

(DES)(RE)CONSTRUINDO A *SELFIE*: AS REDES SOCIAIS E APLICATIVOS DE EDIÇÃO MÓVEL COMO DISPOSITIVOS NA CRIAÇÃO PÓETICA EM ARTES VISUAIS

Renato Kuhn

Resumo: A partir do constante e crescente uso de redes sociais no cotidiano, começamos a nos deparar sobre a inserção da estética desses elementos na Arte. Assim, o presente estudo visa percorrer produções artísticas desenvolvidas a partir do uso das redes sociais digitais e suas estéticas, inseridas tanto no cotidiano quanto no circuito artístico. Dessa forma, também foi desenvolvida uma produção artística autoral, levando em consideração questionamentos associados a esses dispositivos como temática aplicada a uma criação poética em artes visuais.

Palavras-chave: artes visuais, arte e tecnologia, redes Sociais, *selfie*, identidades virtuais.

Abstract: By the increased use of social networks in our routine, we begin to find the inclusion of these elements in Art. This research wants to analyze productions developed from the use of digital social networks and their aesthetic, inserted in daily life and in art circuit. Besides, was developed an authorial artistic production, taking this questions related and using these devices as a subject applied to a poetic production in visual arts.

Keywords: visual arts, art and technology, social networking, *selfie*, virtual identities.

Introdução

Essa pesquisa propõe um estudo e reflexão, tanto com base em referenciais teóricos quanto em produções práticas, sobre o uso de redes sociais no campo artístico. Observou-se, para tal, os aspectos estéticos contidos e compartilhados nessas mídias digitais móveis, com destaque às fotografias móveis e, em especial, a *selfie*¹.

Com destaque para as redes sociais *Instagram* e *Snapchat*, propôs-se levantar questionamentos e analisar as imagens que circulam nessas redes. A partir disso, consideramos seu potencial como referência para uma pesquisa poética em artes visuais com foco em identidades virtuais, utilizando desses dispositivos aliados a outros aplicativos móveis a fim de gerar produções contemporâneas inseridas e também alimentadas nessas linguagens digitais.

Levando em consideração esses pontos, destacamos aqui a importância dessa pesquisa na reflexão de referenciais cotidianos e na pluralidade de informações provenientes das ferramentas digitais móveis em crescente utilização. Também busca-se refletir acerca de juízos estéticos inseridos nessas redes, absorvê-los, e '(re)utilizá-los' em produções artísticas visuais, situadas no contexto contemporâneo, utilizando de linguagens híbridas e digitais.

¹ Segundo dicionário MerriamWebster *Selfie* é “uma fotografia de si mesmo tirada por si mesmo utilizando uma câmera especialmente para ser postada numa rede social”

Panorama contemporâneo das Redes Sociais: Arte, cultura e sociedade

Zygmunt Bauman, há quase uma década, trazia em “Vida para Consumo” apontamentos sobre as então surgidas “redes sociais”. O autor cita, assim, uma reportagem do jornal *The Guardian* de 2006, sobre as redes sociais, então em evidência, *MySpace* e MSN, e uma inserção do “*Cyworld*²” no cotidiano. Na época, usou-se o exemplo da Coréia do Sul, onde grande parte da população passava conectada a computadores, iPods, e celulares; atualmente podemos perceber que a utilização desses aparelhos alcançou um nível global.

Para o sociólogo, os inventores dessas redes foram capazes de satisfazer uma necessidade real, generalizada e urgente. “No cerne das redes sociais está o intercâmbio de informações pessoais”. ‘Os usuários ficam felizes por revelarem detalhes íntimos de suas vidas pessoais’, ‘fornecerem informações precisas’ e ‘compartilharem fotografias’ (BAUMAN, 2008, p. 8). Desde então, as redes vêm fazendo cada vez mais parte do cotidiano da sociedade e do indivíduo. Podemos, por exemplo, observar crescente aumento de usuários em redes como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*.

As imagens compartilhadas na rede podem possuir inúmeras peculiaridades, expressando subjetividades e também conter fortes apelos estéticos e poéticos. Em 2015, o artista Richard Prince, realizou uma exposição onde suas obras tinham como temática algumas imagens que circulam no Instagram. Neste sentido, segundo Rush, nossa sociedade conectada gera a inserção de elementos do cotidiano na arte:

A velocidade com a qual este século criou um planeta eletronicamente conectado reflete-se na rápida expansão de práticas artísticas que vão além da escultura e pintura tradicionais, até a inclusão quase frenética de objetos do cotidiano no cenário da arte. Qualquer coisa que possa ser analisada como sujeito ou substantivo foi provavelmente incluída em uma obra de arte por alguém em algum lugar (RUSH, 2006, p. 3).

