

PAINÉIS FOTOGRÁFICOS NA INTERNET - MÍDIAS DIGITAIS NOS FUNDAMENTOS DA SOCIABILIDADE CONTEMPORÂNEA.

Norberto Khun Junior

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS - Brasil

Projetos Conjuntos CAPES-CGCI/MECD - BRASIL – ESPANHA

Mestre em Sociologia e Doutorando em Ciências da Comunicação

Propomos analisar o que chamamos de *usos do fotográfico* por parte de produtores - usuários, nos ambientes midiático-digitais dos Fotoblogs. Buscamos pelos elementos de sensibilidade que são mobilizados nestes ambientes digitais, cuja marca principal é a super-intensificação da sua *reproduzibilidade* técnica e as suas implicações na percepção do entorno social, na sua leitura de mundo e organização de mundo - o que, a partir de Benjamin e Flusser, podemos chamar de implicações epistemológicas da imagem fotográfica, de onde emerge o tema da relação entre mídias digitais e sociabilidade contemporânea.

1 Apresentação da proposta do exercício¹

Propomos um passeio pelos labirintos das hipertexturas em busca de pistas para o estudo das identidades criadas nos *usos do fotográfico* nos *contratos comunicacionais* de produção/recepção nos ambientes midiático-digitais dos Fotoblogs² - painéis fotográficos digitais na Rede. Entendemos como “usos” um conjunto de práticas concretas, associadas a um objeto de uso que se humaniza através de um *saber fazer*. Este *saber fazer*, por sua vez, é mobilizado pela ação de forças perceptivas (sensibilidades) e forças interpretativas

¹ Este artigo reúne apontamentos realizados como exercício nas disciplinas de Seminário de Metodologias de Investigação Audiovisual Aplicada, ministrada pelo Professor Dr. Nicolas Lorite – UAB, Espanha e do Seminário de Audiovisualidades nas Mídias, ministrada pela Professora Dr^a Suzana Kilpp, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, Brasil.

² Este ensaio é parte de um programa mais amplo de estudos, qual seja, a análise da imagem fotográfica, sua potencialidade comunicacional e sua relação com a conformação da sociabilidade contemporânea. Este tema vem sendo proposto como Projeto de Tese de doutoramento no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vales do Rio dos Sinos – UNISINOS, sob orientação do Prof^o Dr^o. Fabrício Silveira.

(mentalidades) em relação ao que se apresenta aos sujeitos na concretude do mundo da vida (práticas)³.

Propomos, portanto, o seguinte caminho de análise: analisar o que, provisoriamente, estamos chamando de *usos do fotográfico* por parte de produtores - usuários, buscando pelos elementos de sensibilidade que são mobilizados nos ambientes digitais, cuja marca principal é a super-intensificação da sua *reprodutibilidade* técnica e as suas implicações na percepção do entorno social, na sua leitura de mundo e organização de mundo - o que, a partir de Benjamim e Flusser, podemos chamar de implicações epistemológicas da imagem fotográfica, de onde emerge o tema da relação entre mídias digitais e sociabilidade contemporânea⁴.

Para o caso aqui analisado, o dos Fotoblogs, o contexto das relações que neles e através deles se desenvolvem e a capacidade de neles *se fazer ver* são constitutivos de um tempo e uma experiência de vida nesse tempo: o tempo e a experiência que funda modos *de ser* e de *vir a ser* midiáticos, que Susana KILLP (2003) vem explicando através do conceito de *ethicidade*. Partimos, então, do seguinte pressuposto: a relação entre determinado modo de mostraçã (de ver e se fazer visto), recorrentes nos Fotoblogs, e a força destes na constituição de experiências vividas, são instauradoras de uma *ethicidade* específica, de natureza midiática. Algumas das especificidades desta *ethicidade* buscamos estudar aqui neste trabalho!

Estrutura do texto: iniciamos esta abordagem nos voltamos ao que entendemos, a partir de BERGER (1999), estar entre os fundamentos da percepção moderna: as pinturas a óleo e os desejos de mostraçã radicada na arte pictórica renascentista⁵.

Partindo das concepções de BERGER, de objetificação e panoramização das experiências através da arte (desejos de mostraçã das experiência vividas) e associando a

³ Aqui, em certa medida, a nossa dívida (em esboço) à semiótica peirciana através de Jean-Marie SCHAEFFER (1996), Lucrécia FERRARA (1981) e Martin LEFEBVRE.

