

EU SOU.... MAS, QUEM NÃO É? A SIMBOLOGIA DA “IMAGEM DE SI” NAS COMUNIDADES DO ORKUT

I am... But, who is not? The “self-image” symbology in the Orkut communities

Rita de Cássia Souza Leal*

*Graduada em Comunicação Social e em Pedagogia, é Mestre em Comunicação e Cultura, ECO – UFRJ, na linha de pesquisa de Novas Tecnologias e Estética. Foi professora da Universidade Estácio de Sá; Atuou como professora substituta da Faculdade de Formação de Professores da UERJ, unidade São Gonçalo, onde participou da criação do projeto “Cinema Paraíso”. Também colabora com o curso de Especialização em Mídia, Tecnologias da Informação e Novas Linguagens Educacionais – CCE/ PUC – Rio, coordenado pela Professora Dr^a Rosália Duarte. Atualmente é Doutoranda em Educação no Programa de Pós-Graduação da PUC – Rio, contemplada com uma bolsa sanduíche financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de pessoal de Nível Superior – Capes e desenvolve sua pesquisa junto ao Cremit – Centro de Ricerca sull’Educazione ai Media all’Informazione e alla Tecnologia – da Università Cattolica Del Sacro Cuore di Milano, Itália.

E-mail: ritaleal@uol.com.br

Material recebido em julho de 2008 e selecionado em agosto de 2008.

RESUMO

Os avanços tecnológicos trazem para o indivíduo comum a possibilidade de se tornarem produtores e difusores de sua própria mídia, em que o principal produto comercializado é a ‘imagem de si’. Inseridos em uma sociedade cuja tônica principal é o estar visível, a expressão da identidade pressupõe a gestão da imagem de si, por meio de múltiplos arranjos provisórios do “eu”, investido na performance, na exterioridade e na superação dos limites individuais. Este ensaio analisa os processos de construções identitárias, por meio de imagens e discursos postados em comunidades da rede social do Orkut, levando em conta as ferramentas que esta interface disponibiliza para a expressão da “imagem de si” na sociedade contemporânea.

Palavras-Chave: Imagem. Comunidade. Orkut. Identidade. Subjetividade.

ABSTRACT

Technological advances bring to the common individuals the possibility to become producers and disseminators of their own media, in which the principal marketed product is the “self-image”. Inserted in a society where the main theme is the question of being visible, the identity expression presupposes the management of the self-image through multiple provisional arrangements of “the ego” invested in the performance, in the appearance and in the overcoming of the individual limits. This essay analyses the identity construction processes, by means of images and discourses posted in the Orkut social

net communities, taking into account the tools that this interface provides for the expression of the ‘self-image’ in the contemporary society.

Keywords: Image. Community. Orkut. Identity. Subjectivity.

INTRODUÇÃO

Até onde se sabe, a humanidade sempre produziu imagens. Desde os tempos mais remotos o homem produz registros de suas capacidades imaginativas, seja por meio de desenhos nas cavernas, de totens, esculturas, pintura, ideogramas, grafites nos muros, ou mesmo das modernas imagens numéricas e de síntese, responsáveis pelas realidades virtuais (híbridas, digitais e computadorizadas), próprias dos avanços tecnológicos que caracterizam a contemporaneidade. Em todas as épocas, a produção de

ATUALIDADES EM EDUCAÇÃO



imagens ou de objetos audiovisuais sempre exigiu algum tipo de tecnologia, de instrumentos específicos, de regras de criação, além do domínio de um determinado saber. Nesse sentido, podemos concordar com alguns teóricos que apontam para o fato de que toda imagem é produzida com os meios de seu tempo. (MACHADO, 2002)

No tempo da tecnologia digital, as imagens, seja qual for a sua origem (imagens analógicas do cinema, do vídeo, da fotografia), podem ser digitalizadas, descritas inteiramente em termos lógico-matemáticos.

Nesse sentido, a imagem digital traduz em si mesma não apenas as imagens produzidas pelo cinema, pela fotografia, pela pintura, etc., como também os diferentes saberes envolvidos nas produções dessas imagens. Segundo Bentes (2001), a digitalização pode ser vista como uma dissolução dos limites de cada tecnologia e das especificidades de cada imagem, resultando em uma metamorfose produzida pela combinação de diferentes técnicas e saberes. Nesse processo combinatório, a produção de imagens deixa de ser um efeito de duplicação e representação para tornar-se um processo de construção e simulação. Constituindo e sendo constituída pelo próprio espaço em que habita, a imagem digital exprime uma estética que conecta o material e o imaterial, o real e o virtual.

Desse modo, a imagem virtual rompe com a idéia da imagem como representação do real, sendo tecnologicamente produzida e produtora de efeitos psicológicos, sociais, assim como éticos e estéticos. O virtual não se opõe ao real (LEVY, 1996). Ele sinaliza o grau de indeterminação e multiplicidade inerente a todo real que se atualiza. Sob essa ótica, toda

Toda imagem carrega consigo a intencionalidade, o imaginário e o simbólico, tanto daquele que a produz como do outro a quem se destina. Toda imagem se destina a ser vista pelo outro, que a interpreta à luz de vivências e de códigos culturais.

imagem é virtual. Como aponta Luz (2002), as discussões sobre o maior ou menor grau de analogia da imagem em relação ao seu modelo ou referente, sobre seu “grau ou impressão” de realidade ou mesmo sobre “os efeitos de presença” que ela provoca, impedem a percepção de virtualidade própria a toda e qualquer imagem. Qualquer imagem é portadora de virtualidade, de uma potência ou forças próprias que permitem diferentes atualizações. Cada atualização limita a virtual indeterminação da imagem. A atualização permite a experimentação da indeterminação como ausência interna à imagem dada e, ao mesmo tempo, como excesso, situado além desta. Nesse sentido, a imagem virtual possui um grau incalculável de atualização, graças às infinitas e diferentes relações possíveis que potencialmente podem estabelecer com o espectador, remetendo a um número não definido de usos simbólicos e práticos.

