

Fotografia e *cibercultura*: Novos sujeitos, novas perspectivas¹

Jéssica de Oliveira FERNANDES²

Sáskhia Raíssa Torquato de LIMA³

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

Resumo

Numa relação da antropologia, sobretudo visual, da comunicação e das ciências sociais, buscase relacionar a nova forma de construção do Eu, pelos indivíduos contemporâneos ao histórico da antropologia visual na busca pela exploração desses sujeitos até aqui, como forma de apresentar uma construção teórica-exploratória das novas noções da fotografia, agora *online*, e da *autorepresentação*, da formação da identidade e imagem do Eu dirigida, agora por eles mesmos. Para tanto, utilizaremos o levantamento bibliográfico, com foco nas discussões acerca da antropologia visual, da *cibercultura* e da identidade contemporânea, aliada a uma análise de conteúdo do perfil no Instagram de Camila Coelho, blogueira de moda, beleza e estilo com mais de três milhões de seguidores na rede.

Palavras-chave: cibercultura; fotografia; identidade; antropologia; Instagram.

Introdução

Inserida num contexto de informação compartilhada, ressignificações, novas distribuições de espaço, relações sociais e culturais, a sociedade contemporânea apresenta um sujeito cujas características se adaptam e se alteram na velocidade dos avanços tecnológicos, sendo as ferramentas, como smartphones, computadores e tablets, consideradas como extensões do corpo humano.

Esse aspecto já era debatido por McLuhan na obra “Os meios de comunicação como extensão do corpo”, mas não numa realidade virtual (em 1964), o que não anula a linha de raciocínio:

Contemplar, utilizar ou perceber uma extensão de nós mesmos sob forma tecnológica implica necessariamente em adotá-la. Ouvir rádio ou ler uma página impressa é aceitar essas extensões de nós mesmos e sofrer o “fechamento” ou o deslocamento da percepção, que automaticamente se segue. É a contínua adoção de nossa própria tecnologia no uso diário que nos coloca no papel de Narciso da consciência e do adormecimento subliminar em relação às imagens de nós mesmos. Incorporando continuamente tecnologias, relacionando-nos a elas como servomecanismos. Eis por que, para utilizar esses objetos-extensões-de-nós-mesmos, devemos servi-los como ídolos ou

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Ciências Sociais e Humanas da UERN (PPGCISH), email: jessicaolif@gmail.com

³ Mestranda em Ciências Sociais e Humanas da UERN (PPGCISH), email: saskhiaraiissa@gmail.com

religiões menores. Um índio é um servomecanismo de sua canoa, como o vaqueiro de seu cavalo e um executivo de seu relógio (MCLUHAN, 2003, p. 64).

Hoje, é quase impossível imaginar o cotidiano do sujeito sem interação com os meios de comunicação de massa, os aparelhos tecnológicos e a internet. Parece até uma tríade de sustentação do meio social. A convergência acaba facilitando o acesso de conteúdo e informação que constantemente são gerados.

Hall (2006) trata dos impactos importantes do processo de globalização sobre as identidades culturais no que concerne a desintegração e fragmentação, assim como no que se refere ao processo de hibridização das culturas e dos sujeitos. Nessa era cuja informação ganha destaque, seja pelos meios de acesso, seja pela sua multiplicação e compartilhamento crescente, os indivíduos têm contato com os mais variados conteúdos. Segundo Hall (2006), a sociedade contemporânea não possui uma identidade fixa, pelo contrário, ela é complexa e variada, baseada nas evoluções sociais que presencia.

Nesse contexto, as redes sociais e os startups ganham força e buscam preencher os vazios deixados pela fragmentação pós-moderna. Mensagens instantâneas para socializar com os amigos ou “pseudoamigos”, jogos para preencher o tempo do Eu sozinho, compras online para satisfazer a necessidade de uma sociedade de hiperconsumidores (LIPOVETSKY, 2007), e fotos para construir um perfil, apresentar uma noção de vida – projetada e dirigida através das câmeras e efeitos – diante da nova noção de sociedade, em redes construídas como palcos para as performances do indivíduo contemporâneo.

Segundo Oliveira (2001), o Eu é o centro de gravidade da narrativa existencial, contudo só está em condições de construir uma narrativa inteligível se enraizado na memória dos e com os outros. A autora discute essa questão da projeção dos indivíduos na internet, de como é que produzimos imagens que depois nos reproduzem e argumenta que somos fruto do nosso próprio labor, sendo necessário refletir sobre esse labor de construção de representações para compreendermos a nossa própria identidade.

Se na base da construção fotográfica como meio para o registro da cultura e do homem – e suas características, formas, expressões e hábitos – com todas as dificuldades técnicas e barreiras culturais já se questionava a ausência de influência do fotógrafo ou do antropólogo no desenvolvimento de suas pesquisas e registros visuais, hoje, mais do que nunca, fica clara a manipulação e/ou a direção da cena e da expressão fotográfica, sobretudo nas que se objetiva pôr em rede online, *compartilhar*.

