

A Fotografia e as Novas Mídias: como o Instagram alterou a forma de produzir imagens¹

Thais de Moraes Vieira²
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Este trabalho adota o Instagram como estudo de caso para analisar como esta rede social em particular está afetando os rumos do fotojornalismo. Analisamos aqui o desenvolvimento da fotografia desde o seu início, passando pela introdução da fotografia digital, até o momento atual, com a chegada dos aparelhos celulares fazendo frente a câmeras profissionais de alto valor. O fotojornalismo é o ponto central do debate, especialmente pela perspectiva de como, atualmente, tem se apropriado da rede social Instagram.

Palavras-chave: fotografia; novas mídias; instagram; fotojornalismo

Introdução

Este artigo tem como temática central o desenvolvimento do fotojornalismo na era do Instagram, no momento em que grandes empresas centram suas estratégias de comunicação nas redes sociais e tem setores especializados para cuidar disso. O processo de invenção dessa nossa forma de vida sempre conectada, se deu de maneira muito rápida, e neste trabalho pretendo analisar como isto criou uma nova forma de transmitir a notícia, da maneira mais rápida possível, apoiando-se em mídias digitais.

O presente artigo busca explicar como se deu o surgimento das novas mídias e como elas alteraram o nosso dia-a-dia e também a forma de se fazer e consumir notícia. Por esse caminho, será mostrado como a fotografia não escapou, ainda mais por ser a imagem

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 9º. semestre do Curso de Jornalismo da ECO-UFRJ, email: thaisdmv@gmail.com

algo tão forte e característico das mídias digitais. Para isso, é necessário abordar também a participação dos usuários. A possibilidade de interação fez com que a forma de transmitir informação fosse mudada para sempre. Com o desenvolvimento da internet telespectadores, por exemplo, passaram a poder influir no jornal, seja através de envio de fotos e vídeos ou por texto. O jornalismo evoluiu e foi muito modificado por novas mídias e como era de se esperar, a fotografia e, em especial, o fotojornalismo também.

Essa nova capacidade de produção de imagens, que se tornou acessível a qualquer pessoa com uma smartphone, causou um grande impacto na forma de interação entre as pessoas. Aplicativos como o Instagram surgiram para provar que uma nova forma de se comunicar é através de fotos. Se antes tínhamos que esperar pelo tratamento de imagens, até a sua publicação, o Instagram surgiu para facilitar esse processo, com 70 milhões de fotos postadas por dia.

Novas mídias e uma análise do Instagram

A atividade jornalística se caracteriza, principalmente, pela informação de fatos relevantes para a sociedade, e “a qualidade de relatos jornalísticos audiovisuais pressupõe diversidade de temas e de atores sociais, pluralidade de interpretações, inovações estéticas e contextualização dos acontecimentos.” (BECKER, 2012, pág 25)

Dessa forma, a produção noticiosa se dá pela seleção de fatos e sua construção. No telejornalismo, a estrutura do texto, a escolha de ângulos e sua montagem visam ocultar o processo de edição, dando efeito de realidade ao que na verdade é enquadramento. Na busca por ser porta-voz do relato da verdade, o jornalismo pode acabar cedendo aos mitos da objetividade e da independência. A elaboração das notícias esta relacionada a lógica do mercado e a perspectivas de grupos de maior poder, geralmente apresentadas como valores e princípios naturais ou resultantes do senso comum.

Pode-se dizer que o jornalismo organiza o mundo de forma a ordená-lo para o espectador – o jornalista assumindo, assim, caráter pedagógico. Nessa “janela para a realidade”, as pessoas encontrariam uma espécie de referência, de estabilidade, diante da complexidade do cotidiano. A forma como é organizado (notícias consecutivas, mensagem de esperança ou reportagem “leve” ao final), dando ao espectador a sensação de familiarização, busca tornar o mundo menos hostil.

Por meio dessa mediação do caos, dessa esquematização da realidade e da organização no formato da transmissão, o jornalismo se constitui como um lugar de referencia. Ou seja, onde se vai procurar quando se quer um panorama da atualidade.