Vale lembrar que nenhuma imagem é neutra. Toda imagem carrega consigo a intencionalidade, o imaginário e o simbólico, tanto daquele que a produz como do outro a quem se destina. Toda imagem se destina a ser vista pelo outro, que a interpreta à luz de vivências e de códigos culturais. Ainda que estes aspectos não sejam plenamente percebidos ou compreendidos, eles se inscrevem

nas imagens desde sua concepção até sua concretização – quer por meio dos traços e das cores, do ângulo, do foco, da luz, quer da seleção, da montagem, da edição e, principalmente, da forma como os meios e suportes disponíveis são utilizados por aquele que as produz. É por ser sempre o traço de alguma coisa que age sobre o nosso imaginário, veiculando simbologias, saberes e códigos que a imagem, como ato de criação humana, não pode ser tida como cópia por semelhança de uma realidade objetiva com a qual se relaciona por analogia. Para Pesavento (1995), a imagem é ao mesmo tempo presença e sucedâneo de algo que não existe. O imaginário faz parte de um campo de representação e, como expressão do pensamento, se manifesta por imagens e discursos que pretendem dar uma definição da realidade. Mas as imagens e discursos sobre o real não são exatamente o real ou, em outras palavras, não são expressões literais da realidade. O imaginário enuncia, se reporta a outra coisa não explícita e não presente, e a evoca. Assim, como manifestação da imaginação criadora, fruto dos mais variados agenciamentos entre a arte, a tecnologia e a ciência, as imagens são capazes de criar novas condições de modelagem do sujeito e do mundo. Como aponta Fischer

[...] estudar as imagens, os processos de produção de materiais audiovisuais, as diferentes formas de recepção e uso das informações, narrativas e interpelações de programas de televisão, filmes, vídeos, jogos eletrônicos, corresponderia, a meu ver, a práticas eminentemente pedagógicas e indispensáveis ao professor que atua nestes tempos. Isso porque há todo um trabalho de simbolização, no lugar daquele que imagina, planeja, produz e veicula filmes, novelas, telejornais, vídeos, assim como há um trabalho permanente de simbolização, no lugar daquele que se apropria do que vê e ouve a partir das diferentes mídias. (FISCHER, 2006)

É na consciência humana que a imagem se constitui como saber adquirido, apresentando, presentificando e rerepresentando um dado objeto à nossa percepção, leitura e interpretação. Na medida em que somos moldados *na e pela* imagem, é que ela nos é tão familiar, ainda que seja impossível apreender sua infinidade de significações. O sentido da imagem não se constitui apenas entre o sujeito que a produz e os meios que servem como suportes. Necessariamente ele passa por alguém que a recebe ou reconhece. Os sentidos das imagens são construídos nas relações entre os autores, os suportes e os meios, mediados pelo diálogo com os outros sujeitos que compartilham da simultaneidade de estímulos que nos circundam cotidianamente. Ao

produzir imagens, o homem busca, de certo modo, determinar-se como sujeito que realiza uma ação concreta sobre o mundo, ao mesmo tempo em que celebra sua subjetividade por meio de imagens. A subjetividade como um registro fundamentalmente social (GUATTARI; ROLNICK, 1986)¹, resultado de múltiplos arranjos e combinações simbólicas, qualifica a imagem como instrumento de produção intencional daquilo que o sujeito quer dar a ver sobre seu entendimento de si e do mundo, ainda que a compreensão dessa intencionalidade não esteja assegurada. É impossível tanto para o receptor, quanto para o próprio autor, dominar a amplitude de significações de uma imagem.

Com as técnicas e os meios contemporâneos, a relação entre imagem e subjetividade ganha novos contornos. Como fórum privilegiado de produção e divulgação de imagens para grandes públicos, a mídia explora e estimula o “efeito de realidade”, ancorado no discurso de que aquilo que se diz e que se mostra é um testemunho vivencial da “vida real”. Na Internet, as “narrações de si” se multiplicam nos *blogs*, nos *photlogs*, nas comunidades virtuais, por meio de textos, fotografias e imagens de vídeo, etc., que fazem relatos detalhados de uma vida qualquer, registradas pelo próprio protagonista.

Para Machado (2002), cada vez

que um meio novo é introduzido, ele sacode as crenças anteriormente estabelecidas e nos obriga a voltar às origens para rever as bases a partir das quais edificamos a sociedade das mídias. A televisão e, por extensão, a imagem e som eletrônicos já nos fizeram enfrentar essa indagação há algumas décadas. Agora, o processamento digital e a modelação direta da imagem no computador colocam novos problemas e nos fazem olhar para trás, no sentido de rever as explicações que até então sustentavam nossas práticas e teorias. Num momento como este, em que a imagem, o som, até mesmo o registro fotográfico, passam a ser sintetizados a partir de equações matemáticas e modelos da física, memorizados sob forma numérica, boa parte dos nossos paradigmas teóricos precisam ser revistos.