Além disso, consideramos que, sob o viés da exploração científica sobre o homem contemporâneo, o ciberespaço⁴ apresenta novas e amplas possibilidades para antropologia e a comunicação.

A partir desse cenário, numa relação da antropologia, sobretudo visual, da comunicação e das próprias ciências sociais, busca-se relacionar a nova forma de construção do Eu, pelos indivíduos pós-modernos (não antropólogos) ao histórico da antropologia visual na busca pela exploração desses sujeitos até aqui, como forma de apresentar uma construção teórica-exploratória das novas noções da fotografia, agora em rede, e da *autorepresentação*, da formação da identidade e imagem do Eu dirigida, agora por eles mesmos.

Oliveira (2001) antecipara a necessidade de um pensamento crítico para analisar as transformações promovidas pela Internet, para que o discurso sobre esta realidade social não seja apenas o discurso utopicamente redentor, tão comum nos últimos tempos.

Para tanto, utilizaremos para o desenvolvimento inicial dessa pesquisa, aqui apresentada, o levantamento bibliográfico, com foco nas discussões acerca da antropologia visual, da *cibercultura* e da identidade contemporânea, aliada a uma análise de conteúdo do perfil no Instagram de Camila Coelho, blogueira de moda, beleza e estilo com mais de três milhões de seguidores na rede.

Consideramos, a partir de La Rocca (2014), que saber ver o que é, o mundo tal como ele se apresenta aos nossos olhos, é uma dessas necessidades a partir da qual a imagem nos acompanha e nos dirige instaurando uma necessidade de atenção e de reflexão sobre as dinâmicas climatológicas do nosso presente. Uma sociologia dos sentidos, poderíamos dizer, em que a imagem vai sondar as condições de possibilidade do conhecimento, afirmando-se também como um instrumento de captação e de restituição do teatro da vida cotidiana.

Homem e imagem: Um breve histórico da Antropologia Visual

Primeiramente, nos parece fundamental apresentar um pouco da história da Antropologia Visual, buscando firmar uma base conceitual, assim como compreender de que forma a imagem contribuiu e reformulou o fazer antropológico.

Segundo Ribeiro (2005), identificada por vezes como pós-estruturalista e pós-modernista, a antropologia visual nasceu em meados do século XIX com a “era da reprodutibilidade técnica” e da expansão industrial. De acordo com o autor, a primeira função

⁴O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17).

das imagens em antropologia foi (e é) documentar, isto é, criar algo portador de informação que traz em si a inscrição e o registro de um acontecimento observável ou verificável. As imagens poderiam funcionar nesse contexto dentro do espírito de recolha que informava a expansão industrial e colonial, do conhecimento antropológico e de sua dimensão museística.

Sobre os espaços antropológicos, de forma geral, Oliveira (2001) apropria-se do pensamento de Lévy (1997) de que eles são mundos de significação e não categorias coisificadas que partilham entre si objetos corporais. Esse aspecto é fundamental para a compreensão do que se estabelece como um campo do fazer antropológico. Sendo, pois, não uma categoria específica, mas toda a gama de significados e significações que envolvem o homem e a coletividade.

Etienne Samain (1995) vem defendendo a necessidade de uma história e de um olhar mais atento a antropologia visual. Samain faz uma relação entre o homem, a comunicação e a antropologia e afirma que não basta falar e discutir sobre o homem, deve-se mostrá-lo. O autor discute o poder do discurso e da mensagem da imagem e acrescenta que não existem homens, sociedades e culturas sem a existência dos meios para se comunicar, considerando a imagem um meio potencial.

Essa importância dada a imagem também é discutida por Pierre Jordan (1995). O autor defende que a imagem pode desempenhar um papel determinante e permitir o acesso a complexidade cultural dos outros – objetivo dos antropólogos e cientistas sociais, sobretudo dos que fazem uso da etnografia.

As explorações etnográficas que tinham como ferramenta o audiovisual se aperfeiçoaram e transformaram-se em antropologia visual. É o que nos conta Clarice Peixoto (1999). A autora, com o texto “Antropologia e Filme Etnográfico”, soma-se a esse estudo ao tratar da riqueza etnográfica das imagens, do registro das práticas culturais, assim como da questão da originalidade, e lembra que Mauss propunha que estudos sobre comportamento e habitus deviam ser realizados por foto e pela cinematografia. A autora também apresenta o pensamento de Herskovits, que acreditava que o registro audiovisual era o instrumento que melhor captava as “verdades etnográficas” sobre as manifestações culturais de um povo.

