



O INSTAGRAM E A FOTOGRAFIA - A FAVOR DAS MULHERES COM CÂNCER

Dalila Penteado ¹

RESUMO: Este artigo apresenta o início de uma pesquisa sobre as postagens das mulheres com câncer e como elas se relacionam com as fotografias e com os conteúdos que compartilham no Instagram. Objetiva-se apresentar a possibilidade de evolução do estado de saúde de cada paciente, e a transformação em suas vidas após a imersão nesta rede social, analisando como elas se beneficiam do ciberespaço e como exploram os recursos do Instagram. Pretende-se apresentar também os aspectos positivos e os negativos que a fotografia pode causar em suas vidas.

PALAVRAS-CHAVE: *Instagram. Fotografia. Câncer. Mulher.*

ABSTRACT: This article presents the beginning of a survey on the postings of women with cancer and how they relate to the photographs and contents they share on Instagram. The objective is to present the possibility of evolution of the health status of each patient, and the transformation in their lives after immersion in this social network, analyzing how they benefit from cyberspace, how they exploit the resources of Instagram and other photo applications. It is also intended to present the positive and negative aspects that photography can cause in their lives.

KEYWORDS: *Instagram. Photography. Cancer. Female.*

¹ Jornalista, Escritora, Consultora de Comunicação, Assessora de Imprensa, Pós-Graduada em Revista Segmentada e Customizada, e, Pós-Graduada em Comunicação e Marketing. Já foi aluna especial do professor Luciano Victor Barros Maluly, e, do professor Wagner Souza e Silva, ambos do Departamento de Jornalismo e Editoração (CJE) do PPGCOM – ECA. E-mail: livrocatrizes@gmail.com

Introdução

Este artigo pretende verificar a possibilidade das mulheres considerarem o Instagram (uma rede social de fotos para usuários de Android e iPhone), e a fotografia, como uma das principais razões que as fizeram se sentir “vivas novamente”, bem como revigoradas para a luta e superação da doença. Pretende-se apresentar uma hipótese de evolução do estado de saúde de cada paciente, e a transformação em suas vidas, bem como analisar como elas se beneficiam do hibridismo do ciberespaço, como exploram os recursos do Instagram e de outros aplicativos de fotos. Será que todas produzem suas postagens objetivando o reestabelecimento da autoconfiança e autoestima?

Publicando fotos (em vários ângulos e selfies), exploram ferramentas de edição, publicam outras imagens sem filtro e manipulação, compartilham fotografias de campanhas publicitárias sobre prevenção e conscientização da doença, fazem posts dos “books que contrataram para si” (realizados por fotógrafos profissionais), trocam experiências e interagem com os seus seguidores.

Independentemente do câncer, elas curtem ser fotografadas, divulgam testemunhos e até tutorias de beleza. Enfim, se o câncer ainda é considerado um tabu, a tecnoimagem tem ajudado a desmistificar os rótulos da doença?

Objeto

Compartilhando experiências neste mundo-mosaico do Instagram, essas mulheres com a doença levam seguidores a recombinarem situações e cenas, e neste jogo de interpretação, “conhecer passa a ser elaborar colagens fotográficas para se ter “visão de mundo”. Valorar passa a ser escolher determinadas fotografias como modelos de comportamento, recusando outras. Agir passa a ser comportar-se de acordo com a escolha. Tal forma de existência passa a ser quanticamente analisável”².

E, como produtoras de imagens e informação, elas tendem a instigar a imaginação de seus seguidores. Ao passo em que a sociedade vai se engajando na ferramenta, a fluidez vai transformando a todos igualmente. Em meio aos posts,

² FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. Rio de Janeiro: Relume Dumaré, 2002, pg 66.

envolvem-se na trama da fotografia, aproximando e afastando, focalizando e omitindo detalhes ao espectador.

Fazendo da tecnoimagem as projeções com “significados de dentro para fora”³, esta mulheres provocam sensações, vivências e comportamentos, e acabam programando seguidores. Assim, numa espécie de “bombardeio” de fotografias, junto com elas, a sociedade tem vivido o entusiasmo das novidades que diariamente são publicadas, e cada vez mais, com mais frequência, no Instagram.

