

Estética da banalidade? Algumas reflexões sobre a guerra de imagens nas redes sociais digitais¹

Resumo: A partir de um exercício teórico-reflexivo, o presente texto tem o objetivo de se debruçar sobre alguns elementos que parecem mobilizar a produção e a circulação das imagens no contexto das redes sociais digitais. Detendo-se sobre exemplos como os dos *selfies*, procura-se estabelecer certas distinções com o que se poderia descrever como formas tradicionais ou convencionais da história da figuração.

Palavras-chave: imagem, redes sociais digitais, *selfie*, tecnologias digitais.

Tomemos, por exemplo, uma escultura de Bernini, um quadro de Tiziano, uma gravura de Goya, uma fotografia de Atget, um filme de Godard. Não obstante a heterogeneidade desses exemplos, há algo muito interessante que os une: mais do que artistas, cada um desses nomes é, antes, um "produtor" de imagens. Cada um deles produziu uma imagem não apenas a partir de uma ideia, um afeto, um desejo (ou qualquer outra "inspiração" que poderíamos aqui aventar), mas a partir da tradução disso em uma *forma* de apresentação cuja especificidade reside justamente em se cristalizar, diante de nossos olhos, como algo que deve ser compreendido "como imagem", isto é, como algo que se firma, sob um certo sentido, não como o mundo ordinário, mas como qualquer coisa de distinta dele.

É essa identificação como *forma* que nos permite asseverar que a colorida fotografia que vemos, emoldurada e pendurada na parede, refere-se à imagem de um vaso de flor e não a um vaso de flor em si. Podemos reconhecer que esse vaso de flor da parede nos é apresentado segundo uma *forma* a partir da qual

¹ Este texto é uma versão revisada e aprimorada de excertos da tese defendida pelo autor junto à (suprimido para avaliação).

percebemos que ele não constitui nosso *mundo imediato*, mas sim um perfil possível dele.

Assim, nesses nossos exemplos acima, a tradução de ideias, afetos ou desejos na materialidade do papel fotográfico, do óleo sobre a tela, do mármore da escultura, do papel e das tintas da gravura ou da tela e suas luzes – no caso do cinema ou da TV – demarca o objeto que vemos como uma "imagem" do mundo, como um objeto "extraordinário" em relação a ele, como algo não trivial, algo que não pode ser encontrado durante um evento corriqueiro. É, pois, essa sua materialidade e o modo como ela se apresenta a nós que nos indicam tratar-se de uma "imagem". De fato, fazendo um brevíssimo sobrevoo pela história da figuração, até o final do século XX, a *forma* encontrada para se "produzir" essa imagem (o que também envolve a sua fruição) era aquela que podemos descrever como *forma espetacular*, em que a imagem busca, fundamentalmente, "representar" algo – boa parte disso em linhas lógicas –, estabelecendo uma frontalidade em relação àquele para quem é preparada, seu "espectador". A *forma espetacular* é uma espécie de "artifício" que nos possibilita produzir "imagens" do mundo, mas também que essas sejam identificáveis como tais.

Isso, no entanto, não basta, e há na *forma espetacular* uma exigência imprescindível a fim de que essa "inspiração" possa "ter direito"² de se tornar imagem: ou deve ter algo de "excepcional" como objeto ou conteúdo (a simetria e a delicadeza estarrecedoras das figuras de Bernini, a decadência de uma Paris desconhecida na fotografia de Atget) ou deve tornar-se algo excepcional ao ser traduzida sob a *forma espetacular* (como os diálogos ziguezagueantes dos roteiros de Godard, que se tornam qualquer coisa, menos algo sem sentido, quando ganham a sua *mise en scène*). Produzir uma imagem, dentro desse contexto espetacular, significa, portanto, lidar sempre com uma "excepcionalidade".