A imagem para a antropologia surge, pois, como uma forma de enriquecimento dos dados e do desenvolvimento da própria história, inicialmente, sobretudo, daquilo que se apresentava como exótico – considerando que “através do compartilhamento do cotidiano dos outros, [é possível] alcançar suas concepções de mundo a fim de buscar restituir, pela imagem, o existir de um caçador de focas Inuit, de um caçador Samoan [...]” (JORDAN, 1995, p. 22).

Diante disto, cabe considerar o argumento de Peixoto (1999) de que, em suma, nem tudo depende de “para que” e “para quem” filmamos, mas “em que” e “como” as imagens contribuem para a melhor compreensão do sujeito antropológico.

Conhecer e compreender indicam, portanto, a direção tomada pelo antropólogo na qual a imagem é inserida como um componente que nos ajuda nesta estratégia de ação. O valor sociológico do olhar, que Simmel (apud LA ROCCA, 2014) pioneiramente destacou com sua proposição de "golpe do olhar" e, portanto, de um órgão expressivo estimulando o conhecimento, se enriquece da presença e da proliferação da imagem, da sua centralidade que nos mergulha numa atmosfera de transição onde podemos constatar a instauração de um pensamento do ver e uma acentuação do sensível.

De acordo com Ribeiro (2005), com a passagem da era da reprodutibilidade técnica (BENJAMIN, 1936) para a era da transformação digital (JENKINS, 2003), emergem novas problemáticas. Os processos sociais e culturais da globalização aceleram-se (revolução digital) e tornam-se multipolares. Na realidade, trata-se de uma mudança vertiginosa jamais verificada anteriormente na história da humanidade, e os meios digitais são frequentemente apresentados como o “motor” dessa mudança. O autor defende que se tornam caducas as categorias como “amadores” e “profissionais” – referindo-se à produção de imagens e à utilização de tecnologia, de forma geral.

Com o advento dessas novas tecnologias instaurou-se uma variedade de possibilidades, tanto no que concerne as ferramentas, como os conteúdos, objetos, e apropriações da pesquisa acerca do sujeito, através de imagens, sobretudo. Nesse sentido, a antropologia visual “abre novos campos de exploração e novos terrenos” e “uma nova maneira de conceber a antropologia” (PIAULT, 1999, p. 16).

Desse cenário, Ribeiro (2005) explica que surgem, também, novos desafios e novas áreas de investigação relacionadas com a sociedade, a cultura e o conhecimento em rede – “sociedade em rede”, “cibercultura”, “ciberantropologia”, “cibersociedade”, “etnologia das comunidades virtuais”, “inteligência coletiva”, “antropologia digital”, que urge trazer para o centro da investigação na antropologia, com a convicção de que a sociedade, o pensamento e a cultura de cada época se refletem em sua técnica.

Cibercultura e contemporaneidade: O sujeito *online* e a ascensão de uma rede

Desde o surgimento da web 2.0⁵ a vida da humanidade vem mudando rapidamente, principalmente no que concerne à sua comunicação e a forma como se identifica. O ciberespaço passou a fazer parte da vida da grande maioria dos cidadãos deste planeta. Eis a grandiosa vantagem deste espaço: ele não é limitado geograficamente, e de certa forma atemporal, sem esquecer de mencionar a maior liberdade de expressão. Hoje, grande parte da sociabilidade da humanidade se dá através do ciberespaço, que por sua vez trouxe consigo as redes sociais.

Segundo Ribeiro (2005), as tecnologias digitais tornam-se tecnologias da memória (arquivos digitais) suscetíveis de armazenar, organizar e comunicar uma grande quantidade de informação, de qualquer tipo e suporte (textos, imagens, sons, audioimagético), de fazer circular e tornar facilmente acessível e disponível simultaneamente numa pluralidade de lugares por um grande número de utilizadores – as bases de dados serão as formas simbólicas ou culturais contemporâneas, aparentemente caóticas, mas estruturadas, nas quais se podem realizar um grande número de operações básicas: navegar, ver, organizar, reorganizar, selecionar, compor, enviar, imprimir etc.

A nova configuração apresentada pela sociedade em rede dá ao indivíduo online novas possibilidades de sociabilidade e, concomitante, de representação. Aliado a isso, o sujeito tem a poder de escolha e do alcance mais do que nunca potencializados pela Era da Informação.

As comunidades virtuais são feitas de pessoas e do que elas realmente querem, daquilo que realmente lhes interessa, sem constrangimentos prévios ou póstumos (...) As novas tecnologias dão a cada um de nós um poder sem precedentes de construir o nosso próprio mundo de referência, de encontrar as pessoas que realmente nos interessam, estejam onde estiverem, de aprender e ensinar sobre aquilo que realmente queremos que faça parte da nossa vida (SOARES, 1999, p. 75).