REVENDO ALGUMAS MUDANÇAS

Entre os séculos XVII e XVIII, a compreensão clássica de que o mundo pode ser completamente representado e racionalizado está presente nos dispositivos da época, a exemplo da câmara escura² e das formas de representação do mundo como mapas, globos, etc. Estes dispositivos sintetizam a compreensão vigente que propõe uma percepção

¹ O conceito de subjetividade é tomado segundo a problematização de Guattari (1992) que, ao ultrapassar a oposição clássica entre sujeito individual e sociedade, imprime à subjetividade um registro eminentemente social. “A subjetividade não é passível de totalização ou de centralização no indivíduo. Uma coisa é a individuação do corpo. Outra é a multiplicidade dos agenciamentos de subjetivação: a subjetividade é essencialmente fabricada e modelada no registro do social” (Guattari; Rolnick, 1986, p. 31).

² A Câmara escura tem seu princípio enunciado por Leonardo da Vinci, no século XV. O invento é desenvolvido pelo físico napolitano Giambattista Della Porta, no século XVI, que projeta uma caixa fechada, com um pequeno orifício coberto por uma lente. Através dele penetram e se cruzam os raios refletidos pelos objetos exteriores. A imagem, invertida, inscreve-se na face do fundo, no interior da caixa. Disponível em: <WWW.cotianet.com.br/photo/hist/htm>.

ATUALIDADES EM EDUCAÇÃO



objetiva de mundo, que se destina a reapresentar uma “realidade pré-existente”, e a revelar proposições “verdadeiras” sobre o mundo real. O observador olha para uma imagem projetada da realidade exterior concebendo-a como independente de suas percepções, na medida em que estas não alteram ou interferem na realidade representada. Essa observação se constitui como um testemunho visual sem qualquer participação. O corpo do observador não participa do ato de ver, e o “olho transparente” (sem nervos óticos, impulsos nervosos, etc.) é entendido como radicalmente desvinculado do corpo do observador.

No final do século XIX, a aceleração nos processos de industrialização, urbanização e crescimento populacional, em conjunto com o desenvolvimento de novas tecnologias e dos meios de transporte, somados ao avanço do capitalismo e à emergência de uma cultura de massa, transformam a estrutura da experiência subjetiva. Esta sofre choques físicos e perceptivos, tornando o modelo da percepção objetiva insuficiente para dar conta do ambiente urbano moderno. Em meio às transformações e acelerações, o homem, frente às novas imagens (fotográficas, cinematográficas, etc.) desenvolve outro tipo de percepção, de cunho político, fundado na ciência e na técnica. As imagens, fotográfica e cinematográfica, se apresentam como uma nova possibilidade de leitura e investigação do mundo e da realidade, e não mais como simples objeto de contemplação. Para Benjamin (apud SANTOS, 2003, p.159), a fotografia e o cinema devem promover a substituição da percepção mágica e religiosa do

mundo por uma percepção política, arrancando o espectador da contemplação, escandalizando-o e abrindo seus olhos para uma nova visão do mundo e da realidade em que vive. Essa politização da percepção, efeito do choque provocado pelas mudanças na seqüência das imagens cinematográficas, deve ser tão intensa e envolver o espectador tão profundamente a ponto de transformar seus hábitos perceptivos. Levada ao extremo, a metamorfose da percepção conduziria o homem moderno “não somente a romper com a tradição, mas também e, sobretudo a construir uma nova sociedade a partir de uma nova visão do mundo e da realidade”. (SANTOS, 2003, p. 160)

Já na contemporaneidade, o corpo inteiro do espectador é conclamado a participar não só na percepção, como também na produção e no consumo das imagens. Diante da falência dos projetos calcados no coletivo, o eu individual assume a centralidade dos questionamentos contemporâneos, e a construção da subjetividade passa a ocorrer no âmbito da exterioridade, agora mediada pelas lentes dos novos dispositivos tecnológicos. Agoniza o critério, vigente na modernidade, da existência de um único padrão possível, capaz de promover a aceitação do eu pelo outro. Com o que podemos definir como uma “flexibilização dos padrões”, surgem novas possibilidades de construção para o sujeito, no que se refere ao modo de como quer ser visto pelo outro. Basta apenas dispor das condições necessárias para realizar mudanças (na maior parte das vezes puramente estéticas) ou para consumir os produtos que se afinam com aquilo que ficou definido como o “seu padrão”, que o

sujeito alcança a realização pessoal e constrói o seu bem-estar interior. O excesso de ofertas, a possibilidade de escolhas e a luta pela definição de uma auto-identidade permitem o controle por meio do desejo, da sedução e dos afetos.

Os discursos incentivadores da “liberdade de escolha individual”, somados à diversidade de produtos e de modelos, liberam o sujeito para, a partir da construção interna de uma “imagem de si”, realizar mudanças exteriores que tornem mais próxima a sua aparência do eu “autêntico” que habita no seu interior, ainda que este resulte de uma construção. Na contemporaneidade, marcada pela fluidez e pela instabilidade, o indivíduo se torna um consumidor contumaz de produtos, valores, símbolos, signos e representações, atendendo aos discursos da mídia, que prometem a concretização do eu idealizado. Independentemente de classe, grupo econômico, cultural ou social, os indivíduos constroem uma “imagem de si” para ser percebida e aceita pelo *outro*, acreditando que essa idealização se concretizará no mundo social. As intimidades são expostas na tela, por meio de perfis em comunidades, de *blogs* e *fatologs* que se multiplicam na Internet. Na sociedade regida pela performance e pelo consumo, a subjetividade é projetada no olhar alheio e o reconhecimento social se passa no âmbito da visibilidade.