Esse formato do jornalismo, de detentor das informações, teve de se modificar com o crescimento da internet, que se tornou uma alavanca para uma nova forma de sociedade. Sendo um meio de comunicação, ela permitiu, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, no tempo escolhido, em escala global (CASTELLS, 2001).

O crescimento da internet foi vertiginoso. Ao final de 1995, o ano em que de fato se espalhou pelo mundo, havia cerca de 16 milhões de redes de comunicação por computador, e esse número cresceu para 400 milhões em apenas 6 anos. A sua influência vai além dos números, alterando para sempre as esferas econômicas e culturais (CASTELLS, 2001).

O jornalismo se viu sujeito a novas demandas, agora, vindas de uma sociedade que tinha disponível uma infinidade de fontes de informação. A única alternativa era se adaptar a essa nova era. Dessa forma, a mídia foi aos poucos se transformando, alterando tanto o formato de entrega das notícias como também passou a levar em consideração a voz do público.

Pensando o jornalismo como forma de divulgar fatos relevantes para a sociedade, todo conteúdo será material jornalístico, dentro da formatação tradicional ou não, uma vez que esteja sob os parâmetros da noticiabilidade. A era digital inicia uma nova etapa na produção e distribuição do jornalismo. Como afirma Becker e Maldonado :

As apropriações da tecnologia digital pelos usuários revelam que os cidadãos conquistam algum poder na produção de informação, o que pode se configurar como fenômenos de democratização da prática jornalística. Os usuários passam a ter a possibilidade de sugerir e cooperar nos processos de seleção e apuração de pautas nas redações, virtuais ou não, da mídia tradicional. (BECKER e MALDONADO, 2011, pág 203)

No âmbito dos fluxos na rede, essas trocas se dão livre e velozmente e quem colabora para a construção do que será notícia não está restrito ao campo dos jornalistas. O filtro é menos o da credibilidade pela legitimidade do que pela imediatez. Na internet e com a tecnologia que aproxima, não há a obrigatoriedade da presença de intermediários, esses que são os jornalistas, para fazer ver. Com um clique se filma ou fotografa, com outro, se propaga. Para Becker “qualquer pessoa moderadamente à vontade com um computador

torna-se capaz de inventar seus próprios espaços-informação e de partilhá-los com amigos ou colegas.” (BECKER, 2011, pág 198)

O jornalista, ao invés de ir em busca da matéria, passou a ter um trabalho de filtrar a grande quantidade de material que recebe, muitas vezes vídeos, fotos, e textos que seriam inverídicos. Nunca foi tão importante para um jornalista confirmar a legitimidade de sua fonte, ir atrás da pessoa que enviou a informação, porque a tecnologia ao mesmo tempo em que permite que todos sejam de certa forma capazes de produzir uma material jornalístico, também permite que notícias sejam forjadas.

Vemos no filme “O Abutre” (2014) um exemplo de como informações forjadas podem passar despercebidas, e como a linha entre o que é ético ou não, as vezes, é cruzada. O filme conta a historia de Louis Bloom, desempregado que rouba peças de metais nas ruas para vender, e acaba por entrar no submundo do jornalismo independente de Los Angeles, filmando acidentes e crimes. Por querer ganhar mais dinheiro com as suas imagens, Louis tenta “valoriza-las”, mexendo imagens de lugar, e até mesmo corpos, para que o enquadramento fique melhor. Como ninguém da empresa que pra quem ele vende os vídeos trabalha junto a ele, o jornal transmite a noticia sem ter ideia de que foi adulterada.

Por isso, com todos sendo capazes de fotografar, filmar e reportar, os jornalistas das emissoras, aqueles que tem a formação acadêmica tradicional que entendem mais o que é jornalismo ético, o que pode ser noticia ou não, ficam responsáveis por filtrar esse tipo de produção.

Mas, para entender por completo o que essa transformação no jornalismo com a inserção da voz da audiência nas noticias de fato significa, devemos voltar um pouco no tempo, antes mesmo de pensarmos na internet, quando o principal meio de informação era a televisão.

