

As significações da produção da fotografia em sites de redes sociais¹

Carlos Leonardo Recuero²

Rebeca Rebs³

-
- 1 Uma versão inicial deste trabalho foi apresentada na Divisão Temática – Comunicação Audiovisual - GP Fotografia, no XXXIII Congresso brasileiro de ciências da comunicação (INTERCOM), 2010.
 - 2 Professor Escola de Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas (UCPel), doutorando em Letras pela UCPel, mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Pelotas (UFPeL) e pesquisador do Nupecom (Núcleo de Pesquisas em Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas). recuerok@gmail.com.
 - 3 Professora Assistente da ESPM Sul, doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Mestre em Comunicação (UNISINOS) e graduada em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo (UCPel). Bolsista CAPES. rebeca.recuero.rebs@gmail.com.

Resumo

O trabalho aborda a imagem do sujeito construída por meio da fotografia como matéria prima da "realidade" no espaço virtual. Desse modo, busca-se compreender que significações e utilizações surgidas na manipulação e/ou apropriação do retrato fotográfico atuam na composição do perfil de usuários de sites de redes sociais. Para isso foi realizada uma observação participante acompanhada pela aplicação de 217 questionários (com questões abertas) respondidos por usuários de diversos sites de redes sociais (Orkut, Facebook, Plurk, Twitter e Flickr). Observou-se sentidos distintos para o uso da fotografia que envolvem não apenas a identificação do sujeito no sistema (intimamente ligada à noção de realidade), como a busca pela reconstrução de si a fim de agregar valores sociais.

Palavras-chave

Fotografia, identidade, site de redes sociais, imagem.

Abstract

This work focuses on the subject's image built through photography as the base of "reality" in virtual space. We seek to understand which significances and uses emerged from manipulation/appropriation of the photography act in the composition of the user's profile in social networking sites. In order to discuss these premises, a participant observation was carried, followed by the application of 217 surveys (with open questions) in social network sites (such as Orkut, Facebook, Plurk, Twitter e Flickr). We observed that users create different significances for the use of photography, which not only involve the subjects' identification in the system (connected to the "reality" notion), but the search for creating a self image as well, in order to aggregate social values.

Keywords

Photography, identity, social networking site, image.

Fotografia: do retrato material ao retrato virtual

As imagens fotográficas proporcionaram uma modificação na forma do ser humano se relacionar com o mundo, na qual "a humanidade permanece, de forma impenitente, na caverna de Platão, ainda se regozijando, segundo seu costume ancestral, com meras imagens da verdade" (SONTAG, 2007, p.13). Mesmo sendo superfícies imóveis e mudas, elas possuem eloquência e contraíram a reputação de reproduzir a "realidade", prestando "contas do mundo com fidelidade" (DUBOIS, 1998, p. 25) e registrando, ainda que de forma automática, o que posa diante das lentes.

Sontag afirma que "a fotografia implica certo patrocínio da realidade, por estar 'lá fora' o mundo passa a estar 'dentro' da fotografia" (SONTAG, 1981, p. 79). Significa que ela aponta acepções de realidade, de permanência, indicando funções de acordo com os diferentes usos e significados que lhes foram sendo atribuídos ao longo de sua existência. Entre estes diversos usos da fotografia, existe o retrato.

Fabris trata o retrato como "produto da teoria fotográfica", ou seja, a partir de uma construção da fotografia, não ficcional e artificial, o retrato identifica pessoas (FABRIS, 2004, p. 14-24). Pensa-se, então, que o retrato possui uma retórica particular e característica no processo de identificação daquele que é fotografado. Posado, reconstruído por um momento, o sujeito que se vê diante das câmeras modifica o seu natural para apresentar-se como gostaria de ser visto ou apreciado no posterior retrato. Para Sontag (1981), este "encarar a câmara é sinônimo de solenidade, franqueza, revelação da nossa essência" (SONTAG, 1981 p.38), ou seja, posar para um retrato é revelar-se através de uma imagem, indicando traços de identificação do sujeito que serão lidos pela visualização da imagem.

Dore associa o entendimento do retrato com o processo de identificação: "o especular sobre a identidade da pessoa retrata, sobre a sua vida" (DORE, 1996, p.7), indicando traços visuais que ficam expressos em um material que

aponta para características do sujeito retratado. Desse modo, quem está no retrato fotográfico parece trazer consigo parte de sua identidade enquanto sujeito. Esta identidade transpassada pela fotografia é lida pelos que a observam, porém, também é compreendida pelo próprio fotografado. Vão existir reflexões que o próprio personagem da fotografia realiza sobre o seu corpo ao posar, trabalhando o como gostaria de ser visto (FABRIS, 2004, p. 153).