Deste modo, o mundo virtual surge como uma nova oportunidade, como possibilidade de comunicação com filtros temáticos escolhidos mais fácil e rapidamente pelo sujeito, bem como a propagação dessas ideias. Oliveira (2001) afirma que a Internet é simultaneamente real e virtual (representacional) e que o espaço e o tempo na rede existem na medida em que são construção social partilhada. Esta construção é estruturada pelos laços e valores sociopolíticos, estéticos e éticos que tipificam este novo espaço antropológico. La Rocca (2014) acrescenta que, acentuando o status atual da imagem, é evidente a influência da imagem 'tecnológica' na nossa visão do mundo. Além disso, com a reprodutibilidade tecnológica da imagem, a sociologia visual confronta as alterações que interessam o cenário social contemporâneo e afetam a tecnologia da visão.

⁵O termo Web 2.0 é utilizado para descrever a segunda geração da World Wide Web - tendência que reforça o conceito de troca de informações e colaboração dos internautas com sites e serviços virtuais.

Dentro desse cenário nasce o Instagram. O aplicativo⁶ trata-se de uma rede social *online* de compartilhamento de foto e vídeo que permite aos seus usuários tirar fotos e vídeos, aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais (como Facebook, Twitter, Flickr e Tumblr, por exemplo). Com quase 5 anos, fundado pelo brasileiro Mike Krieger e por Kevin Systrom, o Instagram atingiu no fim de 2014 a marca de 300 milhões⁷ de usuários ativos - perfis que acessam o serviço ao menos uma vez por mês -, superando assim o Twitter, que diz ter 284 milhões de usuários ativos.

Desde que foi fundado, em outubro de 2010, o Instagram vem crescendo rapidamente. Recentemente, a rede passou a exibir propaganda por meio de posts patrocinados. Apesar de a medida ter sido criticada por usuários, Systrom, presidente da empresa, que foi comprada pelo Facebook em 2012, acredita que ela é necessária para lidar com o crescimento da rede social. "O Instagram não é mais apenas sobre tirar fotos de bebês ou cachorros fofos. É como se fosse o pulso do mundo em tempo real", disse à BBC Kevin Systrom,

Esse pulso de que fala Kevin pode ser explicado por La Rocca (2014). O autor aponta que somos confrontados a um mundo muito mais acostumado às imagens e às tecnologias. No dia a dia, observa-se que a cada momento os vários dispositivos digitais estão prontos para capturar e gravar o que se “passa” diante dos nossos olhos. Esta necessidade e desejo de realizar este ato são um sintoma da crescente visualização do mundo, a regra do tudo visível.

Podemos considerar, portanto, a partir de Oliveira (2001), que os seres que (re)constroem as suas identidades e os seus laços sociais nesse novo contexto comunicacional geram uma teia de novas sociabilidades que suscitam novos valores. Estes novos valores, por sua vez, reforçam as novas sociabilidades. Esta dialética é geradora de novas práticas culturais. O que se perde em corpo ganha-se em rapidez e capacidade de disseminar o eu no espaço-tempo.

Sujeitos em destaque no Instagram: O caso Camila Coelho

De acordo com o que vimos, pode-se dizer que a sociedade em rede opera um hibridismo onde o sujeito vê-se diante da possibilidade entre o local e o global, entre o eu e o anonimato, entre a pertença e o desenraizamento, entre o “ser produtor” e “ser consumidor”, entre a nacionalidade e o cosmopolitismo.

O Instagram, como tantas outras redes sociais, tem possibilitado o sujeito contemporâneo encontrar um espaço para realizar sua performance e construir a representação

⁶ <https://instagram.com/press/>

⁷ http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/12/141210_twitter_instagram_rb

do seu Eu, através de imagens cujos ângulos, locais, filtros e legendas, potencializadas pela quantidade de seguidores e de *likes*⁸, contribuem para reforçar e legitimar seu *perfil* na sociedade. Consideremos, para tanto, o visual e o processo de visualização como variáveis significativas da nossa cultura

Acerca desse contexto, La Rocca (2014) afirma que a relação de associação com o mundo e com o outro é construída em um plano simbólico e imaginário e atualiza-se, então, através do binômio imagem-rede a ser apreciado como uma forma climatológica de existência coletiva cujo um dos efeitos é precisamente esta proliferação da imagem.

Nessa proliferação de imagens, perfis e performances, no Instagram podemos destacar, numa perspectiva de análise, a usuária Camila Coelho. Natural de Minas Gerais⁹, Camila iniciou sua empreitada na rede com vídeos sobre maquiagem no YouTube em 2010. Depois de notar o crescimento constante de visualizações de seus vídeos, Camila decidiu, após muitos pedidos, montar um blog, para que pudesse compartilhar conteúdo diário e falar não só de beleza, mas também de lifestyle e moda. Um ano mais tarde, em abril de 2011, nascia o Super Vaidosa, e, em apenas seis meses, Camila abandonou o trabalho para dedicar-se a ele. Com o tempo, endereços virtuais começaram a enviar produtos para a blogueira, que testava as maquiagens ou usava as roupas, e depois postava uma foto ou vídeo com sua opinião. Com a ajuda do marido, Camila passou a administrar sua carreira e o blog, que tinha se tornado seu negócio. O Instagram veio logo em seguida, como ferramenta de auxílio às duas outras redes de divulgação, e com ele mais parcerias. Um ano de blog foi o suficiente para chamar a atenção da empresária Alice Ferraz, idealizadora do FHits, rede de blogs da qual Camila Coelho hoje faz parte.

