



## O fenômeno do autorretrato no *Facebook*: Uma análise interdisciplinar

Ítalo Iago Albano BRAZ<sup>1</sup>

Beatriz Lima de PAIVA<sup>2</sup>

Élmano Ricarte de Azevêdo SOUZA<sup>3</sup>

Itamar de Moraes NOBRE<sup>4</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### Resumo

Analisam-se, no presente artigo, as características utilizadas na construção dos autorretratos a partir de imagens as quais são veiculadas na rede social *Facebook*. Para tanto, realiza-se uma pesquisa bibliográfica sobre o *ethos*, sobre fotografia, imitação, utilizando-se também da psicologia para fazermos de forma interdisciplinar. Referente ao corpo empírico como base para análises, usamos as imagens feitas pelo ator James Franco e pela cantora Ivete Sangalo publicadas em seus perfis pessoais na rede do *Facebook*. Esta análise aponta algumas diretrizes sobre a prática do autorretrato como uma imagem de si mesmo com possibilidades diversas em sua interpretação no contexto social.

**Palavras-Chave:** *Facebook*; Fotografia; autorretrato; Comunicação.

### Introdução

A comunicação, a através uso das redes sociais, vem se tornando cada vez mais comum entre adolescentes, jovens e adultos. Como consequência, as relações interpessoais ultrapassaram o físico, tornando-se cada vez mais virtuais. No *Facebook*, por exemplo, é recorrente o uso de fotografias do tipo autorretrato, as quais são feitas pelo fotógrafo sobre si mesmo com a pretensão de usá-la em sua conta. A um primeiro

---

<sup>1</sup> Graduando do 5º semestre do Curso de Radialismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Integrante do Grupo de Pesquisa Em Estudos da Mídia - PRAGMA; e Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. Participou da Iniciação Científica no projeto de pesquisa O Fotorjournalismo no Jornal A República. E-mail: italoalbano@gmail.com

<sup>2</sup> Graduanda do 5º semestre do Curso de Radialismo da UFRN, Integrante do Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. Email: beatriz\_lima2@hotmail.com.

<sup>3</sup> Graduado em Comunicação Social habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte UFRN, com graduação sanduíche na Universidade Católica Portuguesa em Lisboa. Mestre na linha de Pesquisa de Produção de Sentido do Programa de Pós-graduação de Estudos da Mídia da UFRN. Investigador do Grupo de Pesquisa - Imagem, Comunicação, Cultura e Sociedade, IMACCUS, e do Grupo de Pesquisa - Pragmática da Comunicação e da Mídia, PRAGMA, ambos da UFRN. Integrante do Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. Membro da Rede de Pesquisadores em Folkcomunicação - Rede FOLKCOM. E-mail: ricarteazevedo@gmail.com.

<sup>4</sup> Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da UFRN. Jornalista. Fotorjornalista. Especialista em Antropologia. Mestre e Doutor em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFRN. Pesquisador do Grupo de Pesquisa PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústria cultural e cidadania. Integrante do Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. Membro do Núcleo de Pesquisa: Fotografia, da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Membro da REDE FOLKCOM – Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação, e-mail: itanobre@gmail.com.



olhar, o uso de tais fotos na rede social, parece ter modificado o comportamento dos indivíduos baseados na intenção de transmitir uma imagem de si mesmo aos demais usuários em sua lista de amigos.

Podemos perceber que o uso dessas imagens remete-nos ao *Ethos*, traduzindo-se na formação de uma personalidade, atitudes e comportamentos, baseados na imagem os quais o indivíduo passa para os seus “espectadores”. De fato, seriam os traços característicos de um grupo, do ponto de vista cultural e também social, as quais fazem um indivíduo se diferenciar de outros grupos. Com isso, o usuário, ao veicular fotos no *Facebook*, demonstra e passa para quem visualiza, sentimentos e momentos nos quais ele vivencia. Essas imagens normalmente podem passar uma ideia de alguém feliz e satisfeito com a vida; muitas vezes repetindo costumes já antes transmitidos na imagens de outros usuários.

