



**UNISUL**

**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA**

**EDUARDO ANÍBAL BLANCO**

**A IMAGEM FOTOGRÁFICA, O *FACEBOOK* E OS POLÍTICOS:**

**REALIDADES CONSTRUÍDAS**

**PALHOÇA**

**2013**

**EDUARDO ANÍBAL BLANCO**

**A IMAGEM FOTOGRÁFICA, O *FACEBOOK* E OS POLÍTICOS:  
REALIDADES CONSTRUÍDAS**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Carlos Gonçalves dos Santos.

**Palhoça  
2013**

B57 Blanco, Eduardo Aníbal, 1965-

A imagem fotográfica, o facebook e os políticos :  
realidades construídas / Eduardo Aníbal Blanco. – 2013.  
92 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Universidade do Sul de Santa  
Catarina, Pós-graduação em Ciências da Linguagem.  
Orientação: Prof. Antônio Carlos Gonçalves dos Santos, Dr.

1. Comunicação de massa e tecnologia. 2. Redes de  
relações sociais. 3. Mídia social. 4. Comunidade online. 5.  
Fotografia – Análise do discurso. I. Santos, Antônio Carlos  
Gonçalves dos. II. Universidade do Sul de Santa Catarina.  
III. Título.

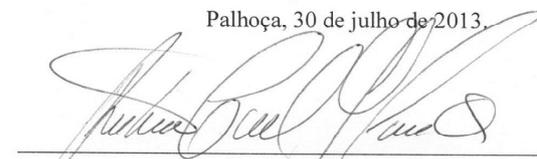
CDD (21. ed.) 302.23

**EDUARDO ANÍBAL BLANCO**

**A IMAGEM FOTOGRÁFICA, O *FACEBOOK* E OS POLÍTICOS:  
REALIDADES CONSTRUÍDAS**

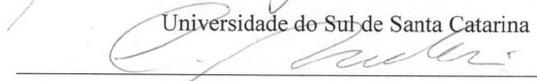
Esta dissertação foi julgada adequada à obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem e aprovada em sua forma final pelo Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palhoça, 30 de julho de 2013.



---

Professor e orientador Antonio Carlos Gonçalves dos Santos, Doutor  
Universidade do Sul de Santa Catarina



---

Professora Cristiane Pimentel Neder, Doutora  
Centro Universitário Anhanguera



---

Professora Dilma Beatriz Rocha Juliano, Doutora  
Universidade do Sul de Santa Catarina

## **AGRADECIMENTOS**

Nestas linhas, quero agradecer ao meu pai, por sua disciplina e pela primeira câmera fotográfica com a que tive contato em minha vida.

A minha mãe, por sempre me apoiar incondicionalmente à distância.

A minha família, pelo ar acadêmico que se respira em casa e por suportar minhas exigências de horas e horas de leitura em silêncio absoluto.

Ao meu orientador, por mostrar-me que existem caminhos alternativos e pelo relacionamento "*Frankenstein*" que criamos.

## RESUMO

“Nos primórdios, vivíamos no campo, com o passar do tempo passamos a viver na cidade. Hoje vivemos na internet”.

Estas foram as palavras do palestrante Gonzalo Alonso, especialista em comunicação e diretor de Google para América Latina, em um encontro de redes sociais, no *Silicon Valey* em 2011. Um pensamento um tanto relativo para alguns, mas absoluto para muitos. Gonzalo, ex-diretor geral da operação latino-americana do Google escreveu em sua obra *La Revolución Horizontal* “Em todos esses anos, a internet passou de ser uma ferramenta de poucos laboratórios de ciências da computação em universidades a se converter em uma parte indiscutível da vida diária de centenas de milhões de pessoas, em todos os continentes”.<sup>1</sup> Nesse sentido, as incipientes redes sociais digitais têm ocupado um papel primordial. Percebe-se que, neste âmbito digital, mais precisamente no *facebook*, as empresas, as instituições e os políticos vêm ocupando, cada vez mais, espaços para expor suas ideias e ideologias. Ao se analisar o planejamento estratégico de qualquer campanha política, percebe-se a importância que tem adquirido uma sólida presença e estratégia digital. Observam-se, especificamente, os procedimentos e a linguagem utilizada por políticos, como parte de seus discursos digitais, bem como, verifica-se uma exacerbada utilização proposital de imagens fotográficas, como apoio de comunicação sobre os fatos que rodeiam a vida política como tal. Essas imagens tentam retratar e reforçar os fatos que reafirmam um determinado posicionamento estratégico na mente de seus seguidores ou eleitores. A aparência e a evidência se fazem presentes nesta dinâmica comunicacional. A análise de que tipo de realidade essas imagens constrói é a essência deste trabalho.

**PALAVRAS-CHAVE:** Redes sociais; fotografia; imagem fotográfica, discurso político; comunicação digital; memória; política; realidades; ficção.

---

<sup>1</sup> (ALONSO; ARÉBALOS, 2009, p.13). Original em espanhol, tradução do autor.

## ABSTRACT

*"In the early days, we lived in the countryside, with the passing of time spent living in the city. Today we live in the internet."*

*These were the words of the speaker Gonzalo Alonso, communication specialist and director of Google for Latin America at a gathering of social networks in Silicon Valey in 2011. A thought for a bit for some, but for many absolute. Gonzalo, former director general of the Latin American operation Google wrote in his *La Revolución Horizontal* "In all these years, the internet has gone from being a tool of the few laboratories in computer science at the university to become a part of the indisputable daily life of hundreds of millions of people on every continent. "In this sense, the fledgling digital social networks have occupied a central role. It is noticed that in this digital realm, specifically in facebook, companies, institutions and politicians are occupying increasingly more spaces to expose their ideas and ideologies. When analyzing the strategic planning of any political campaign, you realize the importance that has acquired a solid presence and digital strategy. Note specifically, procedures and language used by politicians as part of their digital speeches, there is a heightened use of photographic images as purposeful communication support on the facts surrounding his political life as such. These images attempt to portray and reinforce the facts that confirm a particular strategic positioning in the minds of their followers or voters. The appearance and evidence are present in this communicational dynamics. The analysis of that kind of reality construct these images is the essence of this work.*

**KEYWORDS:** *Social Networks, photography, photographic image, political speech, communication digital memory; policy; realities; fiction.*

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Cronograma de avanços tecnológicos.....	9
Figura 2 -	Perfil de <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	28
Figura 3 -	Perfil de <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	29
Figura 4 -	Imagens de álbuns do <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	40
Figura 5 -	Imagens de álbuns do <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	41
Figura 6 -	Imagens de álbuns do <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	42
Figura 7 -	Imagens de álbuns do <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	43
Figura 8 -	Imagens de álbuns do <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	44
Figura 9 -	Imagens de álbuns do <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	45
Figura 10 -	Cabeçalho do <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	52
Figura 11 -	Destaque da opção “Curtir” do <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	53
Figura 12 -	Cabeçalho do <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	53
Figura 13 -	Destaque da opção “Curtir” do <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	54
Figura 14 -	Imagem em destaque na linha do tempo do <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	55
Figura 15 -	Imagem em destaque na linha do tempo do <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	56
Figura 16 -	Imagem em destaque na linha do tempo do <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	57
Figura 17 -	Imagem em destaque na linha do tempo do <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	58
Figura 18 -	Linha do tempo do <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	59
Figura 19 -	Linha do tempo do <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	60
Figura 20 -	Linha do tempo do <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	61
Figura 21 -	Linha do tempo do <i>facebook</i> de Fernando Haddad.....	62
Figura 22 -	Linha do tempo do <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	64
Figura 23 -	Linha do tempo do <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	65
Figura 24 -	Linha do tempo do <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	66
Figura 25 -	Linha do tempo do <i>facebook</i> de Aécio Neves.....	67
Figura 26 -	Quadro de pós-produção e ficção documental de Kossoy.....	80
Figura 27 -	Haddad no meio de crianças na rua.....	82
Figura 28 -	Neves em reunião com um grupo de pessoas.....	84

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
2	APARÊNCIA E EVIDÊNCIA NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS.....	17
3	O <i>FACEBOOK</i> E A CREDIBILIDADE DAS IMAGENS TÉCNICAS.....	26
4	O SENSÍVEL NAS IMAGENS FOTOGRÁFICAS DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS.....	38
5	CONSTRUINDO REALIDADES E FICÇÕES NO <i>FACEBOOK</i> POR MEIO DA FOTOGRAFIA.....	46
6	IMAGENS TÉCNICAS E SIMBOLOGIA NO <i>FACEBOOK</i> .....	81
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	87
	REFERÊNCIAS.....	90

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho busca analisar como as imagens fotográficas colaboram na construção de diferentes realidades de políticos nas redes sociais digitais, mais especificamente, no *facebook*. Termos como aparência e evidência, tratados por Boris Kossoy em sua obra “Os tempos da fotografia” são de vital importância para este estudo. De que forma essas redes e a utilização delas influenciam a opinião pública por meio dos discursos, inseridos ou postados nelas, se torna um dos eixos centrais desta pesquisa. A simples observação denota a importância que as imagens fotográficas ocupam nesse contexto, como apoio do discurso verbal criado acerca de determinado fato, do qual a figura pública em questão tenha participado. Sabe-se que, raramente, são os próprios políticos que elaboram os textos, que realizam as postagens, respondem aos questionamentos ou que ficam algumas horas por dia intercambiando ideias com os internautas de plantão. Devido a uma agenda atribulada, essa ação seria praticamente impossível. No entanto, a maioria dos seres digitais que se encontram do outro lado do processo de comunicação, sentados frente a uma tela, faz questão de acreditar que é com eles que estão trocando palavras. Termos escritos nos murais de respostas e comentários tais como senhor deputado, sua excelência, estimado prefeito, digníssimo senador e outros, mostram o quanto os indivíduos aceitam as regras do jogo comunicacional, seja de forma consciente ou inconsciente.

As imagens vão criando, na linha do tempo do *facebook*, muitas vezes de forma organizada e planejada, uma memória histórica na mente dos leitores, a respeito de determinada personagem pública. De que forma acontece a construção dessa realidade é o eixo central desta investigação acadêmica.

Neste ponto se faz necessário dissertar respeito aos avanços tecnológicos e a digitalização da vida que acontece nas sociedades modernas. O homem vive em estado permanente de transformação. Uma metamorfose constante nas formas em que vive e se relaciona, mas principalmente, na evolução das técnicas e dos processos de realização de sua própria existência. Constantemente, a humanidade procura tornar tudo mais eficiente, a partir da mudança de processos. As técnicas adquirem novas formas, os processos, muitas vezes, se simplificam, outras se

complicam, mas todas estas mudanças apontam no sentido de uma forma mais eficiente, rápida e contemporânea do “fazer”. O quadro a seguir apresenta um cronograma destes avanços através do tempo.

Quadro 1 – Cronograma de avanços tecnológicos

<b>1439</b>	O alemão Johann Gutenberg inventa a máquina chamada de Imprensa
<b>1592</b>	O astrônomo e inventor italiano cria o primeiro termômetro utilizando o sistema de água para a medição de temperatura
<b>1707</b>	O físico inglês John Floyer inventa o relógio de pulso
<b>1712</b>	O engenheiro inglês Thomas Newcomen inventa a máquina a vapor
<b>1800</b>	O físico italiano Alessandro Volta cria a bateria elétrica
<b>1839</b>	O artista e pesquisador francês Louis-Jacques-MandéDaguerre tira a primeira fotografia, com sua máquina chamada daguerreótipo
<b>1860</b>	O inventor belga Jean-Joseph-EtienneLenoir desenvolve o primeiro motor a explosão
<b>1876</b>	O americano Alexander Graham Bell inventa o telefone, possibilitando a comunicação entre pessoas situadas a longas distâncias.
<b>1879</b>	O americano Thomas Alva Edison inventa a lâmpada elétrica
<b>1904</b>	Criadas pelo engenheiro inglês John Ambrose Fleming surgem as válvulas eletrônicas
<b>1946</b>	O engenheiro americano Vannevar Bush desenvolve um computador usando válvulas de rádio.
<b>1947</b>	A televisão começa a chegar nos lares de pessoas de todo o mundo
<b>1948</b>	Começam a ser utilizados os chips de silício e as válvulas eletrônicas
<b>1965</b>	Lançados os primeiros satélites de comunicação. Inaugura uma nova era na transmissão de dados eletrônicos.
<b>1977</b>	Lançado nos Estados Unidos o primeiro telefone celular
<b>1995</b>	Dave Wineland e Chris Monroe desenvolvem o primeiro transistor do tamanho de um átomo.
<b>1999</b>	A Internet cresce no mundo todo em velocidade impressionante. Os arquivos de MP3 começam a ser usados e transmitidos pelas ondas da Internet
<b>2004</b>	Mark Zuckerberg lança o site com serviço de rede social Facebook

Os avanços tecnológicos em todos os âmbitos sociais chegam com a promessa de melhorar a qualidade de vida de todos os usuários, este é um termo aparentemente simples, mas carregado da possibilidade de exclusão. Se o indivíduo for usuário de determinada tecnologia tirará proveito dos avanços proporcionados por esta. Caso contrário, se não o for, será excluído da suposta melhoria na qualidade existencial que este avanço outorgará.

Assim fazem eco os estudos realizados pelos teóricos da Escola de Frankfurt, na metade do século passado. Para esse grupo de intelectuais, do qual faziam parte Adorno, Benjamin e Horkheimer, entre outros, era a razão que aparecia valorizando a ciência de forma, cada vez mais, evidente. Uma razão que se tornava instrumental, a partir de ideais positivistas e com a qual, tanto a natureza quanto o homem seriam dominados pelos interesses do capital, alienando, assim, o ser, tanto no seu exterior quanto no interior. Para Heidegger (1997), a questão sobre a técnica reside no fato de essa ser ou um fim ou um meio para se alcançar determinada situação. Tudo indica que as formas de chegar, os métodos utilizados, os processos implementados, enfim, as técnicas, não passam dos meios para alcançar um fim. Desvirtuar este conceito torna os seres dependentes das técnicas e cegos ao esquecer o fim, o objetivo a ser alcançado, por meio da aplicação de determinada técnica. No entanto, Heidegger (1997) também afirma que as técnicas, do ponto de vista de desabrigar um novo conhecimento e uma nova realidade, criada a partir de sua utilização frequente, escapam do *status* de meros meios. Se elas desabrigam, dão a luz, mostram, possibilitam, ou seja, produzem certo “desocultamento” das coisas, porque também são essência no contexto onde são desenvolvidas e no qual acontecem. A visão da técnica moderna é vista por ele como o “desabrigar que desafia”. O fazer humano de forma desafiadora que se transforma em subsistência. O iluminismo contemporâneo que por desabrigar, tornam mais claras as relações.

A intelectual argentina Beatriz Sarlo (1997) defende que estas mudanças são irreversíveis e inevitáveis, produzindo profundas mudanças nos relacionamentos sociais e, inclusive, nas formas de produção:

As transformações tecnológicas são irreversíveis por várias razões: em primeiro lugar, porque desencadeiam processos sociais e produtivos com um impacto material tão forte quanto o simbólico; em segundo lugar, porque

as transformações tecnológicas concernentes à dimensão cultural produzem reformas não apenas técnicas, mas incorporam-se ao imaginário, convertidas em estilos culturais que se apresentam como a 'natureza' dos discursos e das práticas. (SARLO 1997, p. 129.).

Essas transformações produzem uma mutação na lógica do pensamento técnico do ser humano. Os processos, inclusive os culturais, acham novas formas de processar as informações e executar as tarefas cotidianas, como a comunicação, a informação e os relacionamentos sociais entre outros. Novos estilos, inclusive na percepção do todo, são concebidos, a partir desses processos. Tudo se transforma em um novo fazer do ser humano. Nessa linha de raciocínio, Sarlo ainda completa: “As transformações tecnológicas geram estilos, modificam a percepção da espacialidade e da temporalidade, produzem matrizes de atores, propõem o elenco dos gêneros públicos e privados” (SARLO 1997, p. 130).

Tomando a expressão “matrizes” dessas linhas, poder-se-ia interpretar como uma forma de criar estereótipos específicos para cada situação, espaço e momento. Estereótipos esses, pautados pelos interesses comunitários ou individuais, provenientes de cada situação social. A obsolescência passa a ser pautada, também, nos modelos sociais. O que hoje se entende como tendência em algum aspecto social, logo muda e adquire uma nova forma superficial, moda, estilo, desejos, meios, espaços, frases, jargões e inclusive, discursos. Na vida do homem, as transformações nas técnicas, nas formas de fazer, nos processos de produção e na alienação com os objetos que ele produz, acontecem de forma irreversível. Tudo, na existência dele, pauta-se a partir de tais inovações. A forma dos desejos, os sonhos coletivos, os múltiplos estereótipos e até as necessidades são partes das reformas que acabam incorporando-se ao imaginário, convertidas em estilos culturais que se apresentam como a natureza dos discursos e das práticas. Nesta mudança, novos espaços aparecem, o outrora territorial, após lúdico, se transforma agora em cibernético.

Hardt e Negri (2000) citam palavras de Pierre Lévy, alegando a necessidade de o ser humano criar uma “antropologia do ciberespaço”. Ciberespaço definido por Monteiro em “O ciberespaço: o termo, a definição e o conceito”, como “um mundo virtual porque está presente em potência é um espaço desterritorializante. Esse

mundo não é palpável, mas existe de outra forma, outra realidade. O ciberespaço existe em um lugar indefinido, desconhecido, cheio de devires e possibilidades”.

Já na concepção de Lévy (2000, p. 104), o ciberespaço na obra de Gibson designa:

O universo das redes digitais como lugar de encontros e de aventuras, terreno de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural. [...] O ciberespaço designa menos os suportes de informação do que os modos originais de criação, de navegação no conhecimento e de relação social por eles propiciados.

Seguindo esses conceitos, vale ressaltar que as redes sociais digitais se encontram inseridas nesta concepção de ciberespaço.

A vida das pessoas sofre mudanças, a partir dessas transformações. Com a invenção da fotografia, segundo Flusser, ou com a era moderna, de acordo com Heidegger, o homem passa a ser dominado pelos aparelhos. Flusser afirma que “antes os instrumentos funcionavam em função do homem; depois grande parte da humanidade passou a funcionar em função das máquinas”. (FLUSSER, 2002, p. 21). Assim, Flusser defende que por meio de uma filosofia da fotografia, o homem poderia compreender e se liberar dessa escravidão racional, quando diz “a filosofia da fotografia é necessária porque é reflexão sobre as possibilidades de se viver livremente num mundo programado por aparelhos”. (FLUSSER, 2002, p. 76).

Nessa linha de raciocínio, Flusser também faz o homem responsável pela maior mentira que ele já pode ter inventado, afirmando que a tal “janela para o mundo”, não é mais do que um sistema de significação, que afasta o homem do mundo que habita.

Estas transformações mudam a forma dos indivíduos viverem. Com a chegada da internet e com os avanços desenvolvidos nesse sentido, as formas de relacionamento entre as pessoas têm sofrido mudanças significativas. Alguns defendem que isto é fruto de desejos pós-modernos como Vaz (2008, p. 26): “Entender a internet é entender o próprio ser humano e seus anseios pós-modernos. É entender suas carências, seus novos valores, nestes tempos de vanguarda, e compreender suas crenças e descrenças”.

Não se trata de aceitar ou não aceitar uma mudança tecnológica, como o caso da internet, trata-se de captá-la, analisá-la e entendê-la, porque dessa forma, se compreenderá um pouco mais o ser humano. Se de forma caricaturesca, Gonzalo Alonso, citado anteriormente, comparou a moradia no campo, logo nas cidades e depois na internet, foi com o intuito de verificar uma verdade comportamental sem volta na vida do homem.