É importante ressaltar, no entanto, que a noção de identidade como algo único, subjetivo, "fechado" e homogêneo é considerada ultrapassada, sendo o sujeito da atualidade descrito como possuidor de múltiplas facetas identitárias que, na verdade, jamais estariam "acabadas" e sim, em andamento, ou seja, em um constante processo de identificação (HALL, 2000). Barros Filho, Lopes e Issler também acreditam ser a identidade algo que deva "parecer permanecer" (2005, p.18), pois a ilusão do "eu" como algo definido e de apresentação repetida diante do outro, deve manter-se à frente de toda condição objetiva de existência, ou seja, a crença de um "eu" como unificado é importante para o indivíduo, para a sua autopreservação, mesmo sendo "ilusória". Isso significa que a forma como cada sujeito se enxerga, as características as quais ele se atribui, têm importância se referente à sua continuidade, pois a visão homogênea e estável do "eu" é fundamental para ter determinada segurança em situações pelas quais os indivíduos passam em seu cotidiano. Este "parecer permanecer" parece estar diretamente atrelado à pose feita para o retrato fotográfico.

O retrato, além de ser algo que identifica, pode vir a ser construído a partir do olhar do próprio "retratado", ou seja, um "autorretrato" que poderia ser compreendido como mais um dos fragmentos identitários do sujeito.

O que é o retrato? Um signo dotado de dois objetivos fundamentais – descrição de um indivíduo e inscrição de uma identidade social – escreve John Tagg. E o que é o auto-retrato? Uma encenação de si para o outro, como um outro, afirma Philippe Lejeune (FABRIS, 2004, p. 67).

O autorretrato, então, passa a ser uma exibição, uma interpretação de si, uma imagem fotográfica criada para identificar a própria personalidade

do sujeito, tanto para si como para o outro que visualiza a fotografia. Desse modo, a concepção, construção e sentidos do autorretrato passaram a alcançar lugares, pessoas e suportes diferenciados da tradicional fotografia, adquirindo novos significados para a sua visualização.

Com a introdução das Tecnologias da Comunicação e da Informação (TICs) na sociedade ocorre uma migração do retrato fotográfico do suporte material para o suporte virtual. Há um processo de "pixelização" (conversão em informação eletrônica) e de informatização que indicam o movimento atuante em todas as esferas da cultura atual, inserindo na tela do monitor uma convergência de novos saberes relacionados à visualidade (MACHADO, 1997, p. 244). A materialidade quanto suporte da fotografia ganha um concorrente, no qual o suporte não mais é físico, mas sim um novo lugar de experimentação sensorial virtualizado.

Sabe-se que a constituição do universo virtual tem íntima ligação com o universo concreto, sendo as representações virtuais (tanto de elementos que compõem os lugares virtuais, como dos próprios atores sociais e processos de sociabilidade) são inspiradas e baseadas em elementos da materialidade (REBS, 2010). Artefatos do mundo concreto são bases para a compreensão e inserção de elementos no mundo virtual, o que significa que o retrato virtual atua como uma reprodução do retrato material, ausentando-se da materialidade, mas contendo em si significações idênticas e funcionalidades extremamente semelhantes à fotografia vista em papel.

É importante apontar que compreendemos a própria forma de construir a fotografia, manipulá-la, transformá-la e alterá-la proveniente de novos meios tecnológicos da atualidade parece ter oportunizado "novos" sujeitos que se tornam evidentes pelas potencialidades das manipulações tecnológicas que são oferecidas. No entanto, a fotografia em suporte material também sofria manipulações manuais de modificação ou correção, sofrendo tratamentos estéticos por profissionais da área (vide as fotografias que eram pintadas, corando e melhorando o aspecto dos sujeitos).

Assim, objetiva-se discutir neste trabalho as motivações, os usos e significações da produção fotográfica do retrato virtual e as suas extensões e performances na construção das identidades virtuais em sites de relacionamento. Interessa compreender as mudanças do olhar individual sobre a sua “realidade”, sobre as novas manifestações corporais do “eu virtual” presente no sites de redes sociais (SNS)⁴.

Ao analisar a importância da fotografia na construção identitária destes sujeitos nas redes sociais, verificou-se a necessidade de compreender como as pessoas constituíam em seu perfil, a construção da sua imagem (por meio da fotografia digitalizada e manipulada), de modo que o processo pudesse atuar e refletir em seus relacionamentos mediados pela comunicação virtual. Assim, também se pergunta: qual a importância na construção da identidade dos usuários por meio da imagem fotográfica?

A fotografia no ciberespaço

Ao alcançar o suporte digital, a fotografia ganhou força no ciberespaço. Em 1981, quando já estava disponibilizada pela Sony (ao lançar a Mavica - *Magnetic Video Camera*), a foto digital ainda não possuía o acesso que possui hoje na vida cotidiana. Na década de 90, o uso da fotografia digital era centrado em empresas jornalísticas e, é apenas nos últimos anos que o acesso da tecnologia digital da foto centrou-se também na mão da população amadora.

Com o acesso mais fácil à máquina fotográfica digital, as pessoas puderam construir imagens não dependendo mais do profissional (mesmo que isto pudesse indicar menor qualidade nas imagens).

