



FOTOPINTURA E FILTROS DO INSTAGRAM: MODOS DE ENCENAÇÃO DO RETRATO FOTOGRÁFICO

*PHOTO PAINTING AND INSTAGRAM FILTERS:
STAGING MODES OF PHOTOGRAPHIC PICTURE*

Ana Rita Vidica e Rafael Delfino Alves

Universidade Federal de Goiás, Brasil
anavidica@gmail.com

Rafael Delfino Alves

Universidade Federal de Goiás, Brasil
rafaeldelfino331@gmail.com

Resumo

Esta comunicação busca pensar as relações entre o Retrato Pintado (Séc. XIX) e os filtros utilizados no *Instagram* (Séc. XXI), a fim de refletir sobre a encenação do retrato fotográfico a partir da particularidade dos seus modos de produção, materializada na visualidade de cada um deles. Embora exista uma diferença temporal, como estes dois meios de apresentação fotográfica dialogam entre si e trazem a encenação do retrato fotográfico? Pretende-se, neste texto, apresentar como o eu precário e ficcional do retrato encontra abrigo nas fotopinturas e pelo uso dos filtros do *Instagram*. Esta construção será feita através da contextualização e apresentação conceitual da fotopintura (Chiodetto, Parente e Riedl), a fim de discutir a encenação do retrato (Soulages, Fabris) pela visualidade da fotopintura e pelo uso dos filtros do *Instagram* e seus modos de produção, no primeiro pela intervenção manual e no segundo pela operação de um aparelho.

Palavras-chave: fotopintura; retrato; Instagram.

Abstract: This message tries to think about the relations between the Painted Picture (19th century) and the digital filters used on *Instagram* (21th century), in order to reflect about the staging of photographic picture from the peculiarity of each means of production, shown in the visuality of each one. Although there is a time difference, how those two ways talks among themselves and bring the staging of photographic picture? It is intended, in this words, to present how the poor and fictional self finds shelf in the photo paintings and the use of *Instagram* filters. This build will be made trough the contextualization and conceptual presentation of the photo painting (Chiodetto, Parente and Reidl), in order to discuss the picture staging (Soulages, Fabris) by the photo painting visuality and by the use of the *Instagram* filters and it's ways of production, first by the manual intervention and second by the use of an equipment.

Keywords: photo painting; picture; Instagram.

O Retrato Pintado

O retrato pintado, como expõe Parente¹ (1998. p. 271) é uma expressão utilizada para reproduções fotográficas de originais (ex.: retrato 3x4cm ou fotos antigas e estragadas) ampliadas em preto-e-branco, retocadas e coloridas à mão, reunindo uma miscelânea de pigmentos e materiais. Como na figura 1, em geral, os fundos são retirados, para que a atenção fique voltada ao retratado, reforçando ou criando a sua expressão facial e inventando a sua vestimenta.



Figura 1: Fotopintura da Coleção de Titus Rield / Autor desconhecido²
 Fonte: CHIODETTO, 2011, p. 36

A iconografia dos retratos pintados nos mostra uma predominância visual da indumentária masculina. Na maior parte dos homens são pintados paletós, camisas e gravatas. Já as roupas das mulheres não eram tão codificadas (MELENDI, 2017, p. 115), possibilitando a criação livre de estampas, cores, rendas ou franzidos, além do acréscimo de jóias como brincos, medalhas, rosários (Figura 2), elevando a posição social do retrato.

¹ Cristina Parente fez sua pesquisa sobre Fotopintura no Estado do Ceará. Ela verificou a presença dos retratos pintados nas paredes das salas de estar e santuários de imagens múltiplas, cemitérios e casas de milagres existentes em Juazeiro do Norte e Canindé (Funarte, 1998, p. 271).

² Via de regra, os autores das fotopinturas não assinavam seus trabalhos.