Essa excepcionalidade não reside necessariamente no objeto em si, mas também pode se articular na conjunção entre ele e seu modo de fruição. É isso que abre espaço para que um objeto comum, algo que não forçosamente tenha

² Ver DIDI-HUBERMAN, 2012, p. 15.

sido concebido para ser imagem, possa se tornar imagem: é a conjunção desse objeto com a sua situação de apresentação que atribui àquilo uma condição de excepcionalidade e, assim, de "imagem". Um primeiro exemplo é o teatro, em que, ao seguir determinados códigos da forma espetacular do drama (estar sobre um palco, projetar a voz, alargar os gestos, dizer um texto sem esperar respostas), transforma o objeto-corpo do ator em imagem teatral: o teatro o destaca, torna-o excepcional a partir desses códigos. Podemos recorrer ainda a outros exemplos, como o de Marcel Duchamp, que operaria exatamente isso ao exhibir um urinol no espaço de um museu. Seu caso mostra-nos que as próprias condições de exibição (dadas pelo contexto espetacular da frontalidade e por sua exigência sobre nós a fim de que extraíamos um "significado" para aquela imagem tão bizarra: "mas o que isso quer dizer?") atribuem àquilo que vemos, àquela imagem, o seu caráter de excepcionalidade no mundo. Isso significa que são essas condições que permitem que miremos aquele objeto como uma "imagem" e não como o urinol do banheiro mais próximo.

É como se, ao traduzir algo do mundo em uma *forma espetacular*, nós lhe retirássemos de um lugar comum³, de um lugar trivial, e indicássemos: "isso, e não aquilo, deve ser visto (ou ouvido)"⁴. Seja no âmbito artístico, seja em um contexto litúrgico ou religioso, a imagem terá sempre esse caráter de "excepcionalidade" em relação ao mundo. E isso não tem mesmo a ver com uma "aura" nem com a "autenticidade" ou com a "originalidade" do objeto: ainda que a fotografia seja reproduzida, aquilo que temos ali, ao mirar o papel, impõem-se a nós não como algo do mundo, como algo ordinário, mas como algo "fora" dele, fora da sua imprevisibilidade e é nesse sentido que mesmo a cópia, enquanto algo que se torna previsível dentro da imprevisibilidade do mundo, guarda também uma certa "excepcionalidade".

Mas, enquanto essas imagens convencionais parecem sempre convocar a dimensão do excepcional, o que vemos, em muitas circunstâncias nas chamadas "redes sociais digitais", insinua não mais cumprir forçosamente essa

³ Sem fazer aqui referência direta à expressão de Arthur Danto (DANTO, 1981).

⁴ Por isso, "excepcional" ou "extraordinário" aqui devem ser compreendidos estritamente dentro de suas definições mais literais, ou seja, a daquilo que é exceção dentro do comum e a daquilo que está fora do ordinário.

exigência. Certos objetos, que em um contexto “espetacular” não teriam relevância, podem se tornar o foco da atenção: nessas redes, pode-se eleger como imagem não a estonteante beleza de um objeto ou a perfeição de seus contornos, não a harmonia da forma, não aquilo que evoca algum valor de verdade, não a situação extraordinária em que ele aparece ou nem mesmo aquilo que possa se tornar excepcional quando exibido, mas sim aquilo diverso ou mesmo contrário a isso. Esse novo contexto permite que algo se torne imagem sem necessariamente recorrer ao extraordinário e – o mais importante – não conferirá ao objeto da imagem, como faria a *forma espetacular*, um caráter de excepcionalidade pela simples transformação dele em imagem.

Com efeito, isso não deixa de se relacionar também à própria facilidade de conversão do mundo e de seus fenômenos em imagem digital: a facilidade de manipulação dos dispositivos e a desvinculação da produção da imagem a uma materialidade específica parecem alterar radicalmente essa exigência do excepcional. No contexto dessas redes digitais, tem direito à imagem não apenas aquilo que se destaca da ordinariedade do mundo: parece haver uma generalização do direito à imagem. Tudo pode ser convertível em imagem digital, o que desvincula a imagem dessa obrigação do excepcional. Assim, nesse contexto, abre-se espaço para o “ordinário”: paradoxalmente, é a própria “ordinariedade” do objeto da imagem que o torna digno de atenção. Irrompe, então, o que poderíamos postular, paradoxalmente, como uma “estética da banalidade” – “banal” aqui no sentido de “ordinário”, “comum”, “sem muita importância” –, tendência ainda mais hipertrofiada pela condição caótica em que são produzidas e circulam as imagens das redes sociais digitais.

