


Fotografia e imaginário social: explorações sobre tendências do “estado de espírito” da sociedade contemporânea no Instagram¹



Magali do Nascimento Cunha²
Mariana Soares Figueiredo³

Resumo

Este estudo busca compreender o momento atual da fotografia, bem como sua tendência de aproximação do cotidiano. Especial atenção é voltada para a relação com o imaginário contemporâneo e o lugar da fotografia na criação de realidades, imposição de significados e transmissão de valores. Como parte do processo de elaboração desta reflexão, foi realizada uma pesquisa exploratória com base em amostra de fotografias veiculadas no Instagram a partir de três palavras-chave (*hashtags*) de ampla incidência e sua relação com a vida cotidiana.

Palavras-chave: fotografia; imaginário; cotidiano; mídias sociais

Resumen

Este estudio busca entender la situación actual de la fotografía, así como su tendencia de acercamiento del cotidiano. Especial atención se centra en la relación con el imaginario contemporáneo y el lugar de la fotografía en la creación de realidades, imponiendo significados y la transmisión de valores. Como parte de la preparación de este proceso de reflexión, una investigación exploratoria se basó en una muestra de fotografías publicadas en Instagram desde tres palabras clave (*hashtags*) de amplia incidencia y su relación con la vida cotidiana.

Palabras clave: fotografía; imaginario; cotidiano; media

Abstract

This study seeks to understand the current situation of photography, as well as its trend approach to approach everyday life. Special attention is focused on the relationship with the contemporary imaginary and the place of photography in creating realities, imposing meanings and the transmission of values. As part of the preparation of this reflection process, an exploratory research was held, based on a sample of photos posted on Instagram from the search for three keywords (*hashtags*) of wide incidence in this social media and their relationship to everyday life.

Keywords: photography; imaginary; everyday life; social media

¹ Artigo resultado final de pesquisa financiada pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) do CNPq.

² Doutora em Ciências da Comunicação, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo.

E-mail: magali.cunha@metodista.br

³ Bacharel em Rádio, TV e Internet pela Universidade Metodista de São Paulo.

E-mail: marifigueiredo1@gmail.com

Introdução

Ainda em 1977, décadas antes de se pensar em *smartphones* com câmeras de alta resolução conectadas à internet, Susan Sontag já falava sobre consequências da tecnologia da fotografia: “A subsequente industrialização da tecnologia da câmera apenas cumpriu uma promessa inerente à fotografia desde o seu início: democratizar todas as experiências ao traduzi-las imagens”. (1977, p. 18). Artesanal, a princípio, a fotografia era uma atividade cara, complicada e exercida por um seleto grupo de inventores e entusiastas e que, a partir da sua industrialização, do aprimoramento crescente da tecnologia, das câmeras de bolso, controles automáticos e fácil manuseio, passou a atrair qualquer pessoa a fotografar qualquer assunto. “A fotografia tornou-se um passatempo quase tão difundido quanto o sexo e a dança” (SONTAG, 1977, p.18).

Em tempos atuais, na era do digital, o termo “democratizar a experiência” de Sontag (1977) é ainda mais eloquente, visto o fácil acesso às tecnologias de captação, armazenamento e compartilhamento da fotografia. Vemo-nos diariamente inundados por imagens a partir de registros das câmeras digitais e celulares de alta definição, com disseminação facilitada pelas mídias sociais que permitem o compartilhamento de fotos, como por exemplo, Facebook, Tumblr e Instagram, que possibilitam o pensamento de que tudo o que pode ser visto, pode ser mostrado. Assim, o processo de popularização da fotografia segue se aproximando cada vez mais das coisas comuns, cotidianas e efêmeras.

A partir destas bases teóricas é que este trabalho se coloca com o objetivo de compreender o momento atual da fotografia, bem como sua tendência de aproximação do cotidiano a partir da interação de indivíduos com as novas tecnologias. Busca-se afirmar o valor do registro fotográfico enquanto expressão de uma sociedade, corroborando a compreensão de que as imagens são meios de indicar, a partir das representações que o ser humano cria do mundo, a sua própria relação com ele.

No processo de composição deste texto que aqui se apresenta, foi realizada a articulação da contribuição de pesquisadores que se debruçam sobre os temas da fotografia e do imaginário e suas tecnologias com uma exploração do registro do cotidiano e do comum inserida nas redes sociais digitais, mais especificamente no Instagram. A intenção foi obter indicações sobre o “estado de espírito” dessa sociedade a partir de uma amostra de fotografias veiculadas nessa rede, por meio da pesquisa por três palavras-chave (*hashtags*) de ampla incidência nesta mídia social e relação com a vida cotidiana: *#love*, *#me*, *#goodmorning*. Compreendendo-se a fotografia como uma tecnologia do imaginário, buscou-se compreender: como expressões do imaginário predominante na sociedade contemporânea podem ser percebidas por meio de postagens feitas por indivíduos no Instagram? A aplicação dos conceitos desenvolvidos à seleção de fotografias que mais se aproximavam do tema da *hashtag* tornou possível identificar prováveis relações entre elas e padrões de elementos visuais, bem como os que ultrapassam as visualidades

1. Fotografia em tempos de novas interações

A fotografia como registro, qualquer seja seu enfoque, tem sido, desde os primórdios, inseparável da experiência humana, uma vez que ela contém a fração de uma realidade, a comprovação de que algo realmente existiu, a retenção de um instante da vida que flui continuamente, servindo como fonte de emoções, de conhecimento – à medida que apresenta fragmentos do mundo – e, fundamentalmente, preservação da memória. Por outro lado, sobre o ato de fotografar como modo de atestar uma experiência, Sontag afirma que “tirar fotos é também uma forma de recusá-la ao limitar a experiência em uma busca do fotogênico, ao converter a experiência em uma imagem, um souvenir” (1977, p.20).

Ao contrário do tempo em que o uso mais popular da fotografia estava associado a eventos importantes como retratos de família, comemorações, casamentos, hoje, com câmeras fotográficas inseridas nos mais diversos tipos de dispositivos, nota-se a tendência à produção (e consumo) de imagens cada vez mais atreladas ao nosso cotidiano e, a partir do advento das redes de compartilhamento, a uma exposição da intimidade. Autorretratos, fotografias de animais de estimação, interesses culinários, atividades de lazer e qualquer coisa que evidencie preferências e estilos de vida, estão amplamente difundidos na rede e trazem à tona uma crescente discussão acerca da banalização da fotografia, tanto como documento, quanto como arte, uma vez que considerável parte de sua produção esteja vinculada às manifestações populares e anônimas principalmente através das mídias sociais.