⁴ Neste texto, ao tratarmos de *processos de sociabilidade*, estamos nos limitando a algumas dimensões qualitativas constitutivas das *identidades pessoais* associadas ao que GIDDENS, 1991, denomina de pertencimento social e segurança ontológica – o que torna possível estabelecer relações sociais “sem-face” e “não-presenciais” (o que Giddens associa à cultura moderna em descontinuidade à cultura pré-moderna).

⁵ Muito embora, para o tratarmos do tema das mudanças nas formas perceptivas e suas implicações epistemológicas, tenhamos W Benjamim e Flusser como referências fundantes, para o exercício aqui proposto o estudo que Berger desenvolveu sobre as pinturas a óleo se mostrou empiricamente operativo; trata-se, portanto de uma opção metodológica.

elas as noções de *quadro* de Jacques AUMONT (2004), esboçamos uma *demarcação* metodológica-conceitual de acesso ao nosso material empírico – fotografias digitais na rede (Fotoblogs), para, então, num último momento, baseado nos apontamentos⁶ de Suzana KILPP (2003), *avancarmos* para o entendimento destas composições como *molduras* (quadros audiovisuais) em rede de interações digitais – hipertexturas – e a sua força nos processos de significação e produção de sentido.

2 Experiência vivida e aparências idealizadas de experiências (objetificação e panorama como princípios da visualidade moderna)

BERGER (1999) , ao analisar a arte pictórica renascentista, nos aponta para o quanto as formas de mostrar (representar) pessoas e coisas (de se ver e de se fazer olhar) estão relacionadas a sociabilidade, afirmação de identidades pessoais e coletivas: representam condições sociais e representam “Coisas na realidade adquiríveis” (BERGER, 1999, p. 85).

As pinturas, como manifestação das aparências idealizadas, reforçam, apoiam, a visão que se tem de si mesmos – não operam apenas na lógica da criação de novas experiências, mediadas pela imaginação, abstração, mas reforçam, através de imagens de si mesmo (aparências idealizadas), experiências já existentes e cotidianamente vivenciadas.

A arte, como representação de coisas e pessoas em determinado tempo e experiência de tempo é sempre uma maneira de ver o mundo – uma ideologia. “A pintura ‘contém’ o tempo e a experiência do tempo” (p. 63) e tem como condição de realização a objetificação destas coisas e pessoas.

A objetificação – redução de tudo à igualdade de objetos – a instauração de uma materialidade pela condição de ser vista como exterioridade, teve na pintura a óleo seu marco inaugural.

“... é que uma maneira de ver o mundo, que em última instância era determinada por novos comportamentos em relação à propriedade e ao poder de

⁶A partir das reflexões realizadas no Seminário de Audiovisualidades nas Mídias, em 2006, no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – UNISINOS.

troca, encontrou sua expressão visual na pintura a óleo, e não poderia tê-la encontrado em qualquer outra forma de arte visual.” (BERGER, 1999, p. 89).

Essa possibilidade de objetificação - de fazer as coisas e pessoas objetos da visão de olhar (para serem vistas) - criam panoramas que agem sobre as relações sociais. Agem na composição de um sistema de convenções específico para representar o visível ... suprem os espectadores-proprietários de um “sistema de referência para as formas de comportamento idealizado que lhe era próprio” (BERGER, 1999, p. 103). Implica igualmente em um sistema de convenções específico para representar o visível.

Esse sistema de convenções sobre o visível (*o que mostrar, para que mostrar e como mostrar*) visam propagar a crença da sociedade nela mesma. Segundo Berger,

“A pintura a óleo mostrava do que seu proprietário [espectador proprietário] já estava usufruindo, com os bens que possuía e a sua maneira de viver. Ela consolidava o sentimento que ele tinha de seu próprio valor. Enaltecia a visão que tinha de si mesmo do jeito que ele era. Essa visão principiava com fatos de sua vida. As pinturas embelezavam o interior em que ele realmente vivia.” (BERGER, 1999, p. 144.)