Pensemos, por exemplo, no interesse despertado por certos perfis de personagens dessas redes de compartilhamento de imagens e vídeos⁵

⁵ Destaquemos aqui, por exemplo, o Instagram, o Facebook, o TikTok e o Youtube. Ainda que nosso foco aqui não seja o de analisar em profundidade esses perfis, mas sim o de refletir sobre eles a partir de elementos muito específicos, vale citar como referência dois estudos quali-quantitativos. Um deles é o projeto pioneiro de Jean-Samuel Beuscart, Dominique Cardon, Nicolas Pissard e Christophe Prieur sobre os usos sociais do Flickr, (BEUSCART, CARDON, PISSARD, PRIEUR, 2009); outro é o estudo plurirregional *Selfiecity: Exploring Photography and Self-Fashioning in Social Media*, em que Lev Manovich e Alise Tifentale buscam identificar certos padrões e tendências no Instagram concentrando-se sobre imagens de *selfies* (MANOVICH, TIFENTALE, 2015, pp. 109-122).

(concebamos aqui o banal não de modo pejorativo – assim como não podemos conceber o excepcional –, mas sim como aquele "comum", aquele "ordinário" que a ele relacionamos). Interessante é perceber como ganham espaço, dentro dessa produção de imagens, situações que não seriam elencáveis, em outros contextos, como objetos a se tornarem imagens. Sugere-se aí uma espécie de modificação e uma extensão extrema do domínio do "fotografável" e do "filmável": tornam-se relevante o prato que se come, a fila do metrô, o pôr do sol, o último corte de cabelo, não porque forçosamente tenham algo de excepcional, mas simplesmente porque trazem em si essa expressão do banal. Sua importância reside justamente na sua banalidade. E será justamente para evidenciar essa banalidade que aparece, com força, uma espécie de "informal": para que se inscreva como parte desse comum, a imagem deve parecer "espontânea", como se não tivesse sido preparada para aquele contexto, daí a admissão de um "assimétrico" que de todo modo deve ser evidenciado.

Um grande exemplo disso pode ser oferecido por aquela que poderia ser considerada como a "mais representativa das práticas fotográficas das formas visuais contemporâneas"⁶, o comumente chamado "*selfie*"⁷. Ao concebermos o seu modo de produção, é interessante pensar que, embora muitas dessas imagens tenham exigido um profundo esforço por parte daquele que fotografa (em alguns casos extremos sob o risco de lhe furtar a própria vida⁸), elas se orientam por uma espécie de linguagem que muito se diferencia daquela do formato fotográfico convencional: além de ser produzida de antemão visando o seu compartilhamento⁹, a própria forma com que a fotografia é realizada já subverte, em certa medida, a frontalidade planejada da *forma espetacular* e talvez por isso o *selfie* guarde, no mínimo, aquela estranheza diante de uma fotografia tradicional. Como prática fotográfica, parece eleger o assimétrico, o não uniforme, o heterogêneo como seus próprios elementos estéticos – e por

⁶ Assim como sustenta o professor André Gunthert, "la pratique photographique la plus représentative des formes visuelles contemporaines" (GUNTHERT, 2015, p. 152).

⁷ Sobre uma breve história do *selfie*, ver RIVA, 2016, pp. 19-38; GUNTHERT, 2015, pp. 151-171; GUNTHERT, 2018.

⁸ Ou, como destaca Gunthert evocando Pierre Bourdieu, "o que conta assim não é a dimensão estética das fotos, mas a aventura singular daquele que as tirou" (GUNTHERT, 2015, p. 154, citando BOURDIEU, 1989, p. 62).

⁹ Cf. RIVA, 2016, p. 19.

isso, para muitos fotógrafos, seria a maior das heresias considerá-lo mesmo como "fotografia".



