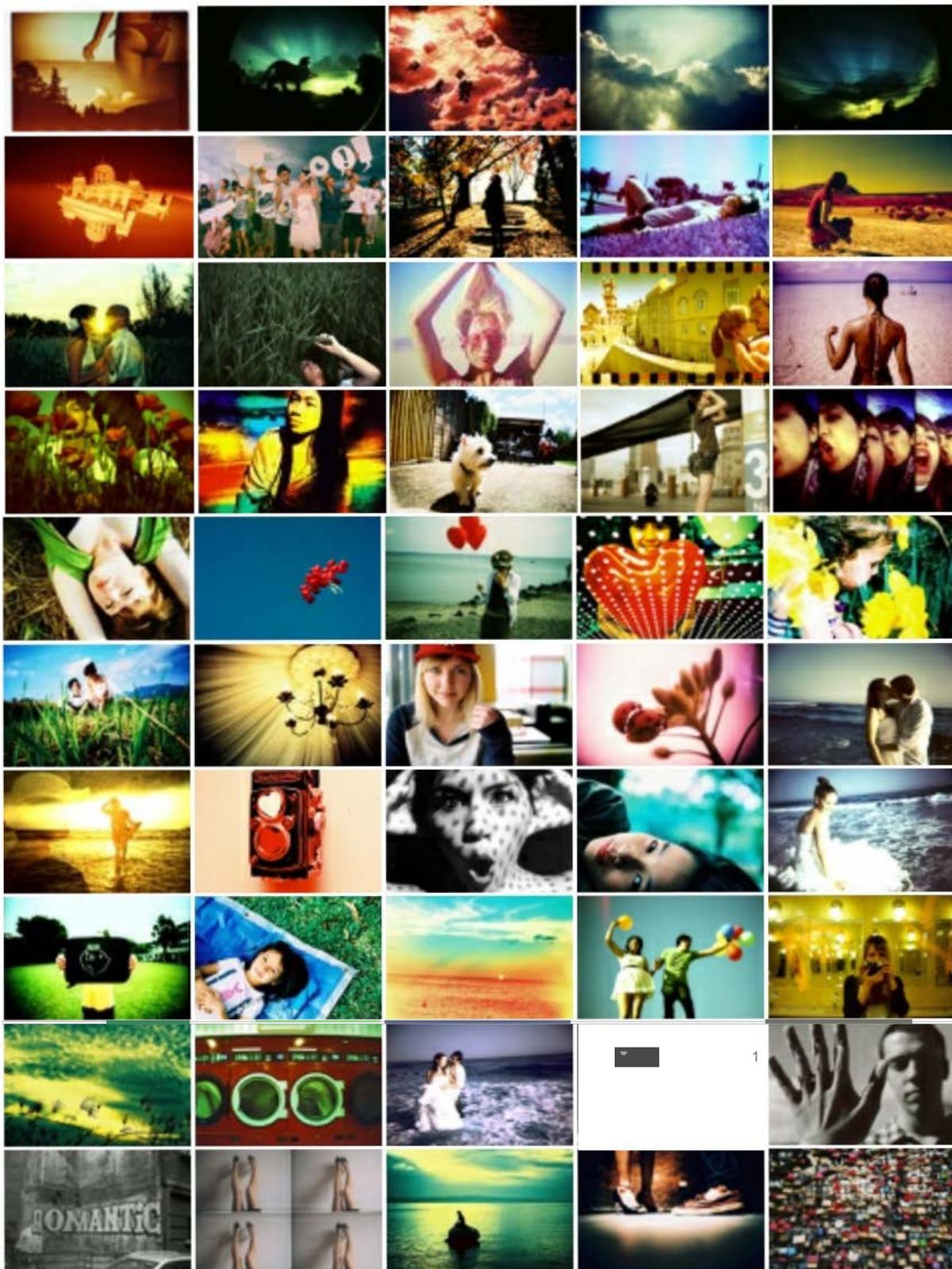
Fonte: Elaboração própria

5.2 LOMO

Conforme apontado anteriormente, as lomografias mais populares para cada *hashtag* já são apresentadas em forma de mosaico no site da Lomography, de forma que respeitamos a composição natural do site, dividindo o mosaico ao meio para permitir uma melhor visualização das fotografias.

5.2.1 #love

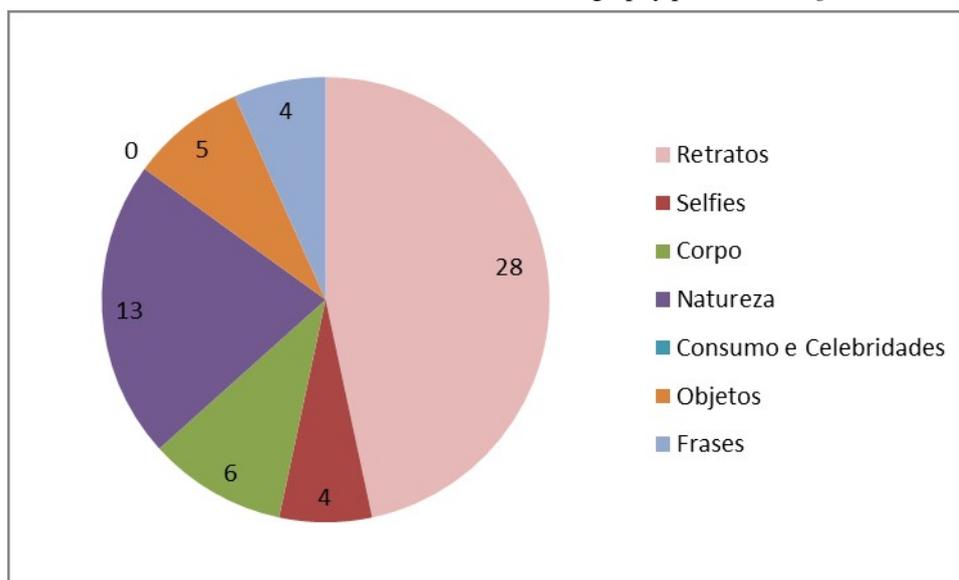
Figura 17 – Mosaico de fotos em Lomography com a hashtag love





Fonte: Lomography (2014)

Iniciamos nossa análise com o mosaico da *hashtag love*. É possível perceber a predominância de imagens de cores muito vivas, sendo apenas quatro dessas 60 fotos em preto e branco, além de alta saturação e alto contraste. Durand (2007, p. 220) explica que, enquanto no Regime Diurno as cores se reduzem a azuis claros e dourados, no Universo Místico toda riqueza do prisma e das pedras preciosas vai se desenvolver”. As cores das jóias, das pérolas, dos pores-do-sol e do arco-íris estarão presentes: “A coloração, como Bachelard nota a propósito da alquimia, é uma qualidade íntima, substancial. A “Pedra” é dotada de uma infinita capacidade de coloração e toda a alquimia se duplica por uma paleta simbólica que passa do negro ao branco, do citrino ao vermelho-triunfante” (DURAND, p. 221, 2007). Também pudemos observar como recorrente nesse mosaico as imagens de natureza e retratos. Treze foram as imagens que registraram apenas elementos da natureza, e 28 foram os retratos. É notável, também, que grande parte desses retratos foram registrados ao ar livre ou em meio à natureza que para Durand (2007, p. 223), indicaria um Regime Místico que traz uma valorização positiva da mulher, da natureza, do centro e da fecundidade. Entre as menores recorrências, constatamos fotografias de objetos (cinco), registro de palavras (quatro), e *selfies* (quatro). Uma técnica não utilizada no Instagram, a dupla-exposição, está bastante presente nesse mosaico, somando sete recorrências.

Gráfico 7 – Recorrências temáticas em Lomography para a *hashtag love*

Fonte: Elaboração própria

5.2.2 #me

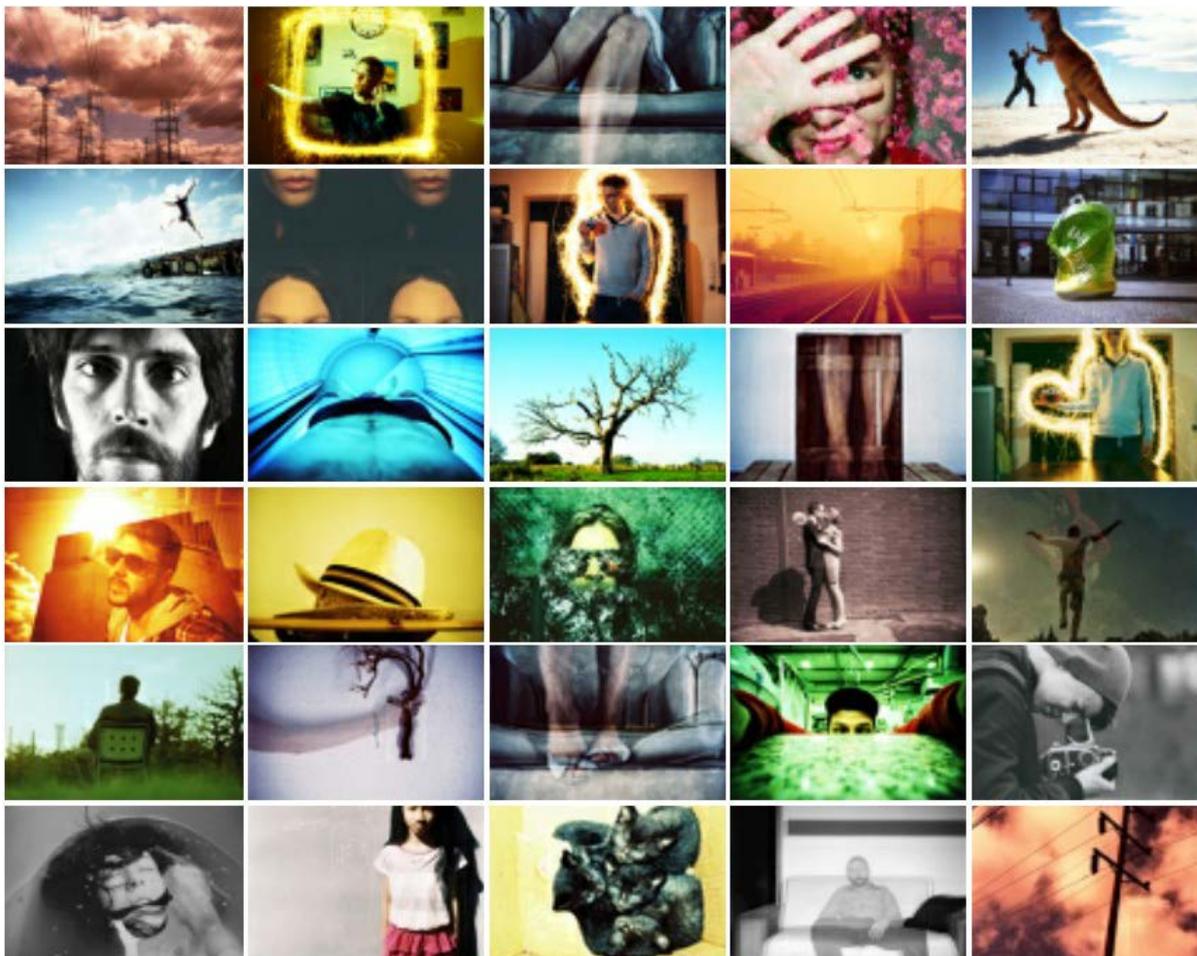
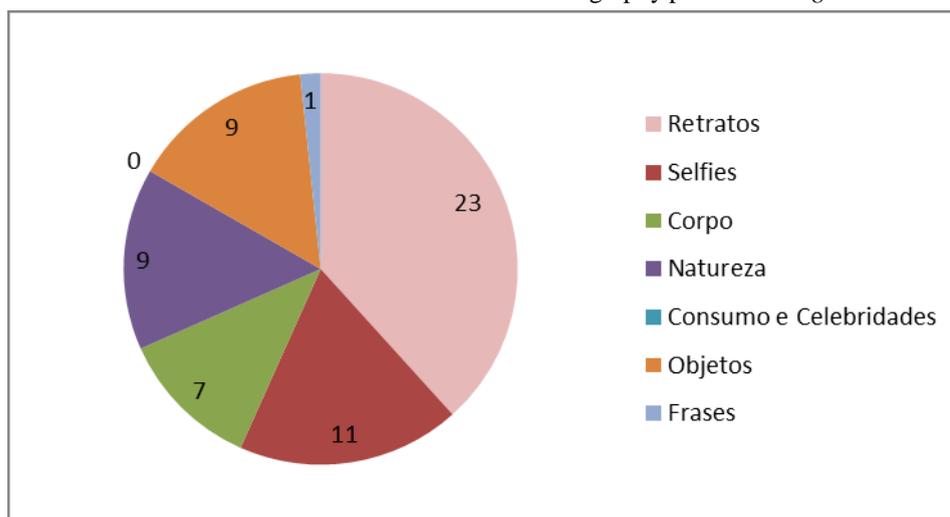
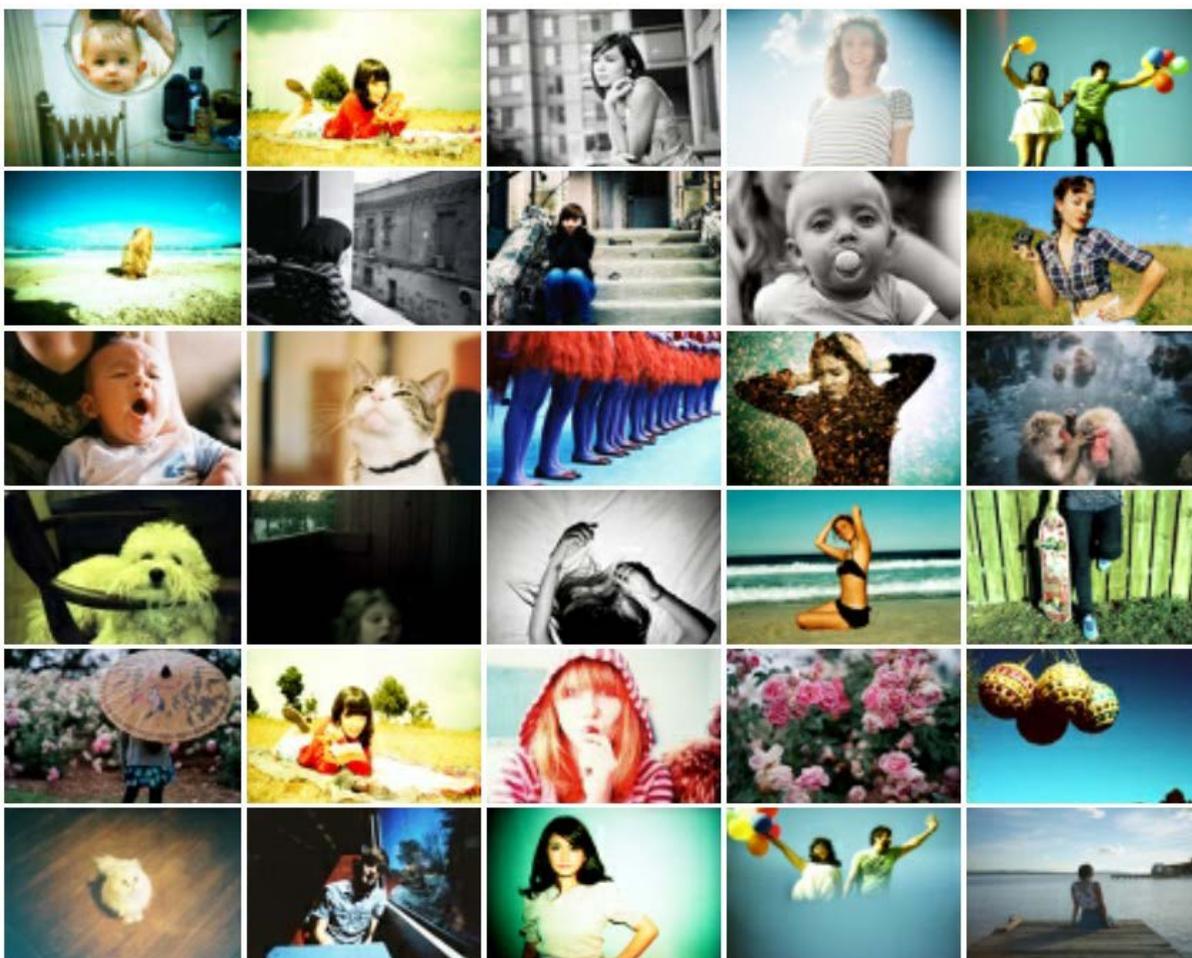
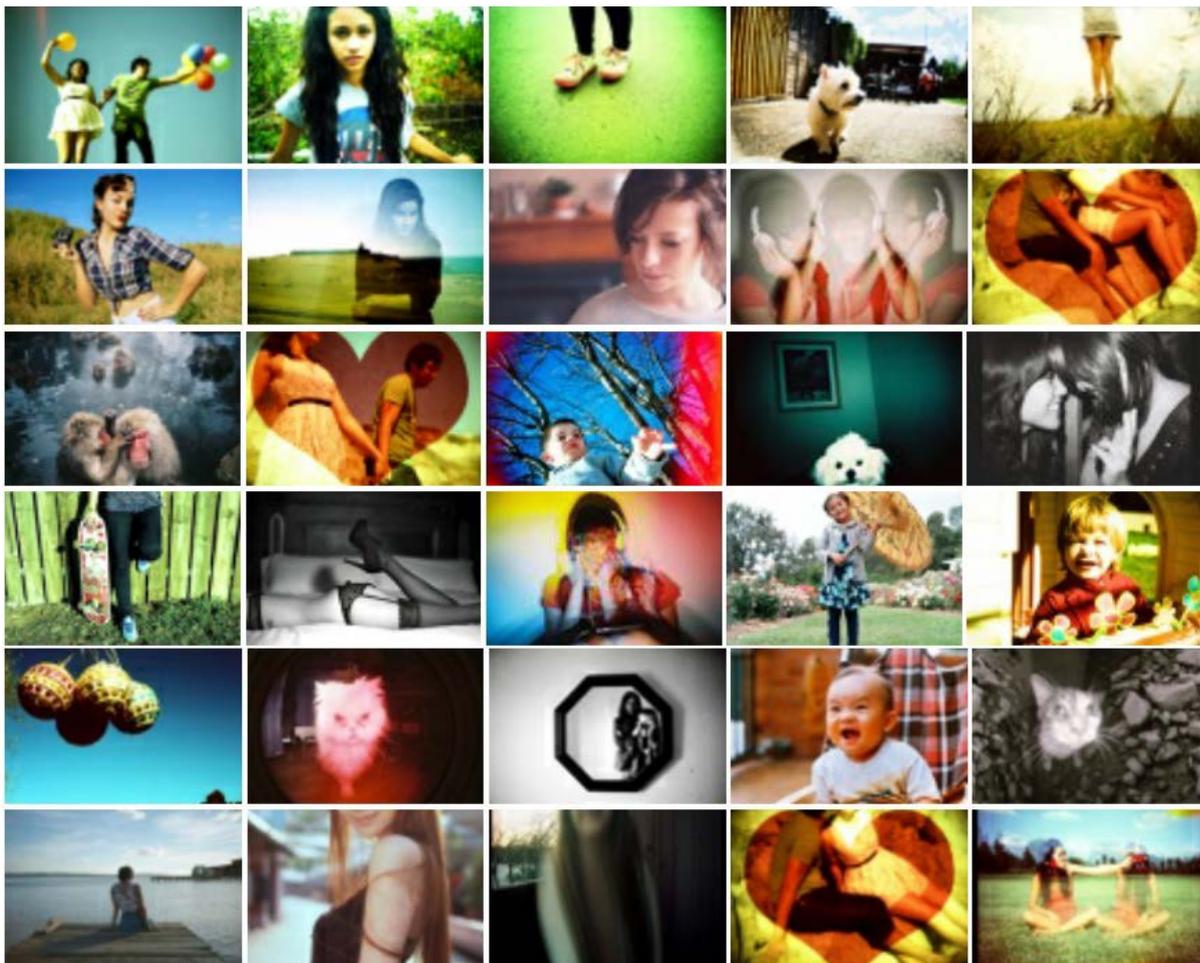
Figura 18 – Mosaico de fotos em Lomography com a *hashtag me*