Sabe-se que a fotografia “pode ser reduzida, ampliada, cortada, retocada, consertada e distorcida” (SONTAG, 1981, p. 4), mas que mesmo assim “fornece

4 Chamamos aqui de site de redes sociais toda ferramenta que suporta e permite a expressão de redes sociais. Incluem-se aqui também os sites de redes sociais provenientes de apropriações, ou seja, sites que não eram, originalmente voltados para mostrar as redes sociais mas que desenvolveram valores por meio de interações sociais, constituindo, assim, redes sociais (RECUERO, 2009).

provas” da realidade (SONTAG, 1981, p. 5). Então, mesmo sendo manuseada e, de certa maneira, modificada, a fotografia parece (ainda) “o real”, instituindo a compreensão do mundo e a sua interpretação a partir da imagem e estipulando simbolismos que funcionam como analogias do universo concreto.

Hoje, no entanto, sabe-se que “o virtual não se opõe ao real, mas ao atual: virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes” (LÉVY, 1997, p.15). Pensa-se o espaço virtual como sendo algo que é real, que existe em força e ainda é possível “andar por entre”, locomover-se potencialmente, interagir de modo que se possa compreendê-lo a partir de sua íntima semelhança de sentido atrelada ao espaço, elementos e simbolismos do universo físico e geográfico. Compreende-se então, que a fotografia no ciberespaço não constitui a “irrealidade”, mas sim uma outra forma de realidade que é transfigurada em um outro ambiente. Ela por si só aponta para o mesmo sentido da virtualidade de elementos do ciberespaço, pois é real, mas não atual. É um momento, um instante que foi registrado em imagem.

Ao fazerem parte do ciberespaço, os atores sociais se veem necessitados de uma identificação particular, visto que há a ausência da visibilidade do corpo físico nestes lugares on-line. Os sites de relacionamento exigem, assim, uma imagem, um retrato do sujeito que vai constituir redes sociais pela comunicação mediada pela Internet. A fotografia é selecionada, manipulada, digitalizada e postada enfim, como forma de construção visual da face do “eu” do sujeito no ciberespaço.

Desde a sua invenção, a fotografia trouxe com o retrato, além dos modos narcisísticos de representação do indivíduo, uma perfeita analogia com o mundo concreto. Ela se inseria como um sistema de informações pertinentes aos seus atores, estabelecendo um “igual” (embora cópia), um referente do mundo material, conferindo com o seu uso uma certeza e uma credibilidade de reconhecimento do ator procurado em uma rede, uma vez que trazia junto um registro visual dos sujeitos.

Assim, ao ter a oportunidade de “constituir-se” (ou até mesmo, “reconstruir-se”) nestes lugares que concebem o seu “eu” virtual, o sujeito representa-se buscando analogias diretas com o ambiente concreto. Preferencialmente, o próprio sistema prioriza a construção de facetas identitárias condizentes com a realidade concreta⁵. A partir disso, por meio de uma observação participante, verificou-se a grande quantidade de representações imagéticas (por meio de fotos) de retratos (e autorretratos) em SNS.

Aumont diz que todas as imagens visuais planas, e aqui a fotografia se insere, influenciam um “(...) fenômeno psicológico fundamental que se chama dupla realidade perceptiva das imagens” (AUMONT, 1995, p. 63), ocasionando uma informação sobre a realidade que se quer dar. Esta hipótese está presente no fato de que faz com que quem observe uma fotografia acredite mais facilmente que aquilo que vê é “o real”, “o verdadeiro” e que dificilmente tenha uma percepção da dimensão da reprodução da realidade que faz da fotografia apenas um *analogon*.

Dubois diz que uma imagem fotográfica sempre esconde outra imagem: a foto? Não acreditar (demais) no que se vê. Saber não ver o que se exhibe (e que oculta). E saber ver além, ao lado, através. Procurar o negativo no positivo, e a imagem latente no fundo do negativo (DUBOIS, 1998, p. 326).

A imagem que é exibida no perfil dos internautas estaria, assim, “selecionando” (ou, por outra dimensão, “apresentando”) a imagem do sujeito fisicamente, unindo sua compreensão por meio do concreto visualizado na imagem e o seu significado virtual que, quando visto por nós, é compreendido como sendo o *self* do outro.

A fotografia parece entrar nesse processo comunicacional de forma a estabelecer um intercâmbio de significados entre o universo concreto e o virtual. A importância da construção da imagem de si para os usuários e a atuação

5 Os sites de redes sociais solicitam dados harmônicos com o mundo concreto do sujeito que vai integrar o sistema, indicando preferencialmente, a presença de sujeitos com sua identidade física, porém representada no ciberespaço.

na sociabilidade virtual passa a ser, então, uma questão ligada diretamente à forma de compreensão que este processo de identificação atua e é constituído pelos indivíduos, podendo revelar esclarecimentos de como o sujeito moderno atua na sua identificação com relação às TICs.