3 Os Fotoblogs: quadros audiovisuais de imagens fotográficas

Tais princípios (de objetificação e panoramização), implicados nesta ânsia de mostração fundante da cultura perceptiva moderna, vemos reproduzidos na maquinaria audiovisual contemporânea: *continuum* dessa cultura de mostração igualmente presentes nos espaços digitais como é o caso dos Fotoblogs. Aqui, revelados predominantemente através de enquadramentos descritivos dos planos médios⁷, tais modos da mostração de

⁷ Em um estudo preliminar realizado com os 10 Fotoblogs mais votados (segundo ranking do provedor UOL (<http://Fotoblog.uol.com.br/ranking.html>) acompanhados no período de 15 de novembro a 08 de dezembro de 2005, onde consideramos os planos fotográficos como componentes primários da linguagem fotográfica, obtivemos o seguinte resultado: com ocorrência massiva nos Fotoblogs consultados, tivemos os planos médios aos planos gerais (planos inteiros e de conjunto). Estão voltados à identificação dos personagens (com ênfase no gestual), à descrição dos sujeitos (individuais ou em pequenos grupos) e à descrição do seu entorno imediato (a sua situação nos ambientes imediatos); a segunda forma de mostração também freqüente nesta

tempos e experiências de vida operam na intensificação as amarrações cotidianas sob condições técnicas digitais (em rede) de irrestrita reproduzibilidade: sua maior expressão são os *painéis* de experiências de tempo e de vida se reproduzem globalmente.

Como aponta Berger,

“Adultos e crianças possuem, às vezes, painéis nos quartos ou salas, em que pregam pedaços de papel: cartas, instantâneos fotográficos, reproduções de pinturas, recortes de jornal, desenhos originais, cartões-postais. Em cada painel, todas as imagens pertencem a uma mesma linguagem e todas têm ali mais ou menos o mesmo grau de igualdade, por terem sido escolhidas de uma maneira extremamente pessoal, a fim de combinar com a experiência vivida pelo habitante do quarto, ou expressá-la. Pela lógica, estes painéis deveriam substituir museus.” (p. 32).

Os Fotoblogs são estes painéis das experiências vividas constituindo-se como museus, ou galerias de exposição (mostração) da contemporaneidade. Através deles torna-se possível que índices de qualidades (signos usados nos gestos, nos objetos, usados nos elementos da natureza, nas poses, nas paisagens) sejam postos em circulação e se reproduzam globalmente para serem julgados de fora, por outros: portanto, tais imagens fotográficas, de pessoas e coisas, giram em torno de relações sociais e em torno delas que possíveis qualidades inerentes (alguns conteúdos *em si*) assumam significação.

Os Fotoblogs mantêm, nestes termos, uma certa correspondência pictórica, conforme estudada por Berger, uma vez que permite a transformação – mágica - *do que se é, por ser*, em *o que se é, por ser visto*, compensando possíveis insuficiências diante do medo de nada ser: compondo identidades visualizadas (ou, ethnicidades!)

amostra esta baseada na força descritiva de planos mais gerais que acentua a relação sujeito-ambiente e não apenas o sujeito; com a menor frequência, estão as fotografias que operam a partir da força intimista dos planos detalhes e dos primeiros planos.

4 Interpretação da imagem: em quadro e fora do quadro

No estudo que Jacques AUMONT (2004) realiza sobre pintura e cinema, o autor procura desenvolver conceitos que dêem conta da inteligibilidade daquelas imagens que estão colocadas *em quadro*, tornadas finitas por esse delimitador convencional e culturalmente instituído, cuja manifestação mais corrente dá-se na arte pictórica (o que comumente chamamos de *pintura* ou, mesmo, *quadro*!).

Irá considerar o quadro a partir de distintos aspectos de suas operações: a primeira função é a que está relacionada a sua materialidade, sua condição física, chamada de *moldura*, que, em suas múltiplas formas, modelos e condições materiais de apresentação, operam sempre na demarcação da obra: “o quadro-objeto tem sempre esse valor: ele rodeia a obra, *fabrica* um entorno para ela.” (AUMONT, 2004, p. 112).