Tanto nas obras de Prince, quanto de outros artistas contemporâneos que agregam ou buscam no *Instagram*, *Snapchat* ou Aplicativos de Edição Móvel referências para suas produções fazem com que possamos perceber o potencial que esses *apps* exercem sobre a estética do cotidiano, gerando imagens que carregam inúmeros juízos subjetivos, proporcionando uma pluralidade estética acessível mundialmente em segundos no toque do celular.

² *Cyworld* pode ser traduzido como ‘mundo cibernético’; mas, nesse caso, também se relaciona ao site sul coreano de relacionamento virtual: CYWORLD.

Paralelo a isso, tem-se o constante e crescente conglomerado de usuários em redes de compartilhamento de imagens, onde o usuário tem a possibilidade de seguir usuários, pesquisar *#hashtags*³ e ter sempre uma *timeline*⁴ atualizada de acordo com seus interesses, bem como a possibilidade de estabelecer novas conexões, conhecendo usuários e assim compartilhando de forma contínua a troca de informações. Lemos (2008) aborda o assunto:

A cibercultura vai se caracterizar pela formação de uma sociedade estruturada através de uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informações sob as mais diversas formas, fomentando agregações sociais (LEMONS, 2008, p. 87).

De certa forma, podemos comparar o que diz Lemos com nosso atual uso dessas redes sociais, para refletirmos sobre os aspectos que vêm sendo inseridos, influenciando nossa cultura e nossas vidas. Por isso, essas redes representam uma importante ferramenta de conexão global de diversos tópicos, possibilitando compartilhamento de estéticas, acesso e difusão de culturas.

Segundo Sodré (2002, apud GASPARETTO, 2014, p. 21): “A sociedade contemporânea tem sido regida pela midiatização e virtualização”. Segundo as colocações da autora, esse sistema influencia no campo da arte, no qual os artistas entrecruzam poéticas e tecnologias para produzir obras nesse processo.

Para uma contextualização da inserção das mídias na arte contemporânea, pode-se ressaltar inicialmente a influência de Marcel Duchamp no circuito da arte no início do século XX, que gerou importantes reflexos na arte contemporânea. Um deles seria a mudança da ênfase de objeto para conceito, a qual permitiu a introdução de vários métodos em um empreendimento artístico redefinido. Outro aspecto seria a ampliação das fronteiras da arte, como discorre Gasparetto (2014).

Pensar sobre produções relacionadas às redes sociais contemporâneas, implica explicar sobre esse universo virtual. Neste segmento abordaremos sobre os principais estereótipos dessas redes sociais e as características de perfis com grande visibilidade, com foco no *Instagram*. Esse aplicativo é usado para capturar e compartilhar momentos. As imagens postadas muitas vezes passam por seleções onde, de cinquenta fotografias, apenas uma é postada; o ângulo, a melhor luz, a melhor situação e a captura de momentos atraem olhares de todos os cantos do mundo, utilizando *hashtags*.

Atualmente, há perfis nessa rede com mais de 60 milhões de seguidores, onde uma conta possui capacidade de estabelecer um contato praticamente instantâneo com esses

³ Utilizando o símbolo # é possível categorizar e classificar postagens e pesquisas na rede.

⁴ Ordem de publicações feitas em redes sociais, onde se exibem as publicações mais recentes.

usuários, postagens que em menos de 1 hora alcançam 1 milhão de curtidas, além de muito mais em visualizações. Considerando esses números expressivos de seguidores e proporções de possíveis visualizações que uma postagem pode ter, Lima (2015) ressalta que a presença dos dispositivos móveis e das mídias na vida cotidiana alcançou grandes proporções e as pessoas se apresentam do modo através do qual querem ser vistas pelas demais.

Exemplo dessa visibilidade pelos demais é a *selfie* que busca exibir o que seria melhor versão de si como, por exemplo, as postagens de autorretrato de Kim Kardashian, que se apoiam na busca de melhores ângulos, uso de maquiagem para ressaltar estes também, e uma quase total inexpressão. Onde podemos notar uma variação de fotos que se repete em mesmas posições, variando o local, plano de fundo, etc.