Alonso e Arébalos (2009, p. 177) defendem, em “*La Revolución Horizontal*”, que as necessidades dos seres humanos, com o correr dos milênios não mudam, o que muda sim, é a forma de satisfazer as mesmas:

*Milenios atrás, se reunían alrededor de un fuego y comentaban las experiencias del día, relataban cómo se habían salvado del ataque de un tigre, o compartían secretos para la caza de un mamut; actualmente, se reúnen alrededor del ‘fuego virtual’ de una página de Facebook. Las necesidades humanas no han cambiado aunque la tecnología las potencia a gran escala.*

Milênios atrás reuniam-se ao redor de uma fogueira e comentavam as experiências do dia, relatavam como tinham se salvado do ataque de um tigre, ou compartilhavam segredos para a caça de um mamute; atualmente, reúnem-se ao redor da ‘fogueira virtual’ de uma página de *Facebook*. As necessidades humanas não têm mudado, no entanto, a tecnologia as potencia em grande escala.

Fogo virtual, *web* conferências, grupos de discussão *on-line*, compartilhamentos, curtições e tantas outras formas de relacionamentos em espaços virtuais comprovam que as apreciações de Alonso e Arébalos fazem sentido e explicam, em parte, o sucesso social dessas ferramentas de comunicação e relacionamento da sociedade.

A horizontalidade que Alonso e Arébalos, citados anteriormente, defendem, aponta para a dificuldade, em espaços virtuais, mais precisamente no *facebook*, de se constatar uma divisão por classes ou por origens de procedência. As mudanças sociais, acontecidas na última década no Brasil, possibilitaram o ingresso de milhões de cidadãos na vida financeiramente ativa. Esse fato fez com que as classes menos favorecidas conseguissem, a partir de seus dividendos, aceder ao crédito. Assim, tanto computadores como acesso a internet tornaram-se realidade na vida de uma boa parte da população do país.

Essa facilidade permitiu que os mais variados setores da sociedade brasileira encontrassem e compartilhassem experiências em uma rede social como o *facebook*.

Sarlo (1997), no sentido das transformações tecnológicas, afirma: “Elas são o motor dos sonhos coletivos, a forma dos desejos, o gênero dos discursos”. É precisamente nessa coletividade que compartilha assuntos, ideias, anelos, lutas ou, simplesmente, momentos de descontração que este trabalho busca entender, de forma mais profunda, a dinâmica criada, a partir das postagens de fotografias nos perfis de políticos no *facebook*. A autora estuda, ainda, em *Paisagens Imaginárias*, no capítulo “Sete hipóteses sobre a videopolítica”, as leis de legitimação que se implantam nos meios e dentro dos espaços organizados por essa nova estética. Essas leis, segundo Sarlo (1997), definem de que forma os políticos devem se comportar frente às objetivas das câmeras.

O conceito de vídeo-política, defendido por Sarlo, aponta no sentido de ser hoje “a forma mais visível do aspecto público da política” (SARLO, 1997, p. 129). Ela também a define como “a forma atual da política nas sociedades ocidentais” (SARLO, 1997, p. 130). A sensação que se tem nos espaços utilizados pela vídeo-política, diz Sarlo, é que “todos os acontecimentos dão a impressão de poder ser captados e mostrados quase sem intervenção de operadores” (SARLO, 1997, p. 131). Claro que esse fato não passa de uma sensação, os operadores existem e manipulam os aparelhos para transmitir a imagem desejada por eles, em mais um exercício de encenação política.

Neste mesmo sentido e como uma nova prática de exibição e encenação política levada a cabo nas redes sociais, pode-se realizar um paralelo conceitual entre a vídeo-política e o modelo estruturado nas postagens de imagens, sejam vídeos ou fotografias, disponibilizados pelo *facebook* para seus usuários emissores, neste caso, os políticos.

Existe também, dentro destes ambientes, uma forma de fazer, um estereótipo dos atores que fazem parte daquela encenação, por momentos, real, por outros, nem tanto: “Essas modalidades [...] são produzidas dentro de um espaço reorganizado pela nova estética e regido por suas leis de legitimação.” (SARLO, 1997, p. 130).

Dessa maneira, podem-se analisar as palavras de Barthes e realizar uma comparação com a encenação proposta por Sarlo, “Ora, a partir do momento que me sinto olhado pela objetiva, tudo muda: ponho-me a posar, fabrico-me instantaneamente um outro corpo, metamorfoseio-me antecipadamente em imagem”. (BARTHES, 1984, p. 22).

Hardt e Negri (2000) afirmam que é precisamente em épocas de campanhas eleitorais quando a prática de postagens de imagens fotográficas dos políticos, nos diferentes meios de comunicação, adquire sua máxima expressão e, ainda, que aumenta, nestes tempos, a frequência de circulação e distribuição destas.

Assim, a ação de postar imagens fotográficas implica uma anterior digitalização das mesmas. Para Heidegger (1995), não interessa se as imagens representam a verdade, e sim, que o homem virou objeto dessa técnica de digitalização. O problema, ele assegura, é conseguir constatar que o mundo virou imagem.

Neves, em “O Novo Mundo Digital”, faz um paralelo simples, mas significativo, com o período de renascimento das artes e das letras, na Itália do século 14, dizendo: “Renascença digital, uma era em que os olhares se voltam para o indivíduo, para a célula mais simples da sociedade, o cidadão. É ele quem detém o poder na era da internet.” (VAZ apud NEVES, 2008, p. 63). No entanto, seguindo os pensamentos de Heidegger e Flusser nas linhas anteriores, a internet seria parte de uma revolução tecnológica, na qual os aparelhos e as técnicas dominam o homem.

Assim, ele estaria experimentando um poder relativo e, por momentos, ilusório, já que a lógica capitalista se manifesta de forma constante nesses espaços virtuais, por meio de ofertas permanentes de produtos com amplas possibilidades de venda. De alguma forma o capitalismo se reinventa a partir da internet. A velocidade do intercâmbio de informações de todo tipo, inclusive das qualidades de um sem fim de produtos, junto a possibilidade de apresentar imagens acompanhando estas informações, ajudadas pela facilidade da utilização de cartões de crédito para concretizar compras tem proporcionado as empresas um terreno muito fértil para a consecução de seus negócios.

Se o cidadão internauta detém ou não o poder na *web* poderia, com certeza, ser tema de discussão e pesquisa de outro trabalho científico. Nesta instância, o que realmente interessa é a presença massiva deles nas redes, principalmente no *facebook*, presença, aliás, que atrai interesses de todo tipo, entre eles, empresas querendo promover seus produtos; associações não governamentais pretendendo angariar seguidores de suas causas; partidos políticos querendo divulgar seus ideais; além dos próprios políticos construindo suas imagens, com o fim de fortalecer sua presença junto ao eleitorado.

Sarlo (1997), na sua vontade de observar e estudar a sociedade contemporânea, destaca e coloca o político dentro desse contexto.

As sociedades estão cada vez mais informatizadas e comunicadas, do ponto de vista técnico, mas algumas questões essenciais parecem cada vez mais opacas: as decisões, então, ficam a cargo dos especialistas e seus padrões políticos. Ao mesmo tempo, a revanche do senso comum popular consiste em considerar esses mesmos políticos como incorrigivelmente corruptos. (SARLO, 1997).

A autora ainda adverte para o fato de certa manipulação digital que influenciaria as decisões, por uma ordem política, por um contexto de poder ou por tendências não muito claras, chamando-as de “questões opacas”. Eterna crítica da utilização e interpretação distorcida do que os meios de comunicação e as tecnologias digitais podem oferecer para a sociedade. Questiona, também, a presença assídua dos políticos na rede.

No ensaio “O animal político na Web”, a autora afirma que os políticos ou seus assessores, pouco entendem dos anseios dos usuários das redes sociais e que somente estão presentes com seus perfis, porque esse seria apenas mais um meio para comunicar suas ideias e angariar seguidores para suas campanhas.

Políticos que não sabem nada 'disso', exceto que têm que estar ali por meio de jovens *ghost-writers*; políticos que cultivam o estilo menino de sacristia, bom rapaz, transparência total; políticos que enumeram amorosamente os presentes que receberam no dia do aniversário; políticos que comunicam onde estão neste exato instante, desmentindo o caráter não localizável das

mensagens da rede, e confirmam sua presença no bairro, na estrada ou na sociedade de fomento que visitam. (SARLO, 2011).

A autora é contra as participações digitais carentes de conteúdo político, vindo destes atores da vida política: “Gente que sabe tudo sobre a Web 2.0, mas muito pouco sobre política”, ela agrega.

É sempre questionável o preço pago pela sociedade para ter acesso aos avanços tecnológicos. Os denominados “novos meios de comunicação”, vislumbrados a partir da utilização massiva da internet, funcionam com a mesma lógica dos velhos meios de comunicação. Os interesses por trás deles, podem até ter mudado de nome, mas não de intenção. Os anseios de poder, de dominação financeira e política, de decidir os rumos do mercado, do pensamento social, do voto, em fim, o rumo do país de acordo com os próprios interesses e os interesses dos grupos parceiros

A evidência e a transparência, a verdade e a ficção, a empatia ou o interesse pessoal, o espírito comunitário ou a vontade de poder. Espaços virtuais que despertam um sem fim de interesses e sentimentos contraditórios. O quanto de aparência e o quanto de evidência, nas imagens postadas nestas redes, será assunto do próximo capítulo.

## **2 APARÊNCIA E EVIDÊNCIA NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS**

A imagem fotográfica nas redes sociais passa, neste contexto, a ocupar um lugar de indiscutível importância sensorial. O “isso foi” do noema barthesiano, “ela é o testemunho de algo que realmente aconteceu”, referindo-se à fotografia, adquire vital sustentação para a formulação de uma hipótese que justifique sua utilização. Cada vez mais profissionais se especializam, no sentido de alcançar altos níveis de relacionamento com clientes, seguidores ou eleitores, todos os leitores de textos e imagens nestas redes. Com os avanços tecnológicos e a proliferação da internet, em

todas as classes sociais, se apresenta como muito fértil o terreno para estes alcançarem seus fins políticos ou comerciais, ou ainda, políticos-comerciais.

Existe uma linguagem específica, uma forma de discurso, uma simbologia determinada e até códigos definidos, próprios destes meios. Ao utilizar especificamente o *facebook*, o comunicador deverá seguir certas regras determinadas pelo próprio *site*. De certa forma, apesar de existir liberdade de expressão e criatividade dentro desses espaços, existe certo limite, determinado pelas possibilidades técnicas oferecidas pelo *site*.

Pode-se estabelecer um paralelo com a programação nos aparelhos, citada por Flusser em *Filosofia da Caixa Preta*, vislumbrando que em ambos casos as possibilidades técnicas estão pré-determinadas por aquelas indústrias que criaram estes, no caso das máquinas fotográficas, a indústria fotográfica, no caso das redes sociais e mais especificamente no *facebook*, a própria empresa *facebook* que determina quais são estas limitações. Nas palavras de Flusser (2002, p. 23), “Se considerarmos o aparelho fotográfico sob tal prisma, constatamos que o estar programado é que o caracteriza [...] o número de potencialidades é grande, porém limitado”. Essa limitação é inerente a todo tipo de aparelho, portanto, o resultado deles, neste caso, as imagens fotográficas, se enquadram na mesma proporção. Assim, o autor ainda diz: “As fotografias são realizações de alguma das potencialidades inscritas no aparelho” (FLUSSER, 2002, p. 23).

Observando-se especificamente os procedimentos e a linguagem utilizada por políticos, como parte de seu discurso digital, verifica-se a utilização proposital de imagens fotográficas, como apoio de comunicação sobre os fatos que rodeiam a vida como tal.

Aparência e evidência se tornam essenciais. Nas palavras de Boris Kossoy (2007), nesse sentido, encontra-se:

O vínculo com o real sustenta o *status* indicial da fotografia. No entanto, a imagem fotográfica resulta do processo de criação do fotógrafo: é sempre construída; e também plena de códigos. Não podemos perder de vista que os indícios que a imagem fotográfica apresenta relativamente ao tema, foram gravados por um sistema de representação visual. Se, por um instante, durante a gravação da imagem, houve uma conexão com o fato real, no instante seguinte, e para sempre, o que se tem é o assunto

representado; o fato se dilui no instante em que é registrado: o fato é efêmero, sua memória, contudo, permanece, pela fotografia. São os documentos fotográficos que agora prevalecem; neles vemos algo que fisicamente não é tangível; é a dimensão da representação: uma experiência ambígua que envolve os receptores, pois dependendo do objeto retratado, desliza entre a informação e a emoção. (KOSSOY, 2007, p. 42-43).

É inegável o vínculo com o real, existente entre as imagens fotográficas e os fatos acontecidos que se desejam registrar. No entanto, o real deixa de existir, como fixa Kossoy, logo após o *click* e a partir desse instante, o que fica é a representação. Dubois define com uma frase cheia de sentido, este instante posterior ao *click*: “Assim, toda foto, logo que é feita, envia para sempre seu objeto ao reino das trevas”. (DUBOIS, 1993, p. 90).

As imagens passam a ser documentos daqueles fatos. Kossoy fala de uma segunda realidade, a partir da imagem fotográfica. Já não é primeira realidade, e sim, outra versão daquela, “a da representação elaborada”, segundo ele.

Trata-se do acesso ao mundo da aparência, um mundo que preserva as formas de um objeto, cenário ou as feições de um indivíduo, recortadas no espaço, paralisadas no tempo, um mundo imaterial, logo intangível, não importando se a imagem é analógica ou digital. A aparência é a base da chamada evidência fotográfica. O objeto pode achar-se registrado tal como se apresentava em sua concretude; personagens podem aparecer sorridentes, introspectivos, cenários podem ser distorcidos, detalhes omitidos, tratem-se de pura encenação. A evidência não pode deixar de ser questionada. (KOSSOY, 2007, p. 43).

Encenação programada ou não, preparação do cenário para a captação de imagens, foco em determinados objetos de interesse e enquadramento desejado para mostrar verdades parciais, podem ser apenas aditivos para alcançar um determinado fim. As técnicas ao alcance do operador são limitadas pelo aparelho, mas praticamente infinitas, com respeito a sua criatividade e intenções. Fechar o quadro em um grupo de dez pessoas que rodeiam um político durante um ato público pode denotar a ideia de falta de espaço, de multidões presentes no local. Da mesma forma, uma caminhada política com mais de mil seguidores, captada do alto de um edifício de vinte andares, com o quadro totalmente aberto, poderia dar a sensação de muito espaço sobrando, ou seja, pouca quantidade de pessoas. Neste

ponto, certo jogo de domínios e de exercício do poder se coloca em prática. Flusser, de forma crítica, escreve sobre esta dinâmica “desumana”, segundo ele:

O fotógrafo exerce poder sobre quem vê suas fotografias, programando os receptores. O aparelho fotográfico exerce poder sobre o fotógrafo. A indústria fotográfica exerce poder sobre o aparelho. E assim *ad infinitum*. No jogo simbólico do poder, este se dilui e se desumaniza. Eis o que é a ‘sociedade informática’ e ‘imperialismo pós-industrial’. (FLUSSER, 2002, p. 27).

O exercício de poder antes citado, no caso da internet, também se vê expandido para as rédeas dos grandes grupos comunicacionais, que tentam manter o domínio sobre a rede que, em princípio, se autoproclama como democrática e independente. Hardt e Negri dissertam sobre este assunto:

*Las variadas corporaciones de la telecomunicación, la producción de software y hardware y las corporaciones de la información y los entretenimientos están fusionándose y expandiendo sus operaciones peleando para dividirse e controlar los nuevos continentes de las redes productivas.* (HARDY; NEGRI, 2000, p. 260).

As variadas corporações da telecomunicação, a produção de *software* e *hardware* e as corporações da informação e o entretenimento estão fusionando-se e expandindo suas operações brigando para se dividir e controlar os novos continentes das redes produtivas. (HARDY; NEGRI, 2000, p. 260).

Não é difícil imaginar que por trás de todo espaço digital estruturado, sejam *sites* ou portais, *games* ou jogos *on-line*, plataformas de criação de *blogs* ou redes sociais e tantos outros, existe uma rede de interesses comerciais e financeiros, fortemente presentes e determinando os rumos destes empreendimentos, de acordo com os interesses mais íntimos de cada um.

Sempre se defendeu que a internet é democrática por natureza. Esta é uma das razões para discordar do intervencionismo estatal nela. No entanto, Hardt e Negri opinam a respeito:

*Las nuevas tecnologías de comunicación que levantaron la promesa de una nueva democracia y una nueva igualdad social han creado de hecho*

*nuevas líneas de inequidade y exclusión em los países dominantes y especialmente fuera de ellos.* (HARDY; NEGRI, 2000, p. 260).

As novas tecnologias da comunicação que levantaram a promessa de uma nova democracia e uma nova igualdade social têm criado de fato novas linhas de inequidade e exclusão nos países dominantes e especialmente fora deles. (HARDY; NEGRI, 2000, p. 260).

Ainda cabe destacar, nesta sucessão de poderes, a forma digital de distribuição adotada desde a existência das redes sociais digitais. Se se toma como exemplo o *facebook*, percebe-se em uma análise depurada que existe no *site*, da mesma forma que nos aparelhos, certa programação proveniente das possibilidades limitadas e prefixadas das formas, pelas quais uma imagem e um texto podem ser veiculados nesta rede. A metodologia de exibição exponencial com a que este espaço na internet se desempenha, ou seja, a velocidade com que a visualização de uma imagem fotográfica se expande, alcança o sentido de “massificada”, segundo a quarta estrutura de discurso, proposta por Flusser, no que o autor denomina de “processo de manipulação das informações”: “É verdade que existem dispositivos, e que recentemente foram inventadas fotografias eletrônicas, que exigem distribuição por aparelhos. Porém, o que consta em fotografias é a possibilidade de serem distribuídas arcaicamente” (FLUSSER, 2002, p. 47).

Continuando neste espaço de análise, poder-se-ia traduzir o “arcaicamente” da frase anterior, como a linha do tempo do *facebook*, ou ainda, os álbuns do perfil de cada adito a esta rede. Tanto em um, como noutro espaço, as fotos se perpetuam arcaicamente. Para encerrar esse posicionamento crítico, o autor ainda afirma que “A distribuição da fotografia ilustra, pois, a decadência do conceito *propriedade*. Não mais quem possui tem poder, mas sim, quem programa informações e as distribui. Neo-imperialismo.” (FLUSSER, 2002, p. 48).

Existe outro viés que aponta na direção da imediatez fatural que o suposto “tempo real” pode outorgar nas redes sociais. Nesses termos, se confunde tempo real com o ao vivo. Uma postagem no *twitter* ou no *facebook*, anunciando a entrada em uma determinada reunião, pode oferecer a ilusão da transparência e controle, sobre as atividades realizadas pelo gestor público, candidato ou político. Sarlo (1997, p. 130) adverte, “A ilusão de que tudo pode ser mostrado de maneira imediata e, sobretudo, ao vivo, é uma das características da ideologia da videopolítica”,

lembrando que, para essa análise foi criada uma analogia entre as hipóteses levantadas pela autora sobre o tema e as imagens fotográficas postadas no *facebook*. A autora ainda continua, “tanto os operadores da mídia quanto seu público participam dessa ideia, que é uma prolongação radicalizada da velha noção de vigilância dos poderes e das instituições por parte da imprensa”. Vale destacar aqui, que os poderes citados por ela são o executivo, o legislativo e o judiciário e que, ao mesmo tempo, o controle que anteriormente era realizado pela imprensa, hoje se estende, também, aos cidadãos digitalizados, no sentido deste trabalho. Chama-se de cidadãos digitalizados aqueles que, de alguma forma, militam digitalmente, ou seja, na internet, por meio de opiniões, compartilhamentos e pesquisa de fatos que apontam no sentido de criar uma massa crítica de ação cidadã, muitas vezes, seguindo uma determinada ideologia, muitas outras, de forma democrática e político-partidária.