PENSANDO IMAGENS: “IMAGENS DE SI”

Os novos dispositivos tecnológicos de produção e consumo de imagens

participam da diluição dos referenciais de tempo e espaço, constituintes da percepção clássica e moderna, operando transformações no modo como os indivíduos constroem a visão de si a partir da relação com o olhar do outro. Ao instituírem o espaço do *aqui* – sem barreiras físicas, sem horizontes e sem fronteiras – e o tempo do *agora* – sem passado e sem futuro – esses dispositivos se constituem como um lugar (um espaço ilocalizável inserido em um tempo imensurável), definido apenas pelo fluxo incessante de produção e consumo de informações e imagens. Ao mesmo tempo, esses dispositivos produzem um saber e um poder sobre o indivíduo, sobre seu corpo, sua afetividade, seus processos de percepção e de socialização, modificando suas possibilidades cognitivas e constituindo novas subjetividades. É assim que na contemporaneidade os avanços tecnológicos transformam as condições práticas e teóricas da experiência.

Hoje, uma opinião recorrente e comumente repetida é a de que vivemos em uma “civilização da imagem”, na qual o que não tem visibilidade não adquire existência. (JOLY, 2006:14) Quando utilizamos o termo ‘imagens’, sabemos que pode assumir tantos tipos de significações, que se torna bem difícil defini-lo de um modo simples e abrangente, que recubra todos os seus empregos. No entanto, apesar dessa diversidade, compreendemos que o termo indica algo que, embora nem sempre possua uma ligação com o visível, toma emprestados traços do visual e, de

todo modo, depende da produção de um sujeito: “imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém que a produz ou reconhece”. (JOLY, 2006, p. 13) Quando nos referimos à “imagem de si”, em consonância com a autora, estamos aludindo

são extremamente rico, inesperado, criativo e até cognitivo, quando a comparação de dois termos (explícita ou implícita) solicita a imaginação e a descoberta de pontos comuns insuspeitados entre eles. (JOLY, 2006, p. 22)



Eu sou Baixinha

(37.589 membros)



Eu sou Branquelo(a)!

(43.026 membros)



EU SOU MINEIRO UAI!

(48.733 membros)

a operações mentais, coletivas ou individuais, que priorizam mais o aspecto construtivo e identitário da representação do que o seu aspecto visual de semelhança. Entendemos que a “imagem de si” descrita pela linguagem visual, pela linguagem escrita, ou pela associação de ambas, busca provocar no “espectador” associações mentais que servem para identificar esta ou aquela pessoa, atribuindo-lhe certo número de qualidades, intencionalmente elaboradas, cujo significado é socialmente compartilhado.

A ‘imagem’ ou a metáfora também pode ser um procedimento de expres-

No caso das imagens acima³, os signos lingüísticos e visuais que as definem só assumem sentido pleno para o leitor se este compartilha dos significados implícitos nas associações entre texto e imagem pretendida pelo autor. Ou seja, é necessário que o leitor dessas imagens conheça os personagens das revistas em quadinhos do brasileiro Maurício de Sousa, assim como o *slogan* da campanha publicitária do sabão em pó Omo. No primeiro caso, a personagem Mônica possui como uma das características que a define o fato de ser baixinha, enquanto que Chico Bento é um personagem construído com base nas características (ainda que estereotipa-

³ A Imagem resulta de uma montagem de imagens postadas na Internet, em comunidades do Orkut selecionadas pela autora. Disponível em: <www.orkut.com.>.

ATUALIDADES EM EDUCAÇÃO

ORKUT: IMAGENS E DISCURSOS

das) socialmente atribuídas àqueles que nascem no interior do estado de Minas Gerais. Já o sabão em pó Omo tem como *slogan* de suas campanhas publicitárias a frase “o que lava mais branco”, daí sua escolha para ilustrar uma comunidade denominada “Eu sou branquelo(a)!” Sem compartilhar *a priori* dessas informações, o leitor, embora possua condições de elaborar uma interpretação, não daria conta das associações proposta pelo autor. Contudo, vale destacar que, no espaço da rede, a construção da identidade apresentada não necessariamente precisa condizer com a identidade do indivíduo no mundo real, haja vista que a rede é o espaço cultural da simulação. Na verdade, o que importa é apreender nesse espaço a imagem que o autor deseja passar de si próprio.

Sob essa ótica, este trabalho tem como objetivo analisar algumas comunidades do Orkut⁴ que, por meio de imagens fixas e pequenas definições textuais, permitem aos seus usuários construir e prestar manutenção às imagens com as quais se descrevem em suas interações *ciberulturais*, atualizando-as conforme suas conveniências. A escolha da rede social do Orkut para esta análise se pauta na compreensão desse espaço como instância de socialização e de produção de subjetividades.

No Orkut, os usuários dão, por meio de práticas discursivas e simbólicas, visibilidade aos seus relacionamentos afetivos, sociais, culturais ou profissionais.