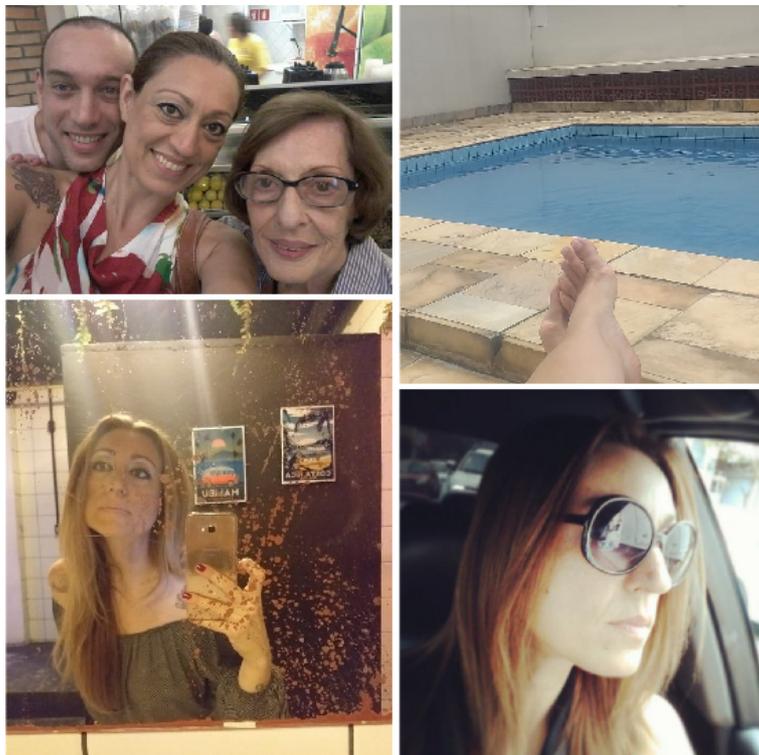
Selfie durante a cerimônia do Oscar em 2014. Um dos mais conhecidos e compartilhados *selfies* da história das redes. Fonte: 100photos.time.com

Para além das inúmeras questões a que esse tipo de prática nos convida hoje a pensar – sobretudo àquelas relacionadas à subjetividade e à construção da identidade¹⁰ –, concentremo-nos aqui sobre a sua *forma* em si. Tudo já começa com um ângulo "fora do convencional", um pouco estranho às técnicas tradicionais do enquadramento fotográfico, ângulo que depende inteiramente da extensão do braço do sujeito que pressiona o botão do dispositivo, sujeito esse que também é sempre objeto de suas próprias lentes. A configuração não busca o posicionamento simétrico entre ele e seu entorno (algo que um simples tripé talvez pudesse resolver), mas é esse "arranjo desalinhado" o que justamente parece atribuir um caráter singular à ação.

É assim que o próprio modo pelo qual a fotografia se realiza parece concorrer com aquilo que ela mesma visa: aquilo que é fotografado é tão importante quanto o modo em que é fotografado. O sorriso de lado, a expressão jamais limpa – dando origem mesmo a certos padrões como a língua para fora

¹⁰ Acerca do *selfie* especificamente como elemento de construção de identidade e de formação do "ego", ver RIVA, 2016, p. 77-89; LICHTENSZTEJN, 2015, pp. 35-59. Para uma análise ampla sobre o *selfie* e seu papel dentro de um "ethos" contemporâneo, ver NAIVIN, 2018.

ou a famosa "duckface"¹¹ –, a agregação disforme dos corpos em torno da câmera somente vem compor essa assimetria, conferindo àquele "evento" uma certa espontaneidade. Um efeito paradoxal, no entanto, advém justamente se pensarmos que essa "informalidade" ou essa "assimetria" passam a orientar uma espécie de código – "selfie ao espelho", "selfie de lado", selfie "frontal", "selfie dos pés"¹² –, a ponto de se converterem mesmo em uma nova *mise en scène* e, com ela, aquele estilo da fotografia "espontaneamente posada".



Selfie frontal, selfie dos pés, selfie de espelho, selfie de lado. Classificação segundo André Gunthert (2015, p. 156). Fotografias de Alessandra Scaf.

Essa busca pela espontaneidade, por uma imagem "informal", "vernacular", por algo que escape aos modos mais "profissionais" e sofisticados

¹¹ Mais sobre essas fórmulas recorrentes nos *selfies*, ver ULLRICH, 2016, p. 34.