Quadro Teórico de Referência

Segundo Susan Sontag, enquanto a causa do câncer não for totalmente compreendida, “numa época em que a premissa central da medicina é que todas as doenças podem ser curadas”⁴, tal enfermidade continuará sendo, por definição, um mistério. Sem pedir licença, a doença vem “como uma invasão cruel e secreta – papel que continuará a desempenhar até que, um dia, sua etiologia se torne tão clara e o tratamento tão eficaz como se tornaram no caso da tuberculose”⁵. Envolvidos neste mistério, a maioria dos pacientes acabam sendo rotulados.

Considerado ainda um “predador invencível e maligno”⁶, e não apenas uma doença, o câncer acaba levando muitos pacientes a se sentirem “desmoralizados”⁷, colocando em risco suas vidas amorosas, possibilidades de uma promoção ou de um emprego. Assim, os que “sabem o que têm costumam ser extremamente recatados, quando não de todo dissimulados”⁸. A solução? Desmitificar o conceito da doença e retificar do “imaginário popular que o câncer equivale à morte”⁹. De acordo ainda com Susan Sontag, na França e na Itália, os médicos comunicam a família sobre o diagnóstico da doença, mas não ao paciente, pois consideram que a verdade é

³ FLUSSER, Vilém. **O Universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008, pg 51.

⁴ SONTAG, Susan. **Doença como metáfora** Aids e suas metáforas. Tradução Rubens Figueiredo/Paulo Henrique Britto. – São Paulo: Companhia das Letras, 2007, pg 12.

⁵ Idem, *ibidem*.

⁶ Idem, pg 13.

⁷ Idem, pg 13.

⁸ Idem, pg 14.

⁹ Idem, pg 13.

insuportável, com exceção para os pacientes “extraordinariamente amadurecidos e inteligentes”¹⁰.

Diante de todo este tabu no que se refere ao câncer, pretendo mostrar como as mulheres com a doença estão se portando no Instagram. A ideia é analisar se elas têm sido predominantemente pessimistas ou otimistas em suas postagens, verificar até que ponto elas se expõem, ou, se de um modo geral acabam tendo perfis mais conservadores.

Hibridação na internet

Partindo do pressuposto de que as “imagens são superfícies que pretendem representar algo”¹¹, e que oferecem aos receptores a possibilidade de interpretação dos fatos, as imagens acabam se tornando também “códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas”¹². Assim, vamos materializando os fatos e vivendo cada vez mais em função destas que a todo instante são publicadas nas redes sociais, e principalmente nos dias atuais, no Instagram. Flusser ainda reforça dizendo que temos vivido em função da “magia imagética: vivenciamos, conhecemos, valorizamos e agimos”¹³, em função de imagens que tornam os fatos palpáveis.

Nos posts, “a função dos textos é explicar imagens, a dos conceitos é analisar cenas. Em outros termos: a escrita é metacódigo da imagem”¹⁴. Neste cenário, o Instagram vai conquistando seguidores; e a arte da hibridação vai ganhando força em meio às ferramentas de edição da internet e tantos outros aplicativos que “produzem” imagens a serem compartilhadas inclusive neste aplicativo.

“Diferentemente da imagem fotoquímica, a imagem eletrônica é muito mais maleável, plástica, aberta à manipulação do artista, resultando portanto mais suscetível às transformações e às anamorfozes. Pode-se nela intervir infinitamente, alterando suas

¹⁰ Idem, pg 14.

¹¹ FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. Rio de Janeiro: Relume Dumaré, 2002, pg 7.

¹² Idem, pg 8.

¹³ Idem, pg 15.

¹⁴ FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. Rio de Janeiro: Relume Dumaré, 2002, pg 10.

formas, modificando seus valores cromáticos, desintegrando suas figuras”¹⁵. Assim, o realismo na internet é “essencialmente conceitual, elaborado com base em modelos matemáticos”¹⁶, no entanto, ainda existe espaço para os dados físicos que consistem em registros sem manipulação da realidade.