Blogueira, It Girl, agora garota propaganda de marcas como Riachuelo (nesse caso também assinando uma coleção de roupas para a marca), Tressemé, YNC, dentre outras, Camila atualmente, segundo seu site¹⁰, conta com mais de 3 milhões de seguidores no Instagram e mais de 2 milhões no YouTube e no Facebook.

Compreendido o destaque da usuária escolhida, para o presente estudo, nos interessará discorrer sobre a forma como Camila Coelho faz uso da plataforma de imagens na manutenção e legitimação da sua figura perante a sociedade, observando a roteirização das postagens assim como organização e direção das fotografias.

⁸ Termo cunhado para o ato de “curtir”, “gostar” de uma publicação através do clique no ícone de um coração.

⁹ <http://vida-estilo.estadao.com.br/noticias/moda,camila-coelho-como-nasce-uma-blogueira-de-sucesso,1558508>

¹⁰ <http://camilacoelho.com/>

Nosso objetivo vai de encontro aos questionamentos resultantes do fato, como explana Oliveira (2001), de que assistimos a um dos raros momentos em que, a partir de uma nova configuração técnica, isto é, de um novo relacionamento com o cosmos, inventa-se um estilo de humanidade. A mudança social não acontece, constrói-se. Um novo Éthos, o Éthos da mediatização tecnológica da comunicação instalar-se-á progressivamente envolvendo-nos de modo silencioso, sutil, mas eficaz. É necessário estar atento para participar criticamente no processo.

Tratando-se de fotografia no Instagram, a selfie¹¹ é o maior destaque – o que não surpreende considerando as características do sujeito contemporâneo (ver HALL, 2006). Sobre esse estilo de fotos, pensando sobre o efeito da visualização de si através do selfie, La Rocca (2014) observa que deve ser entendido como uma manifestação da presença social que nos restitui as facetas do ser a cada momento do cotidiano e está pronto a visualizar-se para narrar sua existência.

Samain (1995) apresenta um estudo acerca dos inúmeros usos e desdobramentos da fotografia, trata também sobre os instrumentos culturais de comunicação de que dispõe uma sociedade e não uma outra, enquanto esses são os determinantes de estilos cognitivos, de modalidades de pensar, isto é, os meios como configurações e organização da sociedade. O autor tratou as fotografias como pontos de partida, desencadeadoras, e é dessa forma que centraremos nossa análise: a imagem como significação em um mundo potencializado pelo simbólico.

Considerando, primeiramente, a questão dos retratos e o reconhecimento de si, achamos pertinente relacionar o pensamento de Barthes (1990) sobre fotogenia. De acordo com o autor, bastaria definir a fotogenia em termos de estrutura informativa: na fotogenia, a mensagem conotada está na própria imagem, “embelezada” por técnicas de iluminação, por exemplo.

Os conceitos de fotogenia podem ser explorados com as postagens agrupadas na Figura 1. Nessas imagens é possível observar, facilmente, a técnica de iluminação, como também a utilização de efeitos. De acordo com Barthes (1990), a cada técnica corresponde um significado de conotação suficientemente constante para ser incorporado a um léxico cultural.