Sou Gostosa!Fazer oq?Eu posso!
Início > Comunidades > Sou Gostosa!Fazer oq?Eu posso!

descrição: **Essa comunidade é para aquelas mulheres que são gostosas, sabem que são gostosas, sabem que os outros sabem que somos gostosas... É isso aí mulherada!!! Além de gostosas...somos lindas e inteligentes!!!**

idioma: **Português**
categoria: **Romances e Relacionamentos**
dono: "vietkou" |
tipo: **pública**
privacidade do conteúdo: **aberta para não-membros**
fórum: **não-anônimo**
local: **Brasil**
criado em: **28 de abril de 2005 14:56**
membros: **14.799**

tópico	postagens	última postagem
<input type="checkbox"/> sou linda e daí	5	25/05/08
<input type="checkbox"/> Mexicano com Brasileira	1	25/05/08
<input type="checkbox"/> VC ME COMIA?? SÓ PARA HOMEN GOSTOSO-<<	1	25/05/08

Consciente de que a quantidade inestimável de comunidades existentes no Orkut torna impossível dar conta de sua totalidade no escopo deste trabalho, durante o levantamento prévio estabeleci alguns critérios para a realização desta análise. O primeiro critério adotado foi selecionar apenas as comunidades cujo título apresentasse o verbo *ser* na primeira pessoa do indicativo presente. Esse critério atende aos interesses deste trabalho em perceber os recursos sógnicos utilizados pelos sujeitos na construção da “imagem de si”, na medida em que se apresenta como um índice e um símbolo da autonarração.

Contudo, esse critério não foi suficiente para determinar minha amostra, já que a quantidade de comunidades encontradas ainda se

mostrava excessiva para a análise pretendida. Considerando que a interface é composta por imagens postadas pelo próprio autor, além dos códigos da linguagem escrita, dos elementos visuais, como cor e ícones coloridos, estabeleci como segundo critério priorizar comunidades que utilizavam a imagem fotográfica, como ícone que reforçava a linguagem textual na construção das narrativas. A partir daí, em meio à profusão de comunidades encontradas, selecionei algumas que utilizam fotografias do corpo, tomando como base a compreensão de que a sociedade atual se define, a grosso modo, como uma sociedade que valoriza a aparência, os corpos saudáveis e belos, a performance, a visibilidade, a produção e o consumo

⁴ O Orkut é uma social network (também conhecida como “community websites”, freqüentemente traduzidos como redes sociais ou redes de relacionamentos) na Internet filiada à empresa Google Inc. O Orkut foi criado em janeiro de 2004 por Orkut Buyukkokten, engenheiro turco atualmente residente nos Estados Unidos, doutor em ciência da computação pela Universidade de Stanford, com o objetivo de ajudar os membros dessa comunidade a criar novas amizades e manter relacionamentos. Seu endereço online é www.orkut.com.

ATUALIDADES EM EDUCAÇÃO

INES

ESPAÇO

Jul-Dez/08

77

de imagens. Vale destacar que optei não por apresentar as páginas na sua íntegra, e sim por recortar apenas os dados que serão contemplados neste trabalho.

orkut - SOU VIP [original] |

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=10252020>

Início > Comunidades > SOU VIP™ - [ORIGINAL ©] -

descrição:

Ser Vip É ser:

...G.o.l.d***

...Invejado (a)

...Concorrido (a)

...Estiloso (a)

...Chique

Ser Vip É ter:

...a certeza que o

amanhã seja melhor que

hoje



Ser Vip É nada + nada -
...Que ser unico**

Ser Vip É ser:

...Ser Sexy

...Ser Perfeito

...Ser Apaixonante

...Ser Legal

Ser Vip:

...E encontrar em

cada pessoa um ponto

especial

ção e aparência das páginas, emprego de vários elementos da linguagem visual (caricaturas, desenhos, gravuras, gráficos, etc.) e a inovação promovida no uso do código linguístico, tudo isso resulta, dentro da comunidade, na representação identitária fabricada pelo autor e reconhecida pelos demais integrantes.

Aliás, é por meio da escrita que se verifica a criatividade em termos do uso de abreviações, elementos de pontuação que assumem significações próprias, novos significados para palavras convencionais, criação de novas palavras, formatação dos textos, etc. Tudo pode ser configurado de acordo com o modo pelo qual o usuário deseja se representar frente ao olhar do outro. Ao definir uma forma específica para se comunicar, o autor passa a ser reconhecido pelos outros integrantes da comunidade, por meio da utilização dos signos linguísticos. É a aceitação do outro que legitima sua inclusão e gera o sentimento de pertencimento ao grupo. Esse pertencimento se dá por meio da identificação e da afiliação voluntária. A quantidade de membros que se associam à comunidade fica

exposta na tela principal, atestando a identificação do outro, dando visibilidade ao grau de popularidade da comunidade. Quanto maior o número de “amigos”, maior o status alcançado pela comunidade. Daí a recorrência de comunidades com números elevados, em alguns casos forjados pelo autor, que busca, nesse recurso disponibilizado pelo sítio, aumentar a projeção de sua identidade virtual e de seu status na rede. Outros recursos como os álbuns de fotos, depoimentos, número de fãs, etc., reforçam essa popularidade.

“Na atualidade tudo conspira para a imagem, para a visibilidade e para a composição de sentidos no plano do olhar.

Os mitos, hoje, são mitos olhados”.
(BUCCI; KEHL, 2004, p. 16)

A maneira como as pessoas constroem sua visibilidade nas comunidades virtuais passa a ser domínio do indivíduo. São escolhas regidas por interesses individuais, compartilhados entre o construtor e os participantes da comunidade. Assim o pertencimento está de acordo com a identificação, com a semelhança de atitudes, reciprocidade, com o interesse comum compartilhado.