Pode-se dizer que a produção exacerbada de fotografias fez com que a mesma acabasse por ser banalizada. Pode parecer extremo, no entanto, para muitos, as fotografias são vistas como veículos visuais que podem ser produzidos por qualquer um que saiba disparar o botão da máquina fotográfica. (KAWAKAMI, 2012, p. 172).

Sobre essa questão, Entler (2013, s/n) apresenta outra perspectiva: “Torcemos o nariz, mas a fotografia também é isso, ela sempre teve vocação para as coisas mundanas”. Partindo dessa afirmação, que reconcilia a fotografia à cultura massiva, pode-se enxergar essa popularização por seu lado positivo: a democratização das experiências. De uma perspectiva mais ampla – a da história da fotografia – não é mau que todo mundo seja capaz de fotografar. Nesse contexto, o processo passa a ser maior em importância que o resultado final. Silva (2012, p. 12) observa que a fotografia foi apropriada por um fenômeno maior que si mesmo:

Talvez interagir com estas novas proposições para a fotografia represente um modo de perceber as relações sociais. Se a banalidade e a efemeridade estão implícitas neste processo, é preciso lembrar que elas acompanham a natureza humana desde sempre.

Nesta perspectiva, atenta-se às razões que provocam este processo e as dinâmicas envolvidas no ato de fotografar que, segundo Sontag (1977,

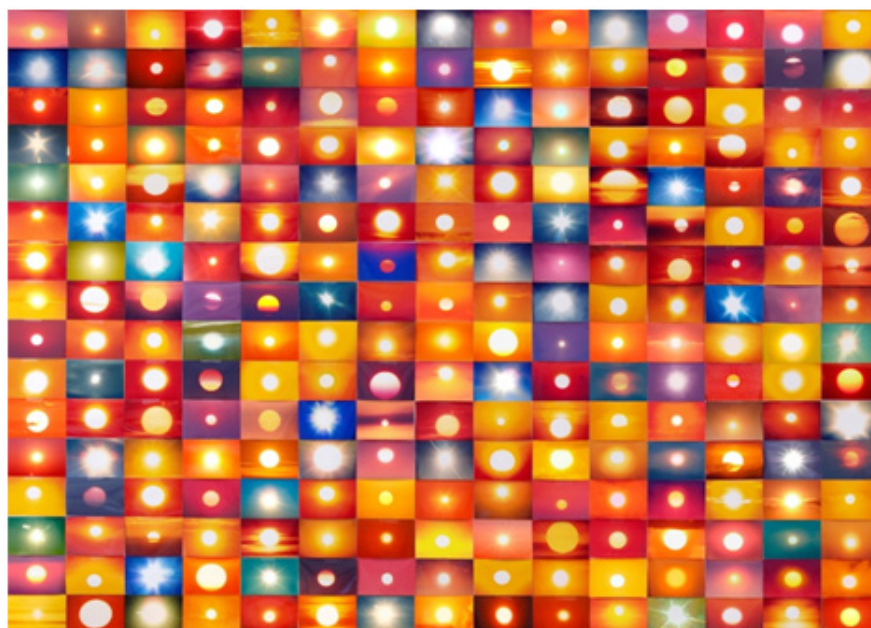
p.18), é “sobretudo um um rito social, uma proteção contra a ansiedade e um instrumento de poder”. A este respeito, Entler (2013, s/n) afirma:

A fotografia não é apenas uma imagem, mas também um universo de rituais. É aqui que devemos buscar as mudanças mais significativas. É com os blogs, o Orkut, o Facebook, o Flickr, o Instagram, e claro, com os smartphones que vemos a cultura fotográfica ser impactada por dinâmicas efetivamente novas, ainda que sujeitas às mesmas e antigas críticas.

Sobre isto, Barthes (1984) alude à fotografia unária, referindo-se a uma fotografia que não possui *punctum* – detalhe que atrai, fere ou causa choque: “uma fotografia que tem tudo pra ser banal, na medida em que a unidade da composição é a primeira regra da retórica vulgar” (BARTHES, 1984, p. 66). Segundo o pensador, a fotografia é unária quando transforma enfaticamente a realidade, sem duplicá-la, sem fazê-la vacilar.

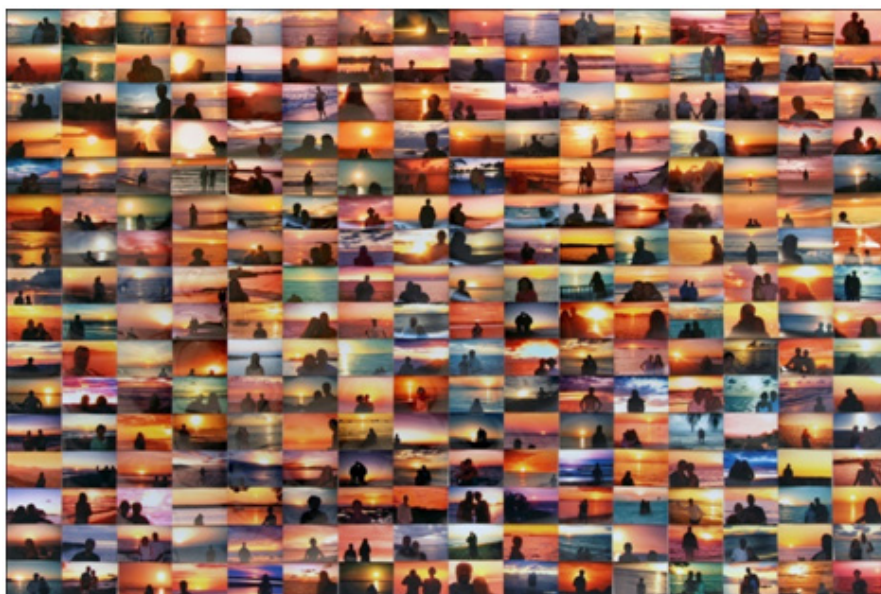
Pode-se relacionar esse conceito de Barthes às fotografias que ocupam as mídias sociais. De alguma maneira, parecem originar-se de um mesmo lugar, difundem-se e contaminam-se. Prestam-se a apresentar identidades, expressões e estilos de vida de indivíduos, mas sem se afastarem de moldes já estabelecidos. Sontag (1977) afirma que as fotos chocam na proporção em que mostram algo novo. Logo, a repetida exposição das imagens tende a desgastar esse choque. E é justamente esse efeito que parece pairar por toda a rede de mídias sociais digitais. Somos diariamente inundados por imagens, mas que, em sua maior parte, não passam de repetição, não conseguem escapar de um olhar generalista. O trabalho da artista Penelope Umbrico faz um apontamento sobre essa questão ao exibir em grandes dimensões as imagens semelhantes que encontra no Flickr.