Figura 2: Fotopintura da Coleção de Titus Riedl / Autor desconhecido
 Fonte: CHIODETTO, 2011, p. 31

Os retoques, que culminaram na produção do retrato pintado, foram inventados pelo alemão Franz Seraph Hanfstaengl, apresentando essa técnica na Exposição Universal de Paris, em 1855. “Ao mostrar a mesma fotografia com e sem retoque, Hanfstaengl descortinou a possibilidade de esse ‘espelho mágico’ simular uma situação, ou seja, criar uma nova ‘realidade’” (CHIODETTO, 2011, p. 6).

Apesar dessa apresentação ter sido feita dezesseis anos após a invenção oficial da fotografia, segundo historiadores da fotografia, a criação do processo de fotopinturas se deu com o fotógrafo de retratos André Adolphe Eugène Disdéri (1819-1889), em torno de 1863. A partir de uma base fotográfica em baixo contraste aplicavam-se tintas para dar cores às imagens. E nos daguerreótipos usava-se uma camada de goma-arábica sobre a placa de metal, possibilitando cobrir com pinceladas transparentes de aquarela e óleo.

O processo de fotopintura chega ao Brasil ainda no século XIX, sendo bastante utilizado no nordeste brasileiro³, como aponta o colecionador de fotopinturas, pesquisador e sociólogo alemão Titus Riedl⁴, morador do Crato (CE), que levanta a tensão que envolve o retrato pintado, transitando entre a livre criação e a mimese da fotografia.

³ Embora os retratos pintados tenham sido bastante recorrentes no nordeste. Não ocorreu uma exclusividade. Eles encontraram eco em outras partes do Brasil, como nos estados de Minas Gerais e São Paulo, além de cidades localizadas no interior, principalmente. Os principais estúdios de fotopintura foram: Amirel Foto Artística Brasileira, Áureo Studio, Foto Paris (MELENDI, 2017, p. 113)

⁴ Titus Riedl possui uma coleção de fotopinturas com obras produzidas entre 1950 e final dos anos 1990. Em 2011, de 05 de abril a 21 de maio, na Galeria Estação São Paulo, foi realizada a exposição “Fotopinturas de Titus Riedl”, de curadoria de Eder Chiodetto.

Essa tensão é corroborada na fala do fotopintor Júlio Santos, em entrevista concedida à Parente (1998). Mestre Júlio, como é conhecido, coloca que “As pessoas não querem a fotografia nua e crua que mostra a realidade com espinhas, sombras, rostos pálidos, roupas pobres. Elas querem apresentar-se o melhor possível” (PARENTE, 1998 p. 277).

A fotopintura, portanto, desde o século XIX, cumpre essa função de melhorar a aparência do retratado, por meio da pintura e da colorização. Através desse processo de retoque, objetivava-se, segundo Melendi (2017, p. 114), dar prestígio ao proprietário, expressar a saudade de alguém, mostrar o orgulho pelos filhos, o respeito aos pais, a união do casal ou a solidez da família, através do retrato pintado.

Isto era feito de um modo artesanal pelo retocador, dentro de uma cadeia de produção. Os vendedores ambulantes ou bonequeiros faziam o contato direto com as pessoas, convencendo, muitas vezes, viúvas e mães de natimortos a fazerem os retratos dos seus maridos e filhos falecidos, respectivamente, como uma última lembrança. Ou insistiam para as solteiras serem pintadas com vestidos de noiva ou para eternizar o casal mais velho da família.

Ao receber o retrato original, o retocador reproduzia o original em negativo p&b, revelando-o, posteriormente. Em seguida, fazia o contorno do retratado usando mesa de luz, pincel com tinta látex vermelha para colorir face e cabelo. Depois era feita a lavagem para branquear com iodo os pontos indesejados, a secagem e colocação em papel cartão, o retoque (acréscimo dos acessórios) e colorização (tom de pele com tinta a óleo vermelho e gasolina com algodão), além do uso do esbatedor para colorir o fundo. Por fim, a fixação com verniz cristal (PARENTE, 1998, p. 273-274).