Para podermos abordar e perceber a exposição das imagens no *Facebook*, iremos analisar os autorretratos coletados de dois perfis, como por exemplo do ator/diretor James Franco, e o da cantora Ivete Sangalo, e assim, refletir de que forma a autoimagem está presente, relatando do ponto de vista interdisciplinar. Usaremos como referência a obra de Bock *et al*, 2001, a qual trabalha a psicologia social, contendo a abordagem dos condicionamentos. Além disso, vamos também utilizar o livro do Georg Simmel, “Filosofia da Moda”, para explicitar a questão da imitação dos indivíduos frente às imagens de outros indivíduos.

O nosso objetivo com essas análises, é perceber o modo de como o autorretrato é utilizado, e quais os sentidos e vivências que elas demonstram. Expor e discorrer sobre a exposição das fotografias e tentar explicar o porquê dessa quantidade enorme de publicações. Pra isso, iremos fazê-lo de forma interdisciplinar.

### **A questão do *Ethos* na rede social virtual**

O *Ethos* se refere ao que o interlocutor passa e as imagens que ele produz sobre ele mesmo. A partir desse pressuposto, já podemos perceber a importância que o *Ethos* detém sobre a imagem de si, enquanto formação dela mesma. Além da imagem, o *Ethos* pode mostrar características morais, sociais e afetivas que definem o comportamento de uma determinada pessoa ou cultura, assim como referir-se ao espírito motivador das ideias e costumes. Conforme diz Márcia Guabiraba (2010, p. 7):



Assim, consciente ou inconscientemente, implícita ou explicitamente, por meio de nossos enunciados, de nosso discurso, em que revelamos nossas crenças e ideologias, denunciemos quem somos e em que acreditamos. O *ethos* é, pois, indissociável do discurso, porque é nele que são expressas todas as formas de ser, de estar e de relacionar-se com o outro.

Platão (2004) e Aristóteles (1998) relatam sobre a construção da imagem a partir do discurso oral, no qual o emissor da mensagem, no contexto da retórica, cria com as impressões dos receptores uma imagem sobre si. Todavia, levamos em consideração a fotografia como discurso visual. Aqui, a foto de si mesmo, nas redes sociais, pode ser vista como discurso visual, contribuindo com a materialização do *Ethos*. Isto é, ao publicar uma fotografia de si mesmo, pode haver a criação de uma imagem sobre o estilo de vida a qual leva o emissor.

O *Ethos* pode ser utilizado, portanto, para persuadir, exercer uma influência sobre um determinado grupo de pessoas. A partir de seu estilo de vida, publicado com a fotografia de autorretrato, um artista ou uma personalidade de internet, por exemplo, pode aumentar a sua lista virtual de seguidores, tornando-se uma influência para seus “fans”.

As diversas formas de uso podem levar o receptor a interpretar o que se passa, de acordo com o que o emissor propõe. Sendo assim, a partir da utilização do *Ethos*, por exemplo, um político pode ser representado como a imagem de alguém que gosta de seus eleitores, sendo visto com um “homem de bem”.

Mesmo não utilizando-se de trechos escritos intencionais ou não, assim como falando de si explicitamente, os usuários podem se expor e formar uma imagem de si através da imagem.

### **Do ponto de vista da Psicologia**

Em si tratando de exposição, imagem e *ethos*, podemos recorrer também a Psicologia para buscar explicações à esses fenômenos que, por vezes, são tão recorrentes no *Facebook*, a partir do uso do autorretrato.

Existe na Psicologia de Freud (2004) o que conhecemos como Id, Ego e Superego. O Id seria o principal instinto humano, aquele que age sem prever ou pensar nas possíveis consequências da atitude tomada. O Ego, seria, por sua vez, o controlador do Id, aquele que tem conhecimento suficiente das consequências, da realidade, e por isso coloca um “freio” no Id. Logo, o Ego serve como mediador, pois facilita a interação

que ocorre entre o Id e o mundo externo. Por último, e não menos importante, temos o Superego, o qual é o balanceamento de todas as definições juntas.