Gráfico 8 – Recorrências temáticas em Lomography para a *hashtag me*

Fonte: Elaboração própria

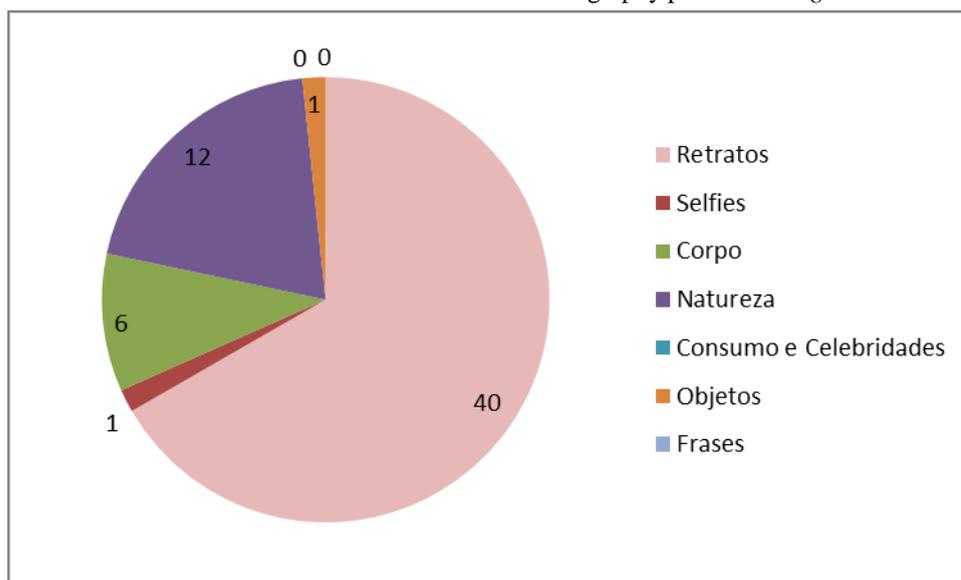
5.2.3 #cute

Figura 19 – Mosaico de fotos em Lomography com a *hashtag cute*

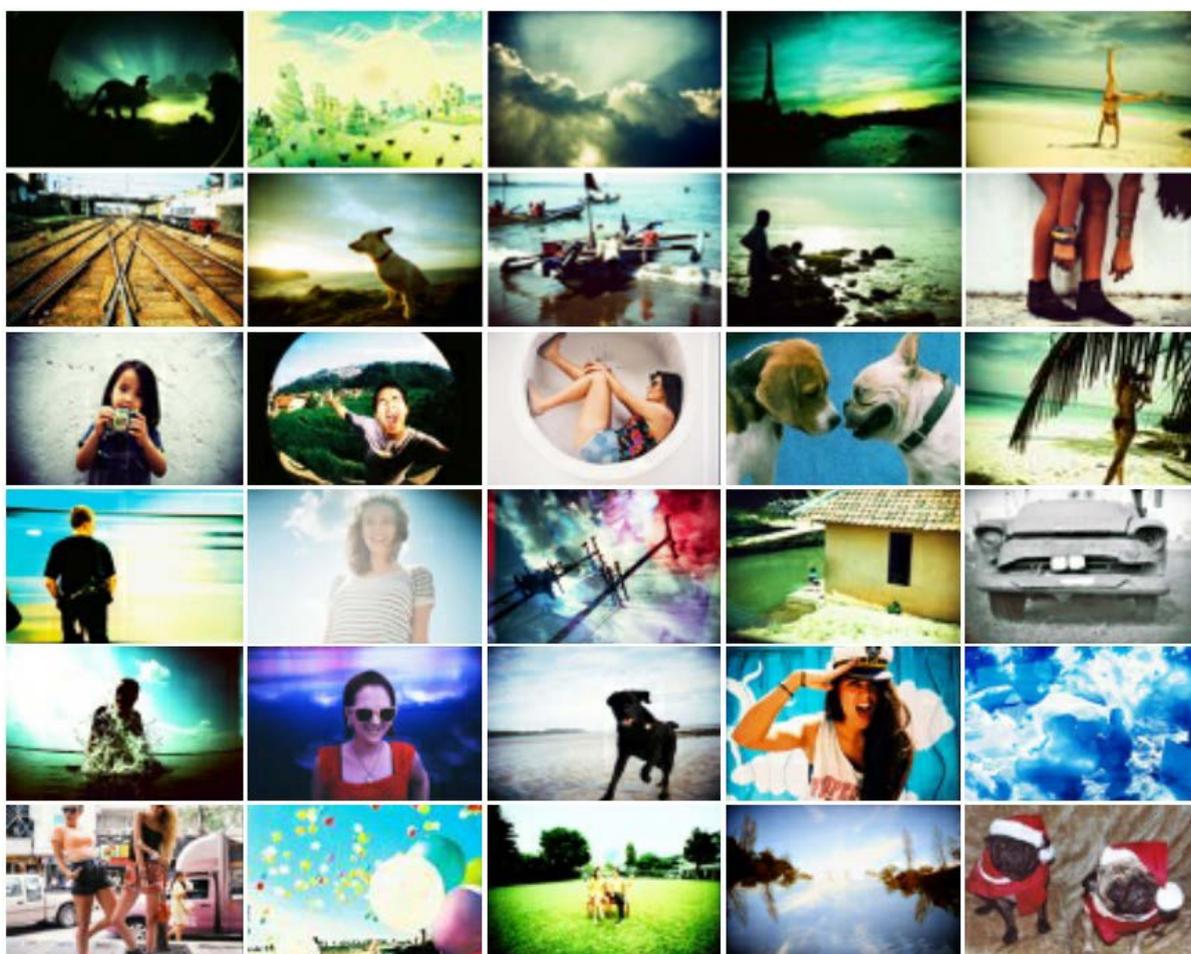


Fonte: Lomography (2014n)

Contabilizamos oito imagens em preto e branco no mosaico de imagens da *hashtag cute*, mas entre as fotografias coloridas, que são a maioria, a alta saturação e o contraste são o fator estético mais marcante. Em termos de temática, a enorme quantidade de fotografias de crianças, bebês e animais chamou nossa atenção: foi uma repetição temática que até então não havia ocorrido. Observamos 12 imagens de bebês e crianças, e 10 de animais (em sua maioria, cães e gatos, totalizando 12 imagens na temática de natureza/paisagens/animais). Nessa *hashtag* atingimos o maior número de retratos comparando as duas ferramentas (40 imagens) e o menor número de *selfies* (apenas uma). Além disso, nove fotografias utilizaram dupla exposição, seis imagens do corpo e uma de objeto. O que é bonitinho para a lomografia vem como polarização invertida em relação ao Instagram: é o outro, a criança e o animal (natureza) que é bonito. A criança, o pequeno, são arquétipos substantivos do Universo Místico do imaginário. Como é um regime da eufemização, também podemos considerar as imagens dos animais domesticados como uma eufemização das bestas dos simbolismos teriomórficos.