A visibilidade da “imagem de si” é central na dinâmica de construção de identidades no Orkut. Toda a

“Nenhuma outra sociedade na história, como é freqüentemente dito, produziu e disseminou tal volume de imagens do corpo humano através dos jornais, revistas, anúncios e das imagens do corpo em movimento na televisão e nos filmes...”. (FEATHERSTONE, 1994, p. 67)

Nas comunidades, a imagem adquire importância fundamental para a construção da “imagem de si”. Além das fotografias, uma ferramenta muito utilizada pelos participantes, toda linguagem de que o usuário dispõe para se comunicar é, sob certos aspectos, composta de imagens.

Símbolos, cores, formas, disposi-

orkut - Eu Brilho!

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=13559516>

Início > Comunidades > Eu brilho (22456 membros)



descrição:

Pra nós que brilhamos tanto pela beleza, quanto pelo que somos!

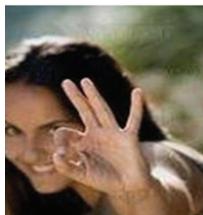
Por que a gente BRILHA tanto heim ???

pq a gnt desce e arrasa°°
pq a gnt naum nasce, estréia°°
e a gnt apavoraa**

Eu Sou Mais EU !

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=288442>

Início > Comunidades > Eu Sou Mais EU ! (1.764.474 membros)



descrição: 😊

espaço para as pessoas bem resolvidas, sem paranóia de auto-estima, e que de fato acreditam que... "o que os outros pensam... é problema deles"!

ATUALIDADES EM EDUCAÇÃO



lógica estabelecida nessa rede social objetiva a construção de perfis identitários, conectados por interesses, participações em comunidades, ligações com amigos, ainda que de modo fluido e passageiro. O Orkut possibilita a tessitura de um conjunto de operações e relações direcionadas, tanto para a fabricação, como para a captura de um eu duplicado. Para Santaella (1999), qualquer signo, por sua própria natureza, na sua relação com aquilo que é por ele indicado ou está nele representado, é um duplo. Quando o usuário se narra,

fabrica seu próprio duplo, aquilo que aprende a dizer, a ver e a julgar sobre si, ao mesmo tempo em que captura e exterioriza esse eu duplicado.

Que grau de exposição satisfaz minha necessidade de visibilidade? Como quero que o outro me perceba? Qual a imagem idealizada do *eu* que construí e como dar visibilidade a esta imagem? Até que ponto minhas opções de consumo refletem essa imagem? Com quais crenças e valores estou interagindo?

Sob essa ótica, a subjetividade contemporânea se configura, ao

Os corpos são construídos pelos discursos, re-construídos pelos avanços das tecnologias (info, bio, nano), modificados por meio de cirurgias plásticas, próteses, implantes, ou mesmo esculpido em academias de ginásticas e centros de estética. São também metaforicamente transformados pela moda, por meio de tatuagens, *piercings*, cortes de cabelos ou posturas corporais. Nessa exibição excessiva de corpos anônimos, construídos para o sucesso instantâneo e passageiro, emerge o “corpo como imagem”, que, em um processo de

orkut - Eu sou ímpar!

<http://www.orkut.com/Community.aspx?comm=13265908>

Início > Comunidades > Eu sou ímpar!

descrição:

"Diferentemente lindo, surpreendentemente belo... Não me compare, sou incomum! Não me provoque, eu sou todos e cada um!"

Pra vc que é único, e que sabe que não há ninguém que chegue perto de ser o que somos!



EU SOU MORENA E LINDA!!!!

<http://www.orkut.com/Community.aspx?comm=955730>

Início > Comunidades > EU SOU MORENA E LINDA!!!! (243 653 membros)

descrição:

Essa comunidade é pra quem é morena e liiiiiiiiiiiiiiiiiinda!!!!

Somos morenas com muito orgulho!!!



Nós morenas somos muito bem resolvidas!!!
Nós morenas somos lindas!!
Nossos cabelos não desbotam na praia... (hahhah)

Loira? Q coisa mais comum!!!

A percepção do corpo na sociedade contemporânea é dominada pela existência de um vasto arsenal de imagens visuais. Featherstone chama a atenção para o fato de que “a lógica secreta da cultura de consumo depende do cultivo de um insaciável apetite para o consumo de imagens.” (FEATHERSTONE, 1993, p. 178)

se mostra, se observa e se expressa no interior dessa rede, fabrica um eu exteriorizado, aberto aos outros, ao mesmo tempo em que estabelece, por meio dos recursos discursivos e óticos, aquilo que pode/deve ser visto, dito e julgado de si, tanto pelos outros como por ele mesmo. A representação de si está ligada àquela que se faz do outro, como um espelho sobre o qual se busca a própria imagem. Nesse processo ele

mesmo tempo, como processo e produto, resultante das relações estabelecidas entre a vontade narcísica do ser visto e o prazer voyeurístico do ver, fabricando subjetividades exteriorizadas, em que a exposição se dá, invariavelmente, na esfera pública e o foco de visibilidade passa a incidir sobre o indivíduo comum.

As imagens se configuram como suportes para a comunicação, para a subjetividade e para a linguagem.

A possibilidade de esculpir-se ou de desenhar o próprio corpo se coloca como algo que propicia a cada um estar o mais próximo possível de um padrão de beleza que é estabelecido globalmente (nota da autora).

mão dupla, visa consolidar uma “imagem do corpo”.

As tecnologias interferem nas construções das imagens, tanto corporais quanto subjetivas, abrindo para o indivíduo um leque de possibilidades que supostamente lhe permitiria construir a “imagem idealizada de si mesmo” e corporificar a representação social dessa imagem que se deseja “ver refletida e admirada” no olhar do outro.