Figura 1: Suns (From Sunsets)



Fonte: Portfólio Penelope Umbrico, 2006

Figura 2: Sunset Portraits, 2011



Fonte: Portfólio Penelope Umbrico, 2006

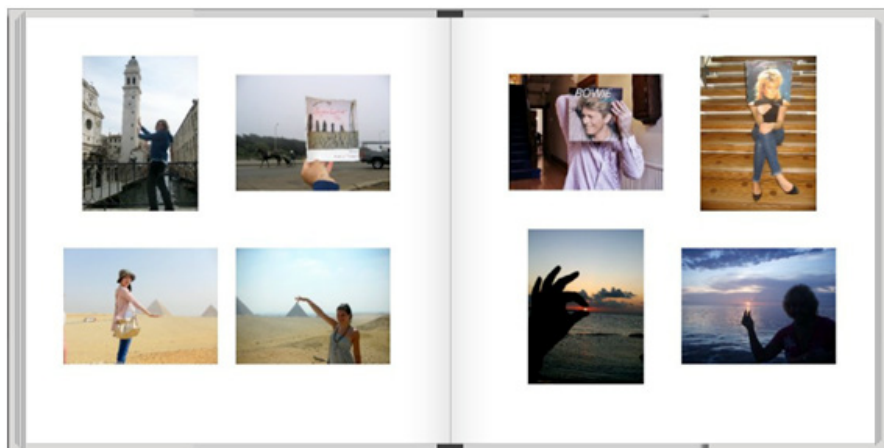
Isto também se observa no trabalho de curadoria de Joachim Schmid, também no Flickr, que resultou na série de 96 livros “Other People’s Photographs” [Fotografias de Outras Pessoas], a partir de temas banais como “airline meals” [refeições de vôos], “blue” [azul], “shadow” [sombra], “portraits” [retratos], “pyramids” [pirâmides], “dogs” [cachorros], entre outros.

Figura 3: Joachim Schmid, Other People Photographs, 2008-2011



Fonte: Blog “Icônica”, 2011

Figura 4: Joachim Schmid, *Other People Photographs*, 2008-2011



Fonte: Blog “Icônica”, 2011

Nisto, pode-se perceber o impacto causado pela popularização da fotografia a partir do acesso às mais recentes tecnologias de produção de imagem⁴. Embora esse impacto seja visto, de modo geral, sob a perspectiva da banalização, como uma perda de valor da fotografia frente à reprodução incessante de clichês, e contestado quanto à possibilidade de conexão desses registros à memória que se intencionou guardar – uma vez sendo registros efêmeros -, fica também a questão: quem estaria apto a desconsiderar o valor desse período no qual a história da fotografia se encontra, quando sua popularidade permite a milhares de pessoas, aleatoriamente, comunicarem a mesma coisa? Quem poderia ignorar o que milhares de pessoas têm a comunicar? Assim como questiona Entler (2013, s/n):

Olhando para as imagens que sobreviveram anonimamente ao século XX, e considerando o modo como pesquisadores, colecionadores e artistas estabelecem a partir delas um diálogo com a história, eu me pergunto: quem estaria em condições de definir qual imagem deveria ou não ter sido produzida? Quem poderá dizer de antemão qual a imagem terá valor para a história ou para a memória?

2. O Instagram

Vindo ao encontro da “demanda narrativa e de visibilidade do sujeito contemporâneo” (SILVA, 2012, p. 4), em 2010 surgiu o aplicativo *Instagram*. Criado por Kevin Systrom e Mike Krieger, o aplicativo - que incorpora funções de câmera fotográfica, editor de fotos e compartilhamento via iOS e Android -, propõe uma narração do cotidiano através de fotografias despretensiosas, obtidas, principalmente, por meio das câmeras embutidas nos celulares, e com a possibilidade de inserção de legenda e geolocalização. O recurso tem conquistado muitos adeptos, ultrapassando, atualmente, a marca de 300 milhões de usuários, segundo dados divulgados em dezembro de 2014.⁵

⁴ Há também um trabalho em vídeo, do cineasta Thomas Jullien. Uma pseudoanimação, tecendo 852 imagens aleatórias de usuários do Instagram para formar uma história que começa com um passeio de bicicleta em Paris. Ver em: Thomas Jullien. Instagram Short Film. Disponível em: <<http://www.thisisthomasjullien.com/instagram-short-film1/>>. Acesso em: 20 set 2015.

⁵ INSTAGRAM atinge 300 milhões de usuários e ultrapassa Twitter. G1, 10 dez 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/12/instagram-atinge-300-milhoes-de-usuarios-e-ultrapassa-twitter.html>>. Acesso em: 20 set 2015.

Com intenção de valorizar a nostalgia das câmeras Polaroid, que revelavam a fotografia no ato do disparo, além da instantaneidade de fotografar e compartilhar na rede “o que você está vendo agora”, o aplicativo oferece filtros que reproduzem, na fotografia, uma estética, cores e texturas que remetem à fotografia analógica de décadas passadas. Outro recurso é a classificação das fotos com *hashtags* (palavras-chave), um comando que agrupa imagens relacionando-as a determinado assunto, o que abre novos caminhos para a visualização ao gerarem hiperlinks que redirecionam a “álbuns” onde é possível encontrar imagens relacionadas a temáticas específicas de interesse.

Dadas as etapas de fotografia, edição e compartilhamento com outros usuários do Instagram ou de outras mídias sociais vinculadas, inicia-se a espera pela repercussão da imagem postada atenta a verificar o grau de aceitação evidenciado através das opções “curtir” e “comentar” da foto. Eis uma característica expressiva das mídias sociais: o anseio por ver e ser visto. Como afirma Christoph Türcke: “ser é ser percebido midiaticamente”. A existência parece estar cada vez mais dependente deste retorno da audiência, é preciso “emitir para existir” (TÜRCKE apud SILVA, 2012).