As atividades desenvolvidas na internet tem alcançado tal magnitude que, do ponto de vista econômico, já se fala e se estuda o termo “webeconomia”, ideia que sugere uma vasta atividade financeira e de jogos de poderes, que merece a atenção de governos, mercado e até dos grandes conglomerados da comunicação tradicional. Hardt e Negri colocam:

*La estructura y administración de las redes de comunicación son condiciones esenciales para la producción en la economía informacional. Estas redes globales deben ser construidas y vigiladas de modo tal de garantizar el orden y las ganancias. No debe sorprender, por ello, que el gobierno considere el establecimiento y regulación de una infraestructura global de información como una de sus principales prioridades, y que las redes de comunicación se hayan vuelto el más activo terreno de fusiones y competencia para las corporaciones transnacionales más poderosas. (HARDY; NEGRI, 2000, p. 258).*

A estrutura e administração das redes de comunicação são condições essenciais para a produção na economia informacional. Estas redes globais devem ser construídas e vigiadas, de tal modo, a garantir a ordem e as ganâncias. Não deve surpreender, por isto, que o governo considere o estabelecimento e regulação de uma infraestrutura global de informação como uma das principais prioridades, e que as redes de comunicação tenham virado o mais ativo terreno de fusões e competências para as corporações mais poderosas. (HARDY; NEGRI, 2000, p. 258).

A manipulação destas imagens para contar uma verdade parcial ou conveniente, de acordo com os interesses de determinado grupo, é prática costumeira dos profissionais contratados para esta captação, na área do marketing político. Aparentar determinada situação ou evidenciar os fatos acontecidos, por meio de imagens fotográficas para sua posterior veiculação nos perfis dos políticos em questão, são ações de vital importância para uma maior compreensão na proposta de análise vinculada a esta dissertação. É claro que dizer prática comum não engloba todos os políticos. O que se verifica é a criação de uma aura que rodeia o político, a respeito de determinado tema de interesse da sociedade, que na maioria das vezes, não condiz com sua atuação, suas obras, as leis que promulga ou as ações concretas de sua vida profissional como gestor público.

Kuntz (1986), em seu Manual de Campanha Eleitoral, esclarece que os temas a serem tratados, durante uma campanha, devem ser aqueles que sejam de interesse da sociedade e que chamem a atenção do público, de forma rápida e concreta, pois “[...] os temas devem versar sobre assuntos de real interesse do público a qual se destinam, para despertar e prender sua atenção do início ao fim do discurso” (KUNTZ, 1986, p. 62).

Observa-se que, em nenhum momento, se leva em conta, nessa proposta, a experiência do candidato em determinada área, a capacidade técnica ou o conhecimento nela, dele ou de sua equipe, ou as reais necessidades da população ou de determinada cidade ou região e, nem sequer, a possibilidade futura e real de orçamento para a concretização das obras ou programas propostos nos discursos, durante a campanha. A única questão que se vislumbra nessa temática é “o interesse primário e aparente do público”, que se transforma, no dia do sufrágio, em votos seguros para o candidato em questão.

O autor escreve, também, ao referir-se aos temas a serem levantados durante a campanha:

Temas oportunos ou emocionais. Referem-se a fatos, acontecimentos ou tendências que se encontram em evidência num determinado momento. Dão colorido e poderíamos defini-los como sendo o espírito de uma campanha [...] essencialmente são temas que aproximam a pessoa humana do candidato de seu eleitorado, suavizando sua imagem de político profissional (KUNTZ, 1986, p. 62-63).

Nesta linha, Sarlo (1997) também adverte sobre o esforço que os candidatos realizam a todo o momento, em suas campanhas, para humanizar mais sua imagem e aproximar-se, o máximo possível, do perfil de seus possíveis eleitores, encorpando o papel de trabalhador, pai de família, amigo, enfim, de cidadão comum. Cabe lembrar, neste momento, que o recorte deste trabalho consiste nas imagens utilizadas como sustentação dos discursos políticos, especificamente na rede social *facebook*. Santos Varela (2005) faz alusão a como as imagens colaboram para criar uma base sólida para esses discursos.

Dadas essas propriedades, a imagem também informa, comunica, e em sua especificidade ela se constitui em texto, em discurso. E nesse ponto sublinha-se que falar dos modos de significação implica também o trabalho de interpretação da imagem, procurando entender tanto como ela constitui como um discurso, quanto como ela vem sendo utilizada para sustentar discursos produzidos com textos verbais. (SANTOS VARELA, 2005, p. 37).

Nesse contexto, as imagens oferecem uma maior eficiência comunicativa. O eleitor, muitas vezes, prefere a rapidez de compreensão que uma imagem fotográfica permite. Essas imagens possuem uma carga de significação e emoção muito maior, para elas, que as palavras escritas. Elas adquirem um propósito ideológico que, muitas vezes, as identifica com a massa.

Ler uma imagem, portanto, é diferente de ler a palavra: a imagem significa, não fala, e vale enquanto imagem que é. Entender a imagem como discurso, por sua vez, é atribuir-lhe um sentido do ponto de vista social e ideológico e não apenas proceder à descrição ou segmentação dos seus elementos visuais. (SANTOS VARELA, 2005, p. 37).

As imagens fotográficas exercem fascínio e ilustram de forma mais acertada e completa as temáticas tratadas em qualquer meio de comunicação gráfico. A mesma lógica funciona para os meios digitais, nos quais as imagens passam, de alguma forma, a ocupar uma posição importante com respeito ao texto. É importante lembrar que o que torna um candidato vitorioso nas urnas é o fator quantidade e este fator é

diretamente ligado a opinião pública. Kuntz (1986, p. 120) destaca que “direcionar uma campanha e balizá-la dentro dos limites consensuais e absorvíveis pela média da opinião da maioria, pode ser uma alternativa atraente [...]”. É a maioria que decide o rumo de uma eleição. Não cabe a este trabalho emitir juízos de valor qualitativo em relação ao voto dos cidadãos, mas sim, tentar compreender como as imagens utilizadas nas redes sociais podem colaborar na construção de um ideal popular ou de uma consciência de massa, referente à determinada questão de importância social. Kuntz explica esse ponto:

Isso porque as maiorias são formadas pela somatória de interesses, expectativas, objetivos, etc., partilhados por diversas minorias, formando então correntes majoritárias que se sobrepõem temporariamente às correntes minoritárias, espelhando uma aparente e ilusória impressão de homogeneidade através da opinião pública. (KUNTZ, 1986, p. 120).

Os políticos e suas equipes entendem o poder que a utilização destas ferramentas coloca em suas mãos. Tempos atrás, os palanques de campanha eram ferramentas indispensáveis. Foram agregados os meios gráficos, a rádio e a televisão. Em tempos de internet, a multicomunicação, assim como a cross-media, ação de transformar e acondicionar os materiais *off-line* em *on-line* sem mudar seus conceitos, ou seja, transportar as peças e conteúdos de comunicação dos meios tradicionais para as novas mídias digitais se tornaram necessários para qualquer campanha eleitoral. Santos Varela cita a respeito:

Todo esse poderio da linguagem vem servindo para que os políticos tentem fazer prevalecer a sua vontade, em relação à opinião dos outros. Através de figuras simbólicas de linguagem, a retórica pode transformar o objeto da mensagem em algo mais simples e mais fácil de ser 'assimilado' na comunicação; do mais simples eleitor (aquele que desconhece a ciência política, ou grau de escolaridade) ao mais culto (aquele eleitor que possui um conhecimento científico); do mais politizado ao mais alienado politicamente; do mais pobre ao mais rico, facilitando, desta forma, a velocidade de aceitação do que é enunciado. (SANTOS VARELA, 2005, p. 37).

O autor ainda agrega o quanto esta prática profissional de mascaramento, praticada na maioria das campanhas, se torna fator-chave de sucesso para os

políticos em questão: “É por isso que cada programa eleitoral tem de ser atraente e persuasivo, utilizando-se da ‘maquiagem’ de marketing: cada candidato sabe que a imagem produzida resultará em votos”. (SANTOS VARELA, 2005, p. 37).

Máscara implica necessariamente algo irreal ou que falte a verdade? Poderia se falar em credibilidade ou falta dela, nestas imagens postadas nas redes sociais? Este será o tema do capítulo a seguir.

### **3 O FACEBOOK E A CREDIBILIDADE DAS IMAGENS TÉCNICAS**

Convém, neste momento, definir o que é uma rede social e, dentre elas, especificamente o *facebook*, centro da análise deste trabalho.

Desde o começo de sua existência, o homem aprendeu, por necessidade ou por iniciativa, a relacionar-se com outros, formando assim, grupos. Interesses como alimentação, segurança, trabalho, entre outros foram forjando redes de relacionamento de acordo com os interesses em comum. Era o começo das redes sociais. Pessoas que, possuindo objetivos afins, se aglutinam em grupos, para melhor alcançá-los. Pouco difere essa essência da virtualidade dada hoje às redes sociais digitais. Esse encontro se dá virtualmente em espaços eletrônicos. É claro que não se pode afirmar que todas as pessoas que fazem parte de uma rede, como o *facebook*, têm objetivos comuns. Elas podem até ter necessidades concordantes como, por exemplo, sentir-se parte de um grupo, experimentar a sensação de aceitação, falar de si e, ao mesmo tempo, saber sobre os outros. Esta conjunção de objetivos, muitas vezes, se vê representada em iniciativas específicas, como a defesa de alguma ideologia ou a busca de apoio para alguma causa social.

O *facebook*, rede social digital criada em 2004, pelo estudante Mark Zuckerberg, na Universidade de Harvard e que possui hoje, segundo informações da própria empresa, mais de um bilhão de usuários no mundo inteiro, sendo 65 milhões no Brasil, é um espaço virtual, no qual os indivíduos criam o conteúdo de uma forma que poderia ser chamada de colaborativa. Joel Comm (2009, p. 3) define:

Vejam os *facebook*. Ele não é uma companhia editorial. Não cria nenhum de seus conteúdos. Não escreve ou posta artigos, e não insere filmes ou imagens para os clientes verem e apreciarem. Ele permite que seus usuários façam tudo isso por seu próprio interesse.

Interesse, aliás, que se manifesta comercialmente na possibilidade de monetização, nome dado à ação de viabilizar financeiramente determinado empreendimento na internet.

É inegável a importância que as imagens fotográficas ocupam hoje na verificação de ações concretas realizadas por políticos, principalmente em cargos públicos, por meio de espaços como o *facebook*. Ordenadas e agrupadas por áreas temáticas, datas, cidades ou ações, as galerias de imagens passam a construir, de acordo com interesses pré-estabelecidos, a história política de uma determinada figura pública. Os últimos aplicativos desenvolvidos por essa rede social colocam o fato mais em evidência ainda. A “linha do tempo” foi implementada pelo *facebook* em março de 2012 e tem, precisamente, como objetivo, guiar o internauta, de forma ordenada e sequencial, por todos os acontecimentos, neste caso, da vida do político em questão. Linha do tempo é o nome dado pela empresa *facebook*, a ferramenta do *site* que permite organizar e contar, por meio de informações, fotografias e vídeos, o histórico de vida de cada pessoa ao longo de sua existência. Tudo isso dentro do perfil. Assim, encontros, reuniões, inaugurações, obras, participações, visitas, projetos de lei e tantos outros fatos vão desfilando nas telas de todos os “amigos”, denominação dada aos seguidores de cada perfil no *facebook*, que seguem tal indivíduo, construindo, dessa forma, certa memória social das figuras políticas em questão.

Este trabalho propõe realizar uma análise mais profunda nos perfis de *facebook* de dois políticos de destaque, de partidos opostos, e analisar, de que forma, cada um utiliza a fotografia. Por um lado, o perfil de Fernando Haddad, do PT, Partido dos Trabalhadores, eleito em outubro de 2012 para prefeito da cidade de São Paulo. O endereço do *facebook* desse perfil na internet é <https://www.facebook.com/fernandohaddad13>.

Figura 2 - Perfil de *facebook* de Fernando Haddad

facebook 96 Pesquise pessoas, locais e coisas Eduardo Blanco

**VOCÊ AJUDOU SÃO PAULO A GANHAR A ELEIÇÃO**

**Haddad É PREFEITO**

**Haddad**  
PREFEITO

**Fernando Haddad 13**  
19.510 curtiram · 65 falando sobre isso

Curtiu Mensagem

Figura pública  
Fernando Haddad, candidato do PT à Prefeitura de São Paulo. [www.pensenovotv.com.br](http://www.pensenovotv.com.br) e <https://twitter.com/pensenovotv>

Sobre – Sugerir uma edição

Fotos Opções "Curtir" Pensenovo.tv Viralize

19.510

.tv

4

Destaques

**Fernando Haddad 13**  
29 de outubro de 2012

**DIA DA VITÓRIA** (7 fotos)

**1 Amigo**  
curtiu Fernando Haddad 13

[www.yezzi.co](http://www.yezzi.co)

Compartilhe esta Página com mais amigos

O outro, Aécio Neves, do PSDB, Partido da Social Democracia Brasileira, é senador pelo Estado de Minas Gerais, e seu perfil é encontrado em <https://www.facebook.com/AecioNevesOficial?ref=ts&fref=ts>.

Figura 3 - Perfil de *facebook* de Aécio Neves

The image shows a screenshot of the Facebook profile page for Aécio Neves. At the top, the Facebook logo and search bar are visible. The profile picture is a black and white portrait of Aécio Neves. The cover photo is a color image of him smiling and shaking hands with someone. Below the profile picture, the name 'Aécio Neves' is displayed, along with the statistics '89.312 curtiu' and '37.838 falando sobre isso'. There are buttons for 'Curtiu' and a settings icon. Below the profile information, there are links for 'Fotos', 'Termos de Uso', 'Opções "Curtir"', and 'Instagram'. A post from 'Aécio Neves' is visible, sharing a link to a video titled 'Programa Nacional do PSDB - 30/05/2013'. The video thumbnail shows Aécio Neves smiling and talking to a group of people outdoors.

Na análise comparativa, realizada nesses espaços, verificou-se uma abordagem diferente em cada um deles. Haddad, com imagens da campanha que o levou a ser prefeito da maior cidade do Brasil, mostra uma tendência mais popular. A maioria das imagens mostra-o junto ao povo, aos eleitores, nos diferentes espaços populares da sociedade paulista, apresentado na figura 1, deste trabalho.

Neves, ao contrário, raramente aparece nas imagens junto às pessoas. Ele sempre é mostrado junto a figuras públicas, artistas, políticos e empresários mostrando seu carisma de realizador e estadista. A figura 2 ilustra estas apreciações. Em outro momento deste trabalho, será aprofundada a análise comparativa da utilização das fotografias destes dois perfis.

Fotografias representam algo que aconteceu. Ninguém pode negar que aquilo foi e que de fato, naquele momento, o que está representado na imagem foi real. Mais uma vez, o “isso foi” de Barthes, toma total magnitude nesta análise. Este documento, a fotografia, apresenta-se como uma evidência de algo que realmente aconteceu naquela realidade concreta. Nesse sentido, no prefácio à obra coletiva *L'histoire et ses méthodes*, Samaran, descreve os princípios do método histórico e sustenta: “Não há história sem documentos” (SAMARAN, 1961, p. 12). E ainda aprofunda o assunto, no sentido de que a palavra documento deve ser entendida em toda sua amplitude como escritos, ilustrações, sons, imagens ou qualquer outra forma de registro (SAMARAN, 1961). Le Goff cita palavras de Levebvre referentes a seu curso da Sorbone de 1945, falando de historiografia moderna e afirma: “Não há notícia histórica sem documentos”; e argumenta ainda, “Pois se dos fatos históricos não foram registrados documentos, ou gravados ou escritos, aqueles fatos perderam-se” (LE GOFF, 1971, p. 17).

Até aqui se percebe certa defesa imparcial sobre o *status* dos documentos como reveladores da verdade. No entanto, depois dessa apreciação inicial, Le Goff abre a análise para uma posição crítica a respeito do assunto e afirma:

O documento não é inócuo. É antes de mais nada o resultado de uma montagem, consciente ou inconsciente, da história, da época, da sociedade que o produziram, mas também das épocas sucessivas durante as quais continuou a viver, talvez esquecido, durante as quais continuou a ser manipulado, ainda que pelo silêncio. O documento é uma coisa que fica, que dura, e o testemunho, o ensinamento (para evocar a etimologia) que ele

traz devem ser em primeiro lugar analisados, desmistificando-lhe o seu significado aparente. O documento é monumento. Resulta do esforço das sociedades históricas para impor ao futuro – voluntária ou involuntariamente – determinada imagem de si próprias. No limite, não existe um documento-verdade. Todo o documento é mentira. Cabe ao historiador não fazer o papel de ingênuo. (LE GOFF, 1996, p. 547-548).

Fica evidente que a fotografia se enquadra, nesse sentido, como um documento criado e forjado num determinado contexto. Analisou-se a fotografia, como tal, que dentro de um contexto digital tem-se, segundo Le Goff, que:

A revolução documental tende também a promover uma nova unidade de informação: em lugar do fato que conduz ao acontecimento e a uma história linear, a uma memória progressiva, ela privilegia o dado, que leva a série e a uma história descontínua. Tornam-se necessários novos arquivos, nos quais o primeiro lugar é ocupado pelo *corpus*, a fita magnética. A memória coletiva valoriza-se, institui-se em patrimônio cultural. O novo documento é armazenado e manejado nos bancos de dados. Ele exige uma nova erudição, que balbucia ainda e que deve responder simultaneamente às exigências do computador e à crítica da sua sempre crescente influência sobre a memória coletiva. (LE GOFF, 2003. p. 533).

Vale resgatar, neste ponto, a ideia da linha do tempo do *facebook*. Esta ferramenta permite que a forma de arquivar as imagens do histórico de vida de qualquer pessoa, não seja tão só no disco rígido da memória de qualquer computador, mas também, de forma pública e exposta, acessível para qualquer cidadão digital, nos perfis da rede social em análise. Fato esse, levando em conta figuras públicas, políticas e de destaque social que venham exercer uma influência maior ainda, sobre a memória coletiva em constante construção, que aquela proposta por Le Goff no parágrafo anterior.

Kossoy (1989) afirma que após a fotografia de determinado fato começar a existir, se está diante de outra realidade, aquela realidade com essência nesse documento, que o autor denomina de “segunda realidade”. Em suas palavras,

Inicia-se, portanto, uma outra realidade, a do documento: a segunda realidade, autônoma por excelência. Inicia-se um outro processo: o da vida do documento. Este não apenas conserva a imagem do passado, faz parte do mundo: Ele pode ser fotografado. (KOSSOY, 1989, p. 28-29).

No entanto, esse registro não necessariamente é uma verdade absoluta, e sim, uma verdade iconográfica, segundo os escritos dele. Entende-se que a equipe de um político poste galerias de fotografias na rede em questão, com o intuito de documentar e dar ao público acontecimentos em que eles possam ter participado. Pode acontecer, neste momento, tanto uma contextualização como uma descontextualização, de acordo com a manipulação realizada pelos operadores, decidida em algum planejamento de campanha. Beatriz Sarlo escreve a respeito das imagens divulgadas por políticos sobre suas atividades: “Não se trata de uma verdade, mas de um efeito de verdade” (SARLO, 1997, p. 131).