¹¹ Autoretrato

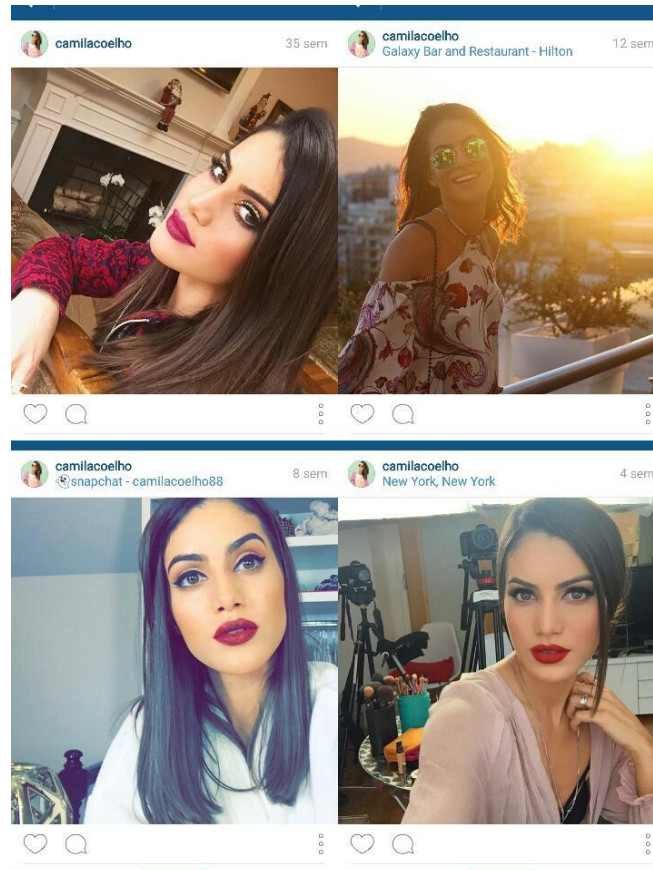


Figura 1: Agrupamento de posts 1
Fonte: As autoras

Os retratos de si e a utilização de alguns efeitos podem carregar significados vários. No caso de Camila Coelho, consideramos a pertinência de reafirmar tanto a beleza (através da fotogenia), quanto o estilo de vida (It Girl, sempre bem maquiada, por exemplo), como também a manutenção da performance de felicidade (como podemos observar na foto com a paisagem ao fundo).

As performances e a manutenção do estilo de vida também são potencializados pelas especificidades e possibilidades dos planos e ângulos, por exemplo. Barthes (1990) defende que a própria pose sugere a leitura dos significados de conotação: juventude, espiritualidade, pureza; a fotografia, evidentemente, só é significativa porque nela existe um conteúdo de atitudes estereotipadas que constituem elementos cristalizados de significação (figura 2).

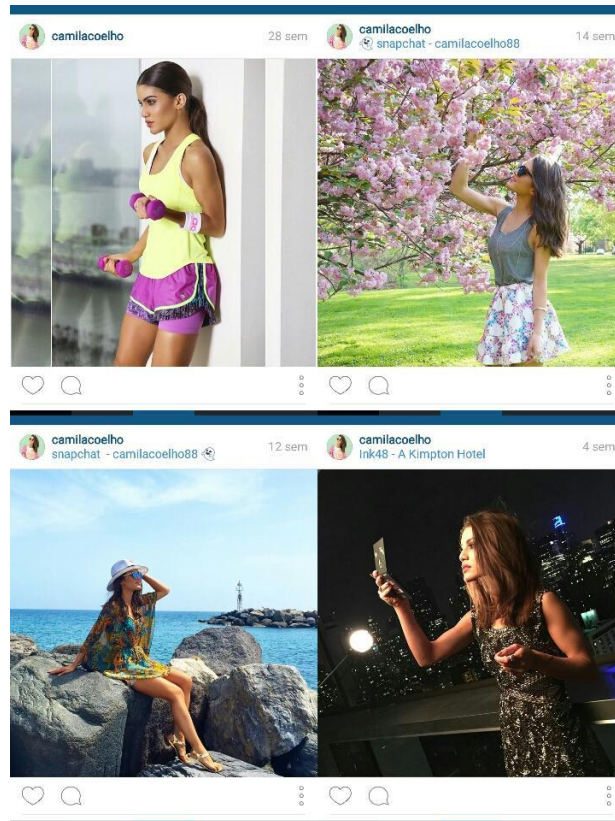


Figura 2: Agrupamento de posts 2
Fonte: As autoras

Com os posts agrupados na figura 2 buscamos exemplificar algumas postagens que a blogueira faz uso para legitimar seu estilo de vida e seu *perfil*: o fitness e a vida saudável – preocupação global atualmente, atraindo seguidores que buscam dicas e inspiração ao ponto de ser capa da revista Women’s Health em janeiro de 2015, por exemplo; a questão natureza, além de contribuir para agrandar os olhos, funciona como forma de empatia e aproximação com a causa; as viagens, evidenciando o estilo de vida de uma blogueira bem sucedida e requisitada; a vida noturna e a vaidade, signos fundamentais para uma It Girl que trata de moda, maquiagem e beleza.

Por último, detemos nossa análise na escolha, diagramação e significado dos objetos nas postagens de Camila Coelho. Segundo Barthes (1990), é necessário atribuir uma importância especial ao que se poderia chamar a pose dos objetos, pois o sentido conotado surge, então, dos objetos fotografados (seja porque esses objetos tenham sido artificialmente dispostos diante da objetiva — se o fotógrafo dispôs de tempo para isso — seja porque, entre várias fotos, o diagramador tenha escolhido a foto de tal ou tal objeto). O interesse está no fato de que esses objetos são indutores comuns de associações de ideias (biblioteca=intelectual) ou, de maneira menos evidente, verdadeiros símbolos, explica o autor.