E “como” essa existência será notada também se torna uma questão para o indivíduo ao se colocar online nas mídias sociais. “Desde o início desse trajeto derivam as dúvidas e as necessidades de construção midiática do sujeito: como vou me produzir? Como quero que me vejam?” (SILVA, 2012). Pode-se observar toda essa movimentação das mídias sociais relacionada a uma dinâmica de seleção que o sujeito faz para evidenciar o que corrobora a imagem de si que está compondo para o mundo.

Ser visível é tão importante na lógica de agora que cada vez mais a esfera pública torna-se central. Ela conclama o sujeito ao ‘Show do Eu’, como nos fala Paula Sibília (2009), por meio de inúmeras ferramentas capazes de torná-lo emissor, produtor de seu conteúdo. (SILVA, 2012).

2.1 Antes do Instagram

Embora esteja intrinsecamente relacionada à formação de identidade do indivíduo contemporâneo (ou pós-moderno, como preferem alguns⁶) por meio das mídias sociais, essa necessidade de formatar uma autorrepresentação não é de agora. A fotografia se fez presente nos lares e nas relações sociais a ele externas já no final no século XIX quando, para sobreviver, o ofício de retratista obrigava os fotógrafos a atribuírem aos retratados determinados traços de personalidade e posição na sociedade. Brasil (2012) fala sobre a vida social no século XX muito associada a uma concepção material, onde a importância do indivíduo dá-se ao passo que dispõe de bens, os quais definem a maneira como é visto. A autora fala sobre a estratégia dos estúdios para atraírem os indivíduos menos favorecidos economicamente a perpetuarem sua pretensão de riqueza: “muitos estúdios dispunham de cavalos, carruagens, figurinos luxuosos e inúmeros artefatos que demonstrariam

⁶ Ver LYOTARD, 2000.

e aproximariam a riqueza destes indivíduos menos favorecidos economicamente” (BRASIL, 2012, p. 313).

A pesquisadora também fala acerca da escolha das roupas, acessórios e, principalmente, da pose mais adequada para a concepção de dignidade do retratado, feita durante alguns minutos em uma sala onde se podia visualizar outros retratos como referência.

O corpo era determinante para a fabricação do caráter que se queria demonstrar. A postura, o ângulo em relação à câmera e os utensílios (a vestimenta e os objetos) que teatralizavam a cena eram retoricamente dispostos no estúdio a fim de criar uma atmosfera de requinte e também de estereotipização do determinado grupo social que o fotografado desejava se inserir. (BRASIL, 2012, p. 314).

Nesse aspecto, questiona-se o caráter de realidade da fotografia. Embora apresente um fragmento do que foi, nota-se muito do que, na realidade, foi construído.

Isto foi encenado: todo mundo se engana ou pode ser enganado em fotografia – o fotografado 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. [...] Talvez a fotografia não se refira senão a ela mesma: é, aliás, a única condição de possibilidade de sua autonomia. (SOULAGES, 2010. p. 75-76).

3. O lugar do imaginário

Dos retratos oitocentistas aos instantâneos atualizados constantemente na rede de mídias digitais, o que se tem são interpretações de realidades formatadas, recortadas, a fim de se expor da melhor forma para a composição de uma imagem. Trata-se de uma realidade à qual Kossoy (1999) se refere como segunda realidade ou realidade interior, a realidade do assunto representado – caracteres que, em conjunto, simbolizam algo e acabam por mexer com nossa memória –, sua história oculta, “invisível fotograficamente e inacessível fisicamente” (KOSSOY, 1999, p. 36), esfera na qual o imaginário se manifesta.

Maffesoli (2001, p. 75) afirma o imaginário como uma aura:

Não vemos a aura, mas podemos senti-la. O imaginário, para mim, é essa aura, é da ordem natural da aura: uma atmosfera. Algo que envolve e ultrapassa a obra (...) É o estado de espírito que caracteriza um povo.

A vida em sociedade é construída por interações sociais que produzem cultura relacionada a hábitos cotidianos, às formas de comunicação, às leis, regras e convenções sociais, às visões de mundo, aos sonhos e desejos. Castoriadis (1995) denomina esta coleção de produtos das interações sociais (figuras/formas/imagens) de “significações imaginárias”, que formam um todo coerente, o imaginário, ou seja, são criadas e partilhadas para dar

sentido e coesão à existência de um grupo. Para Castoriadis (1995, p. 36), é somente a partir dessas “significações imaginárias” que se pode falar de “alguma coisa”.

Relacionado a tudo o que se apreende visualmente do mundo, e elaborado coletivamente (CUNHA, 2012), o imaginário traz à existência um conjunto de imagens – cinematográficas, tecnológicas, pictóricas, escultóricas. No entanto, o imaginário não deve ser entendido apenas como um conjunto de imagens (SILVA, 2006): um álbum de fotografias mentais, nem um museu da memória individual ou social, tampouco se restringir apenas ao exercício artístico de imaginação sobre o mundo. “O imaginário é uma rede etérea e movediça de valores e de sensações partilhadas concreta e visualmente” (SILVA, 2006, p. 9). Nessa perspectiva, as imagens são produtos do imaginário – não suportes -, capazes de manifestar a imaginação coletiva na qual se inserem.

Reservatório, agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, leituras da vida e, através de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e de aspirar ao estar no mundo. O imaginário é uma distorção involuntária do vivido que se cristaliza como marca individual ou grupal. Diferente do imaginado — projeção irreal que poderá se tornar real —, o imaginário emana do real, estrutura-se como ideal e retorna ao real como elemento propulsor. Motor, o imaginário é um sonho que realiza a realidade, uma força que impulsiona indivíduos ou grupos. Funciona como catalisador, estimulador e estruturador dos limites das práticas. (SILVA, 2006, p. 11).

Determinado pela ideia de pertencer a algo, o imaginário, tribal (SILVA, 2006), retira o indivíduo da solidão, ao inseri-lo numa atmosfera de partilha. Ao encontrar reconhecimento no outro, o indivíduo reconhece-se a si. Dada essa identificação, a construção do imaginário segue por meio de apropriação, que é o desejo de ter o outro em si, e a distorção, reelaboração do outro para si. É por contágio, principalmente, que o imaginário social é estruturado: aceitação do modelo do outro (lógica tribal), disseminação e imitação.