Assim, aos poucos vai se edificando uma determinada realidade, vai se construindo uma memória específica, formada por uma sequência histórica de imagens de um mundo personalizado, o do político. Personalização esta que obedece a um plano pré-determinado. Essa determinação planejada é repassada para o operador do aparelho fotográfico, o fotógrafo, que captará as cenas, seguindo a linha de raciocínio implementada, segundo o perfil e as intenções do político fotografado. Segundo Kossoy:

Toda fotografia foi produzida com uma certa finalidade. Se um fotógrafo deseja ou foi incumbido de retratar determinado personagem, documentar o andamento das obras de implantação de uma estrada de ferro, ou os diferentes aspectos de uma cidade, ou qualquer um dos infinitos assuntos que por uma razão ou outra demandaram sua atuação, esses registros, que foram produzidos com uma finalidade documental, representarão sempre um meio de informação, um meio de conhecimento, e conterão sempre seu valor documental, iconográfico. (KOSSOY, 1989, p. 31).

Sarlo intui que, de alguma forma, o político tenta se aproximar do cidadão comum por meio dessas ferramentas: “Com isso se estabelece uma distância aparentemente menor entre cidadãos e políticos profissionais”. (SARLO, 1997, p. 132). O discurso praticado pelos políticos se rege a partir de unidades semânticas pesquisadas e de interesse da sociedade, a qual está se dirigindo. A autora agrega, nessa mesma direção, ao se referir à ação destes políticos: “Busca um discurso que se ajuste ao tipo de unidades semânticas próprias do meio, e ensaia diante da câmera um sistema gestual próprio de outros protagonistas da videoesfera”.

(SARLO, 1997, p. 133). Semântica que, aliás, tem se transformado em fator-chave nos buscadores temáticos na internet, como por exemplo, o Google.

O político profissional se transformou, diante desta perspectiva, em um tipo de ator que vive representando. Nos discursos em palanques, em programas de televisão, no púlpito dos parlamentos, em vídeos gravados para serem veiculados em repositores do tipo Youtube e até nas fotografias capturadas no dia a dia de sua atividade política.

Neste sentido, Kossoy afirma que: “As imagens têm uma função insubstituível como registro dos fatos, cenários e personagens do passado.” (KOSSOY, 2007, p. 106). Ele ainda agrega: “Entretanto, podem ser objeto dos mais diferentes e interesseiros usos, é a ideologia que determina o seu destino e finalidades”. (KOSSOY, 2007, p. 106).

Ideologia em seu sentido mais estrito, como uma forma de produção do imaginário social, imposta por forças dominantes, com o intuito de ter um controle social mais eficaz. Ideologia que, muitas vezes, mascara e direciona os fatos com o fim de inverter a forma de processar o pensamento sobre determinada realidade. Assim são construídas “realidades”, assim é moldada a memória.

Se as imagens técnicas, de acordo com Flusser, são produtos indiretos de textos “[...] as imagens técnicas imaginam textos que concebem imagens que imaginam o mundo. Essa condição das imagens técnicas é decisiva para o seu deciframento” (FLUSSER, 2002, p.13). Observa-se que elas são abstrações de terceiro grau, e percebe-se que essa pós-historicidade oferece, para o observador, a possibilidade de por meio delas, ter uma visão do mundo. Ao tentar entendê-las, por mais imperceptível que este ato seja, o observador procura o significado em sua desconstrução para, imediatamente, reconstruí-la novamente, agora, em função dos textos que elas significam. O mundo real de ações concretas do político pode ser uma coisa, já a imagem construída pelas fotografias que o observador percebe pode ser algo bem diferente. Se a fotografia tem como função a emancipação dos indivíduos de pensar tudo conceitualmente, é de se entender, que essa visão conceitual do mundo, que atravessa as entranhas do suporte digital, tenta edificar colunas de veracidade no exército virtual de seguidores binários do perfil nas redes sociais dos políticos em questão.

Essas imagens outorgam a possibilidade ao observador de obter pistas sobre determinado evento ou fato, no qual ele não esteve presente. Kossoy coloca o adjetivo de “indiciária” para determinar essa ideia. Elas indicam e orientam, por meio de indícios do tipo iconográficos, sobre a intenção, agora contida neste documento histórico, do ato em questão. Dubois afirma que uma imagem fotográfica só pode indicar o real do instante do disparo, “[...] principalmente pelo fato dela implicar que a imagem indiciária é dotada de um valor todo singular ou particular, pois determinado unicamente por seu referente e só por este: traço de um real.” (DUBOIS, 1993, p. 45). Sobre as propriedades indiciárias que as imagens adotam em determinado momento, ele ainda sustenta: “A foto é em primeiro lugar índice. Só depois ela pode tornar-se parecida (ícone) e adquirir sentido (símbolo). (DUBOIS, 1993, p. 53).

O desenho vem, de certa forma, arrancar a sombra do tempo de seu referente para fixá-la e detê-la em um tempo que lhe seja próprio. Por sua inscrição, a sombra perde sua indicialidade temporal e remete sua indicialidade espacial para o passado. É essa perda de indicialidade, essa conquista de iconização que, ao mesmo tempo em que conserva uma relação de conexão real com o referente, o dá como anterior, como origem ultrapassada, vê-se bem que isso corresponde, finalmente, a um grande fantasma de qualquer representação indiciária: ao mesmo tempo, afirmar a existência do referente como uma prova irrefutável do que ocorreu, e eternizá-lo, fixá-lo além de sua própria ausência; mas também, por esse mesmo caminho, designar esse referente mumificado como inelutavelmente perdido, doravante inacessível como tal para o presente. É, no mesmo movimento, transformá-lo em estátua para sempre como signo e remetê-lo como referente a uma ausência inexorável, ao esquecimento, à carência, à morte. Eis onde leva esse processo de fixação do índice, e pode-se considerar globalmente que isso é válido para todas as situações, no caso de fixação pelo desenho ou pela fotografia. Ícones como uma caneta na mão assinando um documento, o abraço a uma criança, a visita a uma obra, parado em frente de um colégio e em reunião com empresários e investidores representam a atuação eficiente de determinado político. A realidade que o observador vai edificando dentro de si, aos poucos, é a realidade do mundo, que a figura pública deseja que os seus seguidores compreendam. Concretamente, é uma realidade iconográfica, aquela que se edifica por meio das fotografias nas sucessivas galerias de imagens postadas no *facebook*.

O tema representado em cada sessão, seja na linha do tempo ou no arquivo de fotografias do *facebook*, obedece, segundo Kossoy (2007), a uma codificação cultural pré-estabelecida. O autor sugere, neste sentido e referindo-se às informações contidas nas imagens, uma divisão entre informações explícitas e informações implícitas:

Qualquer que seja a imagem, nela existe um inventário de informações acerca do tema principal (que é o motivo da foto) e do seu entorno; trata-se de informações explícitas e implícitas, a saber:

Explícitas, específicas ao objeto da representação; registros fotográficos que retratam ou documentam o assunto: o visível, o aparente da representação;

Implícitas, relativas à história e ao contexto que envolve o tema registrado; são da ordem dos fatos passados e das mentalidades, heranças culturais e ideológicas que afetam o indivíduo. (KOSSOY, 2007, p. 50-51).

Ainda sobre as imagens implícitas, Kossoy (2007) agrega que “não se fazem ver, são invisíveis, o oculto da representação”. Analisando, como exemplo, uma imagem postada de um político que ocupa o cargo de secretário de desenvolvimento regional, geralmente um deputado ou vereador licenciado como tal, para desenvolver temporariamente tal função, na qual ele se encontra assinando um convênio de apoio financeiro junto a outras autoridades, para uma determinada instituição, tem-se uma informação explícita que indica o fato como tal, a assinatura daquele convênio, naquele momento, junto àquelas pessoas, daquela instituição, que beneficiará os cidadãos envolvidos naquele processo especificamente. Ao mesmo tempo, enxerga-se neste documento fotográfico outra informação, agora do tipo implícita, que vai muito além daquele momento. Trata-se da ideia de continuidade política, de eficiência como gestor dos bens públicos, de construção, na linha do tempo, de uma imagem de transparência, confiabilidade, trabalho sério e árduo desse político. Os fatos passados, também edificados por meio da construção de uma realidade, se juntam a estes para solidificar o posicionamento que tal ocupa na mente de seus eleitores ou cidadãos em geral.

Ainda Kossoy (2007) esclarece:

As imagens fotográficas se veem codificadas desde o momento em que passam a existir, seja de forma avulsa ou guardadas em uma gaveta, expostas nas paredes de uma instituição, dispostas em álbuns, estampadas em alguma publicação, disponíveis em determinado *site* de internet (KOSSOY, 2007, p. 51).

As imagens fotográficas estão postadas nos perfis e representam, propositalmente, as atividades desempenhadas pelos políticos em questão. Propositalmente, implica a ação de emitir uma mensagem estruturada, a partir da postagem das imagens na rede. Postagens essas que seguem rígidas normas, pautadas pelas novas formas de comunicação digital. Sarlo adverte que este tipo de comunicação,

[...] impõe suas regras sobre as do discurso político: mudanças no estilo de argumentação, no tipo de implicação entre argumentos, nos níveis de linguagem que se apresentam como apropriados ao discurso político, no sistema de imagens, no tipo de interpelação. (SARLO, 1997, p. 131).

Interpelação que se vê representada na hora de o político vestir o figurino de homem ou mulher normal, de pai ou mãe de família, de ser sensitivo, para aproximar-se, assim, um pouco mais do cidadão que nele votou ou que nele votará. “[...] os políticos profissionais passam a apresentar-se com os atributos do homem e da mulher comuns: uma família, paixões, uma vocação como qualquer outra, defeitos e virtudes cotidianas.” (SARLO, 1997, p. 132).

“Todo ato de comunicação ostensiva carrega consigo a presunção de sua relevância ótima” (SILVEIRA apud SPERBER; WILSON, 2005, p. 119), chamando esse enunciado de princípio cognitivo que explicaria a dinâmica existente entre estímulo (neste trabalho, quem posta às imagens) e compreensão (o observador das imagens postadas). Para entender essa teoria se faz necessário levar em conta o contexto e o grau cognitivo de quem recebe a mensagem sobre o assunto. Esse contexto deve ser entendido, segundo Jane da Silveira (2005) em seu ensaio “A imagem: interpretação e comunicação” como:

[...] um conjunto de suposições (informações) que vêm à mente do indivíduo no processamento inferencial da informação. Tais suposições podem advir do ambiente físico, observável, através do código linguístico ou de estímulos perceptuais, da memória enciclopédica, que armazena as nossas crenças e conhecimentos, e de raciocínios dedutivos. (SILVEIRA, 2005, p. 119-120).

Essa hipótese explicaria a função que as imagens fotográficas cumprem nas galerias do *facebook*. Assessores produzem fotos registrando momentos de atividade política, logo selecionam e postam essas, de acordo com a estratégia de comunicação estabelecida. Assim, os observadores, eleitores neste caso, as interpretam de acordo com o contexto em que são apresentadas e de acordo com as informações armazenadas em suas memórias enciclopédicas. Toda esta dinâmica é baseada no fato, comumente apontado, de que “a imagem permite uma leitura em menos tempo do que o requerido pelo texto escrito, tornando-a atraente aos potenciais leitores” (SILVEIRA, 2005, p. 113).

No mesmo trabalho, Sperber e Wilson explicam que existem três tipos de efeitos contextuais que acontecem no processo comunicacional das imagens: implicação contextual que mostraria a derivação em uma nova suposição dos fatos representados na imagem; e o fortalecimento que amplia ou fortalece um fato existente, representado na mesma; e a contradição que eliminaria a mais fraca suposição ante a existência de duas alternativas.

Verifica-se que na dinâmica de observação de imagens na rede social, essa lógica funciona de forma a fortalecer, a partir dos fatos representados, a ideia de que essa ação, envolvendo o político, aconteceu naquele contexto de interpretação, completando, assim, um ciclo comunicacional. Nas próximas linhas será levada em conta a questão do sensível nas imagens fotográficas, analisando as obras de Rancière e Coccia.

#### 4 O SENSÍVEL NAS IMAGENS FOTOGRÁFICAS DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

No *facebook*, uns e outros compartilham as sensações provocadas pelas imagens, momento no qual, seja por meio de apreciação individual ou por compreensão coletiva, estas são, ora figuras geométricas ora formas de visibilidade estética/política. A arte das imagens sublevadas à política e, ao mesmo tempo, a política da formação estética das imagens.

Emanuele Coccia defende a ideia de que a vida do homem faz sentido, a partir do sensível e das imagens, assinalando que: “somente graças ao sensível chegamos a pensar: sem as imagens que nossos sentidos são capazes de captar, nossos conceitos, tal qual já se escreveu, não passariam de regras vazias, operações conduzidas sobre o nada.” (COCCIA, 2010, p. 9).

A sensação do sensível dá sentido à vida diária do homem. O mundo se torna algo, a partir dos sentidos deste. Os inúmeros amigos que observam e compartilham as fotografias postadas nos perfis do *facebook*, se fazendo sensíveis a elas, captando seus sentidos, interpretando seus conceitos e, ainda, partilhando, nem que seja virtualmente estas sensações, o fazem em um *status* intermediário entre sua própria existência e a existência das coisas. É através do sensível que se entende o todo existencial. “Na realidade, é sempre fora de si que algo se torna passível de experiência: algo se torna sensível apenas no corpo intermediário que está entre o objeto e o sujeito” (COCCIA, 2010, p. 20). As formas, os objetos e as coisas do mundo que transcendem seu espaço, passam a ser algo, muito além de sua existência corpórea, e fazem-no por meio da imagem de si mesmo. Pode-se captar a existência de uma ponte estando frente a ela pela primeira vez, logo, em cada situação que se fala da ponte, enxerga-se a imagem dela. Coccia (2010, p. 22) afirma que “qualquer forma e qualquer coisa que chegue a existir fora do próprio lugar se torna imagem”.

O mundo de imagens do perfil de um político, criado a partir das postagens de imagens fotográficas captadas no passado, sempre no passado, se torna sensível para um observador, a partir de sua “potência receptiva”, segundo Coccia (2010). Estas imagens multiplicam, quando distribuídas da forma que Flusser (2002)

defende, jogadas ao vazio, as verdades que elas representam. As formas possuem, intrinsecamente, a capacidade de multiplicar-se por meio de imagens. Coccia (2010, p. 33) afirma que “as imagens são os agentes da multiplicação das formas e da verdade”. A exponencialidade aritmética de distribuição que o *site facebook* permite a seus usuários reafirma este fato, multiplicando as verdades mostradas por meio das fotografias das diferentes situações, naquelas em que o político se encontra em cada uma delas. Poder-se-ia dizer que, cada vez que a imagem é observada por um internauta, as formas captadas nela se recriam nesse momento e junto com as formas ganha vida novamente, a verdade resumida naquela imagem.

O homem estabelece uma relação com o mundo, a partir das imagens que tem dele. Essa sensibilidade é uma das razões que o diferencia, em parte, dos animais, já que a vida sensível é comum a todo ser existente. Coccia (2010) estabelece que a vida seja sensível, em todas as suas formas, e aqui pode se enquadrar o relacionamento do homem com as imagens fotográficas, e pode ser definida como uma faculdade particular de se relacionar com as imagens: ela é a vida que as próprias imagens esculpam e tornaram possíveis. Esse possível aproxima o homem do real, a partir da experiência de conceituação das imagens, mais uma vez, o conceito do noema de Barthes, o “isso foi” da fotografia, como uma forma de afirmar que o que aparece na imagem fotográfica, realmente aconteceu. Se um fato social, com a participação de alguns dos políticos em questão, aconteceu em algum momento, e se esse fato foi fotografado e depois postado no *facebook*, esse passa a existir em outro lugar e repetidas vezes, já que se tornou imagem, como Coccia escreve:

Qualquer forma e qualquer coisa que chegue a existir fora do próprio lugar se torna imagem. Nossa forma se torna imagem quando é capaz de viver para além de nós, para além de nossa alma, para além de nosso corpo, sem que ela mesma se torne um outro corpo, já que é capaz de viver como que na superfície dos outros corpos. (COCCIA, 2010, p. 6).

A apreciação sensível dessa imagem será compartilhada por aqueles que a observem. É a forma daquilo que aconteceu e que foi representado pela imagem fotográfica, que agora existente em outro lugar. As imagens, a seguir, tentam

multiplicar as formas e as verdades acontecidas nos momentos em foram captadas pelos respectivos fotógrafos para, posteriormente, serem postadas na rede social. Nesse ponto, independe de ideologias, em ambos os casos, no perfil de Fernando Haddad ou no de Aécio Neves, se persegue a perpetuação dos atos para sensibilizar os observadores. Um, Haddad, com a imagem de ligação com o povo, trabalhando na campanha para a prefeitura de São Paulo e festejando a vitória. O outro, Neves, com a imagem de idealizador e executor de grandes projetos, inaugurando estádios, reunido com primeiros ministros, mostrando seu perfil de estadista. O primeiro grupo de imagens pertence a Fernando Haddad, e o segundo, a Aécio Neves.

Figura 4 - Imagens de álbuns do *facebook* de Fernando Haddad



Nas imagens da Figura 3, pode-se observar a ligação do candidato com as camadas menos favorecidas financeiramente da população. O contato direto aparenta ser uma forma de conseguir familiaridade com essas pessoas. Muitas bandeiras vermelhas, cores que identificam o Partido dos Trabalhadores, pelo qual o

político concorreu à prefeitura da cidade de São Paulo. Os cidadãos querendo abraçar ele, logo, o contato direto com o povo em uma favela, realizando uma caminhada.

Já na Figura 4, as imagens que aparecem correspondem à outra parcela da população, não tão desfavorecida como nas imagens anteriores. Em uma festa folclórica, em uma reunião possivelmente com aposentados, aparecendo em um evento de jovens acompanhado da senadora Marta Suplicy, também do mesmo partido. Por último, pedalando em bicicleta junto a um grupo de ciclistas.

Figura 5 - Imagens de álbuns do *facebook* de Fernando Haddad



Figura 6 - Imagens de álbuns do *facebook* de Fernando Haddad

Na Figura 5 Haddad se mistura no dia a dia da cidade, passando pela catraca de um ônibus e cumprimentando pessoas nas ruas, adotando, de alguma forma, a posição de cidadão comum, igual a todos os demais.

O grupo de imagens, a seguir, denota as atividades realizadas pelo senador Aécio Neves do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Verifica-se que existe um cuidado especial na vestimenta e no astral com que ele se apresenta em público. Sempre inaugurando obras, conversando com figuras públicas de renome nacional e internacional, como no caso do primeiro ministro inglês que aparece na Figura 6, ou discursando de forma aparentemente propositiva.

Figura 7 - Imagens de álbuns do *facebook* de Aécio Neves



O grupo de fotografias da Figura 7 continua na mesma linha proposta nas anteriores, com prefeitos, com políticos e até com o atual ministro do supremo, Joaquim Barbosa.

Figura 8 - Imagens de álbuns do *facebook* de Aécio Neves

Nas imagens que seguem, que compõem a Figura 8, com destaque para a primeira, no ângulo superior esquerdo, vê-se ele dissertando com um cartaz de fundo, contendo frases de críticas ao atual governo da presidenta Dilma Rousseff. Também em uma cerimônia pública e de caráter religioso e com mais personagens do cotidiano brasileiro, como o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. Destaca-se, como já citado anteriormente, a utilização constante de paletó e roupas totalmente alinhadas.

O semblante, sempre positivista, altruísta, sorridente, em alto astral. Um tipo de imagem que se perpetua em todas as fotografias observadas no perfil do *facebook* do político.