A TV de fato entrou na vida das pessoas por volta da década de 50/60, e com o tempo foi moldando os nossos horários e a estrutura familiar. A grade atual de televisão ainda se baseia nessa estrutura, mostrando, em sua maioria, uma programação dominada pelo entretenimento e jornalismo.

Segundo pesquisa de Javier Martínez Garza (2005), os gêneros que mais ocupam a nossa grade são: ficção, com 33%, informação, com 29%, infantil, com 12%, esportes, com 5%, infoshow, com 4% culturais, com 2%, tele mercado, com 2% e outros, com 1%.

Isso acontece por conta da lógica mercadológica das emissoras, tudo é pensado “para assegurar uma audiência mais qualificada, que interessa, por exemplo, a anunciantes

oriundos do setor bancário e automobilístico”(FECHINE, Apud, GALHARDI e ORTEGA , 2013, p.13).

Com as mudanças tecnológicas e a internet se inserindo cada dia mais na rotina das pessoas, o movimento se tornou inverso. As diversificação de canais permitiram maior liberdade ao espectador e passaram a existir mais escolhas de entretenimento e acesso a informação, e com isso mais liberdade.

Conhecer os conteúdos, a audiência, seu comportamento, seus hábitos, as programações e suas evoluções nos permitiriam sugerir e recomendar aos produtores, programadores e legisladores, entre outros, as medidas mais idôneas para oferecer e corrigir as imperfeições detectadas na provisão de uma dieta audiovisual saudável nos mercados audiovisuais do nosso entorno socioeconômico. (GALHARDI e ORTEGA, 2013, pág 14)

Dessa forma, vemos que tanto as novas formas de assistir televisão, que falaremos a seguir, quanto a crescente inserção da audiência na programação da TV ocorreram em grande parte pelo surgimento da internet, e como explicam Galhardi e Ortega, entender essas evoluções nos hábitos é essencial para fazer com que as produções audiovisuais continuassem bem sucedidas.

A internet, por sua vez, também causou impactos sociais similares. Por um lado vemos o quanto nos tornamos livres para escolher de onde queremos que venha a nossa informação. Não temos apenas alguns apresentadores para ouvir, mas milhares de sites que trabalham com a notícia quase que imediata, de graça e de fácil acesso. Seja com *wifi*, 3 ou 4G, de qualquer smartphone, dispositivos que são cada vez mais baratos, podemos descobrir o que acabou de acontecer, do outro lado do mundo.

O mesmo podemos dizer para o entretenimento. Caso dos aplicativos gratuitos de jogos, com novas opções surgindo a cada dia, e as plataformas de séries e filmes via *streaming* ou *torrent*, que são a nova sensação. Seja a Netflix, seja o acesso gratuito que a sua TV a cabo oferece pela internet, o lema não é mais “esteja presente em frente a TV em determinado horário” e sim, “assista quando, como e de onde quiser”, a lógica do conteúdo *on demand*.

Seja pela perspectiva da informação ou do entretenimento estamos supostamente mais livres do que nunca, porém existe uma parte desse mundo novo que nos prende muito mais do que a televisão já pôde sonhar: as redes sociais. Para André Lemos, professor de comunicação da UFBA “hoje humanos acoplados a não humanos comunicacionais são os novos híbridos: celulares, ipads, redes sociais...”. Existir se tornou estar online, por mais

que você possa tentar resistir. Tendo como principal ator a fotografia, as redes sociais se tornaram o espaço onde construímos a nossa imagem para o mundo, pois como explica Lima:

observa-se espetacularização da vida privada, e mais especialmente, a espetacularização do eu, uma vez que as redes sociais são ambientes virtuais nos quais os sujeitos se relacionam instituindo uma forma de sociabilidade diferenciada dentre as praticadas antes do advento da internet. (LIMA, 2013, pág2)

Marshall McLuhan, em seu livro “Os meios de comunicação como extensão do homem”, fala sobre como “a tecnologia da fotografia é uma extensão do nosso próprio ser” e completa afirmando que a “mutilação dessas extensões do nosso ser físico requer tanto conhecimento e perícia quanto uma amputação física” (MCLUHAN, 1964, pág 219) ou seja, a fotografia passou a fazer parte de quem somos, e acreditar que é apenas algo exterior a nós seria ingênuo.