Sem dúvidas, a *selfie* surge em nosso cotidiano contemporâneo, com uma presença constante. E assim, diante dos exemplos que presenciamos em redes sociais, já mencionados, podemos levantar alguns questionamentos acerca dos estereótipos de perfis que utilizam desse elemento. Levando em conta as estéticas mais comuns no sentido de repetição por maior número de usuários, utilização de filtros e edições, visando gerar uma *selfie* perfeita, contemplando a melhor luz, pele impecável, podemos estabelecer algumas relações com a idealização dessas imagens e a idealização do corpo.

O que é, afinal, a ‘semelhança’ tão buscada num retrato fotográfico? O encontro entre visão sociológica da pessoa e a representação percebida do sujeito que a pose e a pausa transferem para o âmbito da ‘semelhança’ (FABRIS, 2004 p.58)

Para Fabris (2004), normas sociais e psicologia individual podem se confrontar em retratos fotográficos, resultando numa “identidade totalmente conciliada como ideal social de si mesmo”.

No *Instagram*, bem como no *Snapchat*, o corpo e o retrato são elementos que se destacam, por sua ampla mutação seja pelo uso excessivo de edição e retoque em apps específicos, seja pela influência e idealização dos corpos e perfis exibidos nessa rede. Para Jacob (2014, p.89) as redes sociais vêm se tornando também um ambiente do culto ao corpo ideal. Neste sentido, Lima acrescenta que:

A presença dos dispositivos móveis e das mídias na vida cotidiana alcançou grandes proporções; o tempo e a linguagem da internet passaram a ditar comportamentos, a criar identidades e subjetividades diversas, e a fazer com que os sujeitos apresentem-se do modo através do qual querem ser vistos pelos demais (LIMA, 2015, p. 5).

Sendo assim, essas imagens jogadas às redes carregariam consigo juízos estéticos de acordo com o que o indivíduo vê ou como gostaria de ser visto, como por exemplos as *selfies*. Todas essas imagens ainda carregando as influências das mídias, da moda, e de tendências,

gerando novas estéticas que se popularizam em grande escala, em pouco tempo (LIMA, 2015).

Aplicativos e a arte: artistas e produções da/na/pela rede

Em 2015, os trabalhos do artista norte-americano Richard Prince tiveram uma grande repercussão ao levantar questões sobre o uso das imagens que circulam na rede. O artista expôs na *Gagosian Gallery*, em Nova Iorque, 38 telas impressas em tinta a partir de screenshots do Instagram. As capturas de tela, bem como foram realizadas, sofreram pequenas alterações como comentários acrescentados pelo autor e utilização de *emojis*⁵, impressas e expostas e algumas vendidas por mais de 90 mil dólares.

Prince é famoso por trabalhar com questões da apropriação. Alguns dos usuários que tiveram suas imagens utilizadas pelo artista sentiram ter sua permissão de imagem violada. Outros, porém viram positivamente sua imagem ser divulgada e alcançar maior visibilidade, inclusive esses usuários tiveram acréscimo no número de seguidores em suas redes. Podemos dizer que essa obra de Prince, chama atenção ao potencial dessas imagens e estéticas dessa rede social, e ao mesmo tempo levanta discussões acerca de direitos de imagens que circulam nessa rede.

De outro lado, temos o artista e pesquisador de mídias digitais Lev Manovich que vem há alguns anos realizando trabalhos que analisam imagens do Instagram. Em “*Selfiecity*”, de 2014, o artista e sua equipe reuniram em um programa mais de 3200 *selfies* que podem ser combinadas de acordo com predefinições como gênero, região de origem, humor, olhos e boca (abertos ou fechados), óculos entre outros.

Atualmente, Manovich está escrevendo um livro intitulado “*Instagram and Contemporary Image*”, onde Manovich fala sobre suas pesquisas em imagens do Instagram e suas visões de como essa rede social vem influenciando e se relacionando com nossa cultura contemporânea. Nesse ponto, Manovich (2016) toca em uma questão importante, o Instagram e as redes sociais podem servir como meios de estabelecer e executar identidades culturais, seja por meios de fotos alimentares, estilos de moda e demais subculturas capazes de atuar como essas ferramentas.