Inicialmente focou-se em um processo de observação do perfil de usuários de alguns SNS (Orkut, Facebook, Plurk, Twitter e Flickr), enfatizando o olhar do pesquisador para as diversas formas de apresentação da imagem (na maior parte das vezes, uma fotografia) que constituía o perfil visual de cada ator social. Este processo deu-se por dois meses. Após o período de observação passou-se para a aplicação de questionários com perguntas abertas e fechadas com os internautas, a fim de adquirirem-se dados complementares e informações essenciais para o entendimento do problema de pesquisa. Foram aplicados 217 questionários⁶ (que partilhavam de questões relacionadas ao uso da fotografia em SNS a partir de perguntas estruturadas) aplicados a usuários de diversos SNS (todos falantes da língua portuguesa) visando apurar a importância que os internautas davam ao uso de uma fotografia para representar os seus “eus” virtuais nos diversos sites de relacionamento ao qual fazem parte.⁷

Os usos e apropriações da fotografia nos sites de redes sociais

A partir da observação percebemos que os sujeitos parecem construir, por meio de páginas pessoais, uma forma de representação pela imagem, na qual as mesmas sejam extensões da sua realidade e afirmem a sua presença no ciberespaço a fim de que estabeleçam um processo de sociabilidade virtual (conforme apresentaremos a seguir).

Na maior parte dos casos analisados, a escolha da imagem para representar o ator social no site de redes sociais focou uma fotografia de si, ou seja, um

6 Os questionários foram disponibilizados durante 30 dias de setembro de 2010, através do sistema *Google Docs*.

7 Os respondentes tinham entre 8 – 57 anos (sendo 106 homens e 111 mulheres).

retrato. Talvez este fato seja justificado pela fotografia ser "(...) a imitação mais perfeita da realidade" (DUBOIS, 1998, p. 27) e pelo retrato poder se tornar "uma fotografia de identidade graças a qual o indivíduo identifica a própria personalidade subjetiva e o grupo ao qual pertence" (FABRIS, 2004, p. 40).

Imagens são feitas para serem vistas (AUMONT, 1995, p. 77) e reconhecer alguma coisa em uma fotografia é identificar sua mimética com algo que é "real", verdadeiro, como diz Barthes ao falar sobre a foto retrato: "(...) sou ao mesmo tempo: aquele que eu me julgo, aquele que eu gostaria que me julgassem, aquele que o fotógrafo me julga e aquele de que ele se serve para exhibir sua arte" (BARTHES, 1981, p. 27). Com esta perspectiva, compreendemos que, da mesma forma na qual Barthes entende o simbolismo da fotografia retrato, as imagens utilizadas nos perfis parecem construir o *self* dos usuários no ciberespaço, instituindo quatro aspectos: 1. o que cada sujeito julga ser; 2. o que gostaria de ser; 3. o que o fotógrafo julga essencial ser; e 4. o que os outros julgam ser o ator em questão. No entanto, o que o fotógrafo estima ao selecionar a fotografia (ponto 3) pode acabar por estar diretamente atrelada ao sentido que o *self* do indivíduo quer mostrar (ponto 2), visto que o autorretrato é uma prática comum no universo virtual (ou seja, como aborda Fabris, 2004, uma "encenação de si"). Em verdade, estes quatro pontos podem (e normalmente estão) atrelados entre si, sendo difícil a diferenciação clara entre eles pois ocorrem ao mesmo tempo.

Quando se fala em retrato, se fala em pose para ser retratado. Percebemos, ao observar os SNS, que as fotografias utilizadas são muitas vezes posadas, ou seja, o sujeito se modifica, sai de seu estado natural para constituir um estado que julga identificá-lo de forma mais agradável aos que vão observá-lo. Esta pose faz com que o fotografado não viva o instante natural, mas se insira nele de forma que, de dentro do momento da captura fotográfica, viva "*cerrato a ce*"⁸.

8 Identificado com ele. Colado. Como uma coisa só. Termo italiano para mencionar algo que é quase como a própria pele de tanto que está identificado com o personagem.

Para Benjamim é uma construção de um texto significativo, pois “a fotografia nos mostra essa atitude”, “revela os aspectos fisionômicos”, mostrando “uma imagem do mundo visível, com um aspecto tão vivo e tão verídico como a própria natureza” (BENJAMIM, 1991, p. 94-95).

Se alguém pode ser visto, pode posar. Posando, pode ser alguém que não é, pois mostra qualidades de natureza que julga possuir ou acredita ter. Assim, faz com que, no jogo social virtual e nas redes que participa, crie e procure ter um avatar, que possa lhe conferir a importância que julga merecer pois, como diz uma das respondentes *‘quem eu sou? Está no site das redes sociais’*⁹, ou como disse outra *‘eu tenho que ser pública’*.

De fato, “a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente” (BERGER & LUCKMANN, 2003, p. 35) e a participação nas redes sociais por parte do internauta, faz com que essa realidade virtual seja parte da vida cotidiana do usuário, fazendo com que o mesmo possa influenciar, ainda que visualmente, na construção de sua identidade ao postar a sua fotografia que pode lhe conferir a sua imagem idealizada.