Gráfico 9 – Recorrências temáticas em Lomography para a *hashtag* *cute*

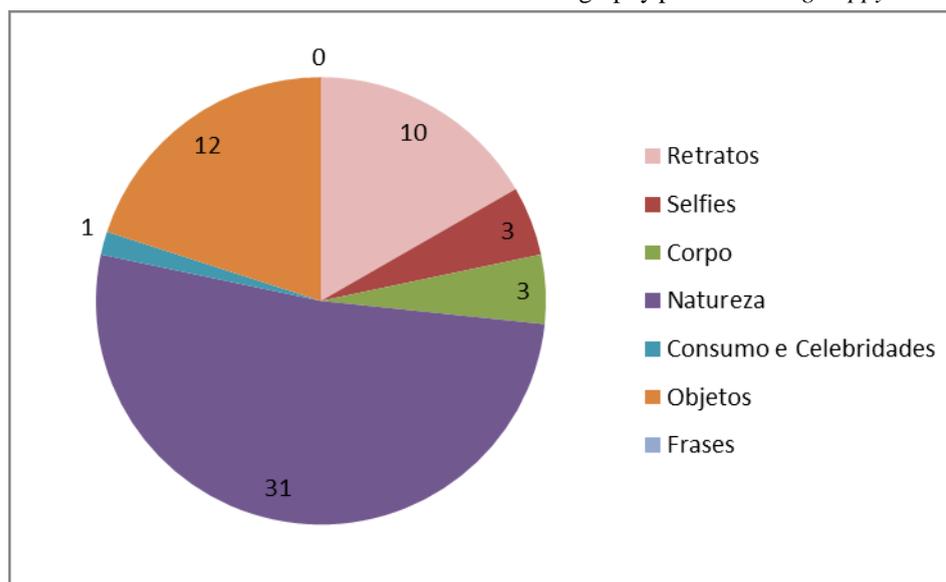
Fonte: Elaboração própria

5.2.4 *#happy*Figura 20 – Mosaico de fotos em Lomography com a *hashtag* *happy*

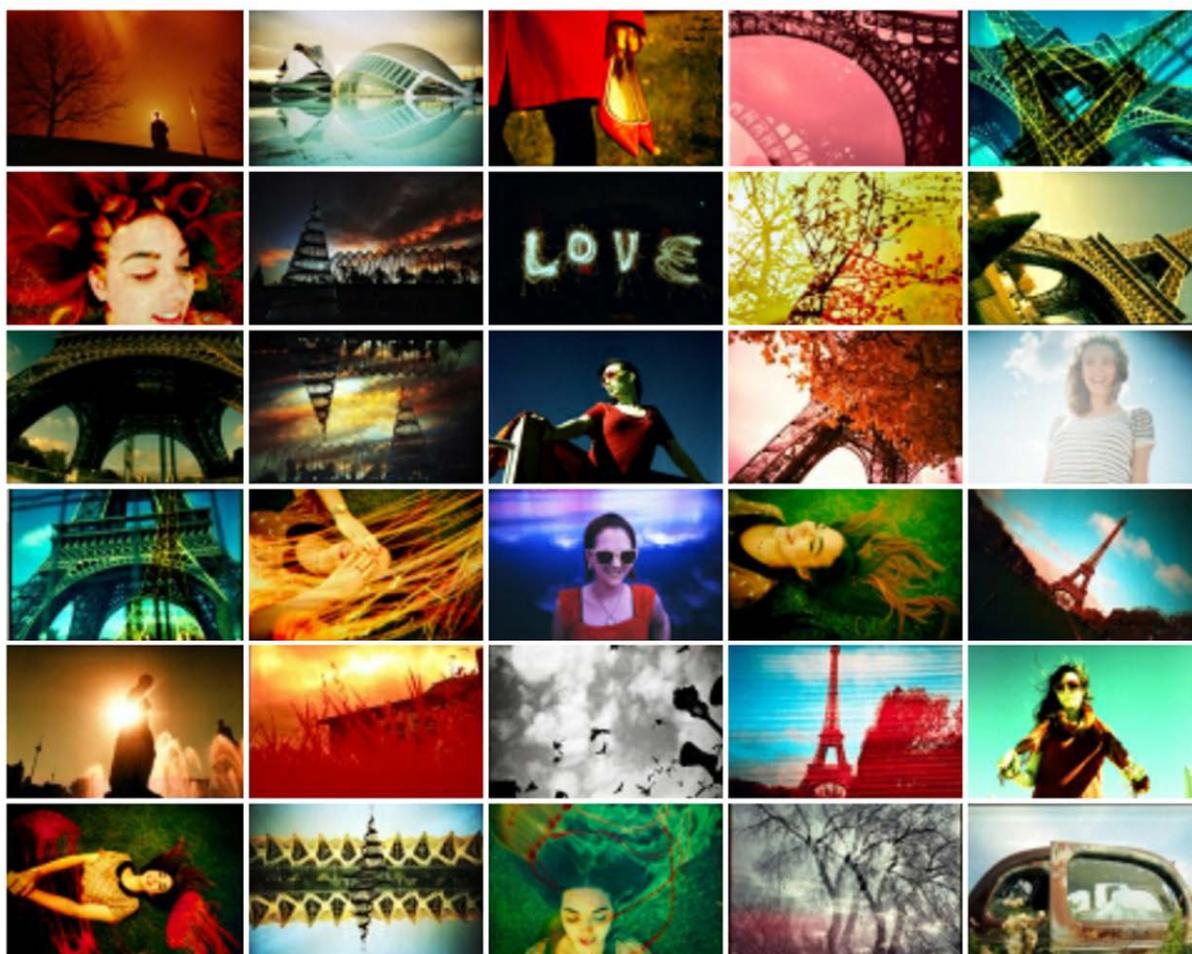


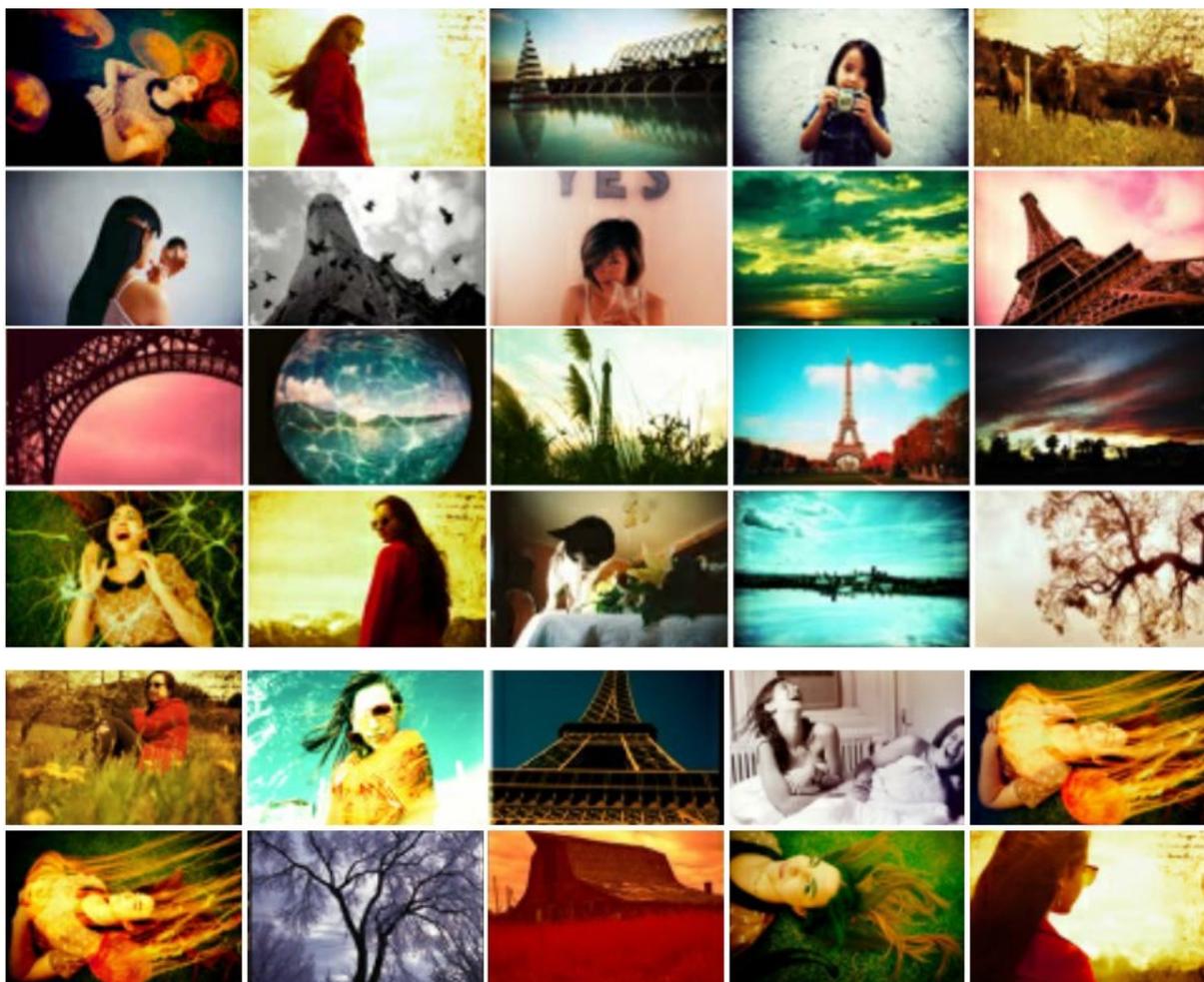
Fonte: Lomography (2014o)

Pela primeira vez, pudemos observar uma predominância de tonalidade entre quase todas as fotos. Na *hashtag happy* os azuis e verdes com alto contraste e saturação marcaram o mosaico. Os azuis e verdes são as cores da felicidade na lomografia, cores cuja vibração é tranquila. Durand (2007, p. 148) explica que no teste de Rorschach o azul é a cor que provoca menos choques emocionais. Tivemos um baixo número de selfies (três) e também de duplas exposições (duas) e somente dez retratos, o menor número entre as lomografias e fotografias de Instagram. Porém, o número de imagens de objetos foi o maior entre as *hashtags* da LOMO, somando 12 fotografias. As imagens de natureza, paisagens e animais foram a grande temática dessa *hashtag*, somando 31 fotografias. Apenas uma fotografias das 60 foi registrada em preto e branco. O grande número de imagens ligadas à natureza nos indica uma polarização invertida do Instagram: a câmera está voltada para o mundo e a viagem para dentro de si mesmo é patente. O Regime Místico indica esta fusão com o mundo.

Gráfico 10 – Recorrências temáticas em Lomography para a *hashtag happy*

Fonte: Elaboração própria

5.2.5 *#beautiful*Figura 21 – Mosaico de fotos em Lomography com a *hashtag beautiful*

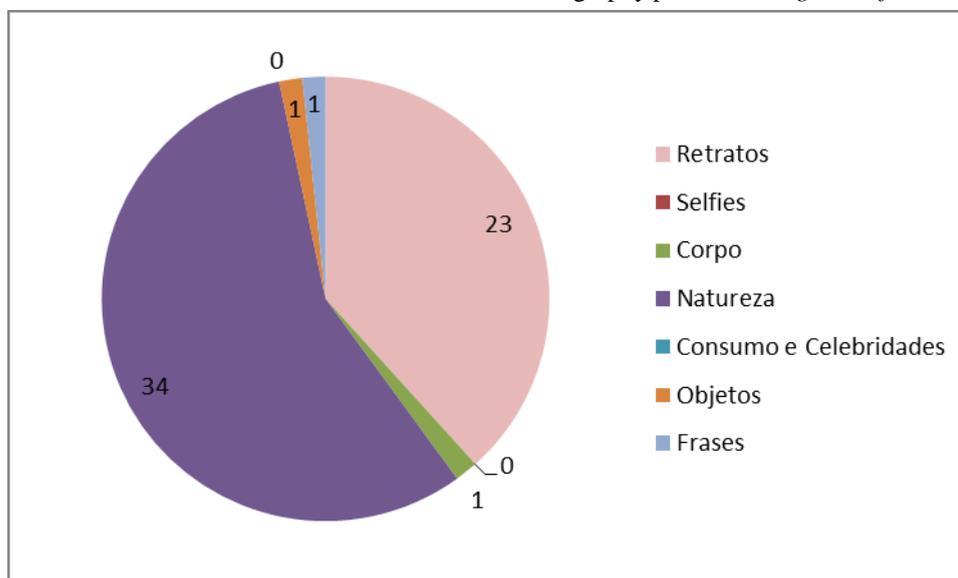


Fonte: Lomography (2014p)

Duas temáticas chamaram nossa atenção durante nossa leitura do mosaico de imagens da *hashtag beautiful*: a tonalidade das fotografias é mais escura e de alto contraste e saturação, em torno dos tons de vermelhos, rosas, laranjas, amarelos e marrons. A cor aparece em sua riqueza e diversidade como promessa de riquezas substanciais, em seus matizes infinitos e recursos inesgotáveis. Mais uma vez, percebemos toda a força das cores das pedras e da alquimia. Uma temática muito específica se fez presente: 12 imagens eram registros da Torre Eiffel, e curiosamente, todas fotografadas pela mesma usuária. As imagens da Torre Eiffel em contra-plongé nos marcam pela miniaturização: diferentemente do Regime Diaréptico, onde o indivíduo se põe em posição superior, aqui temos a gulliverização, onde “[...] se vai assistir ao derrubamento dos valores solares simbolizados pela virilidade e pelo gigantismo” (DURAND, p. 211, 2007). Sendo uma minimização da potência viril, essa gulliverização é também a valorização positiva da mulher, que é também o sexo representado em todos os retratos dessa *hashtag*. Das 60 imagens, 23 eram retratos, 14 duplas exposições e, além da Torre Eiffel, uma grande quantidade de imagens ao ar livre e na natureza (incluímos

aqui os retratos). Nesse mosaico, nenhuma *selfie* foi apresentada. As temáticas recorrentes em *beautiful* foram os retratos e a paisagens/natureza.

Gráfico 11 – Recorrências temáticas em Lomography para a *hashtag beautiful*



Fonte: Elaboração própria

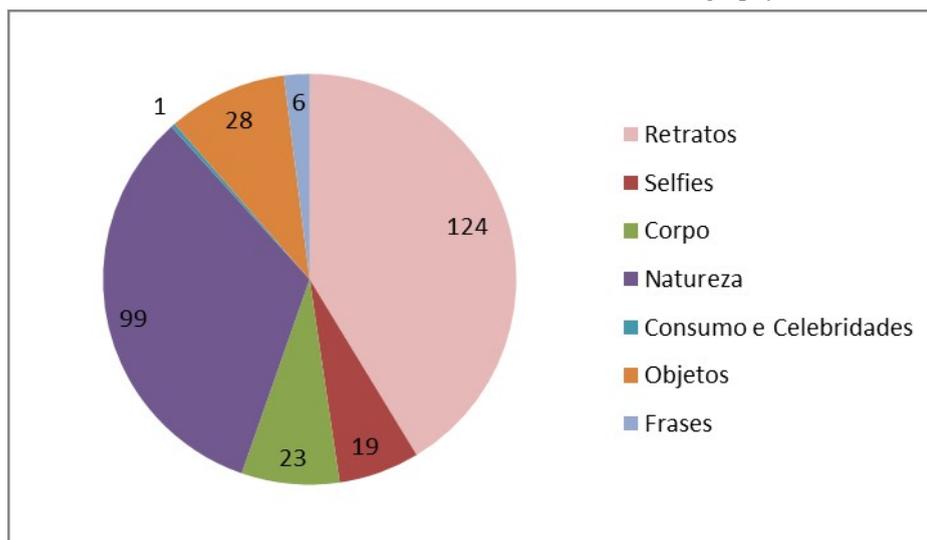
5.2.6 Temáticas da lomografia

Ao analisarmos nossas constelações de imagens LOMO, pudemos perceber algo em sentido oposto ao Instagram: em cada *hashtag* observamos que a temática da fotografia em si não era necessariamente o ponto que chamava a atenção do observador – apenas os bebês e animais na *hashtag cute* e a Torre Eiffel na *hashtag beautiful* mostraram essa temática de forma mais óbvia –, e sim a estética das imagens.

Pudemos perceber que a grande temática da lomografia era o outro. Conforme justificamos anteriormente, a autoria nas imagens lomográficas é de extrema importância, de forma que é altamente improvável que qualquer um dos retratos contenha o próprio usuário que publicou a foto. Contabilizamos, nessas 300 imagens, 124 retratos e apenas 19 *selfies*. Nas cinco *hashtags*, as imagens giravam em torno de retratos ou natureza, paisagens e animais (99 fotografias) e as imagens em sua grande maioria foram tiradas ao ar livre – enquanto no Instagram as fotos registravam tanto o interior quanto o exterior. As diferenças mais visíveis em termos estéticos entre as *hashtags* da Lomography foram as tonalidades: em *beautiful*, puxando para tons muito vivos, vermelhos e laranjas, enquanto *happy* as fotografias permaneciam em tons de verde e azul. Enquanto *love, me e cute* apresentaram retratos em sua maioria, *happy e beautiful* tiveram uma quantidade maior de imagens de natureza; paisagens e animais. Nas lomografias, percebemos um número maior de imagens do corpo (23 fotos), diferentemente do Instagram (apenas 4).

Esse grande número de retratos e fotografias de natureza nos indica um caminho de fusão do indivíduo com o mundo, de homogeneidade (Apêndice B). A disponibilidade do lomógrafo ao acaso, ao que o mundo tem para oferecer à lente indica um Regime Místico, calmo e íntimo. Ao não utilizar somente a visão ao fotografar, mas todo o corpo em si, temos os reflexos dominantes desse regime, com seus derivados táteis, olfativos e gustativos.