Na internet, o processo de reeducação visual no que se refere à fotografia está em constante evolução, aplicativos apresentam novas possibilidades de imersão e as pessoas vão fluindo no quesito adaptação. Fotografar deixa de ser apenas registrar, dando espaço para o verbo comunicar e, pela primeira vez, a fotografia passa a estar associada aos aspectos lúdicos que levam...

...milhões de pessoas o desejo de fazer fotos sob um novo olhar - a talvez pela primeira vez pensarem as imagens como mais do que meros registros de um momento. A cultura das aprovações, dos comentários e dos seguidores - essenciais das redes sociais - serviu muito bem ao Instagram como forma de atrair uma sociedade ávida por interações¹⁷.

Seguidores que não têm câncer

Pensando nas pessoas que não têm a doença, mas que por alguma razão se tornam seguidoras dos perfis de mulheres que a tem, o questionamento é: por que são seguidoras? Dentre as possíveis respostas, algumas delas seriam: porque conhecem essas mulheres que estão com a doença; porque têm alguém na família, amigos ou conhecidos com câncer, ou, enfim, o que teriam a dizer, ou, por que se silenciam? Será que querem ajudar, consolar, apoiar? Por que continuam seguidoras? O que mais lhe despertam? O que absorvem ao seguir estas mulheres? Já eram seguidoras antes desta mulher estar com a doença, ou, passaram a segui-la justamente por conta da doença? Assim, numa troca direta ou indireta de relações, as pessoas convivem em comunidade na internet, e “comunidade não é o mero estar junto (...) num gueto, e sim um

¹⁵ MACHADO, Arlindo. As Imagens técnicas: da fotografia à síntese numérica. In: Pré-cinemas & Pós-cinemas. Campinas: Papyrus, 2002, pg 230.

¹⁶ Idem, pg 232.

¹⁷ WATANABE, Felipe. É bonito ser faux - A nova fotografia digital e o fenômeno do Instagram. Trabalho de Conclusão de Curso. ECA: São Paulo, 2012, pg 41.

compartilhamento (ou uma troca), relativo a uma tarefa, um múnus, implícito na obrigação originária (ônus) que se tem para com o Outro”¹⁸.

No Instagram, esta troca, seja como for, também acontece, justamente porque “Instagram was also adopted by millions of Young, sophisticated people around the world to display their photography, narrate their ideas and experiences, and connect to each other”¹⁹. E mesmo sem nunca ter passado por algo parecido, estas pessoas estão lá, acompanhando a história de dor, garra, luta e superação, e curtindo ou não, interagindo ou não, fazem parte da relação de seguidores. Lev Manovich diz ainda “the main purpose of casual images is to document an experience, a situation, or represent a person or a group of people”²⁰.

Levando em consideração o estético, afinal, “a vida, quando interrogada sobre o seu sentido está diretamente ligada á estética”²¹; e o estésico, “como o conteúdo afetivo da vivência cotidiana”²², estas mulheres com câncer, que passam por tratamentos e tendem a ficar carecas, curtem, mais do que ninguém, se sentir admiradas, e têm suas autoestimas elevadas quando em seus posts são elogiadas. Assim, a fotografia se torna também um instrumento de apoio para voltarem a se sentir lindas e para voltarem a interagir com a sociedade, desmitificando dia após dia os tabus relacionados ao câncer. No entanto, será que em meio a esta luta, seus posts não seriam apenas espetáculos como estratégia de sobrevivência, com cenas de força, de quem na verdade de tão fraca, acaba se expondo ao mundo de aparências?

De aparências ou não, estas mulheres estão no Instagram, e manipulando ou não estes posts, sobretudo, publicando uma parcela do vivem, será que acabam se desvinculando do mundo real? Para Guy Debord, “quanto mais sua vida se torna seu produto, tanto mais ele se separada da vida”²³. E será então que acabam se tornando tão

¹⁸ SODRÉ, Muniz. As estratégias sensíveis – Afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006, pg 94.

¹⁹ MANOVICH, Lev. Instagram and contemporary image. Disponível em <manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>. Acesso 7 mar. 2017, pg 4.

²⁰ MANOVICH, Lev. Instagram and contemporary image. Disponível em <http://manovich.net/content/04-projects/097-designing-and-living-instagram-photography/instagram_book_part_4.pdf>. Acesso 14 junho 2017, pg 5.