Com o advento da tecnologia digital, no século XXI, o ofício de fotopintores praticamente deixou de existir desta forma artesanal. Os poucos estúdios de fotopintura que sobreviveram passaram a realizar o trabalho pelo computador, como a Áureo Studio do Mestre Júlio. Ele afirma (*apud* PARENTE, 1998, P. 277) que “os retratos feitos no computador vão vir todos pra minha mão; porque eles vão se deteriorar, estragar e a pessoa vai querer aquele retrato que registra aquele momento e instante dele especial”.

O Retrato no Instagram

A diminuição do uso do trabalho dos fotopintores, na era digital, se deve ao fato de ter ocorrido uma maior popularização da fotografia, possibilitando que as pessoas fossem produtoras das próprias imagens. Nos anos noventa do século XX, a Kodak criou a primeira máquina fotográfica com tecnologia digital em sua totalidade (TRIGO, 2005, p.176).

A tecnologia da fotografia digital mudou significativamente a relação com a produção e armazenamento fotográfico. A partir de então, o número de fotografias não se limitava ao número

de poses do filme fotográfico e sim à capacidade de armazenamento do aparato eletrônico. Isso mudou também a maneira de produzir, armazenar e organizar os álbuns fotográficos.

A máquina fotográfica digital ficou bem mais próxima do computador do que das empresas que realizavam a impressão desse material. O computador passou a fazer parte do processo de visualizar e selecionar as fotos para uma possível impressão em papel fotográfico. Nesse período, início do século XXI, começaram a surgir locais na *internet* para a publicação e armazenamento das fotografias sem que fosse necessário a impressão, iniciou-se assim o ato de “postar”, no sentido de publicar a foto. O *Fotolog*, *Orkut* e *Flickr*⁵ foram algumas das mídias sociais que fizeram sucesso no Brasil no começo dos anos 2000 e anos posteriores.

No mercado atual, as mídias sociais digitais ganharam notoriedade com a chegada dos *smartphones*⁶, mudando mais uma vez o processo da fotografia e o armazenamento em álbuns. Nesse estágio, denominados por Jenkins (2009) como convergência midiática e cultural, a máquina fotográfica e o computador se interligaram e o ato de fotografar, escolher, tratar e postar se tornaram quase instantâneos. *Facebook*, *Instagram* e *Snapchat*⁷ são alguns exemplos de mídias sociais utilizadas para a publicação de fotografias na contemporaneidade.

Dentre esses três exemplos, o *Instagram*, criado em 2010, é o aplicativo criado à veiculação de imagens fotográficas, de modo preponderante, além da sua popularidade. Em 2018, o *site*⁸ do *Instagram* anunciou a marca de 800 milhões de usuários no mundo, ficando o Brasil em segundo lugar no número de perfis, aproximadamente 50 milhões, ou seja, cerca de 16% do total mundial. Ele se apresenta entre as redes sociais mais utilizadas entre os brasileiros.

Dentre as atividades realizadas na Internet investigadas pela TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação) Domicílios, as de comunicação seguem como as mais citadas entre a população com 10 anos ou mais usuária de *Internet*. Destaque para o envio de mensagens instantâneas, como por *WhatsApp*, *Skype* ou *chat* do *Facebook* (85%), e o uso de redes sociais, como *Facebook*, *Instagram* ou *Snapchat* (77%) (CGI, 2016, 153).

Além desse uso percentual, destaca-se a sua utilização por galerias de arte, museus e artistas à veiculação de suas obras, possibilitando a discussão sobre a disseminação da arte pela circulação de imagens no meio digital, afastando-a do conceito de aura de Benjamin (2012) e do *status* de culto da obra de arte e o ganho em exposição.

⁵ Fotolog é um site de fotografia criado em 2002 para compartilhamento de imagens entre amigos; Orkut foi uma rede social em formato de blog criada em 2004 e desativada em 2014 e; Flickr também é um site da web de hospedagem e partilha de imagens como fotografias, desenhos e ilustrações criado em 2004.