Gráfico 12 – Padrão de recorrências temáticas em Lomography (total)



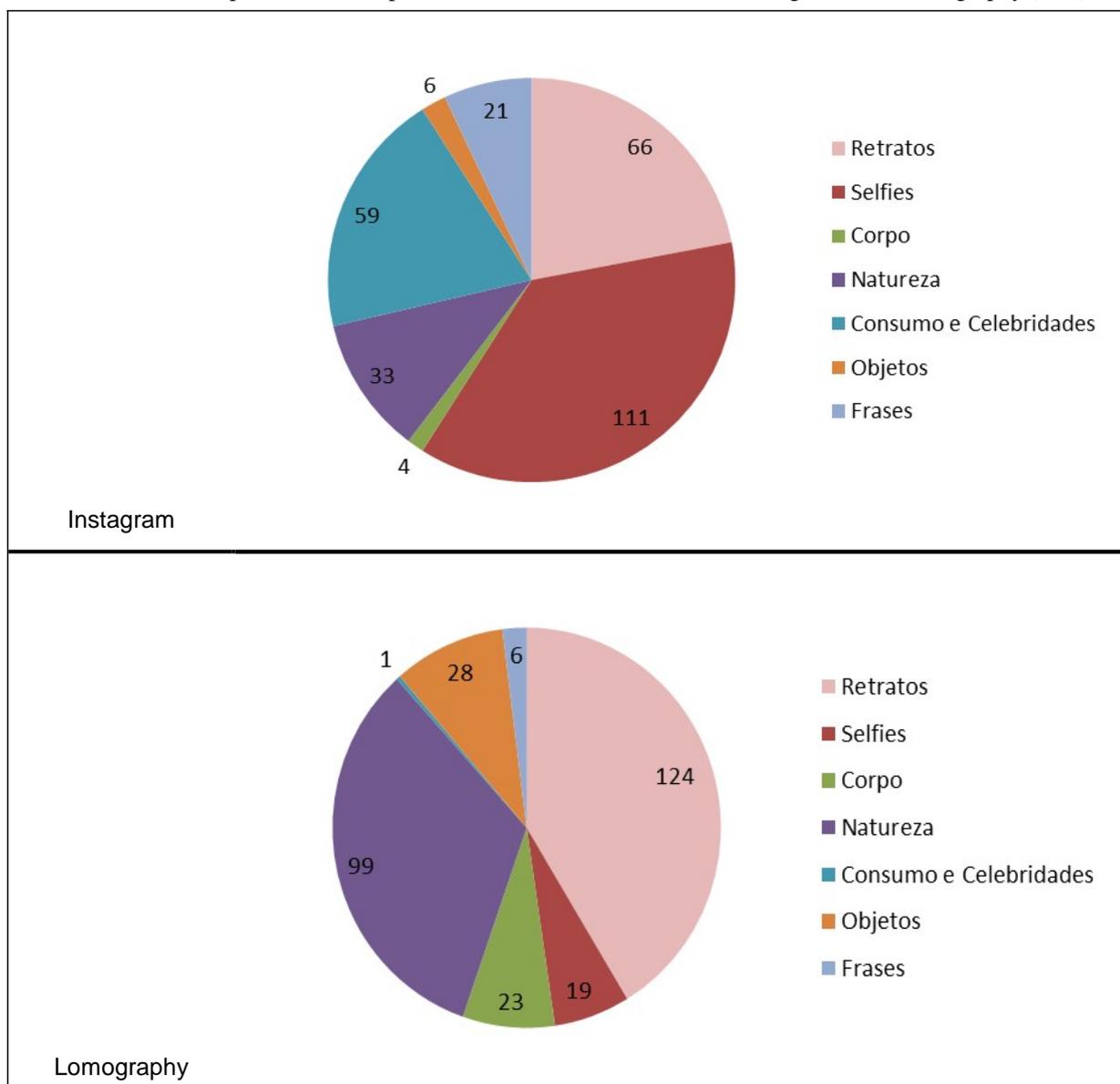
Fonte: Elaboração própria

5.3 Constelando: Discussão dos resultados

Nossa justificativa previa descobrirmos imagens simbólicas ou um regime do imaginário que fosse evidente em cada *hashtag*, tornando possível entender como cada ferramenta representaria esses conceitos. O que ocorreu, no entanto, ao tratarmos das práticas fotográficas levando em consideração seu gestual fotográfico e modos de produção foi encontrarmos um regime do imaginário que conduziu as ferramentas como um todo.

De fato, os usuários utilizavam, na maioria dos casos, mas de cinco *hashtags*, chegando a até 50 em algumas fotografias, inclusive utilizando ao mesmo tempo todas as cinco *hashtags* selecionadas neste trabalho. Na corrida pela popularidade virtual, a utilização dessas marcações é uma forma de chamar mais atenção na ferramenta de buscas do Instagram. Essa utilização excessiva de *hashtags* também foi percebida nas lomografias, porém, nunca chegando a um número tão expressivo quanto 50.

Gráfico 13 – Comparativo entre o padrão de recorrências temáticas no Instagram e em Lomography (total)



Fonte: Elaboração própria

Ao compararmos os gráficos do Instagram e da lomografia, percebemos visualmente a grande diferença das temáticas mais recorrentes. No Instagram, 37,3% das fotografias analisadas foram *selfies*, seguido de 21% de retratos e 19% de imagens de consumo e celebridades. Essas que foram as três grandes temáticas somam 77,3% das imagens totais analisadas. Já na lomografia, temos duas grandes temáticas: os retratos com 41,3% das imagens e as fotografias de natureza/paisagens/animais somando 33%. Juntas, temos apenas duas temáticas de maior relevância, somando 74,3%. Ao analisarmos os gráficos de cada *hashtag* separadamente (disponível no Apêndice C), pudemos perceber que a variedade temática é maior no Instagram que na lomografia, assim como no resultado final, onde temos três temáticas mais relevantes para o Instagram em oposição às duas para a lomografia. Essa

maior variedade temática do Instagram pode ser vista como uma multiplicação de imagens inversamente proporcional à sua pregnância simbólica, como forma de compensação.

A desestetização foi característica marcante no Instagram, onde observamos pouco contraste, pouca saturação, cores apagadas e neutras: exatamente o oposto do esperado considerando que acreditávamos que era a estética o ponto de semelhança entre as duas ferramentas. Conforme explicado anteriormente, essa possibilidade estética existe na programação do aparelho, porém, é em grande parte ignorada ou pouco explorada pelos usuários, permanecendo apenas como potência. Marcou-nos justamente isso, os usuários de Instagram são, em sua grande parte, usuários, e não fotógrafos – ou pelo menos, não têm essa ambição. Apesar das diversas opções de pós-produção no Instagram e do aplicativo funcionar de forma muito orgânica, mostrando os resultados da edição de forma instantânea, os usuários optaram em sua maioria por não utilizar as possibilidades do aplicativo em sua variedade. Clicar – publicar – impressionar é o impulso-motor do usuário do Instagram

Reconsideremos Jung (1978) e podemos perceber nesse usuário pouco ousado o nivelamento de valores sobre os quais ele alertava, uma busca de validade ao reprimir impulsos criativos individuais ou excêntricos. Durand também alertou para o que ele considerava uma “imagem enlatada”, que paralisaria todo o juízo de valor e a criatividade individual da imaginação. O consumidor se tornaria passivo, orientado por atitudes coletivas de propaganda, e a “liberdade de informação” se transformaria em “liberdade de desinformação”. O usuário acaba por se encontrar em uma situação quase que esquizofrênica: ao mesmo tempo em que quer ser aceito, também procura sua máscara de prestígio, o destaque em meio à multidão. Nessa posição de desconforto, o usuário se encontra mais solitário do que nunca. A supervalorização de bens de consumo e celebridades demonstra também as características do exagero titânico, consumismo, capitalismo, a beleza e juventude das celebridades que se admira, a ostentação do que se tem condições de comprar e consumir.

A afeição por imagens de quem usufrui do aplicativo Instagram gera um consumo de fotografias cada vez menos seletivo; o usuário posta cada vez mais imagens – já que para viver é preciso registrar – dessa forma estimulando e alimentando esse imaginário titânico. Contrera (2003) apontava esse caminho muito antes do lançamento da ferramenta. Nos parece que o Instagram, ao possuir de forma tão marcante essa característica do titanismo poderia ser considerado como modelo exemplar do imaginário comunicacional, no sentido de que condensa todos esses elementos significativos: excesso, exagero, obsessão por juventude e beleza, poder político, consumismo e capitalismo desenfreado. O Instagram é um aplicativo extremamente popular, cujas características egoicas se reproduzem em outras redes sociais,

como no Facebook, nos mostrando que é possível concluir pelo titanismo do imaginário comunicacional. No centro de todo esse espetáculo, que acaba por virar simulacro, eu, o centro do universo. Essas obsessões, esquizofrenia, gigantismo, autismo, são os grandes princípios lógicos do Regime Heroico do imaginário, que para nós, é o universo de imagens simbólicas do Instagram. Contrera (2003) afirma que o titanismo é a manifestação de um fenômeno que diz respeito a todos nós, que permanece em um ponto cego e obscuro. O Instagram seria o aplicativo que permitiria de forma mais evidente a manifestação dessa “memória primitiva humana”.

A vacuidade resultante do titanismo é fruto dessa dissociação dos rituais sociais de comunicação, e nesse sentido, Sfez (1994) também indicava nosso caminho: o viés utilitarista dos aparelhos, sem cuja eficiência não podemos viver ou nos comunicar, que atribuem nossos limites. Esse viés utilitarista nos remete às armas do herói moderno, que utiliza a visão como reflexo dominante.

Esse excesso titânico, que seria o nosso atual imaginário comunicacional, acaba por tentar equilibrar-se: o equilíbrio é o próprio imaginário que procura, como uma instância autônoma em relação aos indivíduos. Dentro do próprio aplicativo, que já previa os excessos comunicacionais, os filtros poderiam ser vistos como uma forma de equilíbrio dessa desestetização. Porém, como pudemos perceber na análise de nossos mosaicos, esses filtros pouco são utilizados pelos usuários.

Se o Instagram é o modelo desse imaginário comunicacional, podemos rever e considerar todas as características da lomografia: no lugar de um aplicativo dissociado dos rituais comunicacionais, uma forma de fotografar inserida nos rituais de iniciação simbólica com seu gestual fotográfico específico; no lugar da desestetização, a valorização da estética; no lugar do *eu* no centro do universo, o *outro* e a *natureza* como grandes temáticas; no lugar da produção instantânea e visual, a produção no tempo pessoal e intransferível, com o corpo. Em meio a esse imaginário comunicacional gerador e gerado pela técnica, podemos vislumbrar a estética como tentativa de equilíbrio. A polarização homogeneizante de si com o outro e a natureza, o reflexo dominante tátil ao fotografar, a valorização positiva da mulher, da natureza, da fecundidade, das cores e prismas das pedras e da alquimia, a miniaturização, são características do Regime Místico do imaginário que rege a lomografia. Enquanto no Regime Diáritico o herói pega em armas para lutar contra as faces do tempo, estabelecendo pela espada e pelas purificações o reino dos pensamentos transcendentais, buscando a ruptura e a separação, na lomografia teremos seu equilíbrio e complementação. Uma outra atividade imaginativa é permitida pelo Regime Místico diante das faces do tempo. Não haverá uma luta

contra o tempo através da transcendência e da pureza das essências, mas na segura e quente intimidade da substância. O Regime Heroico será equilibrado pelo regime pleno do eufemismo. A lomografia, com todas as suas características tão específicas, poderia tomar para si esse papel de modelo de equilíbrio. Afinal, a estética é também a partilha de emoções, e que bela solução para o homem isolado e autista do Tautismo de Sfez (1994).

Porém, algumas consequências desses excessos e equilíbrios precisam ser consideradas. Em nosso primeiro capítulo, mostramos que Flusser e Sfez têm visões opostas sobre o futuro da Comunicação: Sfez é pessimista e afirma que o homem só é capaz de viver alienado em meio à tecnologia, a comunicação morrendo por seu excesso; Flusser é otimista, porém utópico, afirmando que através da nova filosofia da fotografia o homem seria capaz de se desprender das garras da tecnologia alienadora e lutar contra a programação. Seria essa nova filosofia disposta por Flusser possível? Seremos capazes de incorporar o pensamento conceitual ao pensamento imagético? Durand (2000) parte da consciência da morte como base da experiência humana coletiva e individual, onde o temor da morte seria vencido através do imaginário. Flusser (2007) pensa na comunicação como uma forma de o homem lutar contra a natureza de sua morte e seu inevitável desaparecimento: nesse atual imaginário comunicacional, onde nada se comunica em virtude de seus excessos e no qual penamos em meio à alienação, isolamento e individualismo, como fica o homem e como esse imaginário seria capaz de vencer a morte? Quais são as consequências desse imaginário voltado para a técnica e, por assim dizer, desestetizado?

6 CONCLUSÃO

Este trabalho teve como grande força propulsora uma enorme paixão pela fotografia nutrida desde a adolescência. Meu sonho ao ingressar no curso de Comunicação sempre foi trabalhar como fotojornalista. Durante os anos de faculdade, tive a incrível oportunidade de trabalhar como monitora bolsista no Núcleo de Fotografia da UFRGS, onde o misterioso universo da fotografia analógica, dos químicos, sais e luzes vermelhas se desvendou diante de mim como a revelação de uma fotografia. Durante os dois anos que permaneci no Núcleo, sempre fui incentivada a buscar o experimentalismo técnico e estético nos meus projetos pessoais, e ao ler uma matéria do jornal da universidade sobre as coloridas câmeras soviéticas, fiquei encantada. A marca ainda não era vendida no Brasil, de forma que encontrei na Internet um vendedor que trazia as câmeras fotográficas para Porto Alegre de uma forma que até hoje desconheço.

Alguns meses de prática com minha nova LOMO e muitas frustrações depois, comecei a conseguir resultados em minhas fotografias até então inéditos para mim. Com diferentes técnicas alternativas de revelação de filmes, filtros coloridos, múltiplas exposições, tive a forte sensação de que finalmente estava desenvolvendo um trabalho autoral, justamente pela enorme quantidade de intervenções que realizava durante todo o processo fotográfico. Essa prática me levou a uma série de questionamentos sobre a forma asséptica com que se realiza o fotojornalismo e sobre o senso comum de que essa prática é capaz de ser objetiva.

Com o lançamento do Instagram senti uma enorme frustração: amigos que até então jamais haviam estudado fotografia se diziam capazes de fazer as mesmas fotos que eu, mas com seus *smartphones*, e não entendiam porque eu fazia questão de me dar tanto trabalho ao produzir uma fotografia – eu muito bem poderia fazer o mesmo efeito com programas de edição de imagem. Como protesto, por anos me recusei a utilizar o aplicativo.

Ao ingressar no Programa de Pós-Graduação, nosso trabalho previa o estudo somente da lomografia. Porém, nesse mesmo momento, havia comprado um *smartphone* novo e fotografar de forma analógica havia se tornado muito custoso. Ao utilizarmos o Instagram, a semelhança estética proporcionada pelos seus filtros nos incitou a unir as duas ferramentas, propondo compreender se a explosiva popularidade desses fenômenos se dava pela sua semelhança estética – mesmo elas tendo características tão díspares.

Começamos nosso trabalho buscando compreender o atual momento da Comunicação, envolta na tecnologia, na Internet e nas redes sociais. Sfez (1994) e Flusser (2002, 2007) foram basilares para entendermos as mudanças ocasionadas pela transformação da

Comunicação escrita para os tempos das imagens estáticas e em movimento. A pessimista definição do tautismo de Sfez (1994) juntamente com os questionamentos de Flusser sobre o futuro da Comunicação e a possibilidade do homem vencer ou não a sociedade consumista e alienadora se tornaram o fio condutor de nossos estudos.

Contrera (2003) foi fundamental para estreitarmos os laços de nossa pesquisa com os estudos do imaginário. Ao constatar os traços titânicos dos meios de comunicação – os excessos e exageros, a ostentação, a velocidade em detrimentos do sentido, a empolgação tecnológica – tão presentes na lógica de funcionamento do Instagram, começamos a perceber que a autora já apontava o caminho para um estudo maior do que aquele a que havíamos nos proposto a fazer: compreender e conceituar o que seria o imaginário comunicacional de nosso tempo. Uma proposta audaciosa e que não tivemos a intenção de responder; mas, sim, entendemos que esta humilde tentativa abra caminhos para um estudo que deve ser continuado e ampliado.

Para entendermos a busca de prestígio na utilização do Instagram, Jung (1978) foi referência com a conceituação das máscaras de prestígio, que são tão diferentes para as duas ferramentas: enquanto o usuário de Instagram encontra seu lugar ao sol com um grande número de *likes* e seguidores, ostentando suas posses, beleza e felicidade, na lomografia o prestígio vem do seu caráter iniciático, da capacidade ou não do fotógrafo produzir belas imagens através de um equipamento tão precário.