Também como limite físico, está o limite visual da imagem, que é onde ela objetivamente termina para a vista, ou seja, a *borda* da tela. A esta condição limite do quadro, a que Aumont denomina de *quadro-limite*, está associada a função de regular a sua composição; essa que vai fazer operar a “*fala*” da tela (pintura), o seu discurso. Em outras palavras, o quadro-limite faz operar um jogo de relações entre a sua composição (centros visuais que compõem a tela pintada, constituídos de “massas visuais”, “peso”, “dimensões” e o “olho” (sujeito-espectador) que a aprecia. A este “ser-discurso” da tela pintada, Aumont associa, funcionalmente, um *fora-de-quadro*:

“...o sentido, todos os sentidos possíveis de um quadro estão, a um só tempo, contidos na própria tela, e devem ser lidos a partir de seu lado de fora, o lado de fora mais radical possível, aquele onde nada mais da imagem existe. Esse sentido não está aí por acaso: ele foi posto aí por um produtor, que, ele também, não está nunca na imagem [a não ser como representação] ... A tela pintada, como enunciado e como significação, se produz e se lê a partir de um espaço que não é o da ficção, mas um espaço discursivo, um *fora-de-quadro*. Tal operação, a instituição de um *fora-de-quadro* [a qual se associa ao discurso do *quadro-limite*], é incontornável pela imagem figurativa.” (AUMONT, 2004, p. 114).

Nesta associação funcional da realização discursiva da pintura nos limites da tela (quadro-limite) com o fora do quadro, é que se realiza a objetividade da obra mediante efeitos de reconhecimento da imagem segundo convenções e padrões de visualidade social e culturalmente disponíveis, que se aplicam tanto à produção (modos de mostrar), quanto aos modos de olhar.

AUMONT vai ainda mais longe: nesta abertura do quadro a partir de uma vista - aquilo que é dado a ver (sua objetividade) - resultante de operações simultâneas do quadro objeto, quadro-limite/fora de quadro, estão implicadas indistintivamente subjetividades, fantasmas, mundos imaginários “afinados aos nossos desejos” e, por isso, infinitos. A medida que o quadro direciona o olhar, terminando e detendo a imagem justamente para dá-la a ver, ele “inseparavelmente, enclausura o olhar, faz não ver” (AUMONT, 2004, p. 114). Nesta operação simultânea de dar a ver e não dar a ver, o quadro propicia uma abertura “sobre a vista e o imaginário”, cria, ao lado da não ficção (espaço discursivo do quadro-limite/fora de quadro), a ficção, uma janela ilusória para o imaginário. A esta função ficcional do quadro, Aumont chamou de quadro-janela.

A articulação destes conceitos, quadro-objeto, quadro-limite (cuja função se identifica com *um fora-de-quadro*) e quadro-janela nos abre, conceitualmente, a possibilidade de colocar sob foco de análise o que *está dentro e fora* do quadro fotográfico.

Mediados por operações de significação tornadas possíveis pelo acesso àqueles conteúdos que se colocam à vista no quadro-objeto (seu conteúdos objetivos), e, pelo tensionamento deste, o *de dentro*, com o *desde fora*, (abertura para o imaginário), estamos nos habilitando a não cair nas tentações, tanto das intencionalidades imaginativas da subjetividade, onde tudo é possível, quanto na das abordagens formalistas e conteudistas que absolutizam o que está dentro das bordas.

Pautado por esta reflexão conceitual sobre *o quadro*, buscamos criar condições de análise dos Fotoblogs: operar *sobre as bordas*, o que significa produzir movimentos reflexivos e analíticos que não se limitam em focar o fora e ao dentro do quadro, os imaginários e as experiências concretas, a ficção e a não ficção, o objetivo e o subjetivo das imagens mas o indissociável casamento entre estas dimensões que encontram no não lugar da borda seu terreno de realização.

Assim nos é possível reconhecer os materiais fotográficos disponibilizados nos Fotoblogs como painéis digitais de aparências de experiências vividas, instituídas pela sobreposição múltipla e irregular de quadros, molduras, constitutivas, por sua vez, de hipertexturas, o que, a partir de AUMONT, seguida por KILPP, poderíamos chamar também de *quadros audiovisuais midiático-digitais*.