Figura 9 - Imagens de álbuns do facebook de Aécio Neves



## 5 CONSTRUINDO REALIDADES E FICÇÕES NO FACEBOOK POR MEIO DA FOTOGRAFIA

Toda imagem fotográfica possui, na sua essência, certa dualidade. Ao realizar-se um mergulho conceitual, além do papel fotográfico ou das telas dos monitores de um computador, na fotografia propriamente dita, se descobre a possibilidade da construção, tanto de realidades ou ficções, assim como das duas situações simultaneamente. Kossoy (2007) reflete sobre essa relação ambígua inerente à análise fotográfica:

A partir da desmontagem da imagem fotográfica, pode-se perceber em que medida ela incorpora – tanto em sua produção como em sua recepção – um complexo processo de construção de realidades, e, portanto, de ficções. É necessário que se reflita sobre certas ambiguidades fundamentais de a fotografia ser um registro, isto é, um documento, materializado visualmente no estágio final do processo de criação do fotógrafo que compreende o processo de construção da representação. (KOSSOY, 2007, p. 53-54).

Kossoy (2007) destaca três elementos que são determinantes nesta construção: a finalidade; a intenção; e a concepção. Esses pode-se dizer, são fatores pré-fotográficos. O fim de realizar tal imagem, o que se procura conseguir por meio dela e a forma como se dará vida a ela são pré-concepções anteriores ao *click*. Já a elaboração técnica e criativa, fato que acontece durante a execução da fotografia consiste no segundo fator determinante. Por último, o após, se refere aos usos e aplicações que se dará a tal imagem produzida, momento esse da distribuição tão bem trabalhado por Flusser. Sobre a manipulação realizada nas imagens fotográficas em qualquer dos três estágios, pré-fotográfico, fotográfico ou pós-fotográfico, Kossoy alerta:

Pensamos nas manipulações que desde sempre se fizeram dos fatos, seja nos palcos fotográficos do século XIX, por onde desfilava uma burguesia ansiosa de sua própria representação, seja na página impressa dos periódicos, ao longo do século XX e até o presente. (KOSSOY, 2007, p. 54).

O conceito de ficção, para Saer (1991), reúne algumas peculiaridades que se fazem oportunas analisar neste ponto. Ele sustém que o biógrafo, ou narrador ou fotógrafo ou operador dos aparelhos de elaboração e distribuição de conteúdos, aos poucos vai perdendo sua objetividade, na medida da convivência com o biografado, ou personagem estudada, ou, como no caso deste trabalho, o político ao qual se está dando destaque nas redes sociais.

Em relação à diferença existente entre verdade e ficção, o autor coloca: “Podemos, portanto, afirmar que a verdade não é necessariamente o contrário da ficção, e que quando optamos pela prática da ficção não o fazemos com o propósito obscuro de tergiversar a verdade.” (SAER, 1991, *Punto de Vista*, n. 40).

Nesse mergulho poder-se-ia dizer que existem pontos intermediários que não apontam necessariamente com falta à verdade. Pode-se citar o exemplo, na área política, foco deste trabalho, as imagens de um político inaugurando uma obra. Tanto as fotografias, quanto os textos que a acompanham, sejam títulos ou textos explicativos, poderiam se referir ao grande logro desta personagem, que por meio de seu projeto, determinada obra se tornou realidade, aparecendo o citado, cortando a fita inaugural e levando os louros do feitio. Ficção? Não. O fato aconteceu, a fotografia documenta e todos os termos legais e testemunhais indicam que assim foi. Imagine-se agora, hipoteticamente, que essa figura, por exemplo, um prefeito, acabou de assumir e o projeto, as verbas, a contratação e a execução da obra foi realizada na gestão do prefeito anterior. A equipe que assessora o político, jornalistas, fotógrafos e outros poderiam esclarecer esses fatos, mas não o fazem, perdendo, de certa forma, a objetividade pelo envolvimento atingido com a figura em questão. Saer (1991) dá a entender que, utilizando a verdade e a ficção dessa maneira, elas se relativizam entre si. Assim, a ficção não necessariamente seria uma promulgação do oposto a verdade, que seria o falso. “A ficção [...] é um tratamento específico do mundo” (SAER, 1991, *Punto de Vista*, n. 40). Essa afirmação pode ser entendida, nestes parâmetros, como a visão específica do mundo do político que ele deseja que os usuários das redes sociais percebam, observando seu perfil no *facebook*.

Saer (1991) realiza uma leitura contemporânea dessa problemática dinâmica do dia a dia humano e coloca:

Por isso, não podemos ignorar que nas grandes ficções de nosso tempo, e talvez de todos os tempos, está presente esse entrecruzamento crítico entre verdade e falsidade, essa tensão íntima e decisiva, não isenta nem de comicidade nem de gravidade, como a ordem central de todas elas, às vezes enquanto tema explícito e às vezes como fundamento implícito de sua estrutura. (SAER, 1991, *Punto de Vista*, n. 40).

Para finalizar a visão deste conceito, Saer define a ficção como uma “antropologia especulativa” (SAER, 1991, *Punto de Vista*, n. 40). No âmbito político em questão, é necessariamente a especulação a ação praticada por excelência.

A ficção sempre foi inerente à fotografia (KOSSOY, 2007), e essa é um documento testemunhal que nasce a partir da criação de um operador e de possíveis atores dos acontecimentos daquele momento. Para o autor, tudo é representação. As realidades são criadas por meio desse processo. Existe certa elasticidade de compreensão ao longo da existência e da distribuição de qualquer imagem fotográfica por parte dos observadores.

A ambiguidade a que Kossoy (2007) se refere, transita entre o documento etnográfico ou até arquitetônico e a possibilidade de se transformar em uma eficiente ferramenta de propaganda “[...] geradora ou confirmadora de preconceitos, sempre dependendo dos textos (legendas, títulos, contextos) que acompanham tais imagens, de sua diagramação, dos veículos em que são inseridas e dos receptores que as apreciam”. (KOSSOY, 2007, p. 55).

Fica muito evidente, nas três variáveis citadas anteriormente, pré-fotográfica, fotográfica e pós-fotográfica, o quanto esse processo é importante na construção de realidades e ficções, nas galerias fotográficas do *facebook* citadas neste trabalho. É conveniente, nesse ponto, se deter nas linhas pensadas e escritas por Flusser (2002), na *Filosofia da Caixa Preta*. O autor dedica um capítulo inteiro da sua obra à distribuição da fotografia. Distingue, também, duas fases evidentes nesse processo. Primeiro, a produção das informações por meio da imagem, depois, a distribuição das mesmas:

O método da primeira fase é o diálogo, pelo qual informações já armazenadas na memória são sintetizadas para que resultem em novas (há também diálogo interno que ocorre em memória isolada). O método da segunda fase é o discurso, pela qual informações adquiridas no diálogo são transmitidas a outras memórias a fim de serem armazenadas. (FLUSSER, 2002, p. 46).

O diálogo se estabelece, no caso de fotografias que mostrem as atividades de um político, a partir do momento em que a informação, a respeito de quais são as ações e práticas essenciais que ele precisa realizar, para beneficiar, agradar ou satisfazer seus eleitores ou grupos de afinidade, já existem armazenadas nas suas memórias. Cabe lembrar a teoria da relevância de Sperber e Wilson citada por Silveira (2005), ao referir-se sobre a importância do contexto e das informações pré-concebidas e existentes nas memórias dos receptores:

Nessa teoria, então, é de fundamental importância o papel do contexto, entendido como um conjunto de suposições (informações) que vêm à mente do indivíduo no processamento inferencial da informação. Tais suposições podem advir do ambiente físico, observável, através do código linguístico ou de estímulos perceptuais, da memória enciclopédica, que armazena as nossas crenças e conhecimentos, e de raciocínios dedutivos. (SILVEIRA, 2005, p. 119-120).

Retomando agora a ideia anterior de Flusser (2002), o diálogo acontece quando o político enuncia temas como segurança, educação ou saúde, atraindo a atenção do público, pelo fato de que, para eles, essas ações são de suma importância. No segundo momento, o discurso realizado que é concretizado a partir das imagens fotográficas, reafirmam esses conceitos. De alguma forma, essas imagens são redistribuídas, inclusive para outras memórias, com o fim de serem armazenadas e, assim, servirem como alicerces para a construção da tão procurada realidade ou ficção, acerca do político em questão. Isso, tantas vezes quanto sejam replicadas, lembrando a característica intrínseca das imagens fotográficas de poderem, segundo Coccia, ser “os agentes da multiplicação das formas e da verdade”. (COCCIA, 2010, p. 33).

Antes que a era digital se estabelecesse e se consolidasse como uma das novas formas de distribuição das imagens fotográficas, existia a forma gráfica. As

fotografias impressas em páginas de jornais, revistas, livros e outros meios também perduravam através do tempo. Quantas vezes ao folhear uma antiga revista com dez ou quinze anos de existência, observam-se imagens que remetem ao passado e arrancam mais de um comentário carregado de saudades de outros tempos de seus observadores. Quando Flusser (2002) se refere ao vazio, do ponto de vista da distribuição das imagens fotográficas, está, de alguma forma, enxergando o fato antes citado. Ninguém consegue saber quando e quem observará essas imagens, e muito menos, até quando elas ficarão deambulando ante os olhos de algum leitor interessado. A ideia de vazio provém, precisamente, dessa incerteza da quantidade de ciclos de leitura e decodificação que possam vir a acontecer, depois de uma fotografia ser distribuída.

Em uma análise atualizada dos escritos de Vilém Flusser (2002) destaca-se que as imagens fotográficas hoje se valem, sim, de aparelhos para sua distribuição eficaz. Isto acontece a partir da criação da imagem fotográfica eletrônica ou digital. Não é mais o papel, o suporte para que aconteça tal distribuição, e sim, a informação binária, plasmada em *pixels* na memória física dos computadores dos observadores digitais. Ainda assim, o autor já vislumbrava esta possibilidade concreta: “É verdade que existem dispositivos, e que recentemente foram inventadas fotografias eletrônicas, que exigem distribuição por aparelhos” (FLUSSER, 2002, p. 47). Poder-se-ia conceituar o *facebook* como um aparelho de distribuição também. Ele consiste em um *site* com certas funcionalidades limitadas, como Flusser (2002) destaca, se referindo às possibilidades limitadas dos aparelhos, funcionalidades essas, que condicionam a forma como os usuários dele postam e distribuem as imagens em seus perfis.

Flusser (2002, p. 49) agrega ainda: “O aparelho de distribuição passa a fazer parte integrante do aparelho fotográfico, e o fotógrafo age em função dele”. Um claro exemplo dessa afirmação reside no formato proposto e limitado pelo *site* para a postagem de fotografias. Na linha do tempo existem duas dimensões e proporcionalidades (largura x altura) possíveis. Uma, a mais utilizada, é a postagem de fotos, as quais o próprio *site* recorta para a proporção aproximada de 1x1, ou seja, praticamente quadrada. A outra, menos utilizada, mas sendo uma ferramenta que permite dar maior destaque à imagem, tanto que a função no *site* é chamada precisamente de destaque, possui a proporção aproximada de 2x1, portanto,

retangular, ocupando assim quase a totalidade da largura do site. Cabe salientar que essas funções são aplicadas na página inicial de cada perfil, ou seja, na linha do tempo, se algum usuário clicar nos álbuns de fotografias, elas terão a proporcionalidade original. Tendo em conta esta “limitação” e “programação” nas possibilidades técnicas da utilização do aparelho, de acordo com as palavras de Flusser (2002), os operadores agem em função destas. Fotógrafos obturam seus equipamentos pensando, na pré-fotografia, na distribuição dos elementos e objetos dentro do enquadramento que respeitem essa proporcionalidade, visando que a distribuição será realizada por meio do *site* e procurando a maior visibilidade posterior dos elementos de destaque, como, por exemplo, o político.

Postar em um álbum, compartilhar na linha do tempo dos perfis de outros amigos, colocar a imagem no *status* de seu perfil ou dar um *like* ou curtir são ações que permite destacar, de alguma forma, uma imagem que alguém tenha postado em seu perfil. A função de compartilhamento permitida pelo *facebook* admite que as fotos postadas de um político na rede, em seu perfil, sejam destacadas e colocadas em evidência, para que outros seguidores realizem a mesma operação. Dessa forma, se dá a multiplicação e distribuição exponencial das imagens. Assunto esse tratado em outra parte deste trabalho.

Pode-se afirmar que o argumento “a fotografia, por sua vez, é multiplicável. Distribuí-la é multiplicá-la” (FLUSSER, 2002, p. 47), encontra sua máxima expressão na ação de compartilhamento relatada nas linhas anteriores. Dependendo da situação, da técnica, do contexto, da habilidade e do planejamento, uma imagem pode ser visualizada, em questão de horas ou dias por milhões de pessoas no Brasil ou no mundo inteiro.

Ainda analisando as possibilidades técnicas que o aparelho *facebook* permite a seus usuários e operadores, convém esclarecer que existem dois tipos de perfis que o usuário pode criar. Um, o mais utilizado, é o perfil pessoal, no qual uma determinada pessoa cria, com seus dados pessoais, uma página para utilizar. O outro é denominado de *fan page* – como a tradução sugere, página de *fans* ou quem preferir, fanáticos – e consiste em um espaço criado pelo interessado ou por outros, para dar destaque às ações. Os casos analisados de Fernando Haddad e Aécio Neves se enquadram na última opção. Ambas são *fan pages*. No momento da

criação destas, o usuário pode optar por uma denominação da pessoa para a qual foi criada. No caso de Neves, optou-se por “político”, já no de Haddad, por “figura pública”. Observa-se que aqui, também, o aparelho exerce seu domínio e coloca em prática suas limitações, já que não existem mais que umas vinte possibilidades de eleição. Os termos político e figura pública estão entre estas opções<sup>2</sup>.

Figura 10 - Cabeçalho do *facebook* de Fernando Haddad



Verifica-se, na Figura 9, a possibilidade de personalização do cabeçalho do perfil. No ângulo inferior esquerdo se destaca o perfil de “figura pública”.

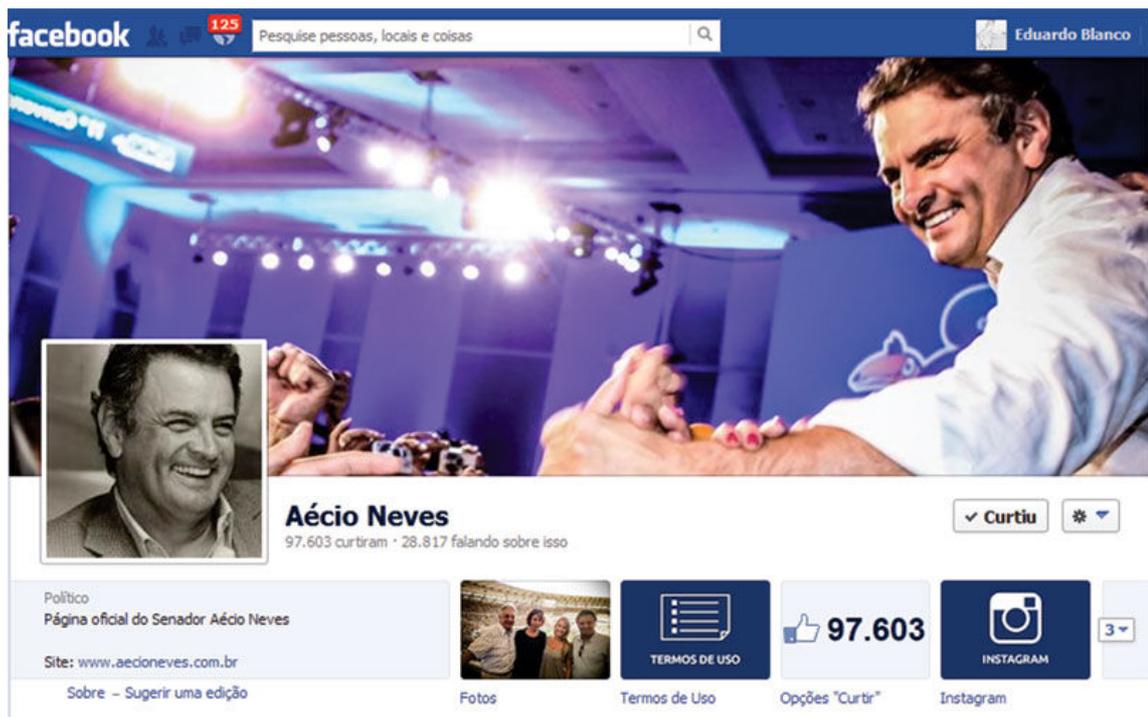
<sup>2</sup> As opções de perfis para a criação de *fan pages* que o *facebook* disponibiliza são as seguintes: animal; apresentador; artista; atleta; autor/diretor; autor; chefe; *dancer*; empresário; escritor; **figura pública**; funcionários públicos; humorista; jornalista; monarca; músico/banda; notícias de personalidades; personagem de filme; personagem fictício; **político**; produtor; professor; e treinador.

Figura 11 - Destaque da opção "Curtir" do *facebook* de Fernando Haddad



Na figura acima se destaca a quantidade de opções "curtir", neste caso, 19.504, ou seja, foi essa a quantidade de usuários da rede social que decidiram curtir esse perfil. As outras opções, à direita, são *links* ou encadeamentos para outras funcionalidades, no caso, um espaço dedicado a vídeos com formato de programetes de televisão (Pensenovo.tv) e outro espaço denominado "Viralize" que conduzia, na época de campanha, para um *site*, onde o usuário conseguia realizar *download* (cópia para seu computador de algum arquivo) de figuras, imagens, papel de parede e outros tipos de aplicativos com imagens alusivas à campanha do candidato.

Figura 12 - Cabeçalho do *facebook* de Aécio Neves



A Figura 11 apresenta o cabeçalho do perfil de Aécio Neves percebendo-se, uma vez mais, a possibilidade técnica que o aparelho *facebook* permite de personalizar o perfil. Mas realizando um comparativo com o cabeçalho de Haddad, percebe-se que existem certas limitações já que os formatos, tamanhos e distribuição espacial são limitados e comuns para todos os perfis. Verifica-se a opção da *fan-page* como “político”.

Figura 13 - Destaque da opção “Curtir” do *facebook* de Aécio Neves



A imagem passada mostra a quantidade de opções “curtir”, neste caso, 97.603 usuários optaram por essa ação. À direita, um encadeamento com o *site* de compartilhamento e repositório de fotografias, de propriedade da empresa *facebook*.

A Figura 13, a seguir, mostra uma fotografia utilizando a opção “destaque”, que permite a exposição em toda a largura do *site* na linha do tempo do perfil de Haddad. Percebe-se uma linha propositiva lógica, já que naquele momento, ele era candidato à prefeitura da cidade de São Paulo. O texto principal que acompanha a fotografia do candidato, em forma de título, diz “É Hora de Mudar”, reforçando a linha de proposta de algo novo para a cidade. Verifica-se, do ponto de vista de tratamento da imagem, que existe um trabalho realizado em algum programa de edição gráfica, pelo fato de existir uma fusão entre a fotografia e o fundo branco dos textos, que ao mesmo tempo, se encontra em fusão com o branco da camisa da personagem. É evidente, o tratamento realizado em estúdio, seguindo uma linha proposta no resto das imagens destacadas nesse trabalho, que mostra a estratégia de propostas traçadas pelo candidato e sua equipe de campanha.

Figura 14 - Imagem em destaque na linha do tempo do facebook de Fernando Haddad

facebook 125 Pesquise pessoas, locais e coisas Eduardo Blanco

Fernando Haddad 13 Linha do tempo Agora Curtiu

<http://pensenovotv.com.br/descricao/horario-politico-e-hora-de-mudar>

É hora de mudar

"É hora de mudar", diz Fernando Haddad. "Mudar as condições de vida de quem vive na periferia. Mudar a qualidade do transporte público e a velocidade do trânsito. Mudar o atendimento na área de saúde. Mudar as oportunidades de trabalho, de acesso à cultura, de acesso ao lazer. E nós vamos fazer isso."