¹² Assim como descreve André Gunthert, ao apresentar os "différents types de selfie": "selfie au miroir, (...) selfie retourné, (...) caméra frontale (...), selfie aux pieds (...)" (GUNTHERT, 2015, p. 156).

de produção de imagens – um "tempo dos amadores"¹³ –, parece ainda ressoar na guerra de vídeos hoje compartilhados nas redes, sobretudo em grandes plataformas dedicadas exatamente a isso¹⁴. Evidentemente que os trabalhos mais sofisticados também estão presentes e em larga escala, mas interessante é perceber que eles entram em tensão com esse outro movimento da imagem, concorrendo com produções que parecem ganhar espaço – ou número de "seguidores" ou de "inscrições" – justamente pelo seu aspecto "amador", capaz de promover, por sua conta e vez, uma certa aproximação com o "espectador", uma certa "intimidade", e assim corroborando com o estabelecimento de uma *familiaridade* entre um e outro.

A imagem, nesses casos, não só não esconde, como faz questão de mostrar, por exemplo, os detalhes que envolvem a sua própria produção. Mas, para que essa intimidade entre espectador e imagem se estabeleça, é mister que entre eles haja um certo "acordo tácito": é necessário que o espectador "confie" na imagem. E o que melhor para estabelecer confiança do que contar os seus mais ocultos segredos? Sob uma estratégia aparentemente paradoxal, embriagada de um "desejo de extimidade"¹⁵, de tudo mostrar ao espectador, a imagem desnuda-se a ele evidenciando em si aquilo que tem de mais particular: as falhas e os incidentes de gravação, a parca ou mediana sofisticação dos equipamentos e das técnicas de iluminação, sonoplastia e edição e a amadora preparação da *mise en scène* tendem a ser superexpostos, sendo, com isso,

¹³ Cf. GUNTHER, 2015, p. 80. Ressalta-se que aqui "amador" não pode ser compreendido dentro de um registro valorativo, como algo menor ou menos importante, mas sim na linha daquilo que não frequenta o círculo dos profissionais da imagem e de suas técnicas mais específicas. Vale conferir ainda, sobre o tema específico do "amador" como elemento característico da imagem na "era digital", bem como sua inscrição dentro da lógica de operação da web, a obra organizada por Laura Rascaroli, Gwenda Young e Barry Monahan, *Amateur filmmaking: the home movie, the archive, the web* (RASCAROLI, YOUNG, MONAHAN, 2014), sobretudo os ensaios de Lauren Berliner (*Shooting for Profit: The Monetary Logic of the Youtube Home Movie*) e Max Schleser (*Towards Mobile Filmmaking 2.0: Amateur Filmmaking as an Alternative Cultural Practice*).

¹⁴ Entre as principais e atualmente mais populares estaria o Youtube.

¹⁵ "Desejo de extimidade" que aqui citamos de Serge Tisseron, ao escrever sobre o "théâtre des selfies": "(...) j'ai appelé « désir d'extimité » le processus qui pousse chacun à présenter à son entourage des facettes jusque-là gardées secrètes de lui-même, *afin d'en éprouver la valeur*" (TISSERON in NAINVIN, 2018, p. 9). O itálico é nosso.

convertidos em elementos que dão o tom, definem o estilo e atribuem "valor" ao material exibido.

A isso, somam-se ainda a própria seleção dos temas a serem tratados e a ausência de roteiros estritamente definidos, abrindo espaço ao improviso, à informalidade e à habilidade de manter, pela fluidez da oratória e a seleção de questões simples, uma relação de extrema "proximidade" conosco.

Não seriam esses aspectos traços marcantes, por exemplo, no fenômeno da explosão dos conhecidos "vloggers" (ex.: "youtubers", "facebookers" etc.), personagens cada vez mais comuns nas redes, e de seus "live streaming" (vídeos em "tempo real")? Talvez essa "superexposição", a partir desse "informal" e desse "amador", com a busca pela "proximidade" possam nos ajudar a compreender, em certa medida, algumas das razões da própria crise contemporânea dos *media* de massa (sobretudo suas ressonâncias no jornalismo): em síntese, condições outras em que a imagem opera (dentro de uma forma outra de fruição) acabam configurando uma diversa relação entre espectador e imagem, para além daquela possibilitada pela *forma espetacular*.