⁶ Smartphone é a denominação para aparelho celular com funcionalidades de um microprocessador de computador.

⁷ Facebook é uma rede social lançada em 2004, Instagram também é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que permite aplicar filtros digitais lançado em 2010 e; Snapchat é um aplicativo de mensagens com base de imagens, criado e desenvolvido por Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, estudantes da Universidade Stanford em 2011.

⁸ Disponível em: <<https://www.instagram.com/about/us/>>. Acesso em: 21 mai. 2018.

O aumento da circulação das imagens no *Instagram* se soma à possibilidade de manipulação delas através dos filtros fotográficos presentes no aplicativo. Pode-se dizer que, de algum modo, passam a cumprir o papel de “melhoria” da imagem fotográfica, ora simulando a estética de fotografias do século XIX, pelo transformação da fotografia colorida em preto e branco ou sépia, ora agregando valor a ela.

Ao se escolher uma fotografia para a postagem do seu perfil no *Instagram*, a próxima etapa é a opção pela utilização de um dos 23 filtros⁹ que atuam no sentido de mudança de saturação, contraste e cor. Diferente do processo de colorização realizado na fotopintura, não é possível acrescentar objetos, mudar a cor somente de um adereço ou a fisionomia do retratado. Apenas, se torna possível enfatizar algo presente na imagem de origem, como é perceptível na figura 3.



Figura 3: Retrato em processo de aplicação de filtros para postagem no *Instagram*
 Fonte: Instagram @imaginadeira

Na imagem acima, objetivou-se ressaltar a alegria e a espontaneidade da criança, utilizando-se o filtro *Hefe*, que torna a fotografia mais contrastada, amarelada e vívida. Embora não haja mudança substancial do retrato original, como no caso da fotopintura, pode-se inferir um processo de melhoria da imagem, reforçando o objetivo de passar uma sensação por meio da visualidade.

⁹ Os filtros no Instagram são: *Clarendon, Gingham, Moom, Lark, Reys, Juno, Slumber, Crema, Ludwig, Aden, Perpetua, Amaro, Mayfair, Rise, Hudson, Valencia, X-ProII, Sierra, Willow, Lo-fi, Inkwell, Hefe e Nashville.*



A Encenação do Retrato e Modos diferentes de encenar

Tanto a fotopintura como as fotografias¹⁰ aplicadas com os filtros do *Instagram* criam uma camada de significação ao retrato no que tange ao processo de ficcionalização de si mesmo ou do outro, embora isso seja feito de formas diferentes, tanto na metodologia quanto na forma de apresentação visual. Nesse sentido, François Soulages (2010, p. 66) propõe pensar uma teatralização no retrato, pelo fato de ser pleno de tensões. E, completa que não se tem diante dos olhos a pessoa do retratado, mas sua personagem, ou seja “um ar, um jogo e uma imagem que ela dá de si mesma aos outros e talvez a si própria” (*ibidem*, p. 71).

Dessa forma, Soulages acredita que todo retrato é uma encenação. Aliás, o objeto a ser fotografado não é mais do que uma oportunidade de encenação (2010, p. 74). Com isso, o retrato está vinculado à encenação no interior de uma estética que o autor chama de “isto foi encenado”. Nesse sentido,

“Isto foi encenado: todo mundo se engana ou pode ser enganado em fotografia - o fotografado, o fotógrafo e aquele que olha a fotografia. Este pode achar que a fotografia é a prova do real, enquanto ela é apenas o índice de um jogo.” (*ibidem*, p. 75)

Percebe-se a existência desse jogo de encenação na fotopintura e nos retratos do *Instagram*, porém de modos diferenciados. Na fotopintura, pode ser feito pelo retratado, no ato de posar para câmera fotográfica, mesmo que a imagem original seja uma fotografia 3x4, mas também pelo retocador que, a partir da solicitação do retratado cria ficções sobre ele ou mesmo utilizando a estética da fotopintura que consiste na retirada de manchas, rugas, clareamento de sombras e acréscimo de vestimentas, adereços e maquiagem. Com isso, expõe-se, conforme Melendi (2017, p. 96) “o eterno dilema entre quem somos e quem gostaríamos de ser”.