É importante também tratar sobre o Condicionamento Operante, no qual o indivíduo se sente “pressionado” a agir daquela forma. Na verdade, para psicologia de B. F. Skinner *apud* (BOCK *et al*, 2001) seria chamado de “reforço positivo”, e nesse caso, seriam as “curtidas” nas fotos postadas no *Facebook*, as quais fazem com que os indivíduos se sintam bem com a ação de exposição tomada e volte a repeti-las. Sendo assim, o comportamento operante refere-se à interação sujeito-ambiente. Nessa interação, chama-se de relação fundamental à relação entre a ação do indivíduo (a emissão da resposta) e as consequências. (BOCK *et al*, 2001, p. 45)

O Condicionamento Operante (BOCK *et al*, 2001), é aquele no qual agimos, e essa ação terá uma resposta, sendo positiva ou negativa. A resposta é fundamental para definir se uma ação será ou não retomada novamente em outro momento. Podemos exemplificar dizendo que um jovem não vai publicar um autorretrato comendo pizza caso alguém não curta a sua postagem. Nesse exemplo, a resposta seria negativa, e ação seria anulada para ele numa atitude futura. No entanto, se a foto comendo pizza tiver curtidas satisfatórias, essa resposta estará sendo positiva, e conseqüentemente ele voltará a postar outras fotos do tipo, usando possivelmente outras comidas na composição.

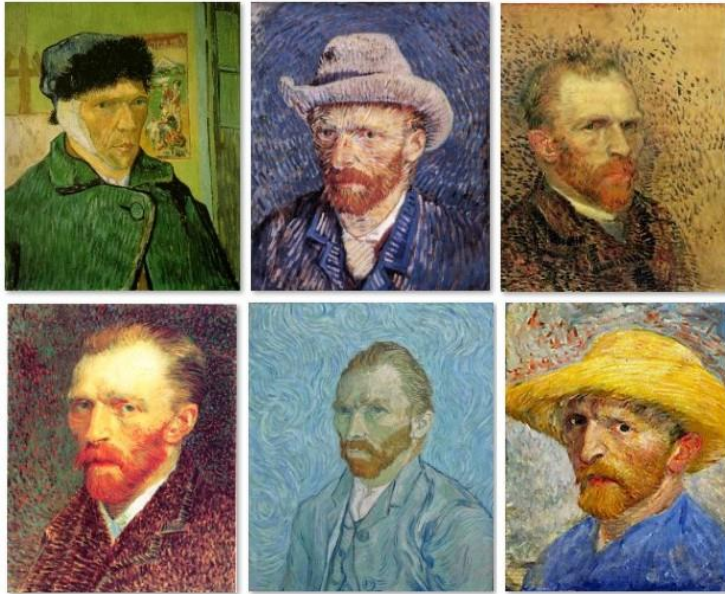
### **A Fotografia de si mesmo como herança da pintura de Autorretrato**

Tendo início no século XIX e começando a se aperfeiçoar com o surgimento das câmeras sensórias, a fotografia representa nossa realidade vivida em determinados momentos e lugares, ajudando-nos a manter o espírito vivo do fato ocorrido.

A fotografia não só mostra a imagem em si, mas pode transmitir sentimentos e sensações do momento registrado. Fica bem claro isso quando Kossoy (2012, p. 44-45) diz que: “O registro visual documenta, por outro lado, a própria atitude do fotógrafo diante da realidade; o seu estado de espírito e sua ideologia acabam transparecendo em suas imagens”.

Entretanto, vale ressaltar que o autorretrato é uma herança da pintura, a exemplo do feito por Van Gogh (imagem 01), não sendo uma novidade deste século. Desde o surgimento da fotografia analógica, vários artistas e leigos passaram a utilizar da autoimagem para expressar sua satisfação naquele local ou momento.