A questão do tempo é fundamental para a fotografia e está longe de ser encerrada. Com o estudo de diversos autores da filosofia da imagem buscamos entender como se davam o tempo de criação e de fruição nas duas ferramentas. Para Durand (1997), a imaginação criativa do homem seria uma resposta às terríveis faces do tempo e a consciência de nossa mortalidade, de forma que essa questão fundante para a fotografia também é essencial para o imaginário. Machado (1984), Aumont (1990), Dubois (1993) e Flusser (2002) foram nossas referências da filosofia da imagem, enquanto Durand (1994, 1997, 2000), Lévi-Strauss (2008) e Eliade (1984, 2002) deram o suporte de base antropológica e sociológica para compreendermos além do tempo também o gestual. O debate de Bergson e Bachelard (1994, 2010) sobre o assunto também se mostrou frutífero.

Percebemos as especificidades do tempo de criação e fruição fotográfica de cada ferramenta: enquanto no Instagram o ato fotográfico se dava em um tempo de instante, com o corte de uma fatia de tempo já explicitado por Aumont e Dubois, na lomografia havia um paradoxo. Ao fotografar, o lomógrafo se posicionava no tempo e no espaço, mas a partir de um gestual ritualístico (esvaziado de pregnância simbólica), permanecia em um tempo cíclico

proposto por Eliade (1984). Já em relação à fruição pelas ferramentas o Instagram possui as características do tempo bergsoniano do tempo contínuo, em oposição à lomografia, onde a apreciação das imagens pelo site ocorre num tempo bachelardiano. Com os conceitos de golpe de vista e *scanning*, de Flusser (2002), compreendemos que a apreciação de cada fotografia individualmente também acontecia em tempos diferentes: no Instagram, o usuário faria o golpe de vista, que seria capaz de propiciar uma reconstrução de sentido apenas superficial, enquanto na lomografia teríamos o *scanning*, forma mais complexa, que seria capaz de restituir as dimensões abstraídas. Essas especificidades de produção e apreciação nos indicam algo que Durand (2000) já apontava: uma produção obsessiva de imagens contingenciada no domínio do “distrain” em oposição a uma fotografia voltada para a apreciação “artística”. Esse exagero de produção de imagens do Instagram revelaria uma “imagem enlatada” que paralisa, que gera uma “liberdade de desinformação” ao invés de informar, significando uma falta de pregnância simbólica por parte do aplicativo. A lomografia poderia ser considerada um jogo de iniciação simbólica conforme proposto por Durand (2000), porém, desbastada da profunda pregnância que estaria presente em um ritual arcaico.

Além de analisar de forma exaustiva as práxis das duas ferramentas, consideramos crucial estudar como cada ferramenta representava em suas imagens os mesmos conceitos. Para tanto, selecionamos as cinco *hashtags* mais populares do Instagram (*love, me, cute, happy* e *beautiful*) que também estivessem presente no site Lomography e propusemos uma leitura simbólica de uma constelação de fotografias a partir da metodologia de Durand. Sete categorias foram criadas (retratos, *selfies*, corpo, natureza, consumo/celebridades, objetos e frases) de forma que pudéssemos visualizar quais eram as temáticas mais recorrentes em cada *hashtag* e na totalidade das duas ferramentas. Os resultados obtidos nessa leitura simbólica corroboraram com nossos achados teóricos.

Como grande recorrência temática do Instagram temos as *selfies*, seguida pelos retratos. Nesse aspecto, consideramos — teoricamente, mas não como dado numérico — que os retratos no Instagram também podem ser do próprio usuário da conta, de forma que o número de auto-retratos poderia ser superior ao indicado em nossa pesquisa. É prática comum no Instagram solicitar que alguém tire um retrato seu sem causar nenhum tipo de constrangimento de cunho “autoral”. Isso nos indicaria uma heterogenia em relação ao mundo, uma espécie de recuo autístico e gigantismo. Juntamente com o grande número de imagens de celebridades e consumo, pudemos reconsiderar as características dispostas por Contrera (2003) sobre o titanismo: perseguição obcecada pelo enriquecimento sem limites, pela vida e juventude eterna, poder político, ostentação e excesso, a estética do consumo e o

capitalismo desenfreado. O que mais nos marcou, porém, foi a desestetização das imagens produzidas pelos usuários do Instagram. Das 300 imagens analisadas, apenas 61 (20,3%) possuíam algum tipo de preocupação estética e de composição. Além disso, a grande parte das imagens se mostrou pouco colorida e pouco saturada. Esses dados foram justamente contrários ao que havíamos suposto inicialmente: que a popularidade das duas ferramentas se dava pela sua semelhança estética (já que seus modos de produção eram tão diferentes). E essa falta de preocupação ou investimento estético se deu na ferramenta onde sua produção seria a mais fácil. Considerando suas características de produção e fruição, juntamente com a constelação de fotografias analisadas, descobrimos que o Instagram seria governado pelo Regime Heroico do imaginário. Por suas características egóicas, que são reproduzidas em outras ferramentas e redes sociais (como Twitter e Facebook) e pela própria Comunicação em si através dos meios de comunicação de massa, consideramos o titanismo a grande marca dessa ferramenta, que por nós foi considerada como exemplar do que seria esse imaginário comunicacional. O clicar-publicar-impressionar basta para esse usuário. O Instagram estaria inundado por esse imaginário exterior, de forma que o imaginário interior é renunciado pelo usuário.

A leitura simbólica das lomografias nos levou por um caminho oposto: uma extrema valorização do outro (através dos predominantes retratos) e da natureza e dos animais. Neste caso, os retratos são considerados à parte das *selfies*, já que na lomografia o caráter autoral da foto é muito importante, não sendo prática comum solicitar que alguém registre uma foto sua com seu equipamento. A variação temática foi pequena nas lomografias, onde ficou evidente que a estética era a grande preocupação do usuário. Essa valorização do outro, a homogeneização com a natureza, juntamente com os esquemas de cores predominantes nessas imagens nos indicaram o Regime Místico do imaginário como condutor da lomografia, que teria a predominância de um imaginário interior. O Instagram e a lomografia estariam em polarizações contrárias dos regimes do imaginário e dessa forma seriam complementares. Esse equilíbrio é próprio do imaginário, que o procura de forma autônoma em relação aos indivíduos. Nesse sentido teríamos um imaginário comunicacional voltado para a técnica, desestetizado, equilibrado pelo Regime Místico do imaginário voltado para a estética.

Sfez (1994) tratou a questão da Comunicação de maneira pessimista ao afirmar que o homem só é capaz de viver alienado em meio à tecnologia, a comunicação morrendo por seus excessos. Tudo nos indica que o próprio pensamento do autor, ao não antever uma saída, também foi guiado pelo Regime Heroico. Flusser é otimista, porém utópico, ao afirmar que através da nova filosofia da fotografia o homem seria capaz de se desprender das garras da

tecnologia alienadora e lutar contra a programação. A disposição ao acaso, ao erro e às experimentações estéticas do lomógrafo poderia ser uma das reações à polarização desse regime. Acreditamos que a nova filosofia da fotografia de Flusser é possível nos processos criativos do homem, e de fato, salutar. Não somos, porém, capazes de responder se seria possível incorporar o pensamento conceitual ao pensamento imagético.

Neste trabalho não conseguimos prever as consequências desse imaginário comunicacional. Porém, é evidente que qualquer polarização excessiva em direção a um regime não é positivo – o próprio imaginário busca naturalmente por uma equilíbrio. Uma valorização extremada do imaginário exterior em detrimento de um imaginário anterior pode ser considerado patológico. O homem se tornou incapaz de viver fora do mundo das imagens? Novas tendências de cultura e ferramentas de criação devem surgir para tornar um equilíbrio possível. O homem, a nosso ver, é incapaz de viver sem se comunicar, alienado e isolado em seu individualismo.

REFERÊNCIAS

ALTERMANN, Dennis. **Entendendo a Orkutização: O que é, como surgiu e por que se fala tanto?** 28 mar. 2010. Disponível em: <<http://www.midiatismo.com.br/comunicacao-digital/entendendo-a-orkutizacao>>. Acesso em: 17 fev. 2014.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1990.

BACHELARD, Gaston. **A dialética da duração**. São Paulo: Atica, 1994.

_____. **A intuição do instante**. Rio de Janeiro: Verus, 2010.

BARROS, Ana Taís Martins Portanova. **A permeabilidade da fotografia ao imaginário**. Revista Fronteiras - estudos midiáticos, São Leopoldo, v. 11, n. 3, set./dez. 2009b. p. 185-191. Disponível em: <<http://www.imaginalis.pro.br/cms/arquivos/1285425026.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2014.

_____. **A saia de Marilyn: do arquétipo ao estereótipo nas imagens midiáticas**. Revistas da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. E-Compós, Brasília, v.12, n1, jan./abr. 2009a. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/viewFile/365/321>>. Acesso em: 30 ago. 2012.

_____. **Raízes dos estudos do imaginário: teóricos, noções, métodos**. IN: Teorias da Imagem e do Imaginário. Org.: Denize Araújo e Malena Contrera. Brasília : Compós, 2014. p. 50-78.

CARVALHO FILHO, José Ernane Carneiro. **O tempo em Bachelard: uma ruptura com o continuísmo bergsoniano**. Revista Ideação. Feira de Santana, n. 25(2), jan./jun. 2012.

CHEGADA do Instagram ao Android gera polêmica no Twitter. 03 abr. 2012. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/radar-pop/chegada-do-instagram-ao-android-gera-polemica-no-twitter/>>. Acesso em: 17 fev. 2014.

CONTRERA, M. S. O Titanismo na Comunicação e na Cultura: os maiores e os melhores do mundo. **Anais do XII Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2003**. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_922.pdf> Acesso em: 19 ago. 2013.

DUBOIS, Philippe. **O Ato Fotográfico e outros ensaios**. Campinas, São Paulo: Papirus, 1993.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Edições 70, 2000.

_____. **As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral**. São Paulo, Martins Fontes, 1997.

_____. **O Imaginário: Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. Rio de Janeiro: Difel, 2011

_____. **Campos do Imaginário**. Lisboa: Instituto Piaget, 1996.

ELIADE, Mircea. **Imagens e símbolos**: Ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____. **O Mito do Eterno Retorno**. Lisboa: Edições 70, 1984.

ELVISMARTINEZSMITH. **Spinnin' the big Lady**. Disponível em: <<http://www.lomography.com.br/homes/elvismartinezsmith/photos/11679989>>. Acesso em: 10 jun. 2014. Fotografia digital.

ESPIN, Marina. **Musa fitness Carol Buffara indica receitas de suco detox**. 21 ago. 2013. Disponível em: <<http://meus5minutos.globo.com/Saude/noticia/2013/08/musa-fitness-carol-buffara-indica-receitas-de-suco-detox.html>>. Acesso em 12 jun. 2014.

FLICKR. **LOMO Group About**. Disponível em: <<http://www.flickr.com/groups/lomo/rules/>>. Acesso em 17 fev. 2014.

FLUSSER, Vilém. **A filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

_____. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRANÇA, Vera Veiga; HOHFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C. (org.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

GARCÍA-CAPILLA, Diego José. La Generación Me en los discursos comunicacionales: la perspectiva de la ética postmoderna. MORALES, Susana T.; CANTERO, Gabri R.; RODRÍGUEZ, José G. F. (cord.). **Yo, mi, me, conmigo. El triunfo de la Generation Me en los discursos comunicacionales**. Sevilla: Comunicación Social, 2011.

GONZALES, Daniel. **Instagram - finalmente - chega ao Android**. 03 abr. 2012. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/daniel-gonzales/instagram-finalmente-chega-ao-android/>>. Acesso em: 17 fev. 2014.

HOT tags & instagramers. 23. Dez 2014. Disponível em: <<http://web.stagram.com/hot/>>. Acesso em: 23 dez. 2014.

INSTAGRAM é apontado como rede social que mais causa depressão. 31 jul. 2013. Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/36364/36364>>. Acesso em: 21 ago. 2013.

INSTAGRAM. **Home**. Disponível em: <<http://instagram.com/>>. Acesso em: 10 jun. 2014a.

_____. **Tuna Melts My Heart**. Disponível em: <<http://instagram.com/tunameltsmyheart>>. Acesso em: 12 jun. 2014b.

_____. **Carol Buffara**. Disponível em: <<http://instagram.com/carolbuffara>>. Acesso em 12 jun. 2014c.

_____. **Press**. Disponível em: <<https://instagram.com/press/>>. Acesso em: 23 fev. 2015.

JUNG, Carl Gustav. **O Eu e o Inconsciente**. Petrópolis: Editora Vozes, 1978.

KKKKRISSSS. **Sem título**. Disponível em: <<http://www.lomography.com.br/homes/kkkkrisss/photos/194944>>. Acesso em: 10 jun. 2014. Fotografia digital.

LEMOS, Nina. **Instagram para todos! (ou porque a humanidade tem dez anos de idade)**. 03 abr. 2012. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/nina-lemos/instagram-para-todos-ou-porque-a-humanidade-tem-dez-anos-de-idade/>>. Acesso em: 17 fev. 2014.

LÉVI-STRAUSS, C. **O pensamento selvagem**. Campinas : Papyrus, 2008.

LOMOGRAPHY. **As 10 regras de Ouro**. Disponível em: <<http://www.lomography.com.br/about/the-ten-golden-rules>>. Acesso em: 26 set. 2013.

_____. **Fisheye Baby Bauhaus 110**. Disponível em: <<http://shop.lomography.com/br/cameras/fisheye-family/fisheye-baby-110-bauhaus-edition>>. Acesso em: 10 jun. 2014a. Fotografia digital.

_____. **Lomo Life**. London: Thames and Hudson, 2012.

_____. **Shop**. Disponível em: <<http://shop.lomography.com/br/>>. Acesso em 26 mai. 2014b.

_____. **Timeline**. Disponível em: <<http://www.lomography.com.br/about/timeline>>. Acesso em 12 jun. 2014c.

_____. **Dicas e truques**. Disponível em: <<http://www.lomography.com.br/magazine/tipster>>. Acesso em 12 jun. 2014d.

_____. **Diana F+**. Disponível em: <<http://shop.lomography.com/br/cameras/diana-f-family/diana-f-cmyk>>. Acesso em: 10 jun. 2014e. Fotografia digital.

_____. **Home**. Disponível em: <<http://shop.lomography.com/br/>>. Acesso em 12 jun. 2014f.

_____. **Stream stream**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/stream>>. Acesso em 20 dez. 2014g.

_____. **Home**. Disponível em: <<http://shop.lomography.com/br/>>. Acesso em 20 dez. 2014h.

_____. **Rock Blue**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/colors/hex/9eb1cd>>. Acesso em 20 dez. 2014i.

_____. **Hue 54°**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/colors/hue/54>>. Acesso em 20 dez. 2014j.

_____. **Colors**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/colors>>. Acesso em 20 dez. 2014k.

_____. **Love popular.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular>>. Acesso em 20 dez. 2014.

_____. **Me popular.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular>>. Acesso em 20 dez. 2014m.

_____. **Cute popular.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular>>. Acesso em 20 dez. 2014n.

_____. **Happy popular.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2643-happy/popular>>. Acesso em 20 dez. 2014o.

_____. **Beautiful popular.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular>>. Acesso em 20 dez. 2014p.

LÓPEZ-PEDRAZA, Rafael. Loucura lunar - amor titânico. In: **Ansiedade cultural.** São Paulo: Paulus, 1997. p. 11-33.

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

_____. As imagens técnicas: da fotografia à síntese numérica. In: MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas.** São Paulo: Papirus, 1997, pp.220-235. Rio de Janeiro: DIFEL, 1998.

RODRIGUEZ, Lourdes Martínez. Mis redes, mis seguidores y yo. Los personajes públicos como origen de la información noticiosa. MORALES, Susana T.; CANTERO, Gabri R.; RODRÍGUEZ, José G. F. (cord.). **Yo, mi, me, conmigo. El triunfo de la Generation Me en los discursos comunicacionales.** Sevilla: Comunicación Social, 2011.

SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação.** São Paulo: Loyola, 1994.

SMITHA, Nate. **Despite a Rocky Road, 59% of Top Brands Are Now Active on Instagram.** 19 fev. 2013. Disponível em: <<http://simplymeasured.com/blog/2013/02/19/despite-a-rocky-road-59-of-top-brands-are-now-active-on-instagram-study/>>. Acesso em: 21 ago. 2013.

WUNENBURGER, Jean-Jacques. **La vie des images.** Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 2002. p. 7-54.

_____. **O imaginário.** São Paulo: Loyola, 2007.

Referências das fotografias do Instagram

.williams. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/_williams_/>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

__naxim__. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/__naxim__/>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

- _5d.1sos. Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5ptODBaH/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- _ally_m. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vljqwXon4j/>>. Acesso em: 19 nov. 2014. Fotografia digital.
- _icalabv20_. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vopRbJnXhk/>>. Acesso em: 20 nov. 2014. Fotografia digital.
- _itiskaitlin_. Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/_itisk8_//>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- _levi_jaeger. Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/_levi_jaeger/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- _longhair_girl_. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/qkWtTZIP4J/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- _matteusgomes. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6Av6GNSws/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- _spinelli_. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vmtVxjBbqe/>>. Acesso em: 21 nov. 2014. Fotografia digital.
- _vivii_m. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vMdKjuuhZa/>>. Acesso em: 21 nov. 2014. Fotografia digital.
- 19tina89. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6BE-tj8Mv/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- 1ddirectionerspage_. Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_a99roTsu/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- 27_lopez. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vRT2gfKDXx/>>. Acesso em: 11 nov. 2014. Fotografia digital.
- aanastasiat. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wkrFIuSD2F/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- aboveaverage_loser. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vuxGx7uWV7/>>. Acesso em: 23 nov. 2014. Fotografia digital.
- adriana_izzo. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt46Yxo8s6/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- agnesarsita. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz9QTsxuF9/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- ainsleyhansen. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v1qWt-vxzK/>>. Acesso em: 26 nov. 2014. Fotografia digital.
- alealealeleksandra. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt6C6PRH9o/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- alenalichova. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/uKnONeBkbu/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- alessiapetitta. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/tpiMiSBlwf/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- alexandrs23. Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/YwFVghEpgq/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- alicejonsson. Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/alicejonsson/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

- alicemuzi_. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt5dtXhtJj/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- alyrocc. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wo79b8PZEA/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- amnaalomari21. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/amnaalomari21/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- ana_mosca. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/ana_mosca/>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- andrea51costa. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz95F1qLaZ/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- andreaamartinez11. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wv2FiITA0k/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- andriuhernandezr. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5Q1LxK3N/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- anthonycasth. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vmzemRwLqs/>>. Acesso em: 20 nov. 2014. Fotografia digital.
- atikamad. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndMgyCFtp/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- awkward_cutiee. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wzyveiyXXg/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- aydinesra. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/u3ZKilNFBx/>>. Acesso em: 20 nov. 2014. Fotografia digital.
- azer_mandap. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz74M4zB1U/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- bambi9785. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/TyAlayjnWF/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- belikegirls. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v6Ak9_oB03/>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- better.0ff. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/better.0ff/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- beyzanur306. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vuxYPJoZ2b/>>. Acesso em: 23 nov. 2014. Fotografia digital.
- bfran_18. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/ve3IIWozfS/>>. Acesso em: 16 nov. 2014. Fotografia digital.
- blanche_dec. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wZlnWVBvJS/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- blueyesofia. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6AddXufYn/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- bouchrahachem. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/uWB1fjJIy/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- brandstyles. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wt5qg3Lj_o/>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- brendalsa. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vrPuQuTGbP/>>. Acesso em: 21 nov. 2014. Fotografia digital.

brittanyhogan0413. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wygLQIIaFr/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

bruna_campanile. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt6C8Zj3aE/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

busraferhatbacik. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wrRdBNHr7Z/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

calderonjessi. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5hOLoVHr/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.

camillarsloth. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/camillarsloth/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

caritooo_o. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5F5sRaF1/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.

catarina.pereira_. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/catarina.pereira_/>. Acesso em: 11 nov. 2014. Fotografia digital.

cathleenisregan. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxqYdQx5dM/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

cattbus. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vmo7LrsL6o/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.

cecybrito25. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz7z2bnRs4/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

chandlalexiss. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wcpq5rxUzg/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

charlihunt. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt5qjZsjCh/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

charlottelescroart. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5NK4GPnu/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.

chia_capelli. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt5sscBmcw/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

christian_xcvii. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vlgEz6mZ1K/>>. Acesso em: 19 nov. 2014. Fotografia digital.

chuckv_. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/PhuGO1zWm0/>>. Acesso em: 25 nov. 2014. Fotografia digital.

cintiarodrigs_s2. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz7a8DMzoP/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

cirafont. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/i2N4O_GA46/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

citrozoey. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt6N6Yt8p8/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

cleberalmeida. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5S5xE-uf/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.

cocaine_de_luxe_. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5nzFjqIB/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.

concrete_blonde. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wxpqk_tc1q/>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

ctaylorherron. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_ZaIqyvJi/>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

daiana_lobo. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wyiZPEQ8je/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

damianjromo. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz95WszKQ-/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

damiemollers. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt6DBisdR6/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

danijellamilic. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/uI-haWRtcv/>>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.

danivercosa. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz8hUWBHOf/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

danniele_gs. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/ve3nENKFc1/>>. Acesso em: 16 nov. 2014. Fotografia digital.

danyagix. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/danyagix>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

davemattera. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/t8QHbAmdSa/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

davide_zamutini. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/RubOaVGrwI/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.

Deeeeeshin. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/dessssshin/>>. Acesso em: 20 nov. 2014. Fotografia digital.

dniiz98. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6AvOiIWY7/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.

doitinparis. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vljtquNBjs/>>. Acesso em: 19 nov. 2014. Fotografia digital.

dreohanlon. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5iSVHeeF/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.

drina5. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vlj7e8Bp0r/>>. Acesso em: 19 nov. 2014. Fotografia digital.

drselm. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt6BEYwYTx/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

edwandresgo. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/ih2GNXCgw-/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

eliecer_guerra. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz9QqRTNsR/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

elisabettabot. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wznC8BvfKg/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

ellarentlinger650. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wwk0jrhcFU/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

emily_wick1. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz8j5povhB/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

eugenesteppris. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz8crKxXKu/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

- eva_wharton. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/tiQl8gpHi_/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- eve_canalesdonoso. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wz74O1lxZ_/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- evinklc. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/evinklc/>>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- exo_angel. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/exo_angel/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- ezgitemiz. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wzHUvXquPL/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- fabio_musco_. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wjSXu9E7cl/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- fatossozdmr. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/a5MSw0mHUT/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- februaryjonez. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/februaryjonez/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- feliciafarina. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/feliciafarina/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- fietecat. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndF0kBBPp/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- framber946o. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/framber946o/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- friedaskottsheshka. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/friedaskottsheshka/>>. Acesso em: 25 nov. 2014. Fotografia digital.
- fun_sizzler. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz95M9rtss/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- gaia.vignati. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz7a7qEqZ6/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- galleryworld. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxqS7rHod1/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- garrett2222222222. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/garrett2222222222/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- garyx24. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/ifFLkxDKn5/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- gavinhouston21. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/gavinhouston21/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- geo.world. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/geo.world/>>. Acesso em: 23 nov. 2014. Fotografia digital.
- giorgia_laconi. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/giorgyl/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- giulyferrara. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wt5_ycKewx/>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- gizemdeniz_tasdelen. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndEPHESl2/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

gmblyeee. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/u3x93ZyHkI/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

goldbergvivi. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wq8ZallSM9/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

goldenlambos. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxp9PtukC0/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

grammahh. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wnc3bCTXHW/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.

gustavogranados. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/OfUQrpntLt/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

hannerbananer22. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v6A5y_yEdO/>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.

hasret_se. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/hasret_se/>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

helboykina. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_pH61IGpy/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.

hopeannbirnschein. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vzxabYy-Jv/>>. Acesso em: 25 nov. 2014. Fotografia digital.

hot.snap.users. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/hot.snap.users/>>. Acesso em: 25 nov. 2014. Fotografia digital.

http.drawinqs. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/http.drawinqs/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

iamkamaljeet. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vmzf3RnXo8/>>. Acesso em: 20 nov. 2014. Fotografia digital.

icma08. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/icma08/>>. Acesso em: 26 nov. 2014. Fotografia digital.

ilooveedogs. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wz95LqhVy_/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

ilovelou_photography. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wsFlXDQQwe/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

irven_serafini. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/irven_serafini/>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

itsfantasysparks. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/itsfantasysparks/>>. Acesso em: 19 nov. 2014. Fotografia digital.

iva_mala. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/iva_mala/>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.

ivanna_mia. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/ivanna_mia/>. Acesso em: 25 nov. 2014. Fotografia digital.

jack_dera. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wt5dr_PAIn/>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

jaidenhermans. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz9N9nlvTz/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

jaiiro_nano. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vHYCL-xkpL/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

- jamiila74. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt5qr0rU2G/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- janeisdaname. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz83q7P40q/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- janelead. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndPR7gQV2/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- javnignaciah. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6AhbLPaku/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- jecym_ph. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wANakYipGj/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- jeessesquivel06. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz9QRAv2sv/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- jessie_gomes_. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wwMp15APLV/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- jeusilva. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz7a9AgAUV/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- jjamahl.og.1k. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wU3FZvoBu8/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- jlaulau28. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxoLKVsis8/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- joaosantucci16. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxp5gxQ1y3/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- jord2o8. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/ve3on9M0vL/>>. Acesso em: 16 nov. 2014. Fotografia digital.
- junghwarang. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6A5zCxELc/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- k_terazono8. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wz8oAKOhN_/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- karenciithah. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wz4K2nuK_0/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- kartin_pro. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxp9rXq-wb/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- kawaiinailkandy. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vRT8llmke8/>>. Acesso em: 11 nov. 2014. Fotografia digital.
- khaye_love12. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt0XtwJQjO/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- kitcarsonhamm. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wz7a4hq_zi/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- kittyhauteecat. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6A52oE1hK/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- krasniqi_bu. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/krasniqi_bu/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- kulesianka. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wz9QR_M6Ah/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

- ladymonny. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxopSYjl5l/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- ladysantoyo. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndKKDqKJK/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- laricampos. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vb-b96uB7o/>>. Acesso em: 16 nov. 2014. Fotografia digital.
- lashtongirl_. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt6DDXA12q/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- laughing.ahs. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxp91fqSSC/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- lazy180. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt53iow60g/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- leilaberlt. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6AnKbLHFv/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- lisa_dre. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5ptnhzU2/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- littlemissfashionqueen. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz2xMQNYvH/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- lizariri. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6AnJYnJsc/>>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- lovablekayja. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vrgoTchS54/>>. Acesso em: 21 nov. 2014. Fotografia digital.
- lovadagerbrant. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_DU_NwC_d/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- lovekidrauhlforever1d. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/lovekidrauhlforever1d/>>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- luanna_gentill. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/luanna_gentill/>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- lucca_aguiar_. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/lucca_aguiar_/>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- luciana.martinezarmenda. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxfO46g3l2/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- luciannosuarez. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vzwuB9BTyT/>>. Acesso em: 25 nov. 2014. Fotografia digital.
- lueronuvana. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wtedNxGK30/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- luigi7fernandez. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz74IEwL3m/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- luuna16. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v53TmwxaiX/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- m_mamacitah. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndTMeiqRX/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- majitotevez. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wt6N-HuHo_/>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

- mammia. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt6fUcF4si/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- marcelofernandez14. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz74LrqNXx/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- marcovaleteduee. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndDnsN-SN/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- markomilekic. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5h6LKQa_/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- martenscapde. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/vRFC06HuC_/>. Acesso em: 11 nov. 2014. Fotografia digital.
- marteg. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt5nsxRpJA/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- martiascari. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/matiascari/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- martinapaolletti01. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz7a7QAQZs/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- martinezgrace. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vopOx0xi02/>>. Acesso em: 20 nov. 2014. Fotografia digital.
- maybe_4. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/maybe_4/>. Acesso em: 11 nov. 2014. Fotografia digital.
- mestyleis. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndO5QGend/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- mgsanudo. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/veIqInClyh/>>. Acesso em: 16 nov. 2014. Fotografia digital.
- mi_we_. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/usG4aSIQ0S/>>. Acesso em: 26 nov. 2014. Fotografia digital.
- miaoasia. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vzd6WxSCc/>>. Acesso em: 25 nov. 2014. Fotografia digital.
- michellexaviera. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vuxSOzQBjx/>>. Acesso em: 23 nov. 2014. Fotografia digital.
- mikirosemusic. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz5OrEr6aK/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- milajimvu. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/milajimvu/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- milo_363636. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wxqL_MO0zZ/>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- miss1roe. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt5hnkDBoJ/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- miyao_naturelove. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vmzZfHrM49/>>. Acesso em: 20 nov. 2014. Fotografia digital.
- mmixxstuff. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxqKp-uWR3/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- montserrat33. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz7a1RShb-/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

- mr_louii. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wncxttGR9i/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- mssbnbn. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_lungPoRv/>. Acesso em: 19 nov. 2014. Fotografia digital.
- my_lovely_dimples__. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/my_lovely_dimples__/>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- nadiiaferreirac. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/nadiiaferreirac/>>. Acesso em: 26 nov. 2014. Fotografia digital.
- nailmishadi. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vzw9D3Dz9H/>>. Acesso em: 25 nov. 2014. Fotografia digital.
- nessadesouza. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/i10GO1FE-a/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- newwounds. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxqH1hSq9f/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- niabeddia. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/niabeddia/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- nicholas_lah. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/nicholas_lah/>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- nigarsever. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_INN9Et8j/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- niomimai. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5S59yP-O/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- nixchanel. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt5TEpsqbU/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- nuriaaperez8. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/nuriaaperez8/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- nzaffani. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/nzaffani/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- oiankochoperena. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vzHQkJSBbs/>>. Acesso em: 25 nov. 2014. Fotografia digital.
- olgamarin_. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wbFSmvgaU5/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- paaaulavb. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/paaaulavb/>>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- pammiebaby10. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz9QRFgfBo/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- patzkomufasz. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/w0uhU6D8Oy/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- penalan. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz9Qg6gvuE/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- pernillesfh. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxqYfRCkRP/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- photographer2025. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt5dtlouBx/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

pl_nana. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/pl_nana/>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

pocalujmisiawdupe. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/pocalujmisiawdupe/>>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.

presleyjane. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz8nsPK1Aa/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

pribadinugrahasastraamadja. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/ibW5LWqLd2/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.

princess_han. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/princess_han/>. Acesso em: 21 nov. 2014. Fotografia digital.

ps.itsriley.pt2. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/ps.itsriley.pt2/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

quickrecover2k14. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/quickrecover2k14/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

radmilacoco. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6Avz3GF3Z/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.

rayrafradini. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz74ROI0XP/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

realnikitaa. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/realnikitaa/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

remismohd. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndTIYy9sP/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.

reynaldocantillo. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxoRp0ui9s/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

rhavizhomme. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz7aJfIUko/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

roblesrachell. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndTYOooSq/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.

ronerickodchigue. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxpqNDyPd2/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

rpg.follow. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndJ-AIjj5/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.