**Haddad NA TV 1º PROGRAMA SEGUNDO TURNO**

**É HORA DE MUDAR**

Curir · Comentar · Compartilhar 525 105 678

Fernando Haddad 13 esteve com Sandra Amanda M e outras 24 pessoas. 15 de outubro de 2012

**Haddad CAMINHADA NO CENTRO E MINI-COMÍCIO NA 25 DE MARÇO HOJE**

Fernando Haddad 13 14 de outubro de 2012

Carreata - Jaçanã (8 fotos)

t=a.344298178978914.79190.340743789334353&type=1&relevant\_count=1

Na imagem da Figura 14, mais um exemplo de fotografia em destaque, desta vez, recebendo o apoio do ex-presidente Lula da Silva. Também se observa a continuidade no padrão gráfico e editorial que acompanha a maioria das imagens.

Figura 15 - Imagem em destaque na linha do tempo do *facebook* de Fernando Haddad

The image shows a screenshot of a Facebook profile for Fernando Haddad 13. The top navigation bar includes the Facebook logo, a search bar with the text "Pesquise pessoas, locais e coisas", and the user's name "Eduardo Blanco". Below this, the profile name "Fernando Haddad 13" is visible along with navigation options "Linha do tempo" and "Agora", and a "Curtiu" button.

The main post is from October 5, 2012, and is titled "Caminhada da Vitória (10 fotos)". The text of the post reads: "Lula: 'Um candidato que tem a militância que nós temos deve se orgulhar'". The photo shows a group of people at a political rally, with several individuals in red shirts raising their arms in a gesture of support. A banner in the foreground reads "Caminhada da Vitória" and "Haddad".

Below the main photo is a row of smaller thumbnail images from the album. The post has 145 likes, 15 comments, and 93 shares. Below the main post, there are two smaller preview images. The left one is a smaller version of the rally photo. The right one is a promotional banner for "PENSE NOV tv" featuring the number "13" and the name "Haddad" above "LULA".

Na sequência verifica-se, no perfil do *facebook* de Neves, a utilização da ferramenta “destaque”, igual a das figuras anteriores.

Figura 16 - Imagem em destaque na linha do tempo do *facebook* de Aécio Neves

facebook 97 Pesquise pessoas, locais e coisas Eduardo Blanco

**Aécio Neves** Linha do tempo Agora ✓ Curtiu

**Aécio Neves**  
6 de dezembro de 2012

"Perdemos um dos mais importantes brasileiros de nossa história. Não há outras palavras para defini-lo: Niemeyer era simplesmente genial, talento puro, ousadia e inquietude e também inspiração permanente. No seu trabalho, encontramos uma densa brasilidade, expressa pelo movimento, pelas curvas e a fortíssima presença do inédito, do inusitado em contraponto aos padrões e ao óbvio. A sua obra tem o exato tamanho do autor, que teve uma trajetória exemplar, sempre coerente com suas idéias e convicções. Sempre ao lado do Brasil e dos brasileiros." - Aécio Neves

Na foto, Aécio visita Oscar Niemeyer, em seu escritório, na fase final das obras da Cidade Administrativa Tancredo Neves, projetada pelo arquiteto.

Foto: Omar Freire/Imprensa MG



Curtir · Comentar · Compartilhar 498 24 255

**Aécio Neves** compartilhou um status  
5 de dezembro de 2012

Amigos, este é um espaço de informação e de discussão de ideias. Pedimos que sejam evitados comentários ofensivos, agressivos ou discriminatórios, sobre pessoas de qualquer partido político. Vamos manter aqui um clima de respeito. Lembrando o mineiro Milton Campos, "quem briga são as ideias, não os homens".

Curtir · Comentar · Compartilhar 73 10 14

**Aécio Neves**  
4 de dezembro de 2012 às 22:40

Aécio Neves considerou como imprudente e autoritária a intervenção feita pelo governo federal no setor de energia do país, sem antes dialogar com estados e com as empresas do setor.

Após o anúncio da decisão da Cesp e da Cemig de não renov... [Ver mais](#)



Na mesma linha de ação, esta mostra a fotografia em destaque de Neves, junto ao arquiteto brasileiro Oscar Niemeyer.

Figura 17 - Imagem em destaque na linha do tempo do *facebook* de Aécio Neves

facebook 97 Pesquise pessoas, locais e coisas Eduardo Blanco

Aécio Neves Linha do tempo Agora Curtiu

Curtir · Comentar · Compartilhar 439 53 135

Aécio Neves 7 de janeiro

Há dez anos, o governo de Aécio Neves implantou, em Minas Gerais, o "Choque de Gestão". Esse modelo de gestão pública, reconhecido internacionalmente, reduziu o déficit financeiro do Estado e criou condições para que o governo gastasse menos com a sua estrutura administrativa e mais com os projetos sociais e de infraestrutura.

Na imagem, Aécio Neves, então governador de Minas, durante o anúncio do "déficit zero" nas contas do Estado, em novembro de 2004.

Foto: Omar Freire / Imprensa MG

**Déficit Zero**

«Não há política pública mais transformadora do que a correta aplicação do dinheiro público, com transparência e eficiência» - Aécio Neves

Curtir · Comentar · Compartilhar 529 81 353

Aécio Neves 7 de janeiro

**Dez anos do choque de gestão**  
Aécio Neves, Folha de S. Paulo, 7 de janeiro de 2013

"Choque de gestão" foi a expressão que utilizamos para marcar o resgate da governabilidade de Minas, engolfada em 2003 pela maior crise financeira de sua história, recolocando o Estad...

Continuar lendo...

Curtir · Comentar · Compartilhar 50 16 14

Aécio Neves 2 de janeiro

Parabéns a todos que os assumem, a partir de hoje, novas responsabilidades no país, em especial os mais de 5 mil prefeitos e vereadores tucanos que tomaram posse ontem, em todo o Brasil. Desejo que possam retribuir toda a confiança depositada em vocês com muito trabalho, compromisso e ética. - Aécio Neves

Curtir · Comentar · Compartilhar 412 48 39

Aécio Neves

Aqui, Neves pousando frente à logomarca do programa Déficit Zero aplicado no governo de Mina Gerais. Imagem também postada utilizando a opção “destaque”.

Figura 18 - Linha do tempo do *facebook* de Fernando Haddad

The image shows a screenshot of the Facebook profile of Fernando Haddad. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and the name 'Eduardo Blanco'. Below this, the profile name 'Fernando Haddad 13' is visible along with 'Linha do tempo' and 'Agora' tabs. The main content area features a large promotional image for a TV program. The text on the image reads: 'CHEGOU A HORA DE TORNAR O NOVO REALIDADE' in large white and yellow letters, and 'Haddad NA TV 12º PROGRAMA SEGUNDO TURNO' in a red banner at the bottom. Below the image are interaction buttons: 'Curtir', 'Comentar', and 'Compartilhar', along with counts for likes (444), comments (90), and shares (313). The timeline below shows two posts from October 26, 2012. The first post is titled 'Momentos Marcantes (47 fotos)' and includes a photo of a crowd of people wearing white t-shirts with 'HADDAD 13' printed on them. The second post is a text-based update: 'No encontro com representantes da cultura do Brasil, Fernando Haddad foi questionado - por convidados como Emicida, André Frateschi e Fernando Anitelli (O Teatro Mágico) - sobre como vai devolver a cidade às manifestações artísticas de rua e acabar com a repressão vigente contra elas. Veja agora: <http://pensenovotv.com.br/descricao/policia-reprime-cultura-na-periferia>'. To the right of the text is a small photo of a man wearing glasses.

Na imagem anterior e nas Figuras 18, 19 e 20 aparecem diferentes momentos da linha do tempo do perfil de Haddad. Destacam-se imagens de Lula, do povo, de *slogans* de campanha, de Haddad, da presidente Dilma e de um quadro de propostas para a cidade de São Paulo. Importante destacar, também, que alguns

espaços são dedicados a levantar críticas para os gestores e candidatos do partido de oposição.

Figura 19 - Linha do tempo do *facebook* de Fernando Haddad

The image shows a screenshot of the Facebook profile of Fernando Haddad. At the top, the Facebook interface includes the search bar with the text "Pesquise pessoas, locais e coisas" and the name "Eduardo Blanco". Below the search bar, the profile name "Fernando Haddad 13" is visible, along with navigation options "Linha do tempo" and "Agora", and a "Curtiu" button.

The main post features a large image of a crowd at a political event. Overlaid on the image is the text: "a gente sempre sonhou: uma Nação soberana, digna, consciente da própria importância no cenário internacional e, ao mesmo tempo, capaz de abrigar, acolher e tratar com justiça todos os seus filhos", Lula, ao tomar posse como presidente, em 2002." Below the image, there are interaction options: "Curtir · Comentar · Compartilhar" and engagement statistics: "389", "60", and "419".

Below the main post, there are two smaller posts. The first is a live broadcast announcement: "Fernando Haddad 13 esteve com Santo Humberto Lunetta Filho e Willian Santos. 27 de outubro de 2012". It features a red and black graphic with the text "HORA H ao vivo" and "ESQUENTA PARA AS ELEIÇÕES BALANÇO DA CAMPANHA". It also includes the website "A PARTIR DAS 15H NO PENSENOVOTV.COM.BR" and social media handles "COBERTURA NO TWITTER @PENSENOVOTV" and "#VoteHaddad13". Interaction options and statistics are shown at the bottom: "Curtir · Comentar · Compartilhar" and "284", "56", "121".

The second post is titled "Último debate\_Globo (6 fotos)" and shows a photo of Fernando Haddad in a suit and tie, smiling. Below the main photo are three smaller thumbnail images showing him in different settings.

Cabe chamar a atenção, na Figura 18, para a mudança de vestimenta acontecida em Haddad. Desta vez, com terno e gravata, diferente das imagens nas que aparece na rua junto à população. Tudo indica que estaria participando de um programa de televisão. A encenação e preparação, que Beatriz Sarlo defende em suas escritas, se fazem evidentes neste grupo de imagens.

Figura 20 - Linha do tempo do *facebook* de Fernando Haddad

The image shows a screenshot of a Facebook profile for Fernando Haddad. At the top, the Facebook navigation bar is visible with the search bar and the name 'Eduardo Blanco'. Below the navigation bar, the profile name 'Fernando Haddad 13' is shown along with 'Linha do tempo' and 'Agora' tabs. A large post features a portrait of Haddad and the text: **PAULISTANOS JÁ ESCOLHERAM O MELHOR CANDIDATO**. Below this post are interaction buttons and counts: 'Curtir · Comentar · Compartilhar' and '454 101 423'. To the left, a photo album titled 'Você é Haddad?' is displayed, containing nine images of the letter 'H' in various styles and colors. Below the album are interaction buttons and counts: 'Curtir · Comentar · Compartilhar' and '523 103 340'. To the right, another post from 'Fernando Haddad 13' dated '23 de outubro de 2012' is visible. The text of the post reads: 'Sabia que o recorde de 295 quilômetros de congestionamento em São Paulo foi alcançado na gestão Serra-Kassab? Isso significa demorar 30 minutos para percorrer apenas uma quadra. Se na propaganda de José Serra o trânsito está tranquilo, na vida real o apagão no transporte é evidente. #SerraDáPraAcreditar? Assista e compartilhe: <http://pensenovotv.com.br/descricao/o-apagao-do-transporte>'. Below the text is a video thumbnail showing a highway with a bridge and the text: **#SerraDáPraAcreditar? O Apagão no Transporte que o Serra escondeu**. At the bottom of the video are interaction buttons and counts: 'Curtir · Comentar · Compartilhar' and '203 63 180'.

Um detalhe chama a atenção na imagem acima, os diferentes grafismos da letra “H”, utilizada na campanha e proveniente do sobrenome do candidato, Haddad. Fica clara a utilização de programas gráficos para a criação desses desenhos, seguindo uma linha de raciocínio proposital com a intenção de fixar na mente dos eleitores a letra “H”, de forma plástica, pitoresca, colorida, atrativa.

Figura 21 - Linha do tempo do *facebook* de Fernando Haddad

facebook (97) Fernando Haddad 13

facebook Pesquise pessoas, locais e coisas Eduardo Blanco

Fernando Haddad 13 Linha do tempo Agora Curtiu

**PARTICIPE DESSA CORRENTE PARA MUDAR SÃO PAULO**

★ COMÍCIO COM LULA, DILMA E HADDAD NO GINÁSIO DA PORTUGUESA AMANHÃ ÀS 18H ★

Curtir · Comentar · Compartilhar 551 90 622

Fernando Haddad 13 compartilhou a foto de Fernando Haddad 13. 19 de outubro de 2012

Para conhecer todo o programa de governo de Fernando Haddad, vá por aqui:  
[http://pensenovotv.com.br/areas/programa\\_governo\\_antigo/](http://pensenovotv.com.br/areas/programa_governo_antigo/)

**PROPOSTAS DE HADDAD PARA MUDAR SÃO PAULO**

★ **ZONA OESTE** ★

- MORADIAS DO MINHA CASA MINHA VIDA
- CINCO CENTROS DE SAÚDE HORA CERTA
- UM VIADUTO NA RAIMUNDO PEREIRA
- QUATRO NOVOS CEUS

Fernando Haddad 13 19 de outubro de 2012

"No horário de pico está mais cheio e apertado que uma micareta", sobre a situação dos nossos trens e metrô.

Como é bom o transporte público da cidade de São Paulo na propaganda eleitoral de José Serra. Fomos até a Linha Amarela do metrô conferir se as coisas são realmente assim.

Assista agora e dê sua opinião: <http://pensenovotv.com.br/descricao/metro-vazio-so-na-campanha-do-serra>

#SerraDáPraAcreditar?

Imagem de passageiros em um trem.

Na Figura 20, uma imagem clara e forte, do ponto de vista político, de um abraço maternal da presidente para com o candidato Fernando Haddad e o texto sobreposto a imagem, novamente oferecendo uma proposta de mudança, dizendo “Participe dessa corrente para mudar São Paulo”.

A partir de agora, as Figuras 21, 22, 23 e 24 exibem os diferentes momentos da linha do tempo de Neves. Em destaque ele com figuras públicas conhecidas, participando de programas de televisão, com colegas deputados e senadores, com o político Ulysses Guimarães em sua juventude e, também, da mesma forma que Haddad, dedicando espaços para exibir críticas ao partido de oposição.

Também na Figura 21, uma imagem durante um programa de televisão de caráter esportivo, mostrando o livre trânsito por diferentes temáticas de ordem social, aqui do ponto de vista esportivo. Denota-se nesta, assim como no resto das imagens, a utilização de vestimentas de cunho social, sem perder, em nenhum momento, sua postura altruísta.

Na Figura 22, sempre na mesma linha proposta nas demais, mostra uma clara padronização pensada previamente e aplicada em cada imagem, tanto do ponto de vista plástico, estético e dinâmico. No texto inferior direito desta figura, observa-se um texto postado e diagramado que faz referência em destaque a três palavras: meritocracia; planejamento; e responsabilidade. Textos que servem de apoio ideológico para o sentido dado nas imagens fotográficas em questão, no perfil da rede social analisada. Sentido este que indica e ressalta a figura de metodista, estatística é ótimo gestor da coisa pública.

Figura 22 - Linha do tempo do facebook de Aécio Neves

facebook 97 Pesquise pessoas, locais e coisas Eduardo Blanco

Aécio Neves Linha do tempo Agora Curtiu

Curtir · Comentar · Compartilhar 413 79 102

**Aécio Neves**  
27 de abril

O professor Elias Murad foi, ao longo de toda a vida, uma das principais referências no que diz respeito ao enfrentamento de uma das maiores tragédias da sociedade moderna: o avanço do consumo de drogas. Era respeitado não apenas em Minas G... Ver mais




Curtir · Comentar · Compartilhar 2.831 257 581

**Aécio Neves**  
26 de abril

A surpresa de participar, ao vivo, do programa Esporte News, com Pequetito e Bruno Garces, em uma visita não programada às instalações da BH News.



Curtir · Comentar · Compartilhar 1.882 118 363

**Aécio Neves**  
25 de abril

Em uma semana, o PT cometeu duas violências contra a democracia. A primeira delas foi tentar impedir a criação de novas alternativas partidárias, com o objetivo claro de inviabilizar a candidatura da ex-ministra Marina Silva. A segunda foi a aprovação, na CCJ da Câmara dos Deputados, de uma flagrante inconstitucionalidade, que viola uma das cláusulas pétreas da Constituição: a separação e a indepe... Ver mais

Curtir · Comentar · Compartilhar 5.907 713 3.585

**Aécio Neves**  
25 de abril

...a-564481606030058-1073741827-411754008860486-Rtuna-1-Rrelevant-count-4

Figura 23 - Linha do tempo do *facebook* de Aécio Neves

facebook 97 Pesquise pessoas, locais e coisas Eduardo Blanco

**Aécio Neves** Linha do tempo Agora ✓ Curtiu

Um encontro, no Senado, com a deputada federal Mara Gabrilli, uma das maiores defensora dos direitos das pessoas com deficiência, no Brasil.  
<http://instagr.am/p/Wzz2z-icAo/>  
 Foto: Gerdan Wesley



Curtir · Comentar · Compartilhar 936 65 167

Aécio Neves, no evento "Recuperar a Petrobras é nosso desafio - PSDB: A favor do Brasil, a favor da Petrobras", realizado, ontem, na Câmara dos Deputados, em Brasília.  
 Foto: George Gianni



É necessário reestatizar a Petrobras, que foi partidarizada pelo PT

/aecionevesoficial Aécio Neves

Curtir · Comentar · Compartilhar 1.229 132 721

**Aécio Neves** compartilhou a foto de Eduardo Leite.  
 12 de março

Parabéns, Eduardo!

Estou deixando Brasília, onde estive tratando da construção de escolas de Educação Infantil (creches), no FNDE, e recuperação do nosso patrimônio histórico, no IPHAN.

Acertei um espaço na agenda pra ir abraçar um ilustre amigo que aniversariou junto comigo no dia 10, o Senador Aécio Neves!



**Aécio Neves**  
 13 de março

“

Nós precisamos demonstrar ao Brasil

QUE A MERITOCRACIA  
*vai vencer o aparelhamento,*

QUE O PLANEJAMENTO  
*vai superar o improviso*

E QUE A RESPONSABILIDADE  
*vai tomar o lugar do despreparo.*

” Aécio Neves

Seguem um grupo de imagens que foram postadas com críticas evidentes ao partido que ocupa o governo federal. Fica clara a formatação dos textos e ao tratamento gráfico padronizado realizado em estúdio.

