

## **COMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS: AUTORRETRATO E REPRESENTAÇÃO NO ESPAÇO DIGITAL**

*Luciana Aparecida de Miranda*

Mestrado em Desenho, Cultura e Interatividade, da Universidade Estadual de Feira de Santana – UEFS, possui apoio da Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Bahia – FAPESB

*Manuela Azevedo Carvalho*

Mestrado em Desenho, Cultura e Interatividade, da Universidade Estadual de Feira de Santana – UEFS, possui apoio da Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Bahia – FAPESB

### **Apresentação**

As redes sociais, páginas *on-line* de interlocuções, vem dia após dia ganhando aderência social. Servindo como espaços de exposição de subjetividades, esses territórios discursivos contam com um elemento de suma relevância, as fotografias, que, portadoras de uma linguagem específica, compõe de modo singular o discurso daqueles que possuem perfis nessas redes, sobretudo quando essas fotografias são autorretratistas, pensadas como narrativas autônomas que os sujeitos constroem de si.

### **Metodologia**

Como recorte da dissertação de mestrado, o texto a ser apresentado foca em um dos aspectos centrais desenvolvidos ao longo do curso, na internet como meio de comunicação, sobretudo, nas relações estabelecidas nas redes sociais. Aqui são analisadas fotografias de alguns participantes da pesquisa, que possuem autorretratos postados em uma das redes sociais escolhidas, Orkut ou Facebook. Vale lembrar que tanto as fotografias quanto os trechos de depoimentos expostos no texto completo foram autorizados pelos colaboradores mediante assinatura do Termo de Compromisso Livre e Esclarecido – TCLE, uma das condições para aprovação ética do trabalho. Antes de se

chegar às análises netnográficas (HINE, 2000) foi preciso passar pela dinâmica da comunicação cibernética e pela representação através dos autorretratos.

### **Desenvolvimento:**

Se no surgimento dos primeiros computadores (na Inglaterra, em 1945) e nas décadas posteriores, este era entendido como uma máquina potencial para fins militares e depois para fins laborais: “A informática servia aos cálculos científicos, às estatísticas dos Estados e das grandes empresas ou a tarefas pesadas de gerenciamento” (LÉVY, 1999, p. 31), nos tempos atuais, os computadores e, sobretudo, a internet logo nos remete à ideia de comunicação.

Desse modo, pensar na comunicação por meio da internet, nos últimos tempos, é pensar nas redes sociais. Essa nova modalidade de comunicação vem ganhando cada vez mais representatividade, desde a primeira década do século XXI. As inter-relações suscitadas pela internet demonstram um modelo sem precedentes de exposição e divulgação de ideias para alcance em massa. As formas de se comunicar nesse período pós-moderno, como sendo a era da globalização, tem tomado contornos cada vez mais horizontais. A respeito da globalização, Hall (2006, p. 67) afirma que:

A globalização se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo em realidade e em experiência, mais interconectado.

Nesse movimento de globalização, as redes sociais ou sites de relacionamento, como a própria denominação sugere, são espaços de interagir, de se relacionar. Territórios de fluxos constantes, de troca de informações e ideias.

Para além disso, as redes sociais são espaços de subjetividades, em que os usuários se socializam de forma dinâmica com a possibilidade de se reinventar. Criam-se como querem ser vistos, transformam-se do modo que acham conveniente. A maneira como esse sujeito se representa está diretamente ligada com as expectativas daqueles que fazem parte da sua rede. Um discurso é formado, mantido ou modificado a depender das suas interações. Os perfis pessoais nessas redes são elaborados para mostrar e convencer. Isto é a essência dessas vitrines humanas, discursos identitários revelados (ou inventados) para serem vistos:

A identidade está profundamente envolvida no processo de representação. Assim, a moldagem e remoldagem de relações espaço-tempo no interior de diferentes sistemas de representação têm efeitos profundos sobre a forma como as identidades são localizadas e representadas. (HALL, 2006, p.71)

As redes sociais proporcionam interlocuções comunicativas de modo imediato, nesse movimento de incorporação de múltiplas identidades pessoais, vê-se então, um processo efêmero, característico da maioria das relações via internet.