Manuel Castells segue a mesma linha de pensamento quando diz que “ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e cultura” (CASTELLS, 2001, pág 8). Ter uma página no Facebook ou uma conta no Instagram, se tornou quase que obrigatório uma vez que ninguém quer ficar excluído.

E nesse fato encontramos a magia das redes sociais, total integração à distância. Em um período “pré-Instagram”, você teria que ir até a casa de um amigo e olhar o seu álbum de fotos recém reveladas para descobrir como foi a sua viagem. Hoje, basta entrar no Instagram deste amigo e acompanhar a viagem. A instantaneidade das fotos postadas faz parecer que estamos juntos nessa viagem e essa é a magia, integração.

Por isso temos que olhar de fora e ver como as redes sociais viraram tão populares. A cada momento que uma pessoa faz seu cadastro, a participação é quase imposta a outros que não podem se sentir excluídos. Dessa forma, o Instagram como rede social, rapidamente penetrou no dia-a-dia das pessoas e foi impondo sua presença. O trivial nos dias de hoje é buscar o perfil do Instagram de uma pessoa para termos uma melhor noção de quem ela é. As suas fotos escolhidas dizem muito sobre ela, gostos, hábitos, rotina e até informações mais íntimas como onde trabalha e sobre seus familiares. Já faz tempo em que empresas pedem o perfil do Facebook de funcionários que estão se candidatando a uma vaga, isso porque quem você é na internet diz muito sobre alguém.

Em dezembro de 2014, o Instagram atingiu a marca de 300 milhões de usuários, mesmo número de usuários ativos mensalmente, ou seja, pessoas que entram no aplicativo,

curtem, comentam ou postam. Ainda se contarmos o crescimento não divulgado deste ano, o número de pessoas que possui um conta na rede social é quase o mesmo que o número de pessoas que de fato interagem mensalmente, mostrando como é um aplicativo bem sucedido e popular que de fato se tornou parte do nosso dia-a-dia.

Sendo uma aplicativo exclusivamente de produções visuais (tendo o recurso de gravação de vídeos sido incluído em meados de 2013) não podemos deixar de tentar entender o seu impacto no mundo da fotografia e, em especial, no desenvolvimento do fotojornalismo. Ao mesmo tempo em que renomados fotojornalistas se juntaram à rede social, outras novas categorias de fotógrafos estão surgindo completamente apoiadas no aplicativo.

Fotojornalismo na era do Instagram: da câmera digital aos fotógrafos de celular

A fotografia já teve início como uma transformação da sociedade, alterando a arte e a forma como o homem encara o mundo. A possibilidade de uma simples objeto reproduzir fielmente uma imagem a sua frente era inacreditável e com mais de um século de história, a fotografia evoluiu junto a sociedade e com as novas tecnologias disponíveis.

Agora, na era digital, quando a existência se torna cada vez mais instantânea, o papel da fotografia é preservar o futuro (LISSOVSKY, 2011). Ou seja, quando você registra um passado, você confirma a possibilidade de eventos futuros. Assim, podemos enxergar este mundo dos dispositivos tecnológicos instantâneos como uma forma de sustentar um complexa rede de simultaneidades globais.

O fotógrafo moderno é aquele que vê a tecnologia tomando conta e tenta abraça-la, se incluir no processo, ser ao mesmo tempo digital e artista, e com isso, criar dentro da rede. É o chama por Mauricio Lissovsky de fotógrafo-poeta-esgrimista que “busca esquivar-se do ataque de imagens que tentam fazer dele mero veículo de sua reprodução.” (LISSOVSKY, 2011, pág 13), é aquele que tenta se destacar e impedir que o meio se torne apenas um emaranhado de clichês e sim, um lugar híbrido que permita da evolução da fotografia moderna.