Dos respondentes, 207 afirmaram que possuíam uma fotografia de si como forma de identificação em seu perfil no site de redes sociais e 10 disseram que não (ou seja, utilizavam outras imagens – que não a sua – para a identificação na sua página pessoal). Isto se torna relevante ao perceber que 95% dos usuários de redes sociais têm imagens fotográficas suas publicadas em seus perfis, o que já revela certa importância (atribuída pelos respondentes) em ter uma identificação condizente do “eu” concreto com o “eu” virtual. Os 217 respondentes são utilizadores de SNS, sendo variada a sua distribuição nestes aplicativos, conforme apontamos a seguir.

9 A identidade dos respondentes foi mantida em sigilo e os trechos obtidos nos questionários foram mantidos em sua forma original (ou seja, não se corrigiu a língua e nem gírias utilizadas pelos usuários).

Site de Redes Sociais	Número de respondentes	Porcentagem
Orkut	192	88%
Facebook	93	43%
Plurk	51	24%
Messenger	189	87%
Google Talk	115	53%
Twitter	153	71%
MySpace	55	25%
TOTAL	217	100%

Tabela 1: número e porcentagem de usuários dos SNS analisados.

A partir destes dados iniciais, associados à observação e às respostas obtidas pelos questionários, observamos três usos essenciais da imagem fotográfica (do retrato em si) no site de redes sociais dos usuários. Então, abordaremos as três apropriações e usos da fotografia no ciberespaço congregando trechos e apontamentos que consideramos pertinentes para o estudo.

A fotografia como *identificação da realidade*

Quando buscamos compreender o motivo pelo qual os usuários de sites de redes sociais utilizavam uma fotografia sua em seu perfil, obtivemos respostas como: '*para ser identificada*'; '*porque eu gosto de mostrar aos meus amigos na internet quem eu sou de verdade*'; '*para humanizar o meu perfil*'; '*para que façam uma ligação entre o meu nome e a minha pessoa*'; '*para uma identificação visual*'; e '*minha foto torna minha presença mais próxima*'. Em todas estas respostas verifica-se a ligação direta que o sujeito busca ter, ao postar uma fotografia de si na internet, de sua identidade concreta com a sua identidade virtual. Esta ideia reforça a capacidade da imagem fotográfica de tornar presente o seu *analogon* e, assim, funcionar como "realidade", ainda que virtual, intimamente agregada ao universo concreto.

Dentre as respostas ainda relacionadas com o motivo e o uso da fotografia no perfil, os usuários afirmaram que: '*nada compõem melhor um perfil na*

internet do que a minha própria imagem'; 'os outros podem ter certeza de que sou eu mesmo'; 'podem me encontrar através do reconhecimento de minha imagem'; 'ter uma foto para ser eu mesma na internet e não passar por fake'¹⁰. Estas afirmações apontam que a fotografia é considerada uma representação do real aceita por unanimidade pelos respondentes (100% deles atrelaram o valor de "identificação da realidade" ao uso da fotografia de si no perfil). Esse dado vem de encontro com o pensamento de Aumont (1995), Benjamin (1991) e Dubois (1998) ao tratar a fotografia como algo que é a real. Apesar dos autores tratarem da fotografia tradicional, a imagem da foto virtual parece ter o mesmo poder do de "verdade" e de identificação do sujeito nos SNS.

Outra constatação é observada quando questionado o nível de importância da fotografia do seu "eu" no perfil dos respondentes. Dos 217 respondentes, 33% consideram de média importância, 25% de grande importância e 26% acham fundamental para a construção da identidade virtual. Estes dados apontam que 84% dos usuários de SNS parecem concordar que existe, necessariamente, certo grau de autoridade e prestígio na identificação virtual por meio do retrato de si no perfil.

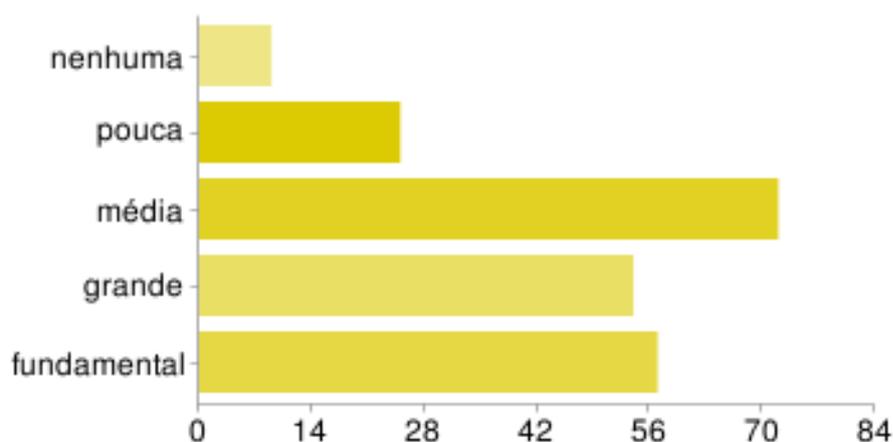


Tabela 2: importância da fotografia no perfil em SNS dada pelos respondentes.