3.1 Tecnologias do imaginário

Silva (2003) desenvolve a noção de Maffessoli (2001), das mídias como “tecnologias do imaginário”. O pesquisador brasileiro refere-se aos dispositivos pelos quais o imaginário pode se manifestar: “dispositivos de produção de mitos, de visões de mundo e de estilos de vida (...). Os canais de irrigação do real pela imaginação” (SILVA, 2003, p. 22). Para o autor, as tecnologias do imaginário são como as últimas consequências da necessidade de mecanismos de incitação simbólica, vindas da condição de “sociedade do espetáculo” das sociedades ocidentais.

Sobre o espetáculo, Debord (2002), em sua destacada “Tese 4”, afirma não se referir a um conjunto de imagens, mas a uma “relação social entre

“pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 2002, p. 14). Silva (2003) fala a respeito do significado dessa mediação, sugerindo que o ser humano não lida diretamente com o que supostamente é real, ao contrário, incorpora uma imagem dessa realidade construída. Para Flusser (1988) isso acontece pois, mais do que fazer uma mediação entre o ser humano e o mundo, as imagens se interpõem entre eles, e, como um filtro, passam a ser a própria realidade. O ser humano, não sabendo interpretá-las, passa a viver o imaginário por elas construído.

Flusser (1988) retrata os valores – ou a inversão destes – dessa sociedade que, mediada por imagens, tem sua existência tendenciada por elas:

Estar no universo fotográfico implica viver, conhecer, valorar e agir em função de fotografias. Isto é: existir num mundo mosaico. Vivenciar passa a ser recombinar constantemente experiências vividas através de imagens. Conhecer passa a ser elaborar colagens fotográficas para se ter uma “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. Esta forma de existência, todo o conhecimento, todo o valor, toda a ação consiste em bits definíveis. Trata-se de uma existência robotizada, cuja liberdade de opinião, de escolha e de ação se torna observável, confrontada com os robots mais aperfeiçoados. (FLUSSER, 1998, p. 86).

Maffesoli (1998), por sua vez, entende o papel da imagem na pós-modernidade como o de “religação”. Para o sociólogo, a imagem, por conta de um partilhar comum, gera vínculos, reforça o laço social e emocional, à medida que possibilita o reconhecimento de si a partir do conhecimento do outro.

3.2 Reconhecimento e construção de identidade nas mídias sociais

Por meio desta compreensão é possível afirmar que o ser humano produz aquilo que chama de “realidade” e está ao mesmo tempo, produzindo-se a si mesmo e suas relações. O ambiente das mídias sociais, uma vez que fornece algo como um palco visual de aparições, estabelece entre os indivíduos uma relação essencialmente visual. Por intermédio de imagens, constrói-se narrativas da vida, que, fictícias ou autênticas, são “expressões reais, ao menos, dos íntimos desejos desses sujeitos e podem servir a determinados objetivos, como aumentar a popularidade, garantir maior visibilidade, promover o marketing pessoal, aperfeiçoar e desenvolver outras estratégias imediatas de consumo pessoal” (SANTANA; COUTO, 2012, p. 35).

Mateus (2013) expõe a capacidade das mídias sociais de redefinirem as formas contemporâneas de pertença social, insinuando-se como comunidades ópticas, que, baseadas no poder da imagem, fomentam o estabelecer de um ponto de vista coletivo partilhado.

Aquilo que designamos por “comunidades ópticas” diz respeito às comunidades de espectadores cuja criação as redes sociais estimulam. O poder da observação mútua de imagens e vídeos parece desenvolver um sentimento comunitário — nalguns aspectos mesmo neo-tribal (cf. Maffesoli, 2000) — capaz de suscitar uma ligação emocional entre os seus membros. (MATEUS, 2013, p. 155).

Segundo o autor, a pluralidade dos olhares forma a representação visual de uma comunidade de subjetividades, onde cada indivíduo reconhece algum tipo de legitimidade para apreciar. “A aparência e o espectral funcionam como pequenas pontes visuais entre o indivíduo e a sociedade” (MATEUS, 2013, p. 155).

Ao se colocar *online* nas mídias sociais diante de “espectadores”, é preciso que o indivíduo se aproprie de uma linguagem comum, a fim de que sua mensagem – parte de si que deseja mostrar ao mundo – , seja compreendida e aceita. É válido observar que a audiência e aprovação – confirmadas através das opções “curtir” e “comentar” – se mostram importantes no processo de legitimação das identidades.

É possível observar essa linguagem comum presente nas imagens que circulam pelas mídias sociais. Da incessante reprodução de clichês, pode-se apreender o imaginário presente na relação desses indivíduos com a fotografia, especialmente no contexto das mais recentes tecnologias, uma vez que esta tem se aplicado a afirmar pertencimento a determinado grupo e estereótipos, mais do que a individualidade e aprofundamento na essência, evidenciar estilos de vida padrões e comprovar diversão, mais do que guardar memórias, atualizar, mais do que rever e recordar.

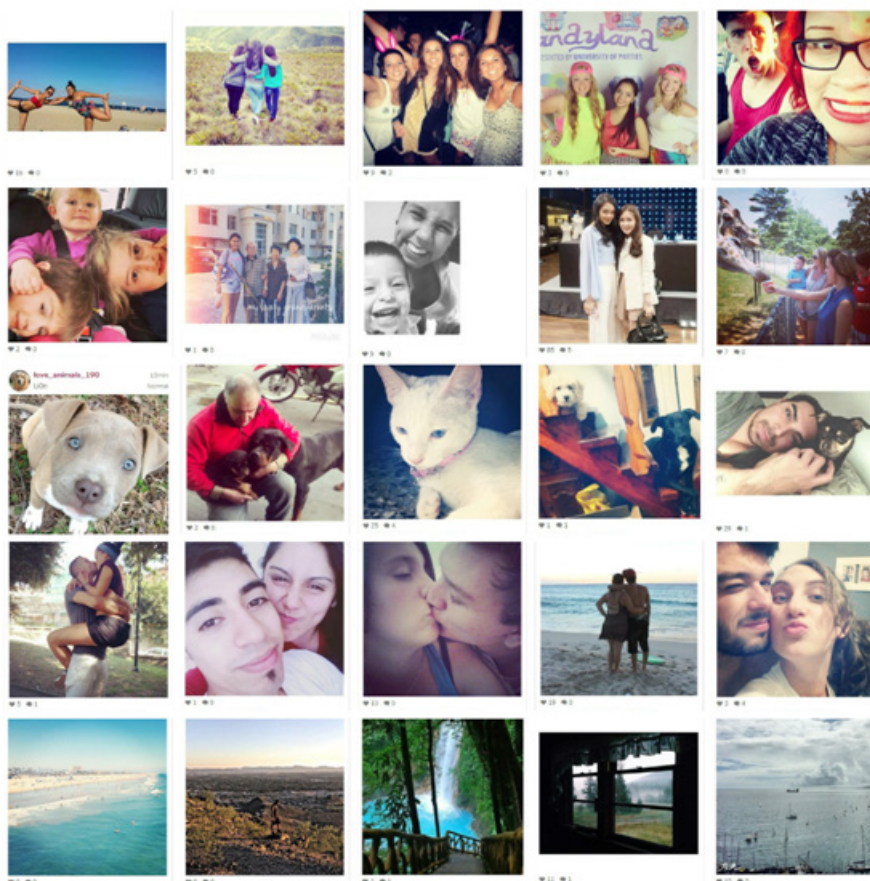
4. Instagram, fotografias e o imaginário