Figura 24 - Linha do tempo do facebook de Aécio Neves

The image shows a Facebook profile for Aécio Neves with a timeline of four posts from February 20, 2012. Each post features a white text box with a red circle containing a number, followed by a title and a quote. The posts are:

- Post 12:** "OS 13 FRACASSOS DA GESTÃO DO PT" - "O estímulo à intolerância e ao autoritarismo". Quote: "O PT ESTIMULA A INTOLERÂNCIA COMO INSTRUMENTO DE AÇÃO POLÍTICA. TRATA ADVERSÁRIO COMO INIMIGO. O GOVERNO PETISTA NÃO DIALOGA COM O CONGRESSO, MANTENDO-O SUBORDINADO A SEUS INTERESSES E CONVENIÊNCIAS, COMO MERO HOMOLOGADOR DE MEDIDAS PROVISÓRIAS."
- Post 11:** "OS 13 FRACASSOS DA GESTÃO DO PT" - "Descaso na saúde, frustração na educação". Quote: "O DESCOMPROMISSO E AS SUCESSIVAS MANOBRAS COM INVESTIMENTOS ANUNCIADOS E NÃO EXECUTADOS NA ÁREA DA SAÚDE AGRIDEM MILHÕES DE BRASILEIROS. O GOVERNO HERDOU A UNIVERSALIZAÇÃO DO ENSINO FUNDAMENTAL, MAS FOI INCAPAZ DE ELEVAR O NÍVEL DA QUALIDADE EM SALA DE AULA."
- Post 10:** "OS 13 FRACASSOS DA GESTÃO DO PT" - "Insegurança pública e o flagelo das drogas". Quote: "CERCA DE 87% DE TODOS OS INVESTIMENTOS EM SEGURANÇA PÚBLICA NO BRASIL VÊM DOS COFRES MUNICIPAIS E ESTADUAIS E APENAS 13% DA UNIÃO. OS GASTOS SÃO DECRESCENTES E INSUFICIENTES: ANO PASSADO, APENAS 24% DOS R\$ 3 BILHÕES PREVISTOS NO ORÇAMENTO FORAM INVESTIDOS. ENTRE 2011 E 2012, A UNIÃO JÁ REDUZIU EM 21% SEUS INVESTIMENTOS EM SEGURANÇA."
- Post 9:** "OS 13 FRACASSOS DA GESTÃO DO PT" - "O desmantelamento da Federação". Quote: "O GOVERNO FEDERAL NÃO ASSUME, COMO DEVERIA, O PAPEL DE COORDENADOR DAS DISCUSSÕES VITAIS PARA A FEDERAÇÃO COMO AS QUE ENVOLVEM AS DIVIDAS DOS

Dando entrevista para imprensa e com antigos políticos de renome em sua juventude, são as imagens em destaque na Figura 24.

Figura 25 - Linha do tempo do *facebook* de Aécio Neves

facebook 97 Pesquise pessoas, locais e coisas Eduardo Blanco

**Aécio Neves** Linha do tempo 2012 Curtiu

"Os brasileiros lembram neste mês, com reverência, os 20 anos do desaparecimento de Ulysses Guimarães. Permitiu o destino que, anos depois, eu me sentasse na cadeira de Ulysses, na Presidência da Câmara dos Deputados, e não foram poucas as vezes em que, para tomar decisões complexas, me inspirei no velho timoneiro. Foi nesse período que, com o apoio de diferentes forças políticas, acabamos com a imunidade parlamentar para crimes comuns e criamos na Câmara o conjunto de medidas que ficou conhecido como Pacote Ético." - Aécio Neves

Curtir · Comentar · Compartilhar 86 8 16

**Aécio Neves** 22 de outubro de 2012

"Ulysses Guimarães foi e será sempre símbolo da luta pela democracia e pela justiça social, que encontra sua melhor tradução na Constituição" - Aécio Neves

Foto: Arquivo da Câmara dos Deputados



«Ulysses Guimarães foi e será sempre símbolo da luta pela democracia e pela justiça social, que encontra sua melhor tradução na Constituição»  
Aécio Neves

Curtir · Comentar · Compartilhar 116 8 57

**Aécio Neves** 5 de setembro de 2012

"No momento em que estabelecemos limites para as medidas provisórias, estamos na verdade fortalecendo o Parlamento, hvf2&campaign\_id=368901427978&extra\_1=auto dor. eleito para isso.

Foto: Gerdan Wesley



Curtir · Comentar · Compartilhar 50 3 19

**Aécio Neves** 24 de setembro de 2012

"O transplante é a única alternativa para cerca de 20 mil pacientes por ano, no país, portadores de doenças graves. Eu sou doador. E você?" - Aécio Neves

Curtir · Comentar · Compartilhar 34 1 2

**Aécio Neves** 17 de setembro de 2012

"O Mineirão será o primeiro estádio brasileiro a ser entregue atendendo, na plenitude, as exigências da Fifa. Nenhum estado brasileiro investiu tanto no futebol, quanto o estado de Minas Gerais. Fico muito orgulhoso não apenas de ver o Mineirão já quase pronto, mas o Brasil reconhecendo este nosso esforço. Vamos ter aqui a seleção brasileira jogando, vamos ter aqui a seleção brasileira se preparando. Será um grande momento" - Aécio Neves

O estádio será entregue no dia 21 de dezembro. Ele terá capacidade para receber 64 mil torcedores.

Observe-se que a imagem em preto e branco denota, junto com sua imagem, uma idade menor, um fato acontecido em algum momento do passado. Fotografias, sempre mostram o passado, o noema de Barthes, "isso foi".

É correto sempre lembrar que a importância de toda essa ação de distribuição, compartilhamento e destaque das imagens fotográficas não possui um sentido de apropriação destas, raramente alguém salvará as imagens em seus discos rígidos para, de alguma forma, possuí-las. O que os usuários procuram com esta ação é compartilhar os significados e informações inerentes a cada fotografia. Flusser (2002, p. 47) esclarece: “a fotografia enquanto objeto tem valor desprezível. Não tem muito sentido querer possuí-la. Seu valor está na informação que transmite”.

Distribuição e discurso acontecem por uma dinâmica massificadora que Flusser (FLUSSER, 2002, p. 46) cita como “o quarto método discursivo” que funciona como um processo de emissão de informação para o “espaço vazio”. Assim, este processo de distribuição se encarrega de disseminar imagens, sentidos, informações, ideologias, realidades construídas entre os consumidores de tais imagens.

Pesquisando algumas definições dos significados dos diferentes estágios da internet, verificam-se os seguintes conceitos no Manual de Redação e de Assessoria de Imprensa da FAB:

- a *Web 1.0*, semelhante a uma biblioteca, permite assistir e ler, mas não ter um vínculo com a fonte da informação, exceto por meio da troca de *e-mails*;
- a *Web 2.0* é o espaço onde as pessoas fazem contatos entre si, originando a *web social*. Ela permite enviar e baixar arquivos por conta própria. Há geração de conteúdos<sup>3</sup> próprios, geralmente novos e, portanto, diferentes do que já existe. Facilita a comunicação entre as pessoas e promove a formação de grupos de indivíduos com interesses comuns. Se a *Web 2.0* fosse uma biblioteca, qualquer

---

<sup>3</sup> É muito criticável a versão de conteúdos independentes dos quais tanto se fala e se defende hoje na internet. Existem metodologias bem claras que indicam a melhor forma de posicionar e obter destaque para tais conteúdos. Muitos desses são criados para a construção de uma determinada realidade, portanto, manipulados e concebidos com algum interesse específico. Quem mais poder possui para criar quantidade de conteúdos e ainda realizar as operações técnicas para conseguir o destaque deles na rede, são aquelas equipes melhor estruturadas, com melhores equipamentos e com mais acesso a todos os meios de informação, assim como a todas as ferramentas disponíveis para tal operação. Sem dúvida que este poder é atrelado ao poder financeiro. Portanto, a possibilidade de manipulação se torna maior.

pessoa poderia colocar um texto seu na estante e escolher textos alheios. Mas os autores também podem comunicar-se e discutir as suas obras; e

- a *Web 3.0* envolve a conexão de informações disponíveis em plataformas já existentes. Voltando ao exemplo da biblioteca, além dos elementos descritos acima, esta inclui a “presença” de um conselheiro (não uma pessoa, mas um *software*) que interpretam quais são as obras ou autores favoritos do usuário para recomendar-lhe um novo título ou sugerir-lhe outro autor.

O lançar informação para o espaço vazio, ao qual Flusser (2002) se refere acima, faz total sentido na *Web 2.0*, onde a construção do conhecimento e a captação de informações acontecem de forma colaborativa, isto é, por todos os internautas. Alonso e Arébalos (2009) destacam que nesta virada conceitual da forma de entender e interagir na internet, nasce o sentimento e ação de construção colaborativa:

*Frente a este nuevo medio de expresión, había una massa de usuarios muy motivada, dispuesta a utilizar estas herramientas para mostrarle al mundo lo que sabía o pensaba. (ALONSO; ARÉBALOS, 2009, p. 55).*

Frente a este novo meio de expressão, existia uma massa de usuários muito motivada, disposta a utilizar estas ferramentas para mostrar ao mundo o que sabiam e pensavam. (ALONSO; ARÉBALOS, 2009, p. 55).

Vaz (2008, p. 45) chama este momento da *Web 2.0* de tempos de “melhor aproveitamento da inteligência coletiva e do poder de processamento da máquina cliente. Poder às pessoas”. Sobre o mesmo assunto Vaz (apud SHIRAKASHI, 2008, p. 45) agrega que: “representa a transição para um novo paradigma onde a colaboração ganha força suficiente para concorrer com os meios tradicionais de geração de conteúdo”. Essa transição mostra que as informações e os conteúdos produzidos e postados na internet se tornam mais democráticos; que todos os setores tenham voz; e que todos os usuários possam gerar seus conteúdos e postá-los para que outros usuários tenham acesso, de forma simples e rápida. Que ao

mesmo tempo em que todos consomem textos, fotos e informações possam, também, opinar sobre estas por meio de comentários nos múltiplos espaços virtuais existentes. Também no sentido de cada internauta ser multiplicador daquilo que gosta e crítico das ideias e práticas com aquelas de que não concorda.

O autor ainda sustém: “[...] plataforma de socialização e interação entre usuários graças ao compartilhamento e criação conjunta de conteúdo”. (VAZ apud FELITTI, 2008, p. 46). Para finalizar, Vaz (2008) sugere que as pessoas não são mais “nômades”, caçadores e coletores, agora se tem nome, plantam-se conteúdos, colhe-se conhecimento e criam-se novos mundos.

Vale aqui esclarecer, voltando à ideia de distribuição de Flusser (2002), que o termo “espaço vazio” não se refere a um ambiente sem sentido, muito pelo contrário. Esse espaço é formado pela oportunidade de transmissão viral<sup>4</sup>, termo dado à propagação das informações nas redes sociais, fazendo uma analogia com a dinâmica de expansão de uma epidemia ocasionada a partir de um vírus, e pela exponencialidade oferecida pelas redes sociais, além da possibilidade técnica existente de que uma imagem postada por alguém possa ser visualizada pelos seus amigos na rede, assim como pelos amigos de seus amigos e assim sucessivamente. Daqui, a expressão vazio, mais pela sua falta de fronteiras que pela ausência de sentido. Nesse sentido, assim como foi dito na explicação do vazio em meios de comunicação gráficos, tais como jornais, revistas, livros e outros, nos espaços virtuais, principalmente nas redes de compartilhamento, ninguém consegue ao certo afirmar até onde, quando e por quem as imagens postadas nestas serão observadas e decifradas.

No âmbito digital, o espaço vazio, ganha real magnitude. Nas impressões gráficas, a própria durabilidade do papel faz com que exista um tipo de limitação temporal, um dia a revista se destrói e deixa de existir como tal. A imagem fotográfica existente nessa publicação segue a mesma sorte. Já nos espaços digitais, uma imagem pode perdurar por muitos e muitos anos. Nestes tempos de pensamentos e ações digitais parece existir certa razão de existir digital, sem a qual, não se imagina uma vida concreta sem imagens binárias que perpetuem os atos dos

---

<sup>4</sup> A palavra viral nos espaços virtuais tem um significado semelhante ao biológico, à propagação das informações – imagens neste caso – de forma exponencial, rápida, quase que por contágio. Daqui, a alusão ao termo viral.

indivíduos. De Paula (2013) reflete acerca desta emergência e discute a possibilidade de estar acontecendo um desvio visual, por causa desta digitalização da existência humana:

Contraditoriamente, em um mundo de imagens, a visão parece atrofiar-se. E com a emergência do digital, o estatuto da fotografia ficou mais repleto de dúvidas, contradições e constantes mudanças. Construída por simulações numéricas e sem suporte material, ela está em todos e em nenhum lugar ao mesmo tempo. É nesse processo que a luz da fotografia analógica é substituída pelo cálculo numérico e, para muitos pesquisadores, o visível escapa da eterna ordem imaterial da câmera obscura e se aloja em outro aparato, a instável fisiologia e temporalidade do corpo. O olho humano, lançado numa tremenda confusão pela nova mágica do visível, passa a ser afetado por uma série de limites e dúvidas. Isto é, a lógica figurativa da representação é substituída pela simulação, deixando a todos perplexos diante de um pseudorealismo que insiste na potência conflituosa entre criação e documentação. (DE PAULA, 2013).

Historicamente, a mudança, a partir da qual nasce esta condição de perpetuidade e compartilhamento digital das imagens fotográficas, aconteceu no momento de virada conceitual, a respeito do que é a internet. Junto com a denominação 2.0 veio o entendimento de que a internet não é mais uma rede de computadores, como muitos ainda afirmam e como sempre foi a definição de *práxis*, mas sim, uma rede mundial de “pessoas”. Já não interessa se for através de um *desktop* (computador de mesa), *laptop* (computador portátil), *tablete* (dispositivo pessoal em forma de prancheta), *smartphone* (aparelho portátil com funcionalidades avançadas) ou de qualquer outro tipo de *device* (termo que significa aparelho mais utilizado para denominar qualquer tipo de tecnologia que permita aos indivíduos se deslocarem de um lugar a outro, portando internet e comunicabilidade). Não, não interessa o formato do aparelho, porque sempre atrás dele existirá um ser humano buscando comunicação e informação. São as pessoas que formam esta grande rede ao redor do fogo virtual, fato que foi tratado em outra parte deste trabalho. É entre elas que a comunicação flui, sempre dentro das limitações que o aparelho permite, mas os conteúdos são criados nas mentes dos operadores desses aparelhos. O conceito de mobilidade dos *devices* caminha na direção das possibilidades de estar vinte quatro horas por dia plugado. Em qualquer deles, a todo o momento, os usuários conseguem ter acesso à internet e, por meio desta comunicação com todos os meios de informação, com todas as redes sociais, com prestadores de serviços e

com qualquer outro tipo de operação que demande uma presença digital. Nesta dinâmica que acontece a exibição e compartilhamento das imagens fotográficas dos políticos na rede.

Para Vaz (2008, p. 239), a internet é “um fenômeno social e deve ser visto como tal. Ela cria um enorme inconsciente coletivo digno de um Jung, porém, cibernético”.

Baseados nestes conceitos entende-se a forma de colaboração que se vivencia hoje nos meios digitais. Transportando-os para este trabalho, pode-se entender que essa construção do conhecimento está pautada pela construção de uma memória, de uma realidade mostrada em imagens fotográficas visto que, segundo Kossoy (1999, p. 22), “a fotografia tem uma realidade própria que não corresponde necessariamente à realidade que envolveu o assunto, objeto do registro, no contexto da vida passada”. As galerias de fotografias nos perfis do *facebook* são criadas, também, com o intuito do efeito viral. As imagens são postadas e os seguidores vão comentando e curtindo, termo outorgado ao fato de concordar, aceitar, destacar e gostar. Os seguidores de quem compartilhou as imagens, que não necessariamente são seguidores de quem a postou originalmente, neste caso os políticos, passam também a ter essa informação em forma de imagem em suas telas, e se decidirem compartilhar ou curtir, repete-se a mesma exponencialidade matemática e, assim, de forma indefinida. Isto é literalmente “vazio”, ou seja, distribuição de forma massificada, segundo o quarto método discursivo exposto por Flusser<sup>5</sup>. Beatriz Sarlo (2011) se refere, nesse sentido, ao que chama de “encadeamento”, uma forma de replicação de conteúdos, textos, fotos e vídeos integrando outras redes sociais:

O encadeamento é o princípio construtivo de uma sintaxe que vincula plataformas. Sem esforço, tudo o que aparece no *Facebook* pode aparecer no *Twitter* e vice-versa; tudo o que se publica em um *blog* pode ser incorporado por *link* a qualquer um de seus entornos; toda página da internet e todo artigo publicado por jornais e revistas podem ser citados. O

---

<sup>5</sup> Flusser (2002) destaca quatro estruturas fundamentais de discurso: 1. O emissor cercado pelos receptores em forma de semicírculo, exemplo, o teatro; 2. O emissor distribui as informações entre retransmissores que depois de purificar a mensagem dos ruídos, a transmitem para os receptores, exemplo, o exército; 3. O emissor distribui as informações em círculos de discussão com caráter de nova informação, exemplo, a ciência; e 4. O emissor emite a informação rumo ao espaço vazio para ser captada por quem nele estiver, exemplo, o rádio.

caráter encadeado da navegação na internet potencializa a repetição das mensagens; é um sonho interrompido e supersaturado. Os *retweets* são uma honra: o símbolo do sucesso. (SARLO, 2011).

Dessa maneira, a associatividade é uma dinâmica praticada e eficiente, no marketing político, a associação da imagem de um candidato ou político em exercício a determinadas pautas temáticas. Essas pautas provêm de pesquisas, tendências de grupo de apoio, identificação das necessidades de comunidades que votam neles e outras ferramentas de obtenção de dados.

Assim, temas como segurança, educação, emprego, mobilidade urbana, cultura e tantos outros vão desfilando pelas informações passadas em imagens e textos paralelos. O que todo este processo de comunicação procura é a encontrabilidade<sup>6</sup> do político, nas ferramentas de busca na internet, de acordo com pesquisa em temas relativos a suas ações. Todos aqueles que tenham algo a comunicar, que possuam a vontade de dar a conhecer suas ações, que gerem conteúdos com a intenção de que outros os consumam ou que desejem divulgar determinadas informações na internet, precisam ser encontrados para que seus objetivos cheguem ao sucesso. “[...] *estos resultados están basados en criterios de relevancia que se establecen de acuerdo a los parametros de un algoritmo y son consecuencia de la indexación de los buscadores*” (ALONSO; ARÉBALOS, 2009, p. 133)<sup>7</sup>. “[...] estes resultados estão baseados em critérios de relevância que se estabelecem de acordo aos parâmetros de um algoritmo e são consequência da indexação dos buscadores (ALONSO; ARÉBALOS, 2009, p. 133)<sup>8</sup>. Essa citação explica de que forma se dá, do ponto de vista técnico e semântico, a *encontrabilidade* na internet. Existem vários *sites* de busca na rede, no entanto, dados indicam que aproximadamente 90% dos usuários utiliza o buscador Google (CONSULTORIA PREDICTA, 2012). A teoria da relevância de Sperber e Wilson, mais uma vez, presente nesta análise. Silveira (2002) descreve a teoria e resume:

<sup>6</sup> Vaz, em Google Marketing, fala a respeito deste tema: “Chamar a atenção e gerar interesse fazem parte da estratégia de *encontrabilidade*, muito além do prosaico estar na primeira página do buscador” (VAZ, 2008, p. 117).

<sup>7</sup> “[...] estes resultados estão baseados em critérios de relevância que se estabelecem de acordo com parâmetros de um algoritmo e são consequência da indexação dos buscadores” (ALONSO; ARÉBALOS, 2009, p. 133).

<sup>8</sup> “[...] estes resultados estão baseados em critérios de relevância que se estabelecem de acordo com parâmetros de um algoritmo e são consequência da indexação dos buscadores” (ALONSO; ARÉBALOS, 2009, p. 133).

“[...] numa visão de comunicação genuína e intencional, o estímulo ostensivo deve ser relevante o suficiente para atrair a atenção do ouvinte (observador), focalizá-la na intenção do comunicador e revelar essa intenção, desencadeando um processo inferencial no destinatário” (SILVEIRA, 2005, p. 119).

A encontrabilidade eficiente é resultado do interesse que os conteúdos postados na rede, sejam textos, imagens ou ambos, despertem na comunidade virtual, quanto mais relevantes são estes, maior leitura, compartilhamento e indicação eles terão, portanto, ganharão relevância para os parâmetros do Google e ocuparão as primeiras posições nas pesquisas do buscador. Agora, retomando a análise da teoria da relevância realizada por Silveira (2005), percebe-se que a mesma anuncia que a atenção do observador, ouvinte ou leitor, será captada quando o esforço que ele precise realizar para obter um grau aceitável de compreensão seja o mínimo possível. Para isto acontecer, o comunicador precisa se centralizar no contexto do receptor para que o estímulo selecionado seja adequado, independente de ser de natureza sensório-perceptual ou linguística.