ruben_a_rodriguez_. **Sem título. Disponível em:** <<http://instagram.com/p/v1pzyPRDlC/>>. **Acesso em:** 27 nov. 2014. Fotografia digital.

sahaba.sa. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wzj4NVM8hx/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

saifudeen_shah. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vrgqTCRXDB/>>. Acesso em: 21 nov. 2014. Fotografia digital.

sarafelldown. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt6N5xMOZn/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.

sasha1779. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndPfDBN7q/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.

savitri13428. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxpvJ2EEo9/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

- savmontano__. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wN0NaGhSx9/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- scorpio__sun. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/scorpio__sun/>. Acesso em: 23 nov. 2014. Fotografia digital.
- seddighe.moghadass. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt6fQXAdYr/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- senompi29. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxp7hOlaij/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- sevooo_58. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/tDhQR0DcQ6/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- sevval_sinem. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/sevval_sinem/>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- shelleyhovesen. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz95PSQmXF/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- shinysapphire. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/spRFS-xYvz/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- shopcaviar_pink. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/jrIGVPkel1/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- shopstrikingdoll. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/shopstrikingdoll/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- shoutoutplacess. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxqu1RNjqI/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- shouts.pro. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/xAtjbJtdYK/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- siddybag. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz9QSNlivR/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- simonacampagironi. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt5qtSEz2r/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- sinemakii. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/v_5S5siCMP/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- sleepwithlana. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz9QSBORax/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- solesamyang. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxpYACHeob/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- sophieismarlene. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wwqImWHKJn/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- ssha3r. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/ssha3r/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- stacey_hood_x. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/ro_PeWFtob/>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- suricruiselover. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxqYpNuHFV/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- taisbombom. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/wuJFSBL_T1/>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

- tania.torres. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/taniatorres/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- tasha_voskovskaya. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wqN6S3DD92/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- team_epic_2. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndEOICz1m/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- teothemaltese. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt6C2pNGr4/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- the_bop. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6AbB4Gsd8/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- thelittlecakeartist. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/w1rwjhykAe/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- they_are_special. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/they_are_special>. Acesso em: 29 nov. 2014. Fotografia digital.
- thirtyshadespfmars. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vzxWFmuoJu/>>. Acesso em: 25 nov. 2014. Fotografia digital.
- thisispinkprint. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxqYdPzGwY/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- trillandmeow. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vzxWFmuoJu/>>. Acesso em: 26 nov. 2014. Fotografia digital.
- trinalovesskittles. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz8n5NIdUO/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- uhrad. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/uhrad/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- ujjaval_jain. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxoRmwjDrz/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- vanessa_dick. **Sem título.** Disponível em: <http://i.instagram.com/vanessa_dick/>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- vell_make_hitz. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxoRnMN5SB/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- vickyortizok. **Sem título.** Disponível em: <http://instagram.com/p/vmzbyXJ_qL/>. Acesso em: 20 nov. 2014. Fotografia digital.
- vickyhuang. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxqM1pjLOG/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- vidacountryoficial. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6AddeFXAO/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- vika_kor. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxpWZ8xZBV/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- vilmarsanchez. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz91UGzbO8/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- wenlisg. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/v6BE-vCvvl/>>. Acesso em: 27 nov. 2014. Fotografia digital.
- willopees. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wz95gYzL8P/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

- x.sammijoe.x. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/x.sammijoe.x/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- xmas.time. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/vrgkr1iXah/>>. Acesso em: 21 nov. 2014. Fotografia digital.
- xoxo_sadie. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wMgE12G3RS/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- xoxprecious. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt5dvdnK1H/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- yahiimontes. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/yahiimontes/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- yeseniarod. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxqLxAS01G/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- your_summer_inspo. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wnciG9zNPz/>>. Acesso em: 15 dez. 2014. Fotografia digital.
- yourbeautypal . **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wt6UdLh9R2/>>. Acesso em: 17 dez. 2014. Fotografia digital.
- yungmegs. **Sem título.** Disponível em: <<http://i.instagram.com/yungmegs/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.
- zarafinoundcara_. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wndEO1k0jt/>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- zman4444. **Sem título.** Disponível em: <<http://instagram.com/p/wxoRhWBPLh/>>. Acesso em: 19 dez. 2014. Fotografia digital.

Referências das lomografias

- 87lomotempura. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/16548265>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- adelinasbm. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2643-happy/popular/129240670>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- anafaro. **J's dream.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16328363>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- _____. **J's dream.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16328316>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- _____. **J's dream.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16328313>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- _____. **J's dream.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16328287>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- _____. **J's dream.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16328295>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.
- _____. **J's dream.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16328357>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **J's dream.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16328360>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **J's dream.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16328319>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **J's dream.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16328289>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **J's dream.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16328312>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

andrejrusskovskij. **Sem título.** Disponível em:

<<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/17326325>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

aprilrich427. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/15729397>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

Aprilrich427. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/13916872>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

atria007. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/17382097>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/17382098>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/17381959>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/17382113>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

baijiu89. **love.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/11326434>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

bloomchen. **That's me.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/14918601>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

boredbone. **My little clickr.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2643-happy/popular/208865>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **My little clickr.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2643-happy/popular/208865>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Slowly.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/15200179>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Yup.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/15200153>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Zeph.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/15200143>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

bsmart. **First X Processed Slide film in the Pentax.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/13472378>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

ccwu. **C.C. WU / 11.20.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/14800188>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

coolsigg. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/11202720>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

crayfish. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/11161894>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

dbyremus15. **Fotoensayo: Luz y Sombra.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/14853140>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

djramsey. **Carrie27's bbq birthday with my family.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/15833304>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Spring.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/15719651>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

dreamseller. **Autumn.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/17293262>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

earlybird. **MR. MEANDMYBROTHER.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/15863361>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/15863371>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

elena506. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/43730>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

eva_eva. I ♥ PolkaDots :). Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/12803407>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

falsedigital. **Balcony.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/5993074>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

fayeusokoi. Mr. & Mrs. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/15296078>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

fivedayforecast. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/11277549>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

gotoarizona. **1st April!! The weather looks like a winter...** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/15891618>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

grazie. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/18361149>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/18361147>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

hanibale. **Bird.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/15455805>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

hanibale. **Fed 3.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/17562416>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

hburgess. **Dream Gate.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2643-happy/popular/14735943>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2643-happy/popular/13025602>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2643-happy/popular/16441697>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2643-happy/popular/16441688>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

istionojr. **Playground Photosession Theme.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/13562437>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Playground Photosession Theme.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/13562435>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Playground Photosession Theme.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/13562438>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

japsix. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2643-happy/popular/11604887>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

jeabzz. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/14558647>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

jennson. **Lubitel fun.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/15888542>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Lubitel fun.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/15888665>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Lubitel fun.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/15888671>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/15888669>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

jetnz81. **PinkTan x Jet x DaVintage**. Disponível em:

<<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/17174242>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

lauralaura. **Sem título**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/14657638>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

life_on_mars. **experiment № 1**. Disponível em:

<<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/15274864>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/11533225>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

mafiosa. **January Randoms**. Disponível em:

<<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/17854921>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **January Randoms**. Disponível em:

<<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/17854918>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sunset Smears**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/19343083>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sunset Smears**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/19343079>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

makny. **Sem título**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/5864250>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

mephisto19. **Sem título**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/152752>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

mikeydavies. **Lucie**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/16405961>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Perry**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/16070379>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

modification. **@artichekt's shots of our wedding**. Disponível em:

<<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/18188179>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **@artichekt's shots of our wedding**. Disponível em:

<<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/18188181>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **@artichekt's shots of our wedding**. Disponível em:

<<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/18188191>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **A walk with Belair**. Disponível em:

<<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/17808667>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **A walk with Belair.** Disponível em:
<<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/17808668>>. Acesso em: 20 dez. 2014b. Fotografia digital.

_____. **Finishing the roll.** Disponível em:
<<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/15649767>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Finishing the roll.** Disponível em:
<<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/15649766>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Finishing the roll.** Disponível em:
<<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/15649765>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

mont0417. **Cute girl.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/15983280>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

mylatehope. **Your head in the clouds.** Disponível em:
<<http://www.lomography.com/photos/tags/2643-happy/popular/12261159>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

natalieerachel. **My view of things.** Disponível em:
<<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/12705314>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

ohoska. **First LC-A+ ^^.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2643-happy/popular/15256781>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

pattyequalsawesome. **I could have you around my neck for always..** Disponível em:
<<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/12287509>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

paulm99. **Agfa APX and 200mm lens.** Disponível em:
<<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/18189043>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

poepel. **Self portait doubles.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/18151354>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

pretty_in_mad. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/14110951>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

qrro. **Epson V500 scanned as monochrome.** Disponível em:
<<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/15776711>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16734328>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16734311>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/16734324>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

ranaishasim. **Sem título.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/11069507>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

ranaishasim. **Sem título.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/11069520>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

realrampage. **FFF.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/17292449>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

reneg88. **.By The Pier..** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/14929613>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **.Naty Doubles..** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/16209495>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **.Naty Doubles..** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/16209465>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **.. A few months in the can.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/14747666>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **.. Pin-Up Edna.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/14794074>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

renenob. **Colours of my Love.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/12553176>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

Ricoh GR1s. **Sem título.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/6126906>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

satomi. **Sem título.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/11288460>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/11288481>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/11288504>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/1128830750>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Sem título.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/19343079>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

shot on film. **Working Out with Pentax.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/16839566>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

shoujoai. **Love is in the air.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/14215084>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

tamsam. **Sem título.** Disponível em: <http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/17805090>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

tomkiddo. **Baby Ian**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/16220187>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Baby Ian**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/15389023>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Vanity**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/17610185>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

_____. **Yawning**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/14820233>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

tyler_durden. **Old Times**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/13708753>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

vicuna. **Sem título**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/13132883>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

warning. **Sem título**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/14906998>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

weidong. **Kodak Aerochrome EIR**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/13764871>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

werriston. **belljar_02**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/4977-beautiful/popular/14218926>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

werriston. **Sem título**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2555-love/popular/12396990>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

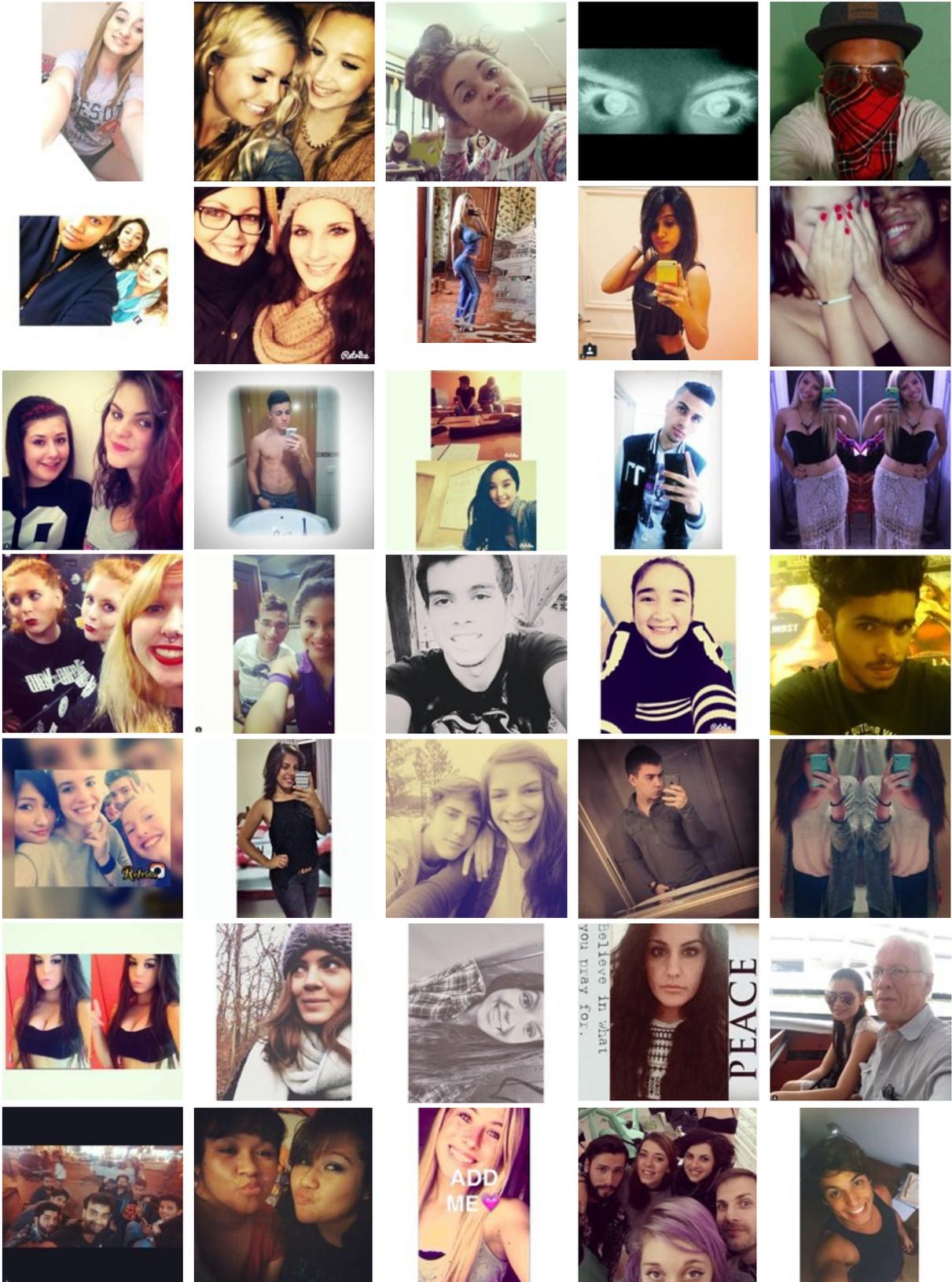
whitelise. **Bliss**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/14347647>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