10 Fakes são perfis falsos, pessoas que criam outras identidades diferentes daquelas que elas são na vida concreta.

Como nos SNS é necessário ser reconhecido e identificado para participar do processo de sociabilidade e interação virtual, observamos que o usuário elabora o seu perfil de forma que possa ser vinculado à sua própria existência concreta¹¹ (com especial atenção às imagens selecionadas). Todavia, a busca por um perfil passa pela construção da própria imagem, ou seja, o sujeito se constrói como imagina ser (ou gostaria de ser) pensando, ao mesmo tempo, no que o outro vai ver, associando imagens que pensam ter o poder de significar atributos positivos de si para o outro. A busca pela identificação entre sujeito virtual e “real” é a busca da garantia de que “os outros podem ter certeza de que sou eu ao verem a minha foto” (trecho de uma entrevista).

Com relação à fidelidade da fotografia escolhida para representar o ator social na rede com a sua imagem concreta, verificou-se que a maior parte dos respondentes (83%) considera que a sua foto utilizada no perfil é muito semelhante à sua realidade concreta. Do mesmo modo, esta busca pela identificação ligada ao mundo concreto (ou seja, ao “eu” físico) está também reforçada quando 70% dos usuários afirmam não manipularem suas fotos (no sentido de corrigir imperfeições corporais), para que possam ser facilmente identificados quando encontrados no mundo concreto. Os usuários alegam que ao manipular as fotografias que lhes identificam nos seus perfis, podem não parecer com o que eles são fisicamente (sendo que a maior parte deles têm acesso e conhecimento de ferramentas de correções fotográficas). Este dado, novamente, é associado ao processo de realidade e identidade, onde a fotografia passa, literalmente, a ser a representação de si, a encenação do “eu” (FABRIS, 2004) no ciberespaço. É a busca pela presença “física” no mundo virtual das redes sociais.

11 Descartou-se aqui, por não ser o objetivo deste trabalho, a construção de perfis falsos, onde os usuários buscam não serem reconhecidos concretamente ou meros perfis descritivos, ausentes de imagens.

A fotografia como *reconstrução do "eu"*

Manter por um tempo limitado a mesma fotografia de si em seu perfil, parece ter importância significativa para os respondentes, uma vez que os respondentes buscam ser conhecidos ou reconhecidos ao publicarem suas imagens nos SNS. Cerca de 35% dos respondentes afirmaram só trocar a sua imagem a cada seis meses. 14% dizem manter a mesma imagem por períodos de até um ano e 26% nunca trocam a sua imagem desde que entraram em uma rede social. Em contraponto, a troca de imagens do perfil é feita semanalmente por 2% dos usuários, quinzenalmente por 5% e mensalmente por 18%.

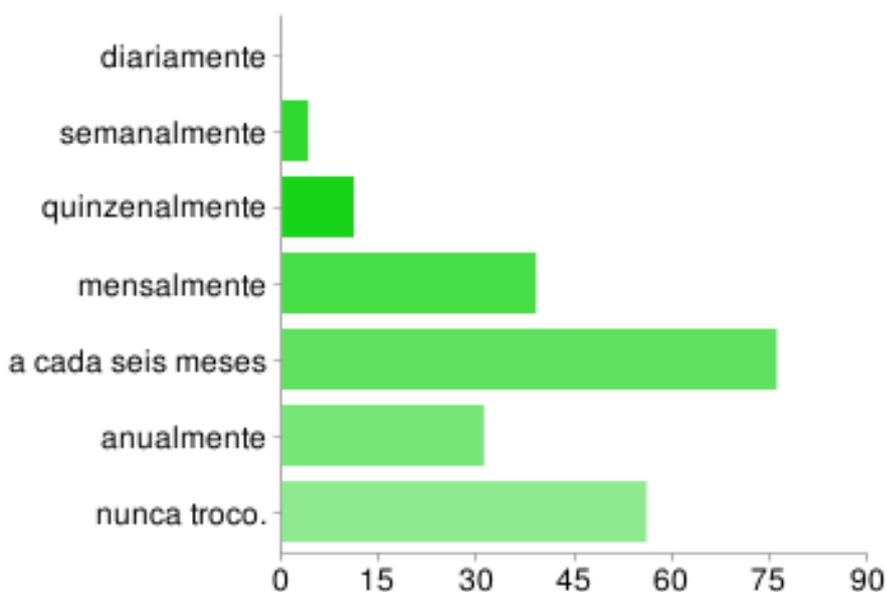


Tabela 3: período de tempo que os usuários respondentes costumam trocar as fotos de seus perfis.