5 Painéis fotográficos digitais - Competência de produção e uso: molduras e legendas.

Não é nossa intenção, neste momento, proceder uma análise destes painéis fotográficos digitais, como quadros audiovisuais de experiências de vida, mas sim, nos aproximarmos das categorias de moldura e moldurações, que integram o programa conceitual para análise audiovisual desenvolvido por Susana KILPP (2003), para, assim, proceder uma demarcação conceitual do nosso material empírico como quadros audiovisuais e que estamos denominando “painéis fotográficos digitais”.

Estes *painéis* (conceito que emprestamos de BERGER) correspondem ao que CELARO (2006), ao analisar ambientes virtuais de ensino à distância, denomina de *paisagens*: são processos de construção intelectual para *se fazer visto* e construir um *ponto de vista* (CELARO, 2006, p.153). Implicado neste conceito está a noção de *panoramas digitais*, entendido como *ethicidades* específicas (KILPP *apud* CELARO, 2006), que se fazem visíveis através de paisagens que emergem na tela do computador.

Por *moldura*, como categoria descritiva, estendemos ser o demarcador de espaços de significação (cuja materialidade assume variadas formas, texturas, volume, cores, movimento, sonoridade...) onde são enunciados sentidos identitários (subjetividades) e que, por sua vez, podem ser agenciados no interior de variadas modalidades (mundos) de processos de produção e recepção. São, em última análise, a condição objetiva de *atualização de subjetividades* construídas midiaticamente.

A esse espaço de significação é que analiticamente associamos, tanto a força descritiva e identificadora (de coisas, pessoas e experiências) típicas dos planos médios, presentes de forma recorrente na composição das imagens fotográficas nos Fotoblogs consultados, quanto a força de procedimentos técnicos-simbólicos (portanto, igualmente

significos) dinamizadores desses painéis fotográficos digitais como ambientes de uma *ethicidade* específica.

Neste momento partimos de uma caracterização breve do ambiente midiático de produção dos Fotoblogs que foram tomados em nossa amostra.

Para uma experimentação piloto, acompanhados diariamente os 8 Fotoblogs, dos 10 mais votados (segundo ranking do provedor UOL (<http://Fotoblog.uol.com.br/ranking.html>) no período de 15 de novembro a 08 de dezembro de 2005. Consideramos, aqui, os formatos e padrões pré-configurados pelo provedor (neste caso, <http://fotoblog.uol.com.br>) e os componentes audiovisuais (acessórios) configuradores deste ambiente comunicacional (o denominaremos de aparelho-provedor, em referência ao conceito *aparelho* desenvolvido por FLUSSER - 2002).

Na página principal de acesso ao Fotoblog UOL, temos os campos de acesso para assinantes e visitantes cadastrados, alguns detalhes sobre os serviços disponíveis no Fotoblog e links de acessos a esses serviços: Fotoblogs comunitários, tutorial para criação de Blog e Fotoblog, perfil e identidade do usuário, passeio virtual, regras de usos.

Ao usuário que quer olhar é oferecida uma diversidade de *portas de entradas* e interação aos Fotoblogs cadastrados no provedor: além das ferramentas de busca (por palavra-chave, tema e perfil segundo sexo e faixas etárias), o usuário é motivado a interagir verificando o ranking de Fotoblogs (“Veja o ranking de Fotoblogs”), elaborado segundo dois critérios: “os mais recentes” e “os mais votados” pelos usuários e visitantes. Também é convidado a apresentar seu Fotoblog no Mural (“Divulgue o seu otoblog! Coloque o endereço dele no mural para todo mundo ver”) ; em destaque, no centro da página, é apresentada uma relação de “Fotoblogs legais”, selecionados pelo provedor segundo seus próprios critérios.

Já, para o desenvolvimento de Fotoblogs, há um tutorial que permite a

“Quadro 1 – ferramentas de configuração”

Cadastro

Dados do Fotoblog
Modelos de Fotoblog

Ferramentas

Meus Fotoblogs favoritos
Comentários
Indique para amigos
Formato da data
Humor do dia
Meu perfil
Votação

Administrar

Fotoblog comunitário
Fotos antigas
Meus arquivos

X EXCLUIR FOTOBLOG

criação de um Fotoblog “em poucos minutos” (ver “Quadro 1 – ferramentas de configuração”); vários formatos de molduras pré-configuradas estão disponíveis, mas podem ser customizados através de Editor HTML (ver “Anexo 1 – alguns dos modelos de Fotoblog UOL.”)