⁵ Palavra original do japonês: “*e*” (imagem) e “*moji*” (personagem), podem ser caracterizadas por serem figuras prontas disponíveis para uso em texto. O primeiro *emoji* foi de um coração, em 1995. Atualmente, são amplamente utilizados para acompanhar texto, ou até mesmo sozinhos possuem significância em diálogos.

A partir de pesquisas no aplicativo *Instagram*, foram encontrados fotos e vídeos realizados com filtros estilo “Glitch”. Essa categoria de filtro apresenta desde ruídos, distorções, até fotos com cores puras ou saturadas contrastando com escalas de cinza. Temos, no Brasil, a artista e pesquisadora Giselle Beiguelman que em 2013 realizou a obra “Glitched Landscape Games”, um vídeo de 3 minutos com uma sequência de imagens ‘glitch’ da cidade de São Paulo.

Os trabalhos de Giselle Beiguelman representam grande importância na atual produção nacional sobre as redes, não somente suas produções práticas quanto suas produções bibliográficas.

A arte das/nas/pelas redes é vasta e suas inserções na arte transitam por várias questões, onde a partir desses artistas citados podemos ver essa versatilidade tanto nas suas estéticas quando em suas poéticas e temáticas.

Identities (des)(re)construídas e suas implicações

A produção *Vênus Instagram 2* propõe uma relação de (des)locamento com a imagem icônica da *Vênus de Botticelli* com imagens contemporâneas de *selfies* do Instagram, no caso dessa obra com uma *selfie* de Kim Kardashian.



Figura 1: *Vênus Instagram 2*, e (des)construção da imagens em frames que foram utilizados em um vídeo.
Fonte: Produção do autor, 2016.

O corpo dessa “nova’ *Vênus*, centralizado, representa uma estátua, em exibição, assim como o corpo exibido nas galerias virtuais do *app*. Corpos que podem ser idealizados por quem os visualiza, corpos que reforçam ou ditam padrões.

A obra propõe uma comparação também do sujeito que tira a foto com o resultado, que nesse caso é a imagem ao fundo. Essa imagem da *Vênus* passou por programas móveis de edição de *selfies*, onde ganhou inclusive uma nova sobrancelha.



Figura 2: Fragmento da Vênus de Botticelli / Vênus You 'Can' Makeup

Fonte: http://www.ufrgs.br/napead/repositorio/objetos/historia-arte/imgs/idmod/Botticelli_09.jpg /
Fonte: Produção do autor, 2016.

Propõe-se, aqui também, uma reflexão sobre os padrões de um retrato em 2016, onde, certamente, a Vênus de Botticelli estaria fora dos 'padrões ideais' do *Instagram*, ao menos, sem antes receber filtros, edições de '*Photoshop*' móvel, maquiagem e uma nova sobrancelha. Tudo isso, em um aplicativo móvel (*YouCam MakeUp*) com alguns cliques.

Os aplicativos de edição móvel estão disponibilizados a todos os smartphones e celulares atuais, assim, é possível baixar gratuitamente uma gama infindável desses programas com diversos fins. Arantes (2005, p. 177) aponta que a velocidade, o tempo real, e a instantaneidade permitem às obras em mídias digitais uma reflexão e um olhar, em poucos segundos, sobre o mundo que nos rodeia. Fizeram-se produções utilizando desses aplicativos em fotografias móveis e retratos híbridos, trabalhando com a (des)construção dessas representações de selfies buscando novas visualidades a partir do uso de aplicativos móveis como por exemplo o GLITCH!.



Figura 3: Estudo de *Selfie* de Kloé Kardashian, grafite e edição móvel.

Fonte: Produção do autor, 2016.

A partir da inserção desses desenhos com referências da rede nesses em aplicativos móveis com o objetivo de inserí-los novamente na rede estamos reforçando as linguagens e estéticas para essa interface virtual.

A produção seguinte partiu de um rosto 3D disponibilizado para utilizações de estudos. O rosto maleável e editável em softwares foi exportado e/ou fotografado pra a realização das produções desenvolvidas. Quando a imagem é captada no celular ela é aberta

em aplicativos de edição de *selfies*, como por exemplo: *BeautyPlus*, *Magisto*, *YouCamMakeUp*, entre outros. Ressalta-se que foram utilizados os aplicativos da PlayStore Android.