“As novas tecnologias digitais tornaram possível observar, em bases cotidianas, o que antes era o lento e obscuro trabalho do sonho que constituía a vida íntima das imagens.” (LISSOVSKY, 2011). Elas facilitaram o processo, tornando-o muito mais acessível e plural. Obviamente, com uma absurda soma de imagens sendo produzidas

diariamente, nem tudo que vemos é de qualidade artística, mas não podemos deixar de observar o que esse movimento pode significar para o desenvolvimento da fotografia, até mesmo reinventando o que significar ser fotógrafo.

Para entender o que significa essa mudança da fotografia com a chegada do mundo digital, temos que analisar o seu significado enquanto criadora de um mundo acelerado, em constante transição, pois sem dúvidas a fotografia elimina fronteiras nacionais e barreiras culturais (MCLUHAN, 1979). Tanto como forma de expressão artística ou meio de comunicação, a fotografia possibilita como nenhum outro meio, uma quase que instantânea conversão entre mundos distantes, pois a foto comprova a veracidade do que acontece e permite que outros compartilhem da experiência.

Por tanto, sendo cada vez mais acessível, a fotografia não só tem um poder estético, como informacional, ela gera um mundo onde tudo está conectado. Mas, além da ideia de conectar pessoas, Mcluhan fala sobre outra característica da fotografia e explica como “o efeito da aceleração da sequencia temporal é o de abolir o tempo” (MCLUHAN, 1979, pág 223) dessa forma, ela faz com que tudo se torne “old news” muito rapidamente, o que acarreta um constante movimento por busca de novidades e de mudanças.

Para o teórico canadense, a fotografia impulsionou a arte, desviando o olhar das paisagens em direção ao surrealismo (MCLUHAN, 1979). Dessa forma, poderíamos comparar esse impulso com outro similar, a instantaneidade, que dessa vez é o que incentiva a fotografia a se tornar cada vez mais presente a partir do momento em que vivemos num mundo da internet, da instantaneidade global. Se tudo é urgente, a fotografia serve como registro dessa urgência. No entanto, ao mesmo tempo em que a fotografia marca o mundo do instantâneo, ela também se modifica, uma vez que como arte, deve ir além de um simples registro, da captura de um instante, mas sim, ser um somatório de técnica, momento e ideia.

Quando falamos de um mundo onde tudo esta próximo, sobre instantaneidade, passamos a entender melhor o porquê do Instagram estar ganhando um papel de destaque no que diz respeito a relatar o que acontece ao redor do mundo, incluindo áreas remotas e zonas de conflito. Temos exemplos de grandes fotojornalistas como David Guttenfelder (@dguttenfelder), da Associated Press e ganhador de sete prêmios da World Press Photo, e em sua conta do Instagram já mostrou parte do seu trabalho fotográfico na Coreia do Norte, uma cobertura do Tufão nas Filipinas. Outro grande nome do fotojornalismo é Benjamin

Lowy (@benlowy), um dos cinco fotógrafos escolhidos pela revista Time para cobrir o furacão Sandy, pelo Instagram.

Os fotojornalistas estão usando o aplicativo de compartilhamento de fotos especialmente para dividir com o mundo seus projetos, da forma mais rápida e influente que temos no dias de hoje. Essa nova onda de usuários está gerando excelentes imagens no aplicativo e seguir esses profissionais é uma ótima forma de acompanhar o que está acontecendo no mundo.

O jornalista e SEO Simon Sedorenko, da New York Film Academy, uma das melhores instituições de ensino de cinema e fotografia dos EUA, escreveu em sua matéria que existem duas formas pelas quais podemos analisar o Instagram³. Há o fotógrafo amador que usa as ferramentas automáticas do Instagram para postar tudo que vê, sem se preocupar tanto com luz ou composição. E há os profissionais, que esperam o momento exato para tirar uma foto, e passam mais horas editando para só depois postar em sua página na rede social, para que seus milhares de seguidores possam saber qual trabalho estão produzindo no momento.

Se tornou mais do que comum em meios de comunicação especializados em fotografia citar o Instagram como fonte. Por exemplo, no British Journal of Photography, encontramos matérias que falam sobre como “o artista vem expandindo seu trabalho a partir da sua conta do Instagram” e ainda um caso específico quando, durante uma crítica de um trabalho recente de um fotógrafo, o jornalista levou em consideração na matéria a sessão de fotos que foi feita no Instagram do artista⁴.