Uma vez acessado um Fotoblog, tens-se, na página de abertura, ocupando maior parte da moldura tela (ecrã) a última foto inserida no site pelo seu proprietário; esta pode ser seguida de legenda textual e comentários textuais de outros usuários que a visualizaram. Em formato reduzido e legendados com a data em que foram disponibilizadas para visualização, tem-se um número variável de fotos (4 a 6), que podem ser ampliadas para visualização de sua legenda e comentários já realizados por quem *já viu*.

Uma legenda “*últimas fotos – ver todas as fotos*” permite acesso a um novo quadro (que provisoriamente denomino de quadro-memória) que relaciona períodos de tempo - um intervalo de tempo datado que configura a proposta de “diário”; estes períodos são relativos não ao tempo da criação fotográfica, mas ao tempo da disponibilização para a mostraçã. Cada legenda de período permite acesso a novos painéis fotográficos de diferentes períodos. Assim, o usuário vai sobrepondo quadros fotográficos, compondo e recompondo temporalidades visuais e atualizando experiências a partir das imagens acessadas – os comentários textuais são manifestação, neste mesmo espaço, destas atualizações de experiências.

Cada Fotoblog pode, ainda, relacionar outros Fotoblogs (“*Fotoblogs favoritos*”), exponenciando, assim, experiências de interação pela composição múltipla de molduras audiovisuais. O mesmo ocorre com os Fotoblogs comunitários, onde várias pessoas são “proprietárias” e podem intervir no gerenciamento das imagens disponibilizadas.

Todas as portas de acesso para produção, visualização e interação são ativadas pelo usuário sempre nos limites das ferramentas disponíveis no aparelho-provedor. Assim, o que está para ser visto, o que está para os desejos e, por isso, está igualmente para as experiências de interação, resulta do acionamento dos sujeitos usuários produzindo de movimentos contínuos e imprevisíveis de abertura e fechamento de quadros fotográficos que se sobrepõem ou são arranjados (distribuídos) lado a lado, legendados ou datados, comentados ou não por outros usuários.

A temporalidade *do ver e não ver, abertura e fechamento* destas modalidades de quadros audiovisuais, com suas imagens fotográficas, é determinado, nestes ambientes midiáticos-digitais, por ritualidades do mundo da vida e sua significação depende da incorporação das imagens a este fluxo ritual (fluxo produzido na cotidianidade das relações). Neste caso, os *fora-de-quadro* e os *quadro-janelas*, que se apresentam ao usuário assim que este acessa um Fotoblog, jogam um papel importante na determinação das motivação do acionamento dos acessos seguintes (abertura e fechamento de quadros), bem como motivação para interação através de comentários textuais e, muito especialmente, quando da composição de um painel próprio para dar-se em imagem (de si e de suas coisas).

6 Multi-molduras audiovisuais, subjetividade e interações comunicacionais.

As imagens funcionam significativamente nas interações porque sujeitos produtores e consumidores estão, simultaneamente, submetidos à lógica simbólica (social e culturalmente consensuada) dos laços de confiança e pertencimento cotidiano, que as validam ou invalidam enquanto verdades discursivas. Mas, também, porque estes laços são consubstanciados audiovisualmente, tanto através de operações *significativas* nos limites da moldura fotográfica (equivalente ao quadro-limite), com apelo indicial e icônico – quanto através de complexas sobreposições de molduras (operações *significativas* de natureza simbólica), que se realizam na sua *mediatização* na rede de interações digitais, *no fora-do-quadro* e nos múltiplos *quadros-janela* abertos às experiências e ao imaginário.

Poderíamos dizer, deles resultam subjetividades que se relacionam na e pela *superfície* da imagem; a *mostração* na imagem é sua própria condição de realização - o que, segundo BRUNO e SANS indicariam, inclusive, crise da interioridade (falência da intimidade moderna) pelo correspondente encolhimento dos espaços privados. Mais superficiais e menos profundas, porém, nem mais nem menos autênticas ou legítimas seriam estas novas subjetividades (BRUNO, 2004. SANS, 2005):

“Para visualizar o que estamos propondo, basta pensar na experiência estética diante dessas imagens – de modo geral, elas ou nos afastam, nos empurram para ‘fora’ delas, ou nos mantêm na sua superfície e extremidade; raramente nos convidam a ‘entrar’, como se não tivessem nada a relevar além do que se encontra

exposto, como se não fizessem nenhuma alusão a algo que está sob, atrás ou além. São imagens sem sombra nem segredo, cujo princípio de visibilidade parece estender-se ao máximo. Poderíamos pensar a partir disso que não há nenhuma subjetividade ali, que se tratam de vidas e corpos ociosos, sem interioridade ou profundidade (BRUNO, 2004.)