A partir do que foi exposto, é possível identificar a fotografia como tecnologia do imaginário, e reconhecer as redes sociais digitais como parte fundamental na estrutura do espetáculo e na difusão das realidades imaginárias. Tomaremos aqui como embasamento metodológico, uma amostra de fotografias veiculadas no Instagram a partir da pesquisa por três palavras-chave (ou *hashtags*): “love” [amor], “me” [eu]” e “goodmorning” [bom dia]. O critério utilizado na escolha das palavras-chave foi a ampla incidência na rede digital de mídias sociais e a relação com a vida cotidiana⁷. Observou-se, na forma de utilização das *hashtags* pelos usuários, uma ausência de critérios, o que dificultou uma seleção aleatória. Optou-se, então, a partir de uma perspectiva exploratória, por uma seleção das fotografias que mais se aproximaram do significado da *hashtag* relacionada. A amostra foi colhida por meio de acesso ao Instagram pelas pesquisadoras em três dias da segunda semana do mês de maio de 2014, escolhidos aleatoriamente, um dia para cada *hashtag*. São centenas de fotografias para cada tema. Para atender ao critério definido para a pesquisa exploratória, foram identificadas, e aqui reproduzidas, 25 de cada tema.

⁷ Informação do site Websta Instagram Web Viewer. Disponível em www.websta.me/hot. Acesso em 20 set. 2015.

4.1 Love

Figura 5: Amostras do Instagram #love



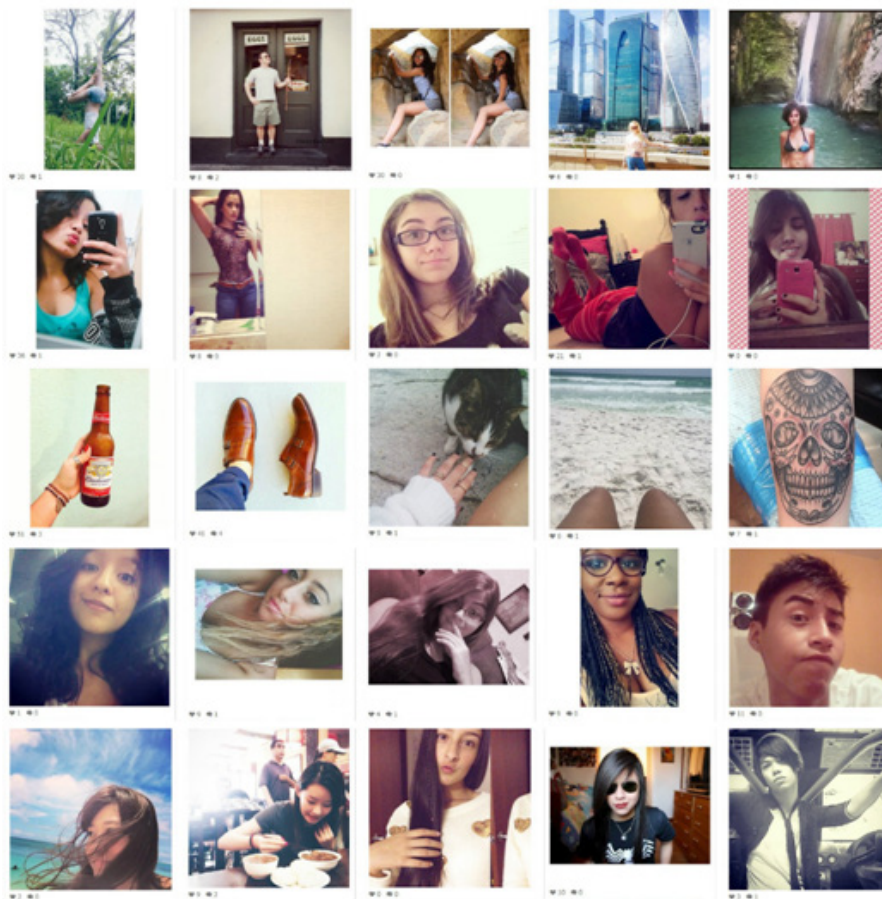
Fonte: Instagram

Com mais de 750 milhões de marcações, a *hashtag* “#love” lidera o ranking das 100 *tags* mais utilizadas na rede. Em geral, os usuários empregam a marcação para as fotografias de pessoas, lugares, animais de estimação, entre outros vários tipos de conteúdo que representam o que amam. Através das imagens, narram suas relações entre família, amigos, gestos de afeto, momentos de diversão. Estas imagens trazem as expressões comuns do sentido do “amor”, como as dimensões das relações afetivas e familiares, mas vão além ao ampliarem esse sentido às dimensões da amizade entre pessoas e animais, ou do apego à natureza, por exemplo.

Pode-se refletir, ao se ver essas imagens dispostas na rede, a respeito da realidade interior do assunto, aquilo que não está presente nas fotografias, e, com isso, compreendê-las como recortes da realidade dessas relações, e, sobretudo como elemento de legitimação das celebrações dos ritos sociais e familiares. Ao fotografar algo que ama, o indivíduo reafirma a posse do assunto fotografado, que diz respeito, mais do que ao objeto visível, à realidade que o conjunto de caracteres dispostos na imagem suscita, como os ideais de felicidade, união e diversão, por exemplo.

4.2 Me

Figura 6: Amostras do Instagram #me



Fonte: Instagram

Outra *tag* com grande incidência (entre as cem mais utilizadas) é a palavra “me”, o que nos sugere uma forte valorização do “eu” presente no estado de espírito da sociedade. Sobre identidade e reconhecimento, tudo diz muito nessas fotografias, carregadas de subjetividades que se dedicam a construir a maneira com que essas pessoas serão vistas.