Pode ocorrer também a encenação da própria história de vida dos envolvidos na fotografia, como é o caso da figura 4, uma fotografia anônima que apresenta um encontro impossível entre um avô (já falecido) e a neta que ainda não havia nascido no momento em que a foto dele foi tirada.

¹⁰ Pontua-se que as fotografias veiculadas no Instagram não são somente retratos. Contudo, neste artigo, faz-se a discussão apenas a partir dos retratos, uma vez que o objetivo é relacionar com as fotopinturas.





Figura 4: Fotopintura anônima
Fonte: MELENDI, 2017, p. 113

O retocador une as duas pessoas, aproximando as duas histórias, corroborando ao desejo da neta Marialice Alves dos Santos que escreve na foto: “Meu avô já morreu. Eu queria que ele estivesse vivo. Essa sorte que meu avô teve de morrer novo não é sorte boa [...]. eu queria que ele estivesse vivo” (MELENDI, 2017, p. 113).

Já os filtros do *Instagram* não possibilitam estas montagens e aproximações de pessoas, sendo que a encenação fica centrada no retratado. Ele mesmo cria, sem a mediação de um retocador, uma imagem inventada de si mesmo. Isto se dá no ato anterior de posar para a câmera e na colocação do filtro e posterior postagem, possibilitando o acréscimo de mais uma camada de significação que vem a reforçar a encenação feita no ato fotográfico.

Baudrillard (1997, p. 35) concorda com esta ideia de encenação que, para ele é tão complexa a ponto de obrigar a câmera a realizar uma operação de desfiguração e despojamento do caráter do fotografado. Assim, o retrato está sob o signo do sujeito ausente, ou seja, aquele que vemos, muitas vezes se apresenta como outro. Percebe-se que, mesmo com modos de encenações diferenciados, tanto a fotopintura quanto a retrato com filtro do *Instagram* estão sob o signo do sujeito ausente, uma vez que se apresentam como um outro.

Nessa perspectiva, Annateresa Fabris coloca que o importante do retrato fotográfico não é a identidade e sim a sua alteridade secreta. Para ela, essa identidade é “construída de acordo com normas sociais precisas. Nela se assenta a configuração de um eu precário e ficcional” (2004, p.55).

Assim, tanto os retratos das fotopinturas quanto das postagens no *Instagram* nos mostram a fragilidade desta identidade e nos convidam à fabular sobre estes “eus”, a construir ficções adentrando no outro, que se constituiria na encenação daquele que olha a fotografia. Com

isso, o lugar deste outro é duplamente “fábula” (DDI-HUBERMAN, 1998) tanto do ponto de vista de quem vê quanto de quem fala, possibilitando a criação de uma poética que faz aflorar em nós a inquietação do outro.

E, essa fabulação a partir do outro se dá nas paredes onde estão penduradas as fotopinturas, nos porta-retratados, álbuns de família ou no visor do celular, que se convertem em palcos destas encenações suscitadas por estes retratos. Algumas questões ficam em aberto ao vermos ambos os retratos. Quais sensações os retratos suscitariam em cada um? Surgiriam outras percepções diferentes daquelas instituídas pelo local onde são vistos? Quais histórias poderia ser criadas por aqueles que vêem as fotografias?

Considerações Finais

Este texto não tem a pretensão de responder as questões acima esboçadas. Mas, o de apresentar como este eu precário e ficcional encontra abrigo nas fotopinturas e pelo uso dos filtros do *Instagram*, embora isso ocorra de maneiras distintas. Esta construção foi feita a partir de uma contextualização e apresentação conceitual da fotopintura (Chiodetto, Melendi, Parente e Riedl), a fim de discutir a encenação do retrato (Soulaiges, Fabris e Baudrillard) pela visualidade da fotopintura e pelo uso dos filtros do *Instagram* e seus modos de produção, no primeiro pela intervenção manual e no segundo pela operação de um aparelho.