Emerge, assim, segundo a autora, uma outra modalidade de subjetividade “onde a interioridade ou a profundidade, ainda que permaneçam presentes, deixam de ser o foco de investimento, cuidado, controle, assim como deixam de ser a morada mesma da verdade ou do desejo do sujeito”.

Mas, é justamente neste ponto, onde o princípio da visibilidade é levado à condição de realização plena das subjetividades (de um ideal de ser, cuja condição de existir está naquilo que, simplesmente, se dá a ver), que algumas questões merecem ser recolocadas. Para além do que está exteriorizado pelas imagens como conteúdos de um ser ideal, ou, para além da visibilidade do ser ideal nelas contidas, outros operadores de sentido podem estar agindo e contribuindo na conformação dessas mesmas imagens, como novas formas mediações (interações comunicacionais).

As operações mediadas pela inclusão da imagem digital (em toda a sua dinâmica, fluidez, volatibilidade, velocidades, exteriorização das intimidades, etc) redimensiona nosso ser e estar no mundo hoje, mas o faz não mais que exigindo um reforço da necessidade de aportarmos a nossa confiança, para termos segurança de ação no mundo da vida (decisões, sentimentos, razões, opções), em sistemas fortemente abstratos, manipuláveis pelo domínio técnico e submetidos a nossa capacidade reflexiva – ações e comportamentos da ordem da modernidade.

Estes elementos de confiança já os víamos presentes, em grau variável é claro, mas qualitativamente idênticos, nos mecanismos analógicos de produção moderna de imagem fotográfica. Aliada às mudanças profundas na capacidade de produção de imagens fotográficas, a partir das tecnologias digitais - cuja principal marca é a total deterioração do referente - o que se percebe é uma intensificação/radicalização de uma necessidade, que

entendemos ser tipicamente moderna, que é a da crença na imagem fotográfica como depositária de valor de verdade⁸.

Se hoje temos condições de nos relacionar digitalmente é, também, porque fazemos operar *forças reversas* àquela fluidez e volatilidade da imagem digital, ou seja, forças de estabilidade (não necessariamente de natureza técnica, mas simbólica): depositamos em sistemas abstratos (pautado em mecanismos de representação simbólica), confiança suficiente para assegurar que, no caso da fotografia, possamos confiar naquilo que *apenas* vemos - faces digitais⁹ - independentemente daquilo que não alcançamos ver. Agora, mais do que nunca, para confiar nas imagens fotográficas digitais, necessariamente devemos nos remeter para redes mais complexas de significação. Estes *reversos* são produzidos nas relações humanas e se revelam nas bordas e molduras das imagens, ou seja, constituem uma ambiência capaz de fazer falar aquilo que está exteriorizado na superfície da imagem. Neste mundo das mídias digitais, laços de sociabilidade são consubstanciados audiovisualmente: são instauradoras de uma *ethicidade* (KILPP, 2003) específica, de natureza midiática-digital.

Assim, nestes painéis fotográficos digitais, extremamente vulneráveis pela sua infinita reproduzibilidade e *deletabilidade*¹⁰, vemos radicalizadas formas de mostração multimoldural que garantem minimamente a confiança necessária às interações sociais na superfície destas imagens: relações sem-faces (GIDDENS, 1991) - ou faces fantasmáticas (diria AUMONT, 2004).

As imagens digitais, operadas e operadoras das interações comunicacionais nestes novos ambientes midiáticos-digitais, passam a se sustentar, ainda mais, em uma ordem de mecanismos modernos de segurança (a que chamei de “reversos”), qual seja, confiança em sistemas abstratos constituídos, tanto no conteúdo-superfície da imagem fluída (faces virtuais), quanto além destes conteúdos, ou seja, nas molduras múltiplas (sem face ou com

⁸ A fotografia está entre as principais ferramentas modernas da objetivação do real: a ela se associa *a verdade*, *a prova*, facilmente associada à noção de fato e acontecimento, noções típicas do campo científico.