É desse movimento coletivo no ciberespaço que esses indivíduos constroem suas narrativas identitárias, entram num processo simbiótico físico-real com a realidade virtual através de suas postagens.

As pessoas impulsionadas por variados estímulos se metamorfoseiam afim da criação do corpo ideal, o corpo-objeto para ser exibido, admirado e cultuado. Para Couto (2000, p. 136):

Nesse cenário, o homem deste fim de século vive um misto de insatisfação e contentamento na tarefa de sempre reelaborar a aparência e os dispositivos performáticos do seu corpo. Essa adequação aos modelos é simultaneamente prazerosa e angustiante e faz parte da estratégia da normalização do corpo.

Ter (mostrar) esse corpo “normalizado”, numa sociedade imagética imediatista, para ser tomado como belo, tem que ser visto ainda como potente, saudável e, por que não dizer, jovem? Assim, utilizando todas as estratégias possíveis, os indivíduos vivem num constante processo de mutação em busca do modelo ideal.

Esse processo de personificação, saindo da esfera físico-real, chega à vida virtual. Os autorretratos digitais, espelhos dos modernos narcisos são elementos de grande valia no processo de figuração do indivíduo nos álbuns online das redes sociais.

As pessoas se modelam para serem vistas de acordo com os modelos apregoados, sobretudo, pela publicidade. Para alcançar a aparência física ideal lançam mão de variadas estratégias. Da aquisição de itens efêmeros, como as roupas ditas “da moda”, ao uso de toda sorte de cosméticos, a procedimentos estéticos e cirúrgicos mais variados possíveis. Sem esquecer, entretanto, da manipulação de suas fotografias a serem postadas na internet. E se: “Toda fotografia (ampliada, cortada, tirada de determinado ângulo, iluminada de certa forma) cita a realidade de maneira deturpada” (MANGUEL, 2001, p. 93), com as novas tecnologias, com softwares de manipulação fotográfica, como o *photoshop*, a distância entre o sujeito físico-real e aquele que aparece na fotografia, sobretudo nos álbuns online, é cada vez maior.

Essas fotos são criadas e manipuladas para que os indivíduos, através da linguagem conotativa da fotografia, se criem do modo muito menos como são e muito mais como gostariam de ser vistos, pois, como afirma Deleuze (1988, p. 15-16): “o mundo moderno é dos

simulacros [...], todas as identidades são apenas simuladas, produzidas com ‘efeito’ ótico por um jogo mais profundo, que é o da diferença e da repetição”.

## **Resultados**

Com a pesquisa ainda em andamento não é possível ter resultados concretos, mas em fase de construção. No entanto, já é possível observar que a partir das redes sociais, como espaços de fluxos contínuos, os indivíduos tem se reinventado para verem e, sobretudo, serem vistos. Nesse contexto, o modo dinâmico, próprio das relações via internet, resultam num processo ímpar de exibição de imagens. São novos modelos de sociabilização que fundem realidade física e virtual, fazendo com que seus limites sejam, cada dia, mais tênues. Portanto, verifica-se que refletir sobre as relações estabelecidas em rede e o modo como a imagem (nesse caso a fotográfica) ocupa um lugar significativo nesses modelos de relações é pensar, sobretudo, em qual a atuação dos sujeitos nas redes sociais no momento em que objetificam seu corpo para expor nessas vitrines humanas, o que deverá constar, sobretudo como possibilidades, com análises mais completas, no texto final da dissertação.

## **Referências**

- COUTO, Edvaldo. *O homem satélite: estética e mutações do corpo na sociedade tecnológica*. Ijuí: Ed. UNIJUÍ, 2000.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP e A, 2006.
- HINE, C. *Virtual ethnography*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2000.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- MANGUEL, Alberto. *Lendo imagens: uma história de amor e ódio*. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2001.