A seleção de imagens para este trabalho buscou abranger as diversas possibilidades de representação do “eu”. A pose, a expressão, os artefatos, a relação do corpo no espaço, todos estes elementos são dispostos, consciente ou inconscientemente, e manifestam o que está presente na imaginação das pessoas, no que se refere à sua autorrepresentação.

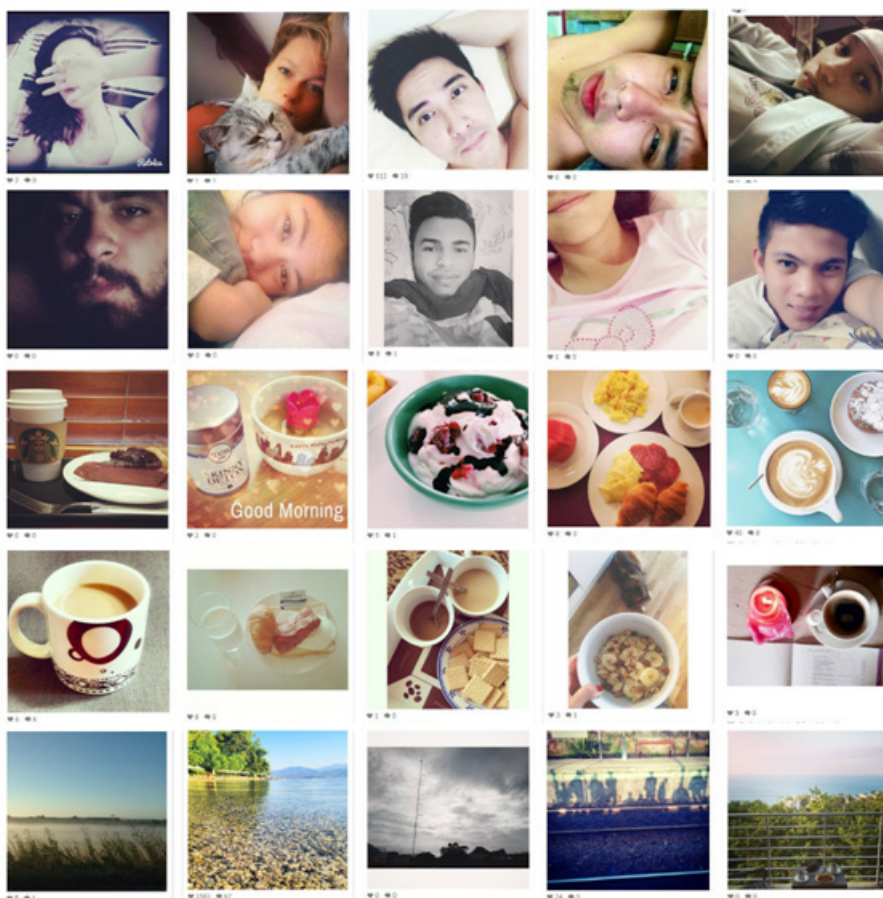
Pode-se conferir nas *selfies*, como são chamados os autorretratos difundidos pela rede, uma urgência de existir e comunicar a existência. As pessoas querem falar de si, quem são, do que gostam, no que acreditam, e ainda - como sugerem as mídias sociais - o que *estão* fazendo, porém toda essa explicação dispensa o uso das palavras e dá lugar a imagens que as expressem.

Imagens que evidenciam a relação entre o indivíduo fotografado e o

espaço no qual está inserido são capazes de reforçar aspectos de seu (ideal de) estilo de vida, como em fotografias de pessoas em contato com a natureza, praticando esportes, participando de festas, ou entre os prédios de uma avenida movimentada, por exemplo. As poses e expressões (descontraídas, sérias, sensuais) dão indícios da personalidade ou estado atual do retratado e são as mais utilizadas na busca por “likes” [“curtidas”] e reconhecimento. Fazer uma boa apresentação de si mesmo nas redes sociais é tão importante que já é possível encontrar tutoriais com técnicas para se obter um bom autorretrato. Além disso, há as fotografias em que se tem apenas parte do indivíduo no enquadramento, enfatizando outros elementos da imagem, como a paisagem ao fundo ou um objeto – livros, por exemplo – que também está em função de informar a respeito do retratado (se está na praia, ou se se interessa por determinado autor ou obra).

4.3 Goodmorning

Figura 7: Amostras do Instagram #goodmorning



Fonte: Instagram

A seleção desta *hashtag* se deu, principalmente, por sua forte ligação com o cotidiano – a primeira fotografia do dia, a primeira emissão

para o mundo. A seleção de fotografias produzida para ilustrar este trabalho é capaz de indicar, senão a realidade do início do dia das pessoas, o que estas idealizam ser. Não são todos os dias em que nos deparamos com uma bela mesa preparada para o café da manhã, por exemplo, ou uma bela paisagem, e nem sempre a espera pelo transporte público tem algo de inspirador, mas a fotografia dá esse direito: estetizar o que é banal, tornar o cotidiano em imagem e, a partir da sua difusão, apropriar, em sua autorrepresentação, mais da aparência da realidade do que a realidade em si.

Além disso, as imagens das primeiras horas do dia apontam para uma sociedade que já acorda conectada e ansiando informar ao mundo sobre si, bem como contar com o retorno de uma audiência. Autorretratos feitos ainda na cama, marcam uma superexposição da vida privada - ao revelar coisas como a aparência ou o humor do retratado -, característica própria das mídias sociais, onde para existir, é necessário emitir constantemente.

Por fim, as fotografias de espaço/ambiente, nesse contexto, se prestam a anunciar aos espectadores qual a expectativa (real ou ideal) para o dia. Uma fotografia da praia em um dia ensolarado, nos dá pistas sobre um dia que deverá ser de descanso e diversão, diferente de uma imagem da chuva pela janela, em um dia cinza, ou de um engarrafamento, por exemplo.

5. A título de conclusão

Para compreender a fotografia como uma tecnologia do imaginário, buscamos a fundamentação teórica, principalmente, nas reflexões de Sontag (2004), Kossoy (1989), Barthes (1984), que nos nortearam na discussão sobre as novas interações dos indivíduos com a fotografia, a partir das novas tecnologias. Também encontramos referências em Maffesoli (1998) e Silva (2003), que nos auxiliaram no entendimento das noções de Imaginário e Tecnologias do Imaginário.