⁹ Hoje contamos com faces virtuais constituídas nas *telas*, enquanto que modernamente, segundo GIDDENS, as relações são tipicamente sem-face.

¹⁰ Palavra de uso corrente nas operações cotidianas que se realizam através de uso de computador e aparelhos digitais; se refere a tecla “delete” que executa o apagamento de dígitos e conseqüentemente de dados e informações a eles associados.

face virtual) que caracterizam e conformam este ambiente e que compõem redes de significação capazes de assegurar a interação comunicacional entre indivíduos.

A cotidianidade das relações (a qual associamos desejos, mentalidades e ações), onde estão implicados laços de confiança, pertencimento, afirmação pessoal, constituem-se, assim na capacidade de ser operada no interior de molduras audiovisuais; as relações humanas são, cada vez mais, dependentes de sua audiovisualidade - especialmente em sua capacidade de operar indicadores de qualidade: as imagens fotográficas atualizadas nestes quadros audiovisuais dos Fotoblogs intensificam a sementeira de índices de qualidades de pertencimento e afirmação identitária conformadores de laços de fidelidade e confiança necessários à sociabilidade contemporânea.

7 Referências Bibliográficas

1. AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1993.
2. AUMONT, Jacques. **O olho interminável [cinema e pintura]**. São Paulo: Cosasc & Naiify, 2004.
3. BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. In: LIMA, Luiz Costa (org.) **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Ed. Saga, 1969, p. 203-238.
4. BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
5. BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação**. Anais da XIII Compós, São Paulo: 2004.
6. DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. São Paulo: Papirus, 1994.
7. FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. **A estratégia dos signos**. São Paulo: Perspectiva, 1981.
8. FLUSSER, Vilém. **A filosofia da caixa preta. Ensaio para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Ed. Relume Dumará, 2002.

9. GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. 2.ed. São Paulo: Unesp, 1991.
10. KILPP, Suzana. **Ethicidades televisivas**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.
11. LEFEBVRE, Martin. **La photo, l'indice, et le vague**. Université Concordia, Montreal. (cópia impressa).
12. LORITE GARCIA, Nicolás. **La observación casual: una propuesta para el estudio de las transformaciones socio-mediáticas**. Encontro Internacional de Investigadores de comunicación. Santiago de Chile: ALAIC 2000, 27 – 27 de abril.
13. MARTÍN-BARBERO, Jesus. (1987). **De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía**. Barcelo: Ediciones G. Gilli, 1998.
14. MARTÍN-BARBERO, Jesus. De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos. In: **Mapas Nocturnos: diálogos com la obra de Jesús Martín-Barbero**. Bogotá: Siglo del Hombre Editores Central, 1998, p.201 -221.
15. MCLUHAN, Marshall (1964). **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1999
16. SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003. 359 p
17. SANZ, Claudia Linhares. **Passageiros do tempo e a experiência fotográfica: do álbum de família ao Blog digital**. Disponível em www.studium.iar.unicamp.br/22/alb_blog/index.html
18. SCHAEFFER, de Jean-Marie. **A imagem precária – sobre o dispositivo fotográfico**. Campinas: Papyrus, 1996.
19. SIBILIA, Paula. Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica. In: **Olhares sobre a cibercultura**. Lemos, André e Cunha, Paulo (org.) Porto Alegre: Ed. Sulina, 2003: 143.
20. ZUANETTI, Rose *et al.* **Fotógrafo: o olhar, a técnica e o trabalho**. Rio de Janeiro: Editora SENAC nacional, 2002.

ANEXO 1 – EXEMPLO DE MODELOS DE FOTOBLOG – PROVEDOR UOL

Configurações > **Modelos de Fotoblog**



Escolha um dos modelos abaixo para o seu Fotoblog

A qualquer momento você poderá trocar o modelo do Fotoblog sem perder as suas imagens

Modelos temáticos

Clique sobre as imagens para ver o modelo em tamanho real.



Aquário



Verão



Aniversário



Adolescentes



Rafting



Romântico



Cidade



Sexo Hot

CANCELAR