Imagem 01: vários autorretratos de Van Gogh em pintura.



Fonte: Busca aleatória no Google imagens. Disponível em: [www.google.com](http://www.google.com). Acesso em: 27 mar. 2014.

### **Entendendo a exposição das imagens sobre si**

Buscando entender o uso do autorretrato, podemos falar sobre a questão da imitação. É comum algumas pessoas se sentirem à vontade para copiar outras e agir da mesma forma, ainda mais se referindo ao *Facebook*, no qual as informações e imagens são cada vez mais recorrentes. Essa questão da imitação pode ser justificada no momento em que Simmel (2008, p. 23) diz:

A imitação poderia designar-se como uma transmissão psicológica, como a transição da vida do grupo para a vida individual. O seu fascínio consiste, antes de mais, em que ela nos possibilita um fazer apropriado e significativo mesmo onde, no plano, nada de pessoal e criativo emerge. Ela poderia denominar-se como o filho da reflexão e da irreflexão.

Segundo Simmel (2008), podemos entender que a questão da imitação é puramente psicológica. O indivíduo se sente à vontade para produzir os autorretratos e publicar em suas linhas do tempo, satisfazendo seus desejos os quais atçam-se no instante da visualização de outras publicações semelhantes, justificando-o ser condicionado a tal ação.



Agindo dessa forma, o receptor da fotografia, o qual utiliza dos autorretratos, não estaria se sentindo sozinho, uma vez que ele observa a mesma ação vinda de outros indivíduos, e o faz se sentir tranquilo quanto a sua ação.

Ao copiar o outro, imitando-o, ele se sente produtivo, sente-se liberto e isento de escolhas, a ponto de parecer como um receptáculo de conteúdos sociais, no qual cada um vai se sentir refugiado, seguro, diante do conforto de saber que não está sozinho, agindo daquela maneira. No entanto, vale salientar, que, apesar disso, os indivíduos ficam sem conteúdos individuais, autênticos, mesmo com essa “necessidade”.

E é por isso que Simmel (2008) diz que a imitação em todas as suas manifestações, para as quais ela é um fator configurador, corresponde a uma das orientações básicas do nosso ser, àquela que se satisfaz com a fusão do indivíduo na generalidade, que acentua o permanente na mudança.

Quando falamos dessa questão, podemos fazer alusão ao que diz Ana Maria Bock (2001) em seu livro “A Psicologia e as Psicologias”, no qual ela diz que não podemos evidentemente provar que o comportamento humano como um todo seja inteiramente determinado, mas que a proposição torna-se mais plausível à medida que os fatos se acumulam e crer que chegamos a um ponto no qual suas implicações devem ser consideradas a sério.

É importante ressaltar que a questão da autoimagem também vem crescendo muito nesse início de século XXI. Isto é, a supervalorização da imagem de si. As pessoas estão cada vez mais tentando seguir um padrão de imagem, o qual pode ser visto nas publicações nas redes sociais com frequência.

A sociedade impõe um corpo padrão cotidianamente, pois é nele e por ele que as pessoas sentem, desejam, agem e criam. Viver nesse sentido de expor a aparência física faz com que se assumam funções e poderes que dão acesso ao mundo, abrem a presença corporal um do outro (VILAÇA; GÓES, 1998, p. 23).

Tentando manter uma identidade sobre si, os indivíduos se tornam cada vez mais reféns das redes sociais, da fotografia, do *Facebook*. Essa questão da imagem acaba tornando-se uma necessidade individual para se continuar “incluído” nas relações interpessoais dentro de nossa sociedade. O problema é que muitas vezes o uso exacerbado de imagens condiciona a própria desvalorização do indivíduo, à quem detém conhecimento sobre o assunto abordado. Aceitação ou negação, a imagem acaba criando essa conotação.