Para artistas integrados às novas mídias, a internet não é apenas um meio de comunicação mas sim, um espaço para intervir artisticamente, um espaço público acessível. Muitos fotógrafos estão utilizando câmeras profissionais caríssimas para depois editarem em aplicativos de celular e compartilhar no Instagram. No entanto, Sedorenko afirma que “as linhas entre fotografia de celular e câmeras DSLR estão se tornando cada vez mais tênues”, pois com avanços tecnológicos e uma demanda crescente por celulares com câmeras cada vez melhores, uma nova categoria de fotógrafos está surgindo: os fotógrafos

³ Disponível em: <https://www.nyfa.edu/student-resources/mobile-photography-from-smart-phone-to-the-real-digital-world/> acesso em 02/06/2015

⁴ Disponível em: <http://www.bjp-online.com/2013/12/project-pressure/> e <http://www.bjp-online.com/2015/05/showstudio-nick-knights-digital-fashion-concept/> acesso em 08/07/2015

de smartphones e fotógrafos exclusivos de Instagram. No trecho abaixo, Machado aponta para o fato de que:

Se toda arte é feita com os meios de seu tempo, as artes eletrônicas representam a expressão mais avançada da criação artística atual e aquela que melhor exprime sensibilidades e saberes do homem da virada do terceiro milênio. (MACHADO, 2004, pág 2)

O Professor da USP, Arlindo Machado explica que a mídia eletrônica com o passar do tempo passou a ser vista como um “campo de possibilidades para expressão estética”(MACHADO, 2004, pág 2) e agora, podemos de certa forma dizer o mesmo sobre as mídias digitais. Uma vez que após a invenção de um aplicativo como o Instagram, por exemplo, os usuários estejam livres para fazerem o uso que acharem melhor, as possibilidades são infinitas e só descobertas através da interação entre as pessoas. A forma como usamos as mídias para produzir arte interfere diretamente no desenvolvimento das mídias, por outro lado, o surgimento de novas mídias afeta por completo a nossa forma de produzir arte. Segundo o professor, os artistas modernos estão, na verdade, atravessando os limites das máquinas semióticas e reinventando radicalmente os seus programas e suas finalidades” (MACHADO, 2004, pág 5).

Assim, para ele, o que um verdadeiro artista faz é manejar os aparatos tecnológicos no sentido contrário da sua produtividade programada (MACHADO, 2004), pois a arte sempre buscou romper barreiras ao mesmo tempo em que inseria no contexto no qual é produzida e consumida. Dessa forma, não é de se espantar que se produzam fotografias de qualidade ou mesmo novas formas de pensar a fotografia na internet, o âmago de uma sociedade plenamente inserida nas redes sociais. Vamos considerar aqui o relatório da International Telecommunications Union (ITU) que constatou que neste ano de 2015 serão 3,2 bilhões de pessoas no mundo usando a internet, um crescimento vertiginoso se pensarmos que nos anos 2000 eram apenas 400 milhões. Em relação as redes sociais, os números são ainda mais impressionantes. O Instagram atualmente conta 300 milhões, o Twitter com 302 milhões e o Facebook 1,44 bilhões, todos os números relativos a usuários ativos mensalmente.

Na sociedade moderna, da WEB 2.0, o natural de existir é estar online e conectado, é o existir na rede, garantia de que outros estejam olhando. A fotografia por sua vez, aparece tanto como forma de expressão dos usuários como o próprio movimento de fotógrafos e artistas que veem esse sistema como uma nova possibilidade de expressão.

Machado aponta para o fato de que os produtos de mídia podem ser a arte do nosso tempo, uma vez que são produções de grande qualidade artística auxiliadas pelas tecnologias atuais. Afinal, é parte do fazer artístico extrair o máximo de possibilidade dos meios a disposição em cada época, seja em produções visuais ou na música ou outras expressões artísticas.