Esta “imagem do corpo”, subjetivo e físico, representa a idealização que o indivíduo faz de si mesmo e da forma como ele quer ser socialmente visto e aceito pelo outro. É a aceitação do outro que legitima sua inclusão e gera o sentimento de pertencimento (ainda que transitório) ao grupo. Embora esse “ideal de ser” sofra alterações e transformações relacionadas aos processos sociais e individuais, ele permanece latente no indivíduo, ora se escondendo, ora se desvelando, conforme as interações sociais que vão sendo estabelecidas pelos sujeitos na sua relação com o meio e com o outro.

Nas comunidades aqui analisadas, os autores, utilizando imagens fotográficas, icônicas e fixas, além de breves definições textuais, constroem a “imagem de si”, por meio da auto-identificação com valores como a beleza, a sexualidade, a valorização do corpo, a exaltação de si, que se encontram fortemente presentes no inconsciente coletivo e são amplamente estimuladas pela sociedade capitalista atual.

A técnica tem impactado em muito a relação dos indivíduos com seus corpos na sociedade contemporânea. As implicações trazidas pela imbricação entre o corpo e a tecnologia relacionam-se diretamente com a subjetividade e a corporeidade humana e o que pode ser sua relação com o mundo, com o meio e com a vida. O espaço do Orkut como campo de visibilidade, cujo foco recai sobre o indivíduo comum, configura a exposição ao outro como um ato voluntário e decisivo para a construção subjetiva contemporânea, como uma conquista individual e privada pelo olhar do outro, que legitima a existência e comprova a aceitação da “imagem de si”.

Assim, em algumas comunidades percebemos a referência metafórica que associa uma imagem socialmente negativa, atribuindo a esta um valor positivo, criando uma nova significação para a imagem via linguagem escrita.

Quando em algumas comunidades a imagem escolhida parece se associar a uma aparente “negação” desses valores, ainda assim os reafirmam ao atribuir à imagem selecionada um novo sentido, como a valorização da “morenidade” em oposição ao culto às louras.

A referência metafórica que associa uma imagem socialmente negativa, atribuindo-lhe um valor positivo, cria uma nova significação para a imagem.

Eu sou o TERROR

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=347523>

Início > Comunidades > Eu sou o TERROR - (110.340 membros)



descrição:

Comunidade destinada as pessoas q são o terror, aprontam aonde estiverem seja nas baladas, raves, bares, churrascos, praias, buffets, shoppings e onde mais puderem aprontar!!!

Na cultura de consumo, a velhice é apresentada com imagens que a retratam como uma fase da vida na qual sua juventude, vitalidade e atratividade podem ser mantidas...”. (FEATHERSTONE, 1994, p. 68)

Na figura anterior, a imagem do famoso terrorista Osama Bin Laden é utilizada como metáfora para in-

tegrar pessoas que “aprontam”, ou seja, que se rebelam contra as regras impostas pela sociedade, atribuindo uma valorização positiva ao inconformismo, reconhecidamente presente no universo juvenil.

A criação da “imagem de si”, tecnologicamente exteriorizada, abre a possibilidade de sermos vários, traduzidos em imagens, já que, até que alguém prove o contrário, somos aquilo que dizemos ser.

Em seu livro *A sociedade do espetáculo*, Guy Debord afirma que o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma “relação social entre pessoas, mediadas pelas imagens”. (DEBORD, 1967, p.14) Sob essa ótica, o reconhecimento social do indivíduo depende inteiramente

da sua visibilidade espetacular, que obedece a uma ordem na qual o único agente do espetáculo é ele mesmo. Assim, defino este trabalho como uma tentativa de questionar as diversas significações das imagens e os diversos entendimentos de “si” numa era em que a produção, a exibição e o consumo de imagens comandam as regras do jogo.

ATUALIDADES EM EDUCAÇÃO

N sou feio, só ñ gosto d pôr fi

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=12905079>



descrição:

Comunidade criada pra todos q assim como eu ñ gosta de colocar foto, ou simplesmente ñ tem foto pra colocar, ou então adora sua imagem de exibição.

Eu sou bonito!A foto q ta feia

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=6638220>

(46.863 membros)



descrição:

Para aqueles q se sentem injustiçados pelas fotos mal tiradas, ou vc ter ficado feio na foto por culpa de alguém.... sempre né.....

“...até que alguém prove o contrário, somos aquilo que dizemos ser”.

CONCLUSÃO

Na contemporaneidade, as novas formas de ver instituídas pela mediação política, econômica e simbólica, definidas pelos novos dispositivos tecnológicos, a todo instante convidam ao ver e ao ser visto. Na era das telas e visores, das imagens via satélite, do escaneamento das minúcias interiores do corpo, a experiência humana está mais submetida à espetacularização e aos processos de visualização do que jamais esteve.

Nesse espaço de alta visibilidade, o olho que via pelo buraco da fechadura foi sendo substituído pelos milhares de acessos dos usuários aos novos dispositivos de visibilidade. É o poder de penetrar no corpo do outro sem correr riscos, saber do outro sem precisar se expor, que vai se multiplicando, na medida em que se multiplicam os dispositivos que incentivam o consumo e a produção de imagens, constituindo o “ver e o exhibir” como aspectos culturais fundamentais. Espaços públi-

cos e privados se constituem, ao mesmo tempo, como espaços de vigilância e de visibilidade que possibilitam pensar uma nova subjetividade, mediada pelas lentes dos novos dispositivos tecnológicos

pós-moderno⁵, que já se percebiam no espaço físico, tornam-se mais visíveis no espaço virtual da Internet. Como o internauta habita vários e nenhum lugar simultaneamente, inserindo-se em múltiplos contextos diferentes, a rede permite a construção de uma identidade flexível, múltipla e em constante modificação.