Em *YouCamMakeUp* é possível transformar essa ‘escultura tridimensional’ em um ‘representação humanizada’, pois o aplicativo proporciona a aplicação de cílios, maquiagem, cabelo, e inclusive adiciona cor à pele e aos olhos. Desenvolvendo, assim uma construção de uma identidade virtual em um aplicativo móvel. Após, essa ‘Selfie de mulher 1’ continuou recebendo edições móveis, passando por um filtro do Snapchat.

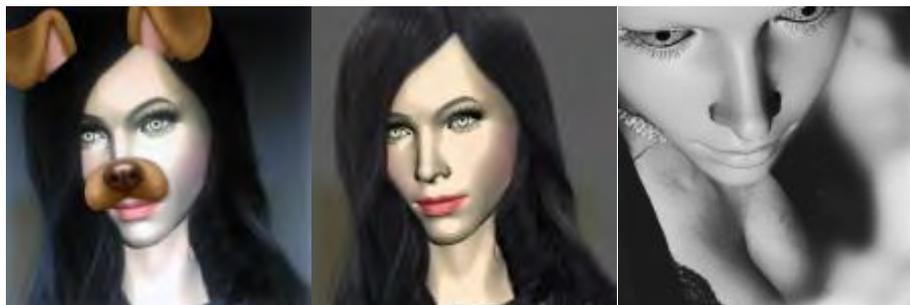


Figura 4: ‘Selfie de mulher 1’ / Snapsave de mulher 1 / ‘Selfíhíbríd’
Fonte: Produção do autor, 2016.

Por outro lado, temos o ‘*selfíhíbríd*’, numa tentativa de hibridizar esse ‘personagem escultórico 3D’ em uma *selfie* retirada da rede. Visando, gerar uma interação natural desse elemento virtual em *software* 3D e uma captura de fotografia digital.

Ainda foram feitas experimentações a partir desses híbridos recebendo lentes do Snapchat em vídeo também. As visualidades desse aplicativo carregam consigo um padrão único, não deixando dúvida sobre a origem das edições.

As *selfies* representam massiva parte das imagens postadas em perfis de *Instagram*, em vista disso realizaram-se experimentações artísticas envolvendo essas estéticas da rede.

No trabalho “Um de cem”, foram tiradas cem fotografias utilizando a câmera frontal do celular, e dispostas digitalmente ao longo de cem partes iguais de um quadrado. Arranjando-as numa composição onde as cem fotos componham uma. Considera-se a seleção de imagens como ponto de partida. Onde alguns usuários, após inúmeras tentativas, selecionam uma imagem para ser postada, a qual está adequada aos ideais sociais do *app*. Ao contrário disso, temos aqui as fotografias dispostas ao acaso, seccionadas e arranjadas lado a lado para todas compor um todo.

Deixou-se certo ‘incômodo’ em algumas áreas da imagem, as quais levemente se deslocam do ângulo padrão, ou foram realizadas sem a utilização do filtro de

‘embelezamento’ que vem integrado em muitas câmeras de *smartphones*, o resultado exhibe partes que mostram ‘defeitos’ nesse retrato.

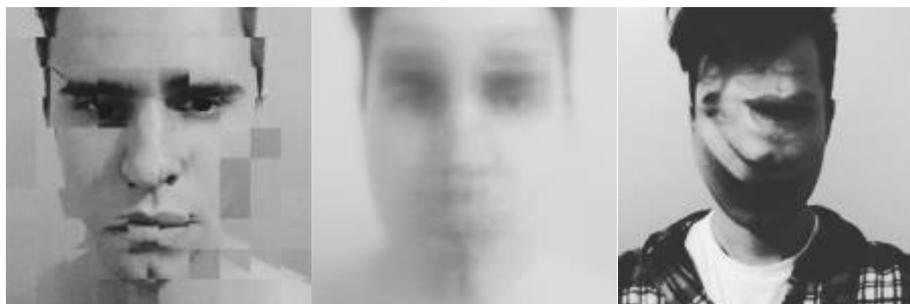


Figura 5: Um de cem/ Um por cento de cada um / *Selfies* de mim, não de agora.
Fonte: Produção do autor, 2016.

Essas 100 *selfies* também compuseram a produção artística “Um por cento de cada um”, onde as imagens foram sobrepostas uma acima da outra com o corte na mesma posição de todas as fotografias, e com 1% de visibilidade em cada uma dessas camadas fotográficas.