Como observamos na figura 2, a figura 3 reafirma, nesse caso através dos objetos, os estilos de vida que a blogueira busca relacionar a seu nome. Tênis, instrumentos de ginástica ou um café da manhã reforçado para abordar os significados do estilo fitness e saudável; malas e trajes específicos para reafirmar a vida agitada, repleta de viagens e glamour; maquiagem e objetos de beleza para legitimar a função principal da usuária.

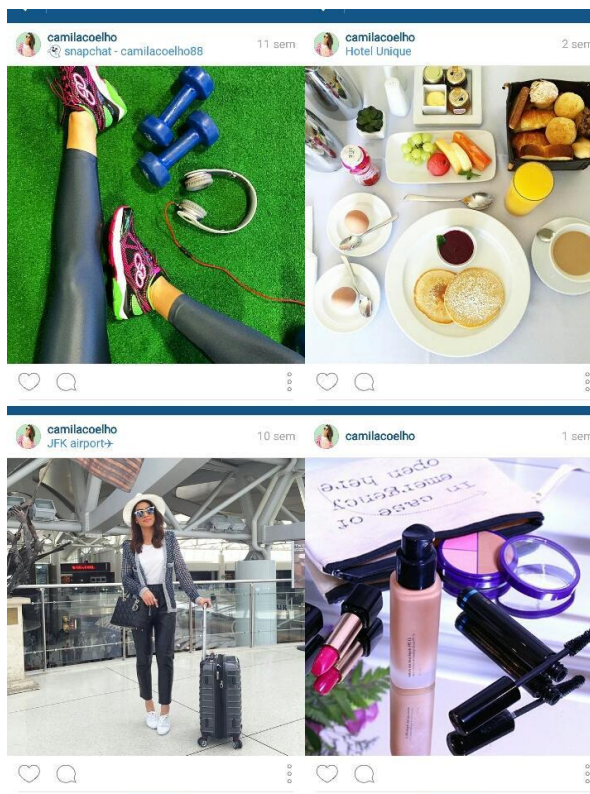


Figura 3: Agrupamento de posts 3
Fonte: As autoras

Como podemos observar, o roteiro de vida apresentado através das fotos de Camila Coelho caminha para aspectos chave relacionados ao seu estilo e objetivo de vida. Barthes (1990) nos explica que várias fotografias podem formar uma sequência e o significante de conotação, neste caso, não se encontra mais ao nível de qualquer dos fragmentos da sequência, mas ao nível (supra-segmental, diriam os linguistas) do encadeamento.

Tudo o que podemos dizer é que o homem moderno projeta na leitura da fotografia sentimentos e valores caracteriais, ou “eternos”, isto é, infra- ou trans-históricos, que a significação é sempre elaborada por uma sociedade ou por uma história definidas; a significação e, em suma, o movimento dialético que resolve a contradição entre o homem cultural e o homem natural (BARTHES, 1990, p. 21).

Ou seja, uma única foto/post não torna Camila uma blogueira de referência a ponto de angariar tantos seguidores, por exemplo, mas o reforço diário desse status, sim, permite a legitimação do seu *perfil* e o próprio aumento de fãs.

Entre antropólogos e sujeitos em rede, a direção da imagem e o surgimento da antropologia virtual

Peixoto (1999) pode aqui introduzir essa discussão a partir da colocação que ela destaca de De Heusch (1962) ao afirmar que “é vão sonhar com o fato social em estado nu, espontâneo”, sobre o fato de a câmera não poder ser considerada um observador objetivo e imparcial, sendo inútil a exigência da não intervenção no ato de fotografar/filmar/registrar.

De acordo com Ribeiro (2005), se a viagem entre os continentes permitia alcançar a visão efêmera do outro – referindo-se ao trabalho antropológico do período anterior – a fotografia e depois a câmera cinematográfica tornaram possível armazenar essas visões. Estas, construídas pelos operadores das novas máquinas, não eram inocentes. Transportavam consigo as interpretações subjetivas dos operadores, inseparáveis dos discursos dos respectivos impérios e dos objetivos institucionais da sociedade ocidental. As tendências visualizantes do discurso antropológico abririam também o caminho à representação cinematográfica das culturas. Constituindo como que um prolongamento do microscópio e de outra instrumentação científica da modernidade, os novos aparatos visuais mostravam o poder da ciência em decifrar outras culturas, em tornar o outro objeto e espetáculo.

Dito isto, nossa proposta, após levantamento histórico e bibliográfico, assim como da análise do conteúdo das fotografias postas pela usuária Camila Coelho, foi/é promover a discussão acerca da riqueza antropológica acessível através da rede, introduzir algumas tendências e objetivos do sujeito desta configuração e explorar a direção fotográfica por parte destes, como forma de suscitar novas e vastas possibilidades de pesquisa sobre esse novo e potencial cenário.