Embora as comunidades virtuais disponibilizem recursos que priorizam, em princípio, a comunicação, a criação de laços, o compartilhamento

Embora as comunidades virtuais disponibilizem recursos que priorizam, em princípio, a comunicação, a criação de laços, o compartilhamento de interesses e o encontro entre os usuários, também objetivam viabilizar a construção de uma identidade *on line* e sua exibição a outros participantes.

cos. Com as novas tecnologias todos são livres para fazer suas escolhas, entre elas a de se abrirem à exposição. As intimidades são expostas na tela por meio de câmeras de vigilância nos espaços públicos e privados, *blogs* e *fatologs*, programas do tipo *reality shows* – Big Brother Brasil, da Rede Globo; Casa dos Artistas, SBT –, e nas comunidades virtuais que se multiplicam na Internet, a exemplo do Orkut.

A mobilidade, a flexibilidade e a multiplicidade, características da identidade atribuída ao chamado sujeito

de interesses e o encontro entre os usuários, também objetivam viabilizar a construção de uma identidade *on line* e sua exibição a outros participantes.

No Orkut, o sujeito é livre para se associar a várias comunidades ao mesmo tempo, como também para migrar de uma para outra, compartilhando diversos círculos sociais que apresentam interesses diferenciados. Isso resultaria na construção de uma identidade fragmentada, múltipla e fluida, reconhecida como *ciberidentidade*. Para Lemos (1999), os rela-

⁵ Para Zygmunt Bauman, 1999, a transição da modernidade para a pós-modernidade caracteriza-se pelo fracasso do projeto de criação de uma ordem e padronização da sociedade. Sendo assim, na pós-modernidade, o sujeito passa a viver da incerteza e de infinitas possibilidades que diluem o projeto de identidade unificada, próprio da modernidade.

cionamentos transitórios, que visam atender aos interesses momentâneos do sujeito, potencializam as relações ancoradas na *cibersocialidade*, ao realizarem a substituição das formas convencionais de relacionamento por formas mais seletivas e direcionadas. Sob essa perspectiva, o sujeito é livre para ser o que deseja e para deixar de sê-lo quando quiser. No mundo *on line*, a identidade, constituída por verbos e códigos binários, é imaterial, flexível e múltipla. Se uma determinada “identidade” já não agrada mais, basta deletá-la e construir uma nova. Ambas serão,

sob certos aspectos, verdadeiras, na medida em que refletem a imagem que o sujeito percebe de si em um determinado momento. A imaterialidade possibilita ousar ser o outro ou vários outros, ainda que esse “ser” seja efêmero.

Os vínculos estabelecidos nesse espaço contribuem no processo de constituição de uma subjetividade exteriorizada, por meio da auto-narração imagética e textual, e pela exposição da vida íntima e privada. Assim, a prática da escrita e da exposição de si na Internet coincide com o processo de constituição do que os

indivíduos tomam como seu “eu” e sua identidade. As “imagens de si” construídas no Orkut funcionam, de certo modo, como representações diretas de seus autores. Essas imagens, elaboradas por meio do discurso visual (seleção de fotos, vídeos, desenhos), simbólico e textual, além de outros numerosos artifícios aqui não trabalhados, objetivam dar visibilidade e credibilidade àquilo que o sujeito faz ver de si. Como a grande tragédia atual é não ser observado, mostrar-se – mas, antes de tudo, mostrar-se na tela – torna-se o grande ideal de consumo contemporâneo.

Referências Bibliográficas

- BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- _____. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- BENTES, Ivana. A imagem contemporânea: do modelo industrial ao biotecnológico. In VILLAÇA, Nízia (Org.). *Nas fronteiras do contemporâneo*. Rio de Janeiro: Mauad; FUJB, 2001.
- FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo e Pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FISCHER, Rosa. Mídia e Juventude: experiências do público e do privado. *VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais*. Coimbra, Portugal, 2004.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo* (1967), seguido de Comentários sobre a sociedade do espetáculo (1988). Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. 11. ed. Campinas, São Paulo: Papirus, 2007.
- GUATTARI, F.; ROLNIK, S. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1986.
- LEMOS, André. Cibersocialidade: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. In: PINTO, José Milton (Org.). *Práticas discursivas na Cultura Contemporânea*. São Leopoldo: 1999, p. 9-22.
- LUZ, Rogério. Realidade virtual e espaço potencial: a mutação na era tecnológica. *IX Encontro latino-americano sobre o pensamento de D. W. Winnicott – o homem e seu ambiente: encontros e desencontros*. 20 a 22 /10/2002, Rio de Janeiro, RJ.
- MACHADO, Arlindo. *Arte e mídia: aproximações e distinções*. In revista *Galáxia*, nº 4, 2002.
- PESAVENTO, SANDRA J. Representações. *Revista Brasileira de História*. São Paulo: ANPUH/ Contexto, vol.15, nº 29, 1995.
- SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- SANTOS, Laymert Garcia dos. *Politizar as novas tecnologias: o impacto sócio-técnico da informação digital e genética*. São Paulo: Ed.34, 2003.