## Analizando o uso do Autorretrato

Chegando nesse ponto, vamos analisar alguns autorretratos vistos em perfis/páginas do *Facebook*, nesse caso em específico, utilizamos imagens do ator James Franco e da Cantora Ivete Sangalo, independentemente de um período determinado para isso, nas quais foram observadas o uso da técnica do autorretrato em sua composição. Logo abaixo segue nossas considerações sobre a análise.

Imagem 02: *Backstage - 1 hour till curtain - we at capacity up in here tonight!* (Bastidores – 1 hora até abrir as cortinas – estamos prontos para esta noite!)



Fonte: Facebook. Disponível em:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=740997199278830&set=pb.178604288851460.-2207520000.1396378414.&type=3&theater>. Acesso em: 02 abr. 2014.

Podemos começar a discorrer mostrando um autorretrato datado de 19 de Março. Nessa composição podemos observar de acordo com a legenda: “Backstage - 1 hour till curtain - we at capacity up in here tonight!”<sup>5</sup>, o ator norte-americano encontra-se em um momento de relaxamento antes de uma apresentação. A câmera, nessa composição, foi obviamente posicionada superior ao ator, uma das posições também comuns nesse tipo de foto. A imagem revela um momento vivido, e dessa forma, uma exposição de algo particular da vida do ator. A imagem mostra também, devido a suas constantes publicações, que ele é um indivíduo afetivo, e que pretende ter uma interação constante

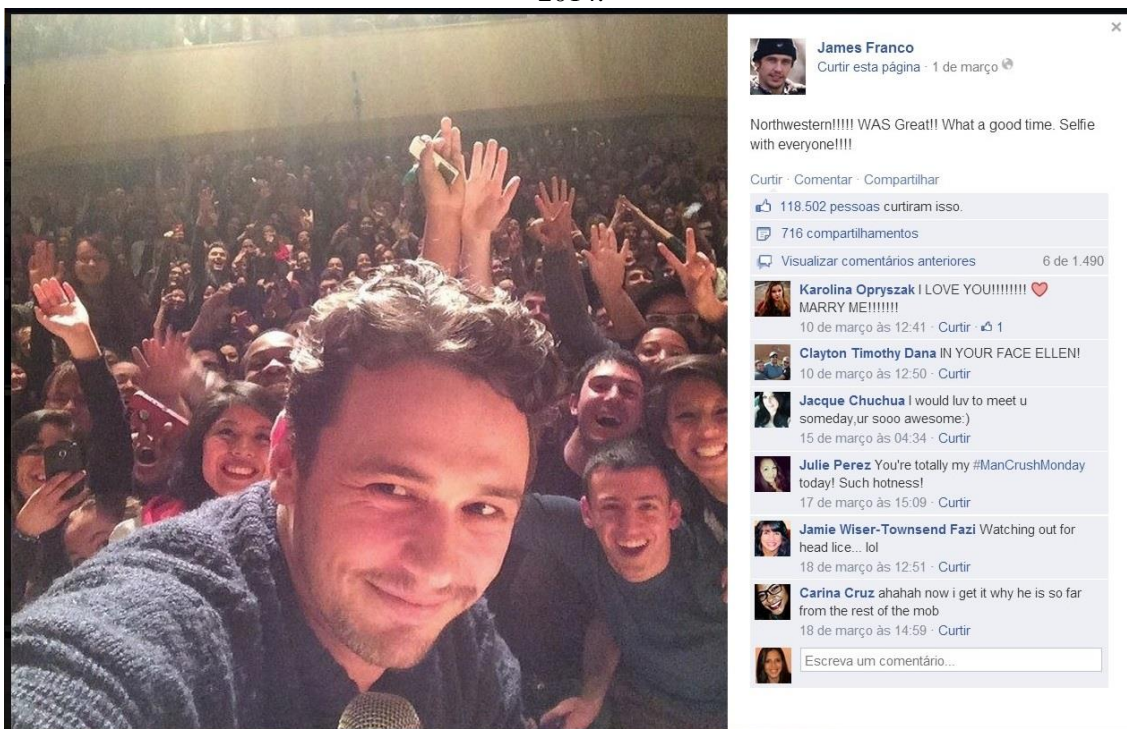
<sup>5</sup> Bastidores – 1 hora até abrir as cortinas – estamos prontos para esta noite! (tradução nossa).