²¹ SODRÉ, Muniz. As estratégias sensíveis – Afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006, pg 89.

²² Idem, pg 90.

²³ DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, pg 25.

somente “contempladas”? Debord completa: “A realidade considerada parcialmente apresenta-se em sua própria unidade geral como um pseudomundo à parte, objeto de mera contemplação”²⁴.

Neste sentido, será que seus seguidores seriam uma espécie de pessoas solidárias aos relatos em torno da doença? Segundo Susan Sontag, “nossa solidariedade proclama nossa inocência, assim como proclama nossa impotência. Nessa medida (a despeito de todas as nossas boas intenções), ela pode ser uma reação impertinente – senão imprópria”²⁵.

Ainda no livro de Susan Sontag, “Edmund Burke observou que as pessoas gostam de olhar para imagens de sofrimento. “Estou convicto de que extraímos um grau de prazer, e não pequeno, dos infortúnios e das dores reais dos outros”²⁶. Para completar, “o sofrimento de determinadas pessoas tem um interesse muito mais intrínseco para determinado público (admitindo-se que o sofrimento deva ter um público) do que o sofrimento de outras pessoas”²⁷.

Considerações Finais

Com o advento do Instagram, as pessoas têm se relacionado de uma maneira muito mais próxima do universo fotográfico, e assim sendo, mulheres com câncer tem compartilhado suas experiências e elevado suas autoestimas a partir das relações, da conquista de seguidores, dos filtros que a ferramenta dispõe, das possibilidades de produzirem informação e tutoriais de beleza, da exposição de suas histórias, das imagens e mensagens de superação, da demonstração em posts de uma vida comum, da quebra de paradigmas e dos tabus, da desmitificação dos rótulos e pudores que a sociedade ainda tem quando se depara com a doença. Espero que com a minha pesquisa, a fotografia possa ser vista de maneira diferente, e quem sabe a imagem de espetáculo passe a ser vista sob o ponto de vista positivo também, como uma técnica de empoderamento para a conquista da autoconfiança destas mulheres com câncer.

²⁴ Idem, pg 13.

²⁵ SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003, pg 82.

²⁶ SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003, pg 82.

²⁷ Idem, pg 97.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. **Tela Total** – mito-ironias do virtual e da imagem. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- COUCHOT, Edmond. “Da representação à Simulação”. In: PARENTE, André (org). **Imagem Máquina** – A era das tecnologias do virtual. São Paulo: Editora 34, 1993.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FONTCUBERTA, Joan. **Le Mois de la Photo à Montreal**. The PostPhotographic Condition. Montreal: Editora Kerber, 2015.
- FONTCUBERTA, Joan. **Estética Fotográfica**. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 2010.
- FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. Rio de Janeiro: Relume Dumaré, 2002.
- _____. **O Universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.
- MACHADO, Arlindo. **As Imagens técnicas: da fotografia à síntese numérica**. In: Pré-cinemas & Pós-cinemas. Campinas: Papirus, 2002.
- MANOVICH, Lev. **Instagram and contemporary image**. Disponível em <manovich.net/index.php/projetcs/instagram-and-contemporary-image>. Acesso 7 mar. 2017.
- MANOVICH, Lev. **Instagram and contemporary image**. Disponível em <http://manovich.net/content/04-projects/097-designing-and-living-instagram-photography/instagram_book_part_4.pdf>. Acesso 14 junho 2017, pg 5.
- SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis** – Afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.
- SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- SOUZA E SILVA, Wagner. “Gadgets fotográficos: a imagem como informação na cultura digital”. **Revista comunicação Midiática** (Online), v. 8, 2013.
- _____. “A condição pós-histórica da fotografia”. [S.I.]: **Tríade**, v. v.3, 2015.
- _____. “Fotografia e interfaces digitais: convergência entre produção, comunicação e significação”. [S.I.] **Revista Geminis**, 2015.
- _____. “O estudo documental da fotografia na era digital”. [S.I.]: **Artciencia.com**, 2015.
- WATANABE, Felipe. **É bonito ser faux** - A nova fotografia digital e o fenômeno do Instagram. Trabalho de Conclusão de Curso. ECA: São Paulo, 2012.