Na primeira parte, identificamos o impacto causado pela popularização das tecnologias de captação, armazenamento e compartilhamento da fotografia. Essa resulta em uma valorização de elementos comuns e efêmeros, demonstrados nas mídias sociais, como o Instagram, que narra o cotidiano através das imagens.

Na segunda parte, a partir das noções de Imaginário e Tecnologia do Imaginário, pudemos reconhecer a fotografia como uma manifestação visual do “estado de espírito” da sociedade, podendo ser considerada como um dispositivo de produção de mitos, de visões de mundo e de estilos de vida (SILVA, 2003). Inserida nas mídias sociais, passa a atuar em seu papel de “religação” (MAFFESOLI, 1998), gerando vínculos, reforçando laços sociais, emocionais, a partir de um partilhar comum que torna possível o reconhecimento de si pelo conhecimento do outro. Por fim, na terceira parte,

apresentamos um estudo de aplicação das teorias na seleção de uma amostra de fotografias veiculadas na rede social Instagram, pesquisadas a partir de três palavras-chave (ou *hashtags*) relacionadas à vida cotidiana dos usuários.

Foi possível verificar a valorização do cotidiano a partir de sua estetização, de tornar a mais comum experiência em uma busca pelo fotogênico, em um espetáculo. Notou-se também, no processo de construção da autorrepresentação dos indivíduos, uma relação estabelecida entre ideal e real, entre o desejo de memória e o momento presente, o que dá à fotografia a atribuição de criar realidades, impor significados e transmitir valores. Suas visualidades e temas contaminam-se e difundem-se entre si, comprovando o que Silva (2006, p. 13-14) diz a respeito da estruturação do imaginário social, que se dá “principalmente por contágio, aceitação do modelo do outro (lógica tribal), disseminação (igualdade na diferença) e imitação (distinção do outro por difusão de uma parte)”. Identifica-se aqui um material instigante de reflexão sobre o lugar da fotografia nas dinâmicas socioculturais contemporâneas, tomando-se o que é apresentado em sua perspectiva exploratória, isto é, como indicação de novas e múltiplas possibilidades de aprofundamento e pesquisa.

Referências

BARTHES, Roland. *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BRASIL, Luísa Kuhl. Tempos Modernos: Fotografia e Imaginário Social. *Historiæ*, Rio Grande, FURG, 2 (1), 2011. p. 37-48. Disponível em <http://www.seer.furg.br/hist/article/view/2401>. Acesso em 20 set. 2015.

_____. O retrato como artefato: relações entre fotografia e cultura material. V SEMINÁRIO NACIONAL DE PESQUISA EM ARTE E CULTURA VISUAL. Goiânia: UFG/FAV, 2012. p. 312-318. *Anais...* Disponível em: http://projetos.extras.ufg.br/seminariodeculturavisual/images/anais_2012/38_o_retrato_como_artefato.pdf. Acesso em 20 set. 2015.

CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

CUNHA, Magali do Nascimento. Da imagem, à imaginação e ao imaginário: elementos-chave para os estudos de comunicação e cultura. In: BARROS, Laan Mendes de. *Discursos Midiáticos: representações e apropriações culturais*. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2012, p. 33-48.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.

ENTLER, Ronaldo. Minhas férias no Instagram. *Iconica*, 4 fev. 2013. Disponível em: <http://iconica.com.br/site/minhas-ferias-no-instagram/> Acesso em: 20 set. 2015.

_____. Apropriações: modos de transitar pelo excesso. *Iconica*, 8 set. 2011. Disponível em: <http://iconica.com.br/site/apropriacoes-modos-de-transitar-pelo-excesso/>. Acesso em: 20 set. 2015.

FLUSSER, Vilém. *Ensaio sobre a fotografia: para uma filosofia da técnica*. Lisboa: Relógio D'Água, 1998.

KAWAKAMI, Tatiana Tissa. A popularização da fotografia e seus efeitos: Um estudo sobre a disseminação da fotografia na sociedade contemporânea e suas consequências para os fotógrafos e suas produções. *Projética Revista Científica de Design*. Londrina, v.3, n.1, p 168-175, jul. 2012. Disponível em <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/10538>. Acesso em 20 set. 2015.

KOSSOY, Boris. *Fotografia e História*. São Paulo: Editora Ática S.A, 1989.

_____. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. São Paulo: Ateliê Editorial, 1999.

LYOTARD, Jean Frençois. *A condição pós-moderna*. 6. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.

MAFFESOLI, Michel. *A contemplação do mundo*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995

_____. O Imaginário é uma realidade (entrevista a Juremir Machado da Silva). *Revista Famecos*. Porto Alegre, Edipucrs, nº 15, p. 74-82, 2001. Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/285/217>. Acesso em 20 set. 2015.

MAFFESOLI, Michel. *O Tempo das Tribos – o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998

MATEUS, Samuel. As Comunidades Ópticas – uma análise das redes sociais digitais a partir do seu regime óptico. *Contemporanea*, v.11, n.01, jan-abril 2013 – Disponível em: <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewArticle/6288> Acesso em 20 set. 2015.

ROUILLÉ, André. *A fotografia: entre documento e arte contemporânea*. São Paulo: Ed. SENAC, 2009

SANTANA, C. L., COUTO, E. S. A publicização da vida privada no Twitter. *Fronteiras*, 14(1), pp. 31-39, 2012. Disponível em <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2012.141.04>. Acesso em 20 set 2015.

SILVA, Juremir Machado. *As Tecnologias do Imaginário*. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2003.

_____. “Imagens da Irrealidade Espetacular”. In: ARAUJO, Denize (org.). *Imagem (Ir)realidade, comunicação e cibermídia*. Porto Alegre: Sulina, 2006. p.163-172.

SILVA, Polyana Inácio Rezende. Dinâmicas Comunicacionais na Representação da Vida Cotidiana. Instagram: um modo de narrar sobre si, fotografar ou de olhar para se ver. XVII CONGRESSO INTERCOM SUDESTE, Ouro Preto, UFOP, 2012. *Anais...* Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1626-2.pdf> Acesso em 20 set. 2015.

SILVA, Polyana Inácio Rezende. Instagram: narrativas de si, vestígios para o Outro. In: V CONGRESSO DE ESTUDANTES DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, Niterói, UFF, 2012. *Anais...* Disponível em: <http://www.coneco.uff.br/ocs/index.php/1/conecorio/paper/viewFile/98/169> Acesso em: 20 set. 2015.

SONTAG, Susan. *Sobre Fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004

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