Percebe-se que, mesmo com essas diferenças ambos retratos criam ficções. Para Melendi (2017, p. 115), na fotopintura essas ficções são de segundo grau, uma vez que “escamoteiam verdades e renovam romances familiares”. Por isso, o que está em questão não é a verossimilhança fotográfica, tão preconizada no século XIX, mas o fato de que estes retratos estão “impregnados de desejos, afetos, ciúmes e lembranças” (*op.cit.*). Além de conferirem uma imagem pública àqueles que não a têm.

As fotografias de retratos, com o uso dos filtros, publicadas no *Instagram*, também colocam em cheque a verdade documental da fotografia. Atuariam, com mais força no sentido de dar uma imagem pública a qualquer um, uma vez que a plataforma do aplicativo em questão pressupõe a circulação e o compartilhamento de imagens.

Com essa possibilidade de exposição, tornando pública, em uma escala menor as fotopinturas e uma escala maior os retratos com filtros no *Instagram*, ambos podem ser reinventados pelo coletivo, ao mesmo tempo que se reinventa o próprio fazer fotográfico. Desta maneira, gerando novos significados à fotografia e aos retratados e ao local onde é são veiculados os retratos.

E, a partir da possibilidade de se pensar estas novas significações, ligadas à fabulação, à reinvenção e às encenações é que os retratos das fotopinturas e do *Instagram* se encontram. E,



este texto busca estes direcionamentos, que são possíveis porém não conclusivos, principalmente pelo fato de que a circulação deles possibilitarem outros caminhos interpretativos.

Referências

BAUDRILLARD, Jean. A arte da desapareição. In: _____. **A arte da desapareição**. Rio de Janeiro : Editora UFRJ/N-Imagem, 1997.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*. In: **Benjamin e a obra de arte: técnica, imagem, percepção**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012, p. 9-40.

CGI (COMITÊ DA INTERNET NO BRASIL). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros**: TIC domicílios 2016. São Paulo, 2017. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_2016_LivroEletronico.pdf> Acesso: 25 abr. 2018.

CHIODETTO, Eder. Coleção de Fotopinturas de Titus Riedl. In: **Arte brasileira além do sistema**. São Paulo : Galeria Estação, 2011.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Ed. 34, 1998.

FABRIS, Annateresa. **Identidades virtuais**: uma leitura do retrato fotográfico. Belo Horizonte : Ed. UFMG, 2004.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MELENDI, Maria Angélica. *Se fôssemos assim*. In: **ZUM #12** Revista Semestral de Fotografia. São Paulo : Ed. Instituto Moreira Salles, 2017, p. 96-115.

PARENTE, Cristina. O retrato Pintado. In: **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n. 27. Rio de Janeiro : Ed. Funarte, 1988, p. 270-279.

SOULAGES, François. **Estética da fotografia**: perda e permanência. Editora SENAC, São Paulo, 2010.

TRIGO, Thales. **Equipamento fotográfico**: teoria e prática. São Paulo: Senac, 2005.

Minicurrículo

Ana Rita Vidica

Doutora em História (Faculdade de História/UFG), doutorado-sanduíche na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS/Paris), Mestre em Cultura Visual pela Faculdade de Artes Visuais-UFG e graduada em Comunicação Social Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Goiás. Docente do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Goiás (UFG) e da Pós-graduação em Comunicação da UFG.

Rafael Delfino Alves

Mestrando em Mídia e Cultura pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG). Possui pós-graduação em Comunicação, Marketing e Mídias no Setor Público pelo Instituto Brasileiro de Direito Público (2017) e Graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda. Assessor de Comunicação Social e Fotógrafo da Polícia Militar do Estado de Goiás.