Assim, 25% dos usuários parecem associar certa importância à atualização (dentro de um determinado tempo) de sua fotografia em seu perfil, a fim de que ela esteja condizente com o seu "eu" atual. Isso parece agregar sentido de realidade, de atualidade, conforme diz a respondente: *'eu não posso ter uma foto super antiga minha...ninguém me reconheceria'*. Mesmo compreendendo que a fotografia fornece um recorte de um espaço de tempo, sendo um fragmento da

realidade, de um momento único e que foi capturado tecnicamente (ou seja, no momento em que se vê a foto, se tem uma história passada), ela ainda parece ter o sentido e o valor da atualidade e de “época presente” vinculada à si com relação ao sujeito no ciberespaço.

Cerca de 41% dos respondentes realizaram um autorretrato, ou seja, eles assumiram o papel de fotógrafos e fotografados. Esta ação é facilitada pelos mecanismos de visualização da imagem e fácil manipulação da máquina fotográfica digital (assim como pela vinculação de *webcams* em computadores) que permitem ao sujeito ser construtor e protagonista de sua imagem na rede. Dos outros respondentes, 53% afirmam que a fotografia utilizada em seu perfil na rede social foi feita por um amigo ou familiar e só 6% dizem que a imagem foi comprada de um profissional.

Um dos respondentes alegou que o autorretrato *‘é mais fácil de eu mostrar o que quero e como eu quero’*. Do mesmo modo, dos participantes que utilizam recursos¹² para modificar a sua imagem (30%), obtivemos motivos atrelados diretamente ao significado que pretendem adquirir quando vistos pelos outros integrantes de sua rede social, como apontado nos trechos a seguir: *‘Porque a manipulação me permite aproximar-me daquilo que desejo, imagino, projeto para a imagem’*; *‘Para retirar algumas imperfeições, melhorando um pouco mais a minha imagem’*; *‘Para ficar mais interessante e mais bonita’*; *‘Porque na foto tirada eu aparecia até mais ou menos a cintura e meu interesse é só mostrar meu rosto, por isso cortei o resto da foto’*.

Percebe-se que o reconstruir, o montar e/ou o remodelar o seu “eu” no ciberespaço parece ter certa importância quando levado em conta o julgamento que os outros fazem da fotografia, estando diretamente atrelado (novamente) ao seu *self* concreto. Entretanto, ainda que apenas 30% dos usuários digam utilizar mecanismos para melhorar a sua imagem, compreendemos que o processo de “manipulação” não é oriundo apenas das tecnologias digitais (conforme abordamos

12 Como o *Photoshop*.

anteriormente ao falar das fotografias antigas que eram pintadas por profissionais a fim de melhorar a aparência do fotografado). Além disso, partimos do mesmo pensamento já explicitado de Fabris (2004) que trata da pose para o retrato fotográfico já como uma forma de transgredir a naturalidade, existindo assim, certa reconstrução do sujeito já neste momento. Pensamos que a diferença está na potencialidade de visualização e acessos aos sujeitos que esses instrumentos de modificação e melhoria da imagem digital atingem com as TICs.

À esta reconstrução do “eu” na fotografia que é facilitada pelas tecnologias parece incidir outras questões relacionadas à satisfação dos sujeitos da atualidade com a sua própria imagem, o que abre caminhos para novas discussões relacionadas com o uso da fotografia e ícones de beleza oriundos da globalização.

A imagem fotográfica como *valor social*

Após a exposição de dados e interpretações abordadas, verificamos que a imagem do “eu” representada por meio do avatar e da fotografia parece apontar para a necessidade de um reconhecimento de valores sociais implícitos em formas e comportamentos culturais. Isso quer dizer que os sujeitos parecem agregar valores à sua imagem na rede, não apenas pela ligação identitária que ela tem com o seu perfil no mundo concreto, como também pela cultura do “belo” predominante na atualidade.

“Estar bem na foto” parece agregar um tipo de *status* aos indivíduos dos sites analisados, visto que estes focam o relacionamento, ou seja, a busca pela firmamento de laços sociais. Assim, segundo os dados, 96% dos respondentes consideraram a presença da imagem no ciberespaço algo importante para a constituição da imagem do “eu virtual”, aumentando a sua credibilidade pela suposta ‘aura’ transmitida pela fotografia.

Segundo um respondente, *‘a primeira impressão é a que fica e de certa forma, quando eu manipulo as minhas imagens, eu tento tirar imperfeições*

que eu não gostaria de ter e ressaltar pontos que acho bonitos em mim e que vão chamar mais a atenção. Outro diz que 'quase todo mundo se arruma nas fotos, se não passamos um photoshop e deixamos como é, as pessoas (já treinadas a ver a sua melhor foto no perfil) acabam te achando mais feio do que poderias ser (pois elas pensam que você já mexeu na foto)!'. Isso aponta para considerações de que a função da fotografia quanto valor social implica na preocupação de se ter uma fotografia na qual o meu *self* encontra-se dentro dos padrões sociais de beleza valorizados pelo meu grupo de inserção. Ou seja, minha fotografia é um valor social nos SNS, pois além de dizer quem eu sou, permite que os outros possam julgar-me e, desse modo, possam atribuir-me valores como reputação e popularidade por admirarem meus atributos físicos expostos pela minha imagem na internet. Como diz um dos respondentes: *'eu não adiciono no meu Orkut pessoas feias. Se, pelo menos são bonitinhas eu dou uma olhada para ver se conheço'.* Assim, a beleza funciona como valor alavancador de interações sociais.