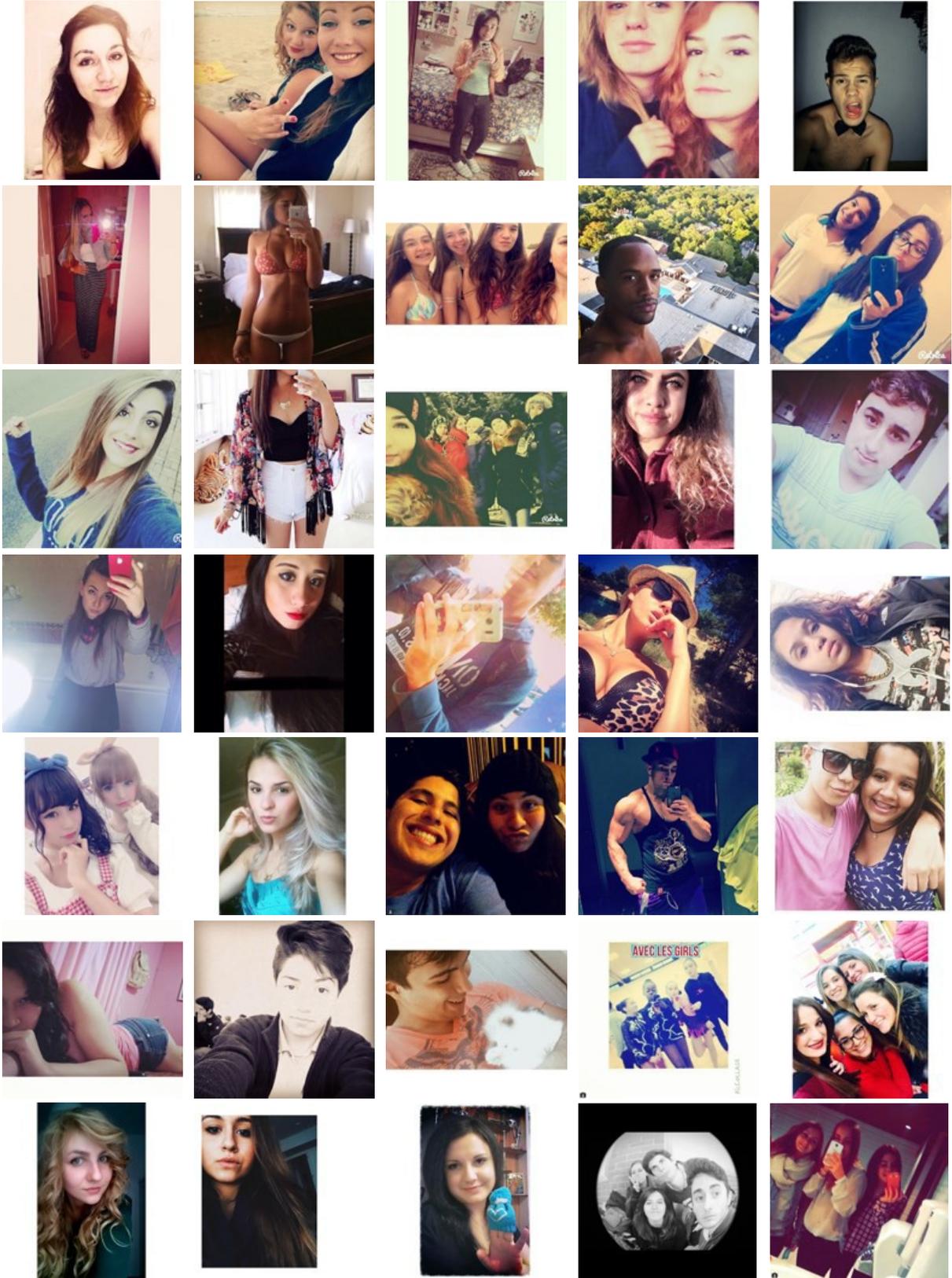
_____. **Bliss**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/14347647>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

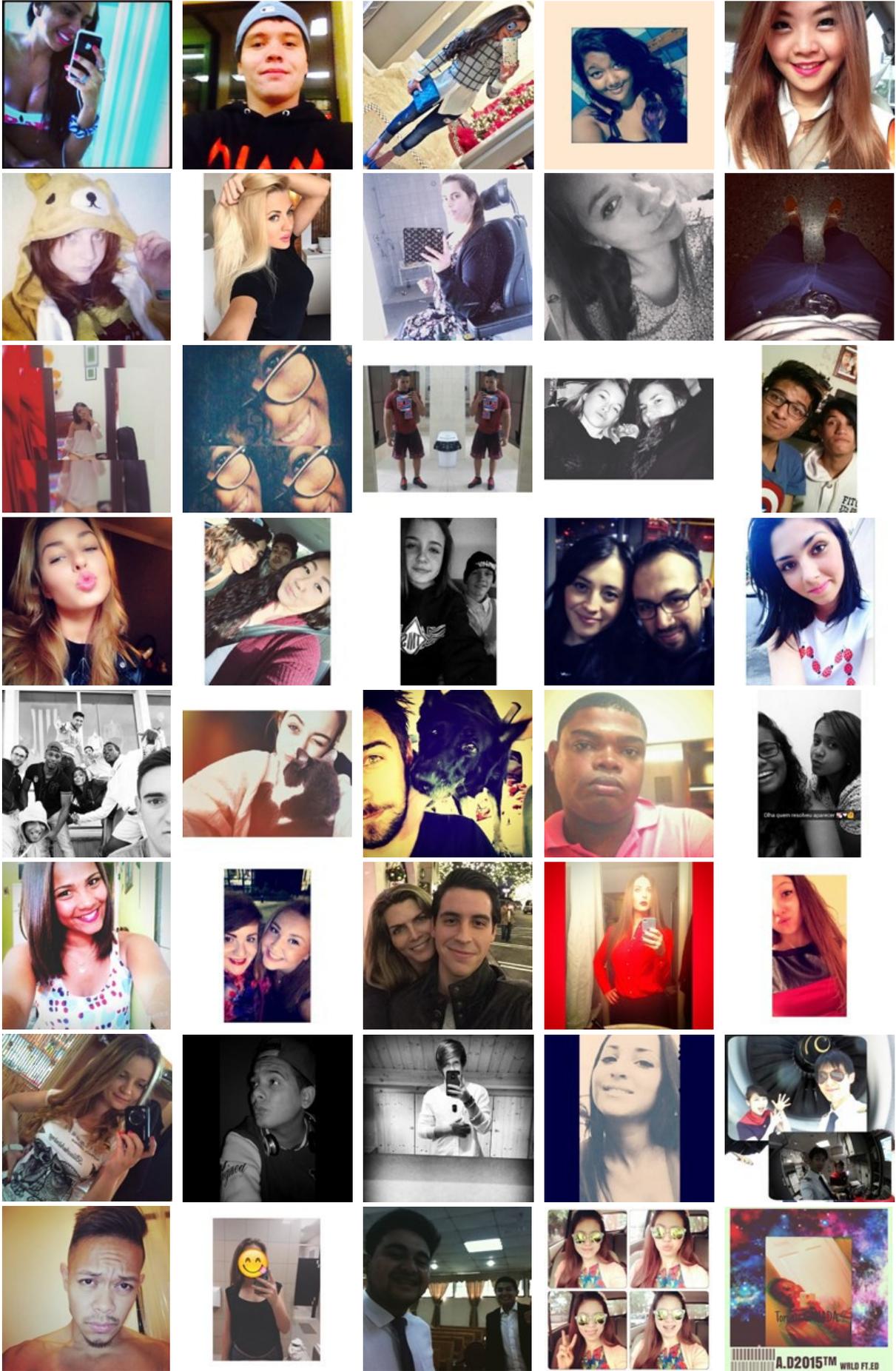
_____. **Bliss**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/2717-cute/popular/14347647>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

xaviru. **little dinosaur**. Disponível em: <<http://www.lomography.com/photos/tags/810-me/popular/14770424>>. Acesso em: 20 dez. 2014. Fotografia digital.

Apêndice A – Mosaico com as 111 *selfies* do Instagram encontradas em nosso *corpus*







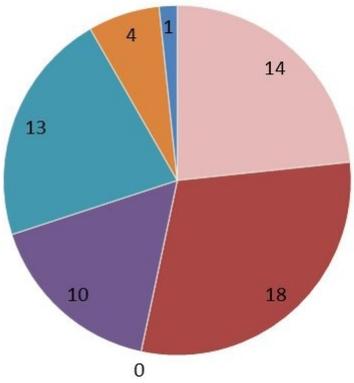
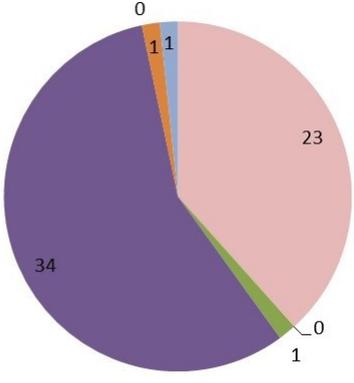
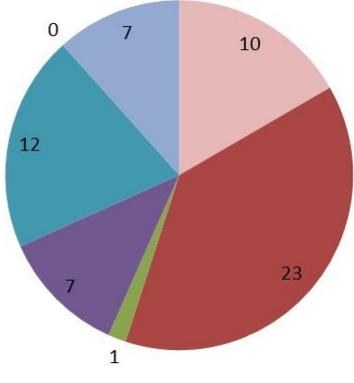
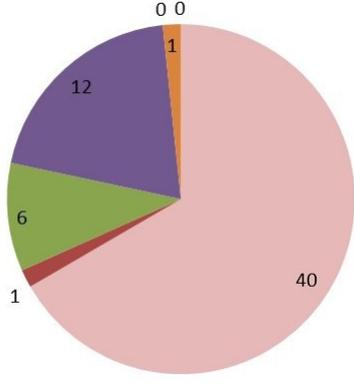


Fonte: Elaboração própria a partir de fotografias de [_itiskaitlin_](#) (2014), [19tina89](#) (2014), [luuna16](#) (2014), [feliciafarina](#) (2014), [lucianosuarez](#) (2014), [lovablekayja](#) (2014), [lisa_dre](#) (2014), [helboykina](#) (2014), [evinklc](#) (2014), [paaaulavb](#) (2014), [stacey_hood_x](#) (2014), [dniiz98](#) (2014), [javignaciah](#) (2014), [_matteusgomes](#) (2014), [nadiiaferreirac](#) (2014), [aboveaverage_loser](#) (2014), [anthonymcasth](#) (2014), [bfran_18](#) (2014), [beyzanur306](#) (2014), [saifudeen_shah](#) (2014), [_icalabv20_](#) (2014), [danniele_gs](#) (2014), [catarina.pereira_](#) (2014), [markomilekic](#) (2014), [pocalulmisiawdupe](#) (2014), [sevval_sinem](#) (2014), [ana_mosca](#) (2014), [icma08](#) (2014), [iva_mala](#) (2014), [atikamad](#) (2014), [remismohd](#) (2014), [27_lopez](#) (2014), [hot.snap.users](#) (2014), [the_bop](#) (2014), [lucca_aguiar_](#) (2014), [blueyesofia](#) (2014), [charlottelescroart](#) (2014), [caritooo_o](#) (2014), [gizemdeniz_tasdelen](#) (2014), [christian_xcvii](#) (2014), [maybe_4](#) (2014), [friedaskottsheshka](#) (2014), [ivanna_mia](#) (2014), [geo.world](#) (2014), [vickyortizok](#) (2014), [alessiapetitta](#) (2014), [belikegirls](#) (2014), [cocaine_de_luxe_](#) (2014), [niomimai](#) (2014), [cleeberalmeida](#) (2014), [lizariri](#) (2014), [ladusantoyo](#) (2014), [fabio_musco_](#) (2014), [cathleenisregan](#) (2014), [better.Off](#) (2014), [suricruiselover](#) (2014), [daiana_lobo](#) (2014), [fun_sizzler](#) (2014), [andrea51costa](#) (2014), [jessie_gomes_](#) (2014), [karenciithah](#) (2014), [sdamienjromo](#) (2014), [alyrocc](#) (2014), [_namix_](#) (2014), [bruna_campanile](#) (2014), [alealealeleksandra](#) (2014), [giulyferrara](#) (2014), [kartin_pro](#) (2014), [andreaamartinez11](#) (2014), [nuriaaperez8](#) (2014), [cirafont](#) (2014), [presleyjane](#) (2014), [littlemissfashionqueen](#) (2014), [trinalovesskittles](#) (2013), [eugeneteppris](#) (2014), [citrozoe](#) (2014), [tasha_voskovskaya](#) (2014), [sevooo_58](#) (2014), [siddybag](#) (2014), [krasniqi_bu](#) (2014), [janeisdaname](#) (2014), [nessadesouza](#) (2014), [eliecer_guerra](#) (2014), [jaidenhermans](#) (2014), [sleepwithlana](#) (2014), [kulesianka](#) (2014), [yungmegs](#) (2014), [xoxo_sadie](#) (2014), [busraferhatbacik](#) (2014), [luanna_gentill](#) (2014), [jack_dera](#) (2014), [alicemuzi_](#) (2014), [davemattera](#) (2014), [alexandrers23](#) (2014), [jeuusilva](#) (2014), [cintiarodrigo_s2](#) (2014), [eva_wharton](#) (2014), [montserratt33](#) (2014), [gaia.vignati](#) (2014), [misslroe](#) (2014), [boglarka.szenas](#) (2014), [jaiiro_nano](#) (2014), [charlihunt](#) (2014), [simonacampagiorni](#) (2014), [shinysapphire](#) (2014), [ronerickodchigue](#) (2014), [ps.itsriley.pt2](#) (2014), [marcelofernandez14](#) (2014), [rayrafradini](#) (2014), [jjamahl.og.1k](#) (2014), [giorgia_laconi](#) (2014).



Fonte: Elaboração própria a partir de fotografias de ccwu (2014), qrrro (2014), weidong (2014), pattyequalsawesome (2014), werriston (2014), atria007 (2014), djramsey (2014), Ricoh GR1s (2014), tamsoam (2014), elena506 (2014), life_on_mars (2014), renenob (2014), mephisto19 (2014), shoujoai (2014), eva_eva (2014), djramsey (2014), fayeusokoi (2014), gotoarizona (2014), atria007 (2014), jeabzz (2014), dbyremus15 (2014), boredbone (2014), atria007 (2014), boredbone (2014), satomi (2014), atria007 (2014), boredbone (2014), natalieerachel (2014), modification (2014), xaviru (2014), vicuna (2014), hanibale (2014), modification (2014), earlybird (2014), modification (2014), modification (2014), lauralaura (2014), dreamseller (2014), paulm99 (2014), shot on film (2014), poepel (2014), hanibale (2014), modification (2014), 87lomotempura (2014), modification (2014), bsmart (2014), modification (2014), modification (2014), aprilrich427 (2014), bloomchen (2014), earlybird (2014), makny (2014), life_on_mars (2014), istionojr (2014), falsedigital (2014), whitelise (2014), warning (2014), fivedayforecast (2014), realrampage (2014), reneg88 (2014), tomkiddo (2014), reneg88 (2014), mafiosa (2014), tyler_durden (2014), grazie (2014), istionojr (2014), crayfish (2014), mikeydavies (2014), jetnz81 (2014), satomi (2014), reneg88 (2014), reneg88 (2014), reneg88 (2014), mikeydavies (2014), ranaishasim (2014), satomi (2014), mafiosa (2014), satomi (2014), mafiosa (2014), baijiu89 (2014), mont0417 (2014), renaishashim (2014), grazie (2014), andrejrusskovskij (2014), tomkiddo (2014), tomkiddo (2014), coolsigg (2014), mafiosa (2014), satomi (2014), pretty_in_mad (2014), istionojr (2014), japsix (2014), boredbone (2014), hburgess (2014), ohoska (2014), whitelise (2014), mylatehope (2014), hburgess (2014), hburgess (2014), hburgess (2014), adelinasbm (2014), anafaro (2014), qrrro (2014), whitelise (2014), anafaro (2014), anafaro (2014), qrrro (2014), anafaro (2014), anafaro (2014), anafaro (2014), jennson (2014), boredbone (2014), tomkiddo (2014), werriston (2014), anafaro (2014), jennson (2014), jennson (2014), qrrro (2014), Aprilrich427 (2014), anafaro (2014), anafaro (2014), anafaro (2014), jennson (2014).

Apêndice C – Gráficos temáticos de cada *hashtag*, separadamente

	Instagram	Lomo
#beautiful	 <p> <ul style="list-style-type: none"> Retratos: 14 Selfies: 18 Corpo: 0 Natureza: 10 Consumo e Celebidades: 13 Objetos: 4 Frases: 1 </p>	 <p> <ul style="list-style-type: none"> Retratos: 23 Selfies: 0 Corpo: 1 Natureza: 34 Consumo e Celebidades: 0 Objetos: 1 Frases: 1 </p>
#cute	 <p> <ul style="list-style-type: none"> Retratos: 10 Selfies: 23 Corpo: 1 Natureza: 7 Consumo e Celebidades: 12 Objetos: 0 Frases: 7 </p>	 <p> <ul style="list-style-type: none"> Retratos: 40 Selfies: 1 Corpo: 6 Natureza: 12 Consumo e Celebidades: 0 Objetos: 0 Frases: 0 </p>