Por mais que certas produções desses *media* operem justamente no sentido de estabelecer uma proximidade com o espectador, tal proximidade acabaria, em alguma medida, sendo limitada pelas próprias características da *forma espetacular*. O esforço de proximidade que envolve, por exemplo, a construção da imagem em um noticiário guarda, em seus princípios, o mesmo fundamento que orienta a relação entre plateia e palco no teatro¹⁶: trata-se de uma "proximidade" cujos limites estão sempre claramente delimitados, cada qual com funções muito específicas a desempenhar (pois no teatro, pela *forma* em que ele mesmo é organizado, tanto a plateia como o público devem seguir certas

¹⁶ Acerca da influência do legado da forma teatral sobre o contexto dos *media* de massa: "Tanto o cinema, quanto o rádio e, posteriormente, a televisão parecem articular, no limite, todo o seu modo de operação nessa mesma lógica espetacular. Não por acaso, a organização das primeiras emissoras – tanto de rádio como de TV – dar-se-ia justamente em grandes teatros, com seus célebres "programas de auditório". Ou mesmo o cinema, cujas primeiras importantes experimentações recorreriam, em larga medida, ao modo de organização dramática e cênica do teatro" (**suprimido para avaliação**).

regras tácitas¹⁷). É, nesse sentido, que há "atuação" de ambos os lados: todo o *modus operandi* da TV, assim como o do teatro, será meticulosamente pensado de modo a evitar qualquer tentativa de rompimento dessa *frontalidade*.

Essa separação, no entanto, parece ser desarticulada nesses casos das redes sociais digitais. Com efeito – e aqui sobrevém mais um dos paradoxos –, aquilo que seria tratado como “anomalia”, “deslize” ou “ruído” no contexto da *forma espetacular* (como informalidades ou “falhas” do processo de produção, em geral ocultadas do espectro apresentado à audiência) será justamente o elemento promotor da identidade dessas produções imagéticas.

Referências

BEUSCART, J.; CARDON, D.; PISSARD, N.; Prieur, C. Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? Les usages de Flickr. **Réseaux**, vol. 2, n. 154, pp. 91-129, 2009.

BOURDIEU, P. *et alii*. **Un art moyen** : essai sur les usages sociaux de la photographie [1965]. Paris: Les Éditions de Minuit, 1989.

DANTO, A. **The Transfiguration of the Commonplace**: A Philosophy of Art. Cambridge: Harvard University Press, 1981.

DIDI-HUBERMAN, G. **Peuples exposés, peuples figurants**. L'oeil de l'histoire, 4. Paris: Les Éditions de Minuit, 2012.

GUNTHER, A. **L'image partagée**: la photographie numérique. Paris: Éditions Textuel, 2015.

GUNTHER, A. La consagración de la selfie: una historia cultural. **Nexus Comunicación**, n. 24, ago./dic. de 2018.

LICHTENSZTEJN, A. **Le selfie** : aux frontières de l'égoportrait. Paris: L'Harmattan, 2015.

¹⁷ Aqui nos referimos ao que se pode conceber, a rigor, como "teatro tradicional", herdeiro direto do formato grego antigo. É claro que haverá muitas e muitas tentativas de subversão dessa *forma*: a essa questão nos dedicamos especialmente em (suprimido para avaliação).

MANOVICH, L.; TIFENTALE, A. Selfiecity: Exploring Photography and Self-Fashioning in Social Media. In: BERRY, D. M.; DIETER, M. **Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design**. New York: Palgrave Macmillan, 2015.

NAIVIN, B. **Selfie(s)**: analyses d'une pratique plurielle. Paris: Hermann, 2018.

RASCAROLI, L.; YOUNG, G.; MONAHAN, B. **Amateur filmmaking: the home movie, the archive, the web**. New York: Bloomsbury, 2014.

RIVA, G. **Selfie**: narcisismo e identità. Bologna: Il Mulino, 2016.

ULLRICH, W. Selfies : un langage universel. In: RAMOND, S.; PACCOUD, S. (dirs.). **Autoportraits** : de Rembrandt au selfie. Catalogue Exposition Musée des Beaux-Arts de Lyon. Köln: Snoeck Verlagsgesellschaft mbH, 2016.