Compreende-se também que quem usa a fotografia na rede, a usa como uma forma de defesa, ainda que de forma inconsciente. Diante da busca pela formação de laços sociais, para ser aceito por grupos virtuais ou ainda por temer um preconceito relacionado a supostos "defeitos" físicos, a fotografia parece atuar como um escudo capaz de fornecer o capital social visual, ligado a questões corpóreas que, em alguns casos, não é possível ter no mundo físico.

Considerações finais

Buscando compreender os usos e significações da manipulação e produção de significados da fotografia utilizada por sujeitos em SNS, centrou-se a pesquisa em uma observação participante em sistemas com o Orkut, Facebook, Plurk, Twitter e Flickr. Posteriormente, aplicou-se 217 questionários (com entrevistas estruturadas) em usuários destes sites de relacionamento, com a intenção de entender o que eles fazem e como compreendem o uso da imagem fotográfica de si em perfis expostos no mundo virtual.

Compreendendo o uso da fotografia ligado diretamente ao que o sujeito é, ao que ele gostaria de ser, ao que o fotógrafo elege para mostrar na imagem e ao que os outros que observam a imagem julgam ser o ator representado, observou-se três significações do uso da fotografia em site de redes sociais: a fotografia como identificação da realidade; a fotografia como reconstrução de si; e a fotografia como valor social.

A fotografia como identificação do sujeito nos SNS parece ser indício de “quem é” o sujeito representado, estabelecendo um vínculo entre o mundo concreto e o mundo virtual a partir da imagem virtualizada. Ainda apontou-se a fotografia (ainda que passível de manipulações) diretamente ligada ao sentido de “realidade” no ciberespaço.

Também observou-se que a fotografia nas redes sociais parece funcionar como uma forma de reconstrução e melhoramento do “eu” virtual, aprimorando qualidades e ocultando “defeitos” ligados diretamente à cultura de uma sociedade repleta de preconceitos e exigências relacionados com a imagem dos indivíduos.

Do mesmo modo, a escolha e a forma da imagem retratada do *self* na fotografia digital, utilizada na construção do perfil nestes sites de relacionamento, têm seus usos apontados para uma possível forma de valoração social, ou seja, há a presença e a agregação de valores sociais capazes de atribuírem reputação, *status* ou outras significativas importâncias para condizer sua imagem às exigências sociais.

Assim, a escolha da foto, da pose, de que parte do seu “eu” selecionar para dar ênfase na fotografia de si em seu próprio perfil de SNS, parece configurar mais um aspecto diretamente ligado à cultura da atualidade. Porém, como abordado, esta prática da “representação de si” por imagens é algo que é reproduzido de tecnologia em tecnologia e acompanha a evolução da sociedade. É uma prática comum ao ser humano: para ser alguém de valor é necessário aprimorar suas qualidades e é preciso ser reconhecido pelos outros. Todas estas questões são observadas pela simples apresentação imagética proveniente da fotografia e de seu imenso poder de significação ainda que no ciberespaço.

Referências

- AUMONT, J. *A Imagem*. 2ª Edição. Papirus Editora. Campinas. São Paulo. 1995.
- BARROS FILHO, C.; LOPES, F.; ISSLER, B. *Comunicação do Eu: Ética e solidão*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. 144 p.
- BARTHES, R. *A Câmara Clara*. 5ª Edição. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.1984.
- BENJAMIN, W. *Grandes Cientistas Sociais*. Ática: São Paulo. 1991.
- BERGER, P. L., LUCKMANN, T. *A Construção Social da Realidade*. Petrópolis: Vozes. 2003.
- DUBOIS, P. *O Ato Fotográfico*. Campinas: Papirus Editora. 2003
- DORE, H. *A Arte dos Retratos*. Rio de Janeiro: Ediouro. 1996.
- FABRIS, A. *Identidades virtuais*. Uma leitura do retrato fotográfico. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- LÉVY, P. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1997, 160 p.
- MACHADO, A. "Formas expressivas da contemporaneidade". In: *Pré-cinemas & pós-cinemas*. Campinas: Papirus, 1997, p. 235-261.
- REBS, R. *O lugar no espaço virtual: um estudo etnográfico sobre as recriações de territórios do mundo concreto no Second Life*. São Leopoldo: Unisinos, 2010 (dissertação de mestrado)
- RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina. 2009.
- SONTAG, S. *Ensaio sobre a Fotografia*. Rio de Janeiro: Arbor. 1981.