com seus fans, através das redes sociais. Tranquilidade é outro quesito que também pode ser percebido de acordo com o autorretrato dele. Essa última percepção é bem comum de se observar nesse tipo de fotografia veiculada comumente nas redes sociais, logo, podemos perceber que houve uma imitação, nesse sentido. Do ponto de vista behaviorista, poderíamos dizer que o James Franco, conseqüentemente irá retornar a fazer publicações deste tipo, uma vez que seu autorretrato obteve 106.896 mil curtidas (data visualizada no dia 01/04/14 às 16h03 – publicação datada de 19/03/17) em seu perfil, tornando-se um reforço positivo dessa ação.

Imagem 03: “*Northwestern!!!! WAS Great!! What a good time. Selfie with everyone!!!!*” (Escola de Direito Northwestern!!!! Foi incrível!! Que bom momento. Autorretrato com todos!)

Fonte: Facebook. Disponível em:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=730046447040572&set=pb.178604288851460.-2207520000.1396465176.&type=3&theater>. Acesso em: 02 abr. 2014.



Na imagem acima, Franco compartilha mais um momento de descontração após uma apresentação em uma escola dos Estados Unidos. De maneira espontânea, ele e as pessoas que estão enquadradas na fotografia passam uma sensação de alegria e satisfação para quem a vê. Este autorretrato faz parte de tantas outros que o ator e diretor James Franco faz questão de registrar e veicular em suas redes sociais a fim de





mostrar novidades para seus seguidores que sempre estão comentando, curtindo, compartilhando e fazendo da rede social do ator um portal de ligação entre ambos.

Imagem 04: “É amor, é amor, é amor! É irmã, é amiga, é muita histórias juntas, Xuxu, vc é tão especial pra mim. Te amo muito, feliz níver!!”.



Fonte: Facebook. Disponível

em: <https://www.facebook.com/ivetesangalo/photos/pb.16499888529.-2207520000.1396283299./10152385031678530/?type=3&theater>. Acesso em: 02 abr. 2014.

Nesta imagem, na qual vemos Ivete Sangalo e Xuxa, podemos perceber a proximidade das duas na composição da foto. Ambas sorrindo, e de acordo com a legenda, seria o aniversário da apresentadora de televisão, Xuxa. Essa proximidade nos mostra a intimidade e amizade entre as duas. O fato delas serem celebridades e prezarem pela imagem e beleza, nesse momento não se sobressaiu à questão sentimental. O carinho que elas têm uma pela outra foram suficientes para Xuxa deixar de lado a questão e estética e posar para a fotografia mesmo sem maquiagem, o que não é um tanto comum, nos levando a entender que a sinceridade do momento foi mais relevante. Provavelmente, elas se encontram num camarim. É bem comum vermos fotos nesse molde com enquadramento de pessoas parabenizando amigos em suas datas de aniversário, mostrando a amizade que existe entre elas. A imitação desse tipo de autorretrato parece ser recorrente, e também para a artista Ivete Sangalo, afinal de contas foram 197.138 curtidas obtidas com a publicação no dia 02/04/14 às 17h40 (publicação datada de 21/03/14).

Imagem 05: “Tô chegandoooooo!! Meu bloco Cerveja & cia vai arrebentar ! Todos preparados? @rua15saulo arrasou quinta e sexta. Ele é lindo”.



Fonte: Facebook. Disponível em:

<https://www.facebook.com/ivetesangalo/photos/a.291403113529.147355.16499888529/10152324009608530/?type=3&theater>. Acesso em: 02 abr. 2014.