Essas possibilidades que estão no interior da própria mídia, são alternativas aos modelos de normatização e controle da sociedade advindas da intervenção artística no mundo midiático. “Subvertendo as “possibilidades” prometidas pelos aparatos” (MACHADO, 2004, pág 9), os artistas tem novas formas para se posicionar no mundo de hoje. É uma reinvenção das finalidades de um programa que foi pensado pelos seus criados com um determinado propósito limitado e ganha novas funções nas mãos de artistas prontos para explorar suas possibilidades.

Assim, tanto o meio é influenciado pelo uso que fazemos dele, sejam *selfies*, sejam coberturas da National Geographic, quanto a presença do meio no nosso dia-a-dia também nos afeta, ditando a nossa forma de experimentar a arte e de interagir com o mundo. Para Machado “em nosso tempo, a mídia esta permanentemente presente ao redor do artista” (MACHADO, 2004, pág 9). Então, uma revista famosa por seus renomados fotógrafos não poderia deixar de se inserir em uma rede social de exposição de fotos e ao mesmo tempo, ao participar, muda a experiência de outros usuários.

Assim, Lemos explica que “os segredos dos objetos nunca são revelados (...) a sua existência só é percebida pela nossa experiência” (LEMOS, 2012, pág 21), nos levando para uma outra análise desta apropriação do Instagram pelos fotojornalistas. Através da ótica da artemídia podemos entender melhor esse rompimento com o propósito inicial do programa e analisar a criação artística que é feita a partir dele. No caso do aplicativo Instagram, se como vimos, a arte faz uso de toda a tecnologia que tem à disposição no momento, para transformar algo banal em sublime, através da uso de artistas e fotojornalistas, vemos o propósito do aplicativo se expandindo para limites que antes eram impensáveis. Machado afirma que:

A artemídia, como qualquer arte fortemente determinada pela mediação técnica, coloca o artista diante do desafio permanente de, ao mesmo tempo em que se abre às formas de produzir do presente, contrapor-se também ao determinismo tecnológico, recusar o projeto industrial já embutido nas máquinas e aparelhos, evitando assim que sua obra resulte simplesmente num endosso dos objetivos de produtividade da sociedade tecnológica. (MACHADO, 2004, pág 6)

A fotografia no Instagram serve de excelente exemplo de arte mídia uma vez que a rede social serve com um meio para divulgação de trabalhos de artistas. É de graça, popular e sem discriminações. Todo fotógrafo tem uma chance igual, o desafio é se destacar. Podemos buscar os dados que comprovem essa afirmação na própria rede social. O fotojornalista David Guttenfelder tem atualmente 759 mil seguidores, enquanto a blogueira Nina Santana, 856 mil. Temos ainda exemplos de pessoas que não vivem de redes sociais, como o piloto Adam Senatori, com 848 mil seguidores, e sem nenhuma educação formal em fotografia. Numero incrível se compararmos a David Alan Harvey, membro da Magnum Photos, atual fotógrafo da National Geographic e conta com apenas 218 mil seguidores.

Assim, Machado explica como o desafio é a forma de inserção do artista nas novas mídias. Para atuar nas redes sociais, o verdadeiro artista deve portanto fugir de uma mera inclusão no meio, apenas reforçando os estímulos nas mídias de massa e sim, buscar uma estética mais individual nesta era eletrônica.

Aqui devemos apontar os olhares para os fotógrafos de Instagram, essa nova categoria dentro da fotografia que faz referência a profissionais que trabalham exclusivamente para postar as suas imagens nessa rede social. Como mencionei acima, o Instagram é povoado por fotógrafos profissionais que expõem seus trabalhos ou pelos amadores que postam fotos de café do Starbucks.

No entanto, vem surgindo uma nova categoria, os Instagramers profissionais. Eles são tanto fotógrafos de celulares, que utilizam apenas a câmera de seus aparelhos telefônicos para fotografar, junto às hashtag: Iphoneonly ou mobilephotography. Do outro lado, vemos fotógrafos que possuem câmeras dignas de trabalhos da National Geographic, mas que depois de editar, reduzem as fotos ao formato do pequeno quadrado de 640px da rede social.