Além disso, na produção “*Selfies* de mim, não de agora” também, realizou-se trabalhos visando encontrar bugs e defeitos na aplicação de faces do *FaceSwap*⁶. Como resultados pode se ver a possibilidade desses aplicativos falharem após sucessivas utilizações, já no segundo ‘*FaceSwap*’ a imagem ‘bugou’. O interesse dessa produção está na incerteza dessa predefinição do aplicativo e sua possibilidade de gerar um erro; diferentemente, por exemplo, de uma montagem em desktop onde já haveria certa intenção formal para realizar a montagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme coloca Bauman, no início dos anos 2000, as redes sociais ‘enraizaram-se’ na sociedade para alimentar grandes anseios individuais. Com o tempo o uso e a acessibilidade a essas redes, dispositivos e aplicativos só aumentaram. Hoje, deparamo-nos com uma sociedade conectada, uma sociedade onde a informação corre e dá a volta ao mundo em poucos segundos.

O ser e o ter parecem não ser o bastante sem que sejam compartilhados. Se o compartilhamento de intimidades chocava a sociedade em 2006, o que podemos dizer de nossa atualidade, com o que vemos nas redes uma década depois. Onde todo tipo de intimidade individual já foi, e vem sendo, exposta em redes sociais. Para alguns usuários, o particular, íntimo e privado estão cada vez menos ocultos dos ciclos sociais virtuais.

⁶ Recurso de lente disponível no aplicativo *Snapchat*.

Destaca-se, como ressalta Manovich, a importância que essas redes podem possuir no sentido de compartilhar culturas ao acesso global, difundindo anseios estéticos e visualidades dessas redes, perpassando pelas *selfies* os estilos de vida, estilos de vestir, e mais.

A partir da exploração de processos híbridos, transitando entre computadores e aplicativos móveis desenvolveram-se as produções. De um lado, com imagens construídas a partir de ideais da rede, as Vênus, e as imagens híbridas de filtros e edições. Por outro lado, temos as imagens para rede, as *selfies* ‘rejeitadas’ e as imagens ‘bugadas’. Todas as produções vinculadas, de uma forma ou outra, à rede social.

Encerrando esse ciclo, no mês de junho, foi realizado a postagem dessas produções artísticas em seu local de origem referencial, a rede social *Instagram*. À medida que, inserem-se essas imagens na rede, de certa forma, legitima-se sua contextualização poética. A obra desenvolvida com as estéticas da rede, dos aplicativos móveis, da *selfie*, e todos demais aspectos que englobaram essa pesquisa passam a fazer parte virtualmente dessa rede, tornando seu acesso global, e ocupando seu espaço nesse seu próprio universo.

REFERÊNCIAS

ARANTES, Priscila. **@rte e Mídia: Perspectivas da estética digital**. São Paulo. Editora Senac São Paulo, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o Consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed. 2008.

BEIGUELMAN, Giselle. Glitched Landscapes. 2013. Disponível em: <http://desvirtual.com/glitch/index.html>

FABRIS, Annateresa. **Identidades Virtuais: Uma leitura do Retrato Fotográfico**. Belo Horizonte. Editora UFMG. 2004.

GASPARETTO, Débora A. **O “curto-circuito” da arte digital no Brasil** /Débora Aita Gasparetto. 1 ed. Santa Maria, RS : Ed. do Autor, 2014.

JACOB, Helena. **Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram**. Revista Comunicare. Vol14. No1. 2014.

LEMOS, André. **CIBERCULTURA: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre. Sulina . 2008

LIMA, Cláudia C. **O selfie como expressão de Moda e Narcisismo contemporâneos**. Anais Moda Documenta: Museu, Memória e Design – 2015. São Paulo, 2015.

MANOVICH, Lev. **Notes on Instagrammism and mechanisms of contemporary cultural identity (and also photography, design, Kinfolk, kpop, hashtags, mise-en-scène, and состояние)**. 2016. Disponível em: <http://manovich.net/content/04-projects/092-notes-on-instagrammism-and-mechanisms-of-contemporary-cultural-identity/notes-on-instagrammism.pdf>

RUSH, Michael. **Novas Mídias na Arte Contemporânea**. São Paulo. Martins Fontes, 2006.