Para tanto, La Rocca (2014) considera que quando falamos sobre a visão do mundo operada por e através de nossos olhos, e a extensão técnica dos dispositivos (foto e vídeo), é preciso considerar que a captação visual representa um ponto de vista distinto, e as imagens serão uma reinstituição de uma realidade seletiva.

É, pois, fundamental mostrar que as transformações sociais e mudanças na percepção operam-se na temporalidade histórico-social e observar como transforma o uso de dispositivos para penetrar, de forma mais intensiva, no coração do real. Se a cada época corresponde uma particular visão, percepção e imagem, podemos constatar que hoje a centralidade da experiência visual e a visualização do mundo estão contaminadas pelo efeito tecnológico que traz uma transformação da apropriação das imagens pelo observador social.

Os vídeos, as fotos publicadas em vários espaços e janelas da existência digital constituem uma relação entre nós e o nosso mundo; uma relação que é constantemente transformada por ondas tecnológicas que nos permite criar e recriar o ambiente existencial.

Oliveira (2001) afirma, diante disto, que existe na Internet a dimensão de espaço antropológico construído pela transferência simbólica e relacional, através da virtualização, ou seja, os símbolos e os processos relacionais constituintes do espaço social são transferidos para o espaço de fluxos infocomunicacionais, a que se tem vindo a dar o nome de espaço virtual.

Desse cenário, consideramos que o homem em rede e seus signos, sobretudo através das imagens, é ingrediente de gestação de um novo espaço antropológico, que é o espaço do saber, uma possível antropologia virtual.

Considerações finais

A antropologia visual, como produção e como ritual de passagem para a investigação-produção científica, emerge da sociedade e voltada para a sociedade. Por fim, consideramos importante apresentar uma breve discussão acerca da Antropologia Visual na atualidade e perspectivas para seu futuro.

Nesse aspecto, Ribeiro (2005) considera que a antropologia visual hoje adquire um novo fôlego e uma maior audácia. É um lugar de oportunidades. Vemos o surgimento de novos atores da cultura, figuras híbridas, misturando profissionais e amadores, amadores que se tornam os primeiros “profissionais” da expressão do futuro, como é o caso dos internautas, tornando defasadas as categorias de “amadores” e “profissionais”, ampliam-se as discussões acerca do impacto das tecnologias digitais na cultura e na sociedade, na pesquisa em ciências sociais e na relação entre conhecimento e novos media.

La Rocca defende que a tecnologia seria o motor de um genuíno re-encantamento do mundo pela imagem. Neste processo de mutação de visualização e percepção, há também uma mudança na condição das imagens e isto produz, em consequência, um questionamento do saber, causando também uma nova relação do tempo do olhar, da percepção, do movimento do olho, dos suportes de extensão da visão. Este conjunto condiciona nossas modalidades de construção de um saber prático - fenomenológico e metodológico – baseados na imagem.

A cultura visual apresenta-se, portanto, como marca indelével de nossa contemporaneidade e fornece um amplo campo de estudo. Ela constitui-se como amplo campo interdisciplinar entre as ciências sociais e as artes, as ciências e as tecnologias da comunicação, por exemplo.

Referências

- BARTHES, Roland. A escritura do visível – A imagem. In: BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Tradução de Léa Novaes. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.
- JORDAN, Pierre. **Primeiros contatos, primeiros olhares**. Cadernos de Antropologia e Imagem 1, p.11-22, 1995.
- LA ROCCA, Fábio. **A reprodutibilidade tecnológica da imagem**. Tessituras, Pelotas, v. 2, n. 2, p. 114-128, jul./dez. 2014.
- LIPOVETSKY, Gilles; **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2007.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 13 ed. São Paulo: Cultrix, 2003.
- OLIVEIRA, Lídia. A Internet A Geração de um Novo Espaço Antropológico. In: LEMOS, A.; PALACIOS, M. (Org.). **Janelas do Ciberespaço**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2001, p. 151-171.
- PEIXOTO, Clarice. **Antropologia e Filme Etnográfico: Um Travelling no Cenário Literário da Antropologia Visual**. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais - BIB, 48, p. 91-115, 1999.
- RIBEIRO, José da Silva. **Antropologia visual, práticas antigas e novas perspectivas de investigação**. Revista de Antropologia da USP, 48(2), p. 613-648.
- SAMAIN, Etienne. **“Ver” e “dizer” na tradição etnográfica: Bronislaw Malinowski e a fotografia**, Horizontes antropológicos 2, p. 19-48, 1995.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- SOARES, Luís (1999), “Contra a Corrente: Sete premissas para construir uma comunidade virtual”, in: ALVES, José Augusto, CAMPOS, Pedro e BRITO, Pedro Quelhas (coord.) (1999), **O Futuro da Internet** – Estado da arte e tendências de evolução, Lisboa: Centro Atlântico, 75-77.