O que ambas os tipos de fotógrafos tem em comum é o espaço e o respeito que eles estão ganhando no meio da fotografia. Por trabalharem dentro da rede social, tem acesso ilimitado a pessoas ao redor do mundo. Podem ser admirados por pessoas na China e trabalharem exclusivamente em NY. Podem residir em Paris, como é o caso do fotógrafo VuTheara Kham, com um milhão de seguidores e em sua página na internet explica que “descobriu a fotografia graças ao Instagram”.

Outro exemplo interessante é o do carioca Paulo Del Valle, que tem como carreira viajar pelo mundo e expor seu trabalho na rede social. Paulo tem “apenas” 266 mil seguidores e visita muitas cidades a convite de câmaras de turismo de cada lugar. Em seu site, afirma que começou a postar por brincadeira e depois de três anos tinha 200 mil seguidores na rede social. Foi por conta do Instagram que ele resolveu estudar fotografia .

Machado explica esse fenômeno afirmando que “quem faz arte hoje, com os meios de hoje, está obrigatoriamente enfrentando a todo momento a questão da mídia e do seu contexto (...) com seus imperativos de dispersão e anonimato, bem como com seus atributos de alcance e influência.” (MACHADO, 2004, pág 14). O desafio para essa nova leva de fotógrafos é aceitar as imposições dos dispositivos ou ainda usá-las a seus favor, é aceitar que o Instagram não faz distinção entre uma adolescente popular e um fotógrafo da National Geographic e usar o grande alcance da rede social para se tornar influente além das páginas de uma revista.

Afinal de contas, os públicos que estão apreciando essa nossa forma de expor arte são cada vez mais heterogêneos, podem ou não ser especializados, e muitos não se dão conta de que estão presenciando uma experiência estética. Quando a arte sai do espaço delimitado do museu, dos livros especializados e das molduras caseiras para o espaço público da internet e passa a ser apreciada pelas massas, ela muda não só o seu alcance como a sua configuração “a arte passa a enfrentar agora o desafio da sua dissolução e da sua reinvenção como evento de massa.” (MACHADO, 2004, pág 14) Arte esta cada dia mais saindo do espaço delimitado das galerias e salas de teatro e indo para as ruas, de encontro com as pessoas. O conceito esta mais fluido do que nunca, pois com as formas tradicionais se esgotando, essa junção com a mídia pode significar uma nova era.

Referências Bibliográficas

BECKER, Beatriz. Pensando e fazendo jornalismo audiovisual: a experiência do projeto TJ UFRJ. Rio de Janeiro: E-papers, 2012.

BECKER, Beatriz. ; Maldonado, Oscar . Reconfigurações da mediação jornalística na contemporaneidade: Processos colaborativos de construção de notícias no CNN iReport & NowPublic. Estudos em Comunicação/Communication Studies, v. 9, p. 197-222, 2011.

GALHARDI, Claudia ; ORTEGA, Felix. Fluxo da programação televisiva aberta no Brasil: uma

nova proposta metodológica e caso prático no Estado de São Paulo. Intercom Manaus, 9/2013.

LEMOS, André. A comunicação das coisas. A internet das coisas e a teoria do ator-rede. Salvador, apresentado no SimSocial, 2012.

LIMA, Nilma Regina Mendes. Intimidade Compartilhada: a espetacularização do eu nas redes sociais - um estudo analítico do Facebook. Intercom Manaus, 9/2013.

LISSOVSKY, Maurício. Dez proposições acerca do futuro da fotografia. Revista Facom, primeiro semestre, p. 04-15, 2011.

MACHADO, Arlindo. Arte e mídia: aproximações e distinções. Revista Eletrônica E-Compós, edição 1, 2004.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Ed. Cultrix, 1979.

NOLAN, Markham. How to separate fact and fiction online.
https://www.ted.com/talks/markham_nolan_how_to_separate_fact_and_fiction_online?language=en#t-791367 Acesso 29/06/2015

Sites de informação para imprensa. Acesso em 08/07/2015

<http://newsroom.fb.com/company-info/>

<https://instagram.com/press/>

<https://about.twitter.com/company>