Nesse autorretrato, Ivete Sangalo aparece em um helicóptero, sorrindo para a fotografia. De acordo com a legenda, a cantora estava se dirigindo para Salvador-BA onde, durante o carnaval, Ivete se apresenta no bloco Cerveja e Cia. Podemos perceber também pelo fato dela se encontrar arrumada e com uma maquiagem de festa. De maneira simpática, ela saúda também o seu companheiro de apresentação, o também cantor Saulo Fernandes. Dessa forma, ela passa um sentimento de expectativa por parte dela para com seu show e causa também a mesma sensação no público que a espera para o show. As redes sociais da cantora também revelam que ela faz uso constante dos autorretratos, nesta publicação ela atingiu o número de 95.282 pessoas no dia 02/04/14 às 11h47 (fotografia datada de 01/03/2014 às 16h12)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscamos fazer uma análise sobre os autorretratos do *Facebook*, na qual nos concedeu conhecimentos necessários para o entendimento da questão da imagem sobre si, a partir do viés da psicologia, da filosofia com nossa área do conhecimento, a comunicação.



A importância do uso das imagens de si mesmo nas redes sociais tem bastante relevância para o campo da comunicação. O uso acelerado delas levam-nos a questionar a razão de sua prática. Ao observar esse fenômeno, podemos perceber que havia a necessidade de uma interface de várias áreas da ciência social, uma vez que havia várias questões a serem investigadas.

No decorrer das análises, ficou explícito que de fato as teorias contribuem para o esclarecimento e comprovação do que se teve como proposto: entender o motivo do uso dos autorretratos tão frequentes no *Facebook*. Esse trabalho pode futuramente ser utilizado por outros estudantes como referência de um estudo interdisciplinar sobre essa questão de fotografia. Todas essas discussões nos fizeram compreender que existe a possibilidade de um estudo sendo por vários ângulos.

Não importando onde estejamos, independentemente de ser pessoalmente diante de alguém, ou virtualmente através de uma fotografia, iremos expor uma identidade de acordo com a composição. É importante dizer que o uso constante de autorretratos pode ser entendido na medida em que o indivíduo sente interesse em justificar essa ação.

Foi baseado nessa justificativa que usamos a teoria Behaviorista, as palavras do autor Simmel, e da Psicologia da Bock, para expressar o modo de como as imagens são produzidas, levando assim uma explicação interdisciplinar, na qual os campos de estudo usados levaram-nos a entender porque muitas vezes essas imagens são produzidas com tanta frequência e semelhança umas com as outras.

## REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. **Arte retórica e a arte poética**. São Paulo: Ediouro, 1998
- PLATÃO. **Fedro**: texto integral. São Paulo: M. Claret, 2004.
- BOCK, Ana Mercês Bahia; FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria De Lourdes Trassi. **Psicologias: Uma Introdução Ao Estudo De Psicologia**. São Paulo, 2001. Editora Saraiva.
- SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda e outros escritos**. Lisboa, 2008.
- FLORIANI, Flavia Monique; MARCANTE, Márgara Dayana da Silva; BRAGGIO, Laércio Antônio. **Auto-Estima e Auto-Imagem: A relação com a estética**.
- VILAÇA, Nízia; GÓES, Freud. **Em nome do Corpo**. Rio de Janeiro: Rocco. 1998.
- KOSSOY, B. **Fotografia & História**. 2 ed. rev. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- EGGS, Ekkehard. **Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna**. In: Amossy,



Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto. 2005, p. 29-54.

MAINGUENEAU, **Dominique**. **Ethos, Cenografia, Incorporação**. In: Amossy, Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto. 2005, 69-92.

NOVAES, Márcia Guabiraba Moreira Oliveira. *Imagens de si no Orkut: a construção do ethos*. 3º Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação: Redes Sociais e Aprendizagem. **Anais eletrônicos**: Universidade de Pernambuco, 2010.

FREUD, Sigmund. **Escritos sobre a psicologia do inconsciente**. Rio de Janeiro: Imago, 2004.