Vale a pena realizar neste ponto, um paralelo de terminologias para que esta intencionalidade comunicacional adquira real importância, visto que existe uma tendência contemporânea de aplicação de ferramentas e conceitos da administração empresarial às práticas políticas. Em sentido amplo, toda a terminologia utilizada no mundo corporativo, assim como todas as ferramentas proporcionadas pelo marketing tradicional, são utilizadas no âmbito do marketing político. Existe uma correlação bem clara entre alguns termos e seus conceitos citados na sequência. O político é visto e tratado como uma empresa. O zelo que poderia existir sobre uma marca empresarial existe, no marketing político, com o nome de um candidato. Os usuários ou clientes de um determinado produto no mercado corporativo são visto, no mercado político, como o eleitor ou os cidadãos que podem virar possíveis eleitores. O tão respeitado produto nos mercados de consumo é representado no âmbito político por tudo aquilo que o candidato promete de melhorias e conquistas para seu possível eleitorado em épocas de campanha. Por fim, a comercialização ou troca de um bem por um valor financeiro, neste caso, se vislumbra como a oferta da

possibilidade de melhorias sociais, com a troca do voto dos cidadãos. O voto, neste caso, é a moeda de troca. Exemplificando:

- empresa = político
- usuários = eleitores, cidadãos
- produto = leis, benefícios, políticas públicas, obras
- comercialização = troca inconsciente ou consciente de votos por poder político.

A encontrabilidade tem sua essência na geração de conteúdos que interessem aos internautas, tanto em qualidade como em quantidade. Postar diariamente galerias de fotos, criar textos que as acompanhem, relatando as atividades de um político, ou seja, edificar uma realidade e uma história por meio do tempo são ações que vão ao caminho da encontrabilidade. Por este mecanismo, quando um cidadão procura informação a respeito de alguma das áreas temáticas, das quais o político se desempenha, tendo sido estas destacadas na rede com imagens e texto, aumenta consideravelmente a possibilidade de que o nome dele apareça nas buscas orgânicas do Google. Buscas orgânicas são aquelas não pagas. A comunidade dá maior credibilidade e validação social a quem aparece nessas pesquisas e 80% dos internautas, segundo dados divulgados pelo Google, dão atenção a essas informações, principalmente, as que aparecem na primeira página.

O fato de que o nome do político em questão apareça acompanhado de imagens e texto, não necessariamente, significa que tais ações tenham acontecido. O “*isto foi*” do noema de Barthes indica, somente e tão somente, que a ação que aparece na imagem fotográfica poderia ter acontecido naquele momento. Kossoy (1999) trata esse assunto com a realidade desse documento, como apenas uma representação pelo geral pensada e diagramada, “[...] uma segunda realidade, construída, codificada, sedutora em sua montagem, em sua estética, de forma alguma ingênua, inocente”. (KOSSOY, 1999, p. 22). No entanto, apesar da atuação e da produção planejada, essas imagens fotográficas servem como uma das poucas conexões com os fatos registrados, como o único elo que ainda outorga pistas para o observador dos fatos que pode ter acontecido no passado. Kossoy (1999, p. 22)

cita: “[...] todavia, o elo material do tempo e o espaço representado, pista decisiva para desvendarmos o passado”. De outra forma, Silveira (2005 apud CONTRERA; HATTORI, 2003, p. 26) afirma que “a imagem é um termo que comumente utilizamos para designar representações gráficas ou verbais de algo que existe ou poderia existir”. Ele finaliza, “em outras palavras, é a representação de algo por semelhança”. (SILVEIRA, 2005, p. 114).

Quando se fala em contexto a ser levado em conta na seleção de temas e imagens que facilitem a compreensão do receptor, numa visão macro ambiental, poder-se-ia partir do pressuposto que estas ações acontecem dentro do território brasileiro. Assim, a análise proposta por esta pesquisa tem foco principal nos perfis de dois políticos brasileiros, Fernando Haddad e Aécio Neves que, com certeza, buscam comunicar informações de assuntos e fatos de suas autorias e que sejam relevantes para seus possíveis eleitores. Silveira (2005), analisando a teoria da relevância aplicada a uma charge política em destaque em sua pesquisa, realiza uma apreciação que vale destaque neste trabalho:

Percebe-se que essas informações, possíveis de estarem armazenadas na memória dos brasileiros, no contexto atual, não foram explicitadas linguisticamente, mas resgatadas, de modo implícito, do conhecimento de mundo. E tornam-se relevantes, já que são efeitos contextuais comunicativos e cognitivos alcançados com o menor esforço de processamento justificável, em vista da acessibilidade das informações que formam o ambiente cognitivo do povo brasileiro. (SILVEIRA, 2005, p. 123).

Voltando às imagens fotográficas postadas nos perfis do *facebook* em análise, nada assegura que o político tenha concretamente realizado a obra, ação ou projeto divulgado por esse mecanismo digital. Realidade, ficção ou manipulação? Sarlo (2011) reflete a respeito:

A presença na *web* não obedece às leis de produção da informação nem de difusão da opinião comuns há dez anos. É outra lógica, mais semelhante à dinâmica do boato. Um jornalista, um funcionário, um político, um indivíduo que conseguiu que seu nome seja reconhecido diz algo. Tirou isso do rádio, do que escutou na calçada, do que lhe contou um amigo, do que lhe convém que se saiba, e o converte em fato. A partir desse momento, deixa-se de discutir seu caráter factual, as intenções que estão por trás do dado comunicado ou as consequências que se quer provocar com o que

supostamente ocorreu. As coisas se dão como certas, como acontece com o boato, que é expansivo e não leva em conta o valor de verdade daquilo que se difunde. (SARLO, 2011).

Para entender melhor, o fato de a fotografia mostrar uma figura pública com a obra de um viaduto de fundo acompanhada de um texto do tipo “A mobilidade urbana é prioridade nas ações de tal”, não indica que isto seja realidade ou ficção. É claro que se tenta criar uma realidade, vinculando o mesmo a essas ações, porém, a imagem o mostra na frente de uma obra, nada mais. Kossoy (2002) diz:

Desde sempre as imagens foram vulneráveis às alterações de seus significados através do título que recebem, dos textos que ‘ilustram’, das legendas que as acompanham, da forma como são paginadas, dos contrapontos que estabelecem quando diagramadas com outras fotos etc. Tudo isso além de outras manipulações como, a reutilização de uma mesma fotografia para servir de prova numa situação diferente – e, por vezes, até antagônica – daquela para a qual foi produzida originalmente através, simplesmente, como já foi dito, da mera invenção de uma nova legenda ou título. (KOSSOY, 2002, p. 54-55).

Ainda neste sentido e reforçando a ideia de fatos imbuídos de ficção, o autor agrega as seguintes palavras:

Obtém-se assim, por meio da composição imagem texto, um conteúdo transferido do contexto: um novo documento é criado a partir do original, visando gerar uma diferente compreensão dos fatos, os quais passam a ter uma nova trama, uma nova realidade, uma outra realidade. Mais uma ficção documental. (KOSSOY, 2002, p. 55).

Ficção que também se vê representada no exercício comum de concepção de máscaras:

[...] máscara de homem comum, que partilha das dificuldades e preocupações do cidadão médio, e a do personagem que, graças a suas habilidades, seus saberes, suas qualidades e até mesmo seus defeitos, está dentro desse outro cenário, que não é o cotidiano, e sim, o cenário fortemente formalizado das instituições. (SARLO, 1997, p. 132).

Quando o político vai definindo e edificando, através do tempo, seu perfil no *facebook* passa, seja ele ou seus assessores, a construir certa autobiografia de sua vida, mais que de sua vida, de seu existir político. Em sua tese de doutorado, a professora Diana Klinger disserta a respeito das “escritas de si, escritas do outro”. Ela escreve sobre o assunto da autoescrita:

Vimos que a autobiografia se desenvolve como correlato do individualismo burguês, que desemboca posteriormente no beco sem saída do narcisismo; a auto ficção, tal como a definiremos aqui, surge em sintonia com o narcisismo da sociedade mediática contemporânea, mas, ao mesmo tempo, produz uma reflexão crítica sobre ele. (KLINGER, 2006).

A realidade construída, a partir das postagens fotográficas nos perfis da rede, irá depender, principalmente, da intencionalidade do fotógrafo, segundo as ideias de Kossoy<sup>9</sup>, e da informação e conceitos para a interpretação que o receptor possua<sup>10</sup>, principalmente, depois de realizar a leitura do discurso textual/fotográfico de acordo com a manipulação realizada nos perfis do *facebook* citados. A intencionalidade do operador ou fotógrafo, neste caso específico, será ditada pelo planejamento de campanha ou pelo direcionamento que a assessoria política ou de comunicação deseje dar ao cerne da realidade em construção. Dessa maneira, a interpretação que o observador ou receptor faça daquelas imagens será pautada pela informação que ele possua a respeito de determinado assunto que envolva o político, da informação que este indivíduo tenha sobre a vida política de tal imagem pública, do contexto do momento da qual a imagem será interpretada, entre outras. Boris Kossoy (2002) fala de “tratamento” das imagens com o intuito de direcionar a leitura dos receptores. Ele agrega:

---

<sup>9</sup> “A produção da obra fotográfica diz respeito ao conjunto dos mecanismos internos do processo de construção da representação, concebido conforme uma certa intenção, construído e materializado cultural, estática/ideológica e tecnicamente, de acordo com a visão particular de mundo do fotógrafo”. (KOSSOY, 2002, p. 42).

<sup>10</sup> “A recepção da imagem subentende os mecanismos internos do processo de construção da interpretação, processo esse que se funda na evidência fotográfica e que é elaborado no imaginário dos receptores, em conformidade com seus repertórios pessoais culturais, seus conhecimentos, suas concepções ideológicas/estéticas, suas convicções morais, éticas, religiosas, seus interesses econômicos, profissionais, seus mitos.” (KOSSOY, 2002, p. 44).

A imagem é reelaborada, em conjunto com o texto, e aplicada em determinado artigo ou matéria como comprovação de algo ou, então, de forma opinativa, com o propósito de conduzir, ou melhor dizendo, controlar ao máximo o ato de recepção numa direção determinada. (KOSSOY, 2002, p. 55).

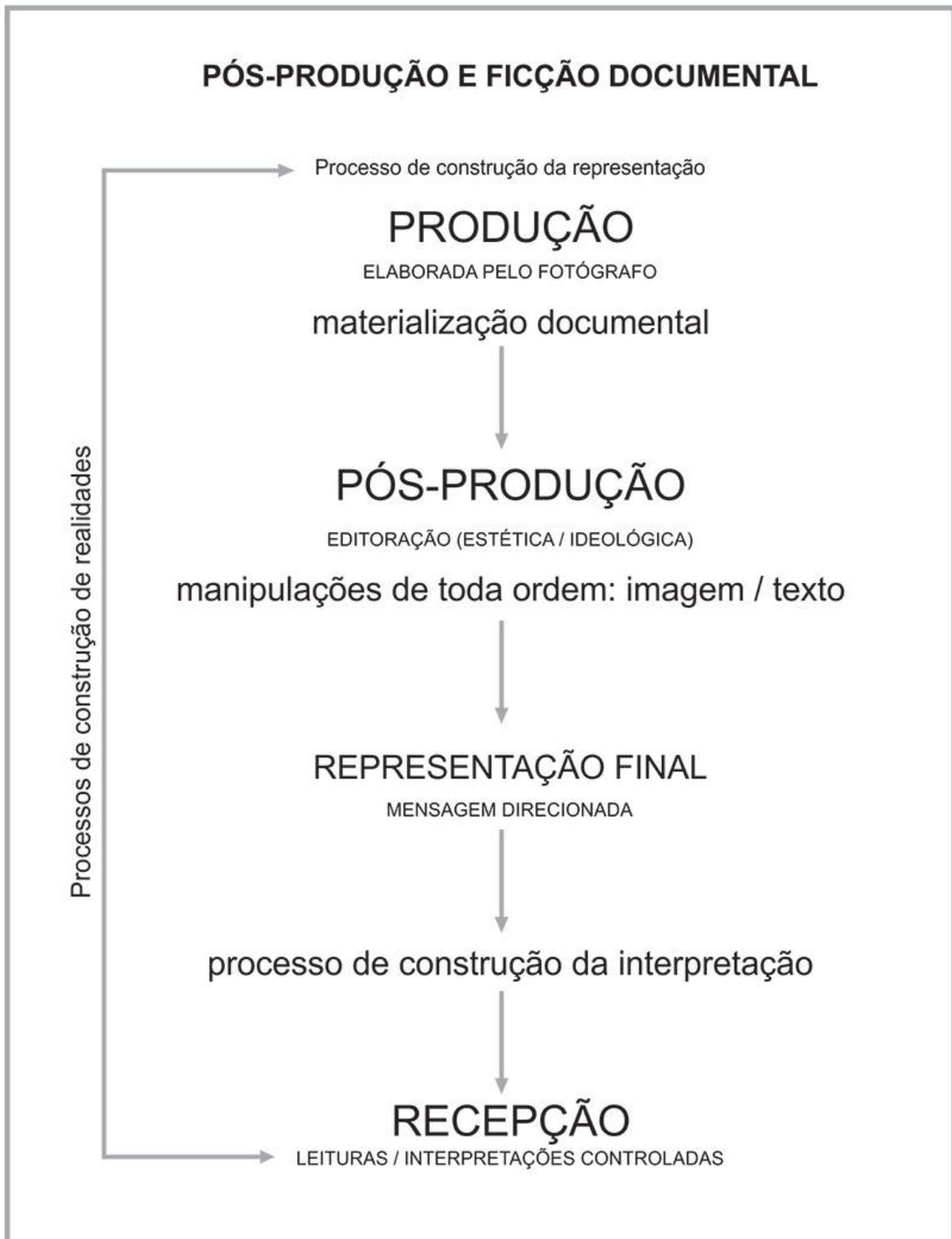
As ferramentas digitais de edição, que a tecnologia proporciona atualmente, vem ao encontro da manipulação que pode ser realizada neste contexto, sobre as imagens fotográficas. Kossoy (2002) relaciona algumas possibilidades nesse sentido:

Com a digitalização e os *softwares* especiais, as operações de falsificações das imagens fotográficas tornaram-se sedutoras, tais como, retoques, aumento e diminuição de contrastes, eliminação ou introdução de elementos na cena, alteração de tonalidades, aplicação de texturas entre tantos outros artifícios. (KOSSOY, 2002, p. 55).

O poder financeiro que acompanha as campanhas políticas não poupa investimentos em técnicas. A discussão no ambiente legal político, no sentido de legislar acerca da forma de utilização de dinheiro, acontece principalmente nos órgãos que selam pela transparência durante os períodos de campanha eleitoral. A matemática é simples, quanto maior poder financeiro, maiores as possibilidades de utilizar sistemas sofisticados de manipulação. Esse ato vai muito além do simples retoque corretivo nas imagens fotográficas. Kossoy (2002, p. 55-56) vislumbra: “Ampliam-se cada vez mais, através dos laboratórios de pós-produção digital, sofisticadas possibilidades tecnológicas de montagens estéticas e ideológicas das imagens e, por conseguinte, de criações de novas realidades”.

O quadro desenhado por Kossoy (2002), mostrado a seguir, exemplifica essa prática comum.

Figura 26 - Quadro de pós-produção e ficção documental de Kossoy



## 6 IMAGENS TÉCNICAS E SIMBOLOGIA NO FACEBOOK

Entrando em uma análise de desconstrução das imagens a serem analisadas nos perfis do *facebook* de Addad e Neves, verifica-se que as fotografias não são “simples janelas para o mundo de verdade”, como normalmente seriam consideradas, bem pelo contrário, são signos complexos, carregados de simbolismo. Torna-se necessária a desconstrução destas, para reconstruir os textos que deram origem a elas. Flusser (2002) fala desta desconstrução e leitura crítica das imagens fotográficas e chama essa ação de “*scanning*”.

O fator decisivo no deciframento de imagens é tratar-se de planos. O significado da imagem encontra-se na superfície e pode ser captado por um golpe de vista. No entanto, tal método de deciframento produzirá apenas o significado superficial da imagem. Quem quiser “aprofundar” o significado e restituir as dimensões abstraídas, deve permitir à sua vista vaguear pela superfície da imagem. Tal vaguear pela superfície é chamado *scanning*. (FLUSSER, 2002, p. 7).

Em algum momento, algum operador, munido de algum aparelho fotográfico capturou aquela imagem. Porque aquele instante e não outro um pouco antes ou logo depois?. Flusser (2002, p. 7) define que “Imaginação é a capacidade de fazer e decifrar imagens”. Essa capacidade tem sua essência, segundo ele, na possibilidade de abstrair duas das quatro dimensões de espaço e tempo, para apenas conservar as do plano. Assim, começaria o processo de codificação de certos fenômenos. A única forma por meio da qual se pode compreender e descobrir os vestígios dos atos desse passado, é por meio da desconstrução destas imagens. Kossoy (1999, p. 23) afirma a este respeito: “Decifrar a realidade interior das representações fotográficas, seus significados ocultos, suas tramas, realidades e ficções, as finalidades para as quais foram produzidas é a tarefa fundamental a ser empreendida”.

Tomem-se duas imagens para análise, retiradas dos perfis dos políticos em questão. A primeira, uma fotografia da campanha para prefeitura de São Paulo em 2012, em que mostra o candidato na época, Fernando Haddad, junto a cidadãos (Figura 26).

Figura 27 - Haddad no meio de crianças na rua



Observa-se, na Figura 26, Haddad no meio de cidadãos, crianças, jovens, uma senhora, alguém sustentando algumas bandeiras. Nestas se identificam as cores e a logomarca do PT, Partido dos Trabalhadores. Muita alegria, descontração e empatia com o povo seriam os resultados de uma primeira leitura. O homem, segundo Flusser (1998), “poderia permanecer sempre nele, caso não desenvolvesse sua capacidade de imaginação” referindo-se a esse espaço de duas dimensões. Esta capacidade o faz, nas palavras dele, fazer e decifrar imagens, de forma a possibilitar a experiência de intercâmbio de sensações e informações com os observadores.

Seria oportuno aqui, de acordo com as primeiras duas dimensões da imagem, largura e comprimento, descansar na ideia de alegria e descontração, obtidas em uma leitura inicial? Ou seria conveniente ingressar no mundo de significados dessa imagem, considerando a profundidade e o tempo, dimensões que outorgam a

possibilidade de uma desconstrução significativa, que poderia nos levar a um entendimento mais profundo da significância de tal imagem?

Observa-se a profundidade em primeiro lugar. As mãos estendidas, do fundo para frente, da maioria dos atores, como querendo escapar da própria figura, como querendo transladar seus corpos além de suas dimensões. Do ponto de vista técnico e como resultado das possibilidades outorgadas pelo aparelho, lembrando que Flusser (1983) colocou: “constataremos que o estar programado é que o caracteriza [...] o número de potencialidades é grande, porém limitado”, referindo-se com essas palavras às possibilidades e limitações técnicas dos aparelhos, que de alguma forma, acabam programando e limitando o operador. Verifica-se, então, que a profundidade de campo na imagem, sendo esta a distância, na terceira dimensão, entre o primeiro e o último objeto em foco, destacando e ressaltando o rosto do candidato como centro de interesse da fotografia.

Explorando ainda mais a profundidade, aparece como suporte dos atores principais, no fundo, a bandeira do partido, com suas cores características, o vermelho e o branco. Nela a logomarca do mesmo, invertida pelo posicionamento da bandeira, mas ainda assim legível. Continuando nessa direção, por trás, mais bandeiras indicando a presença massiva de pessoas e por último um morro. Chega-se, assim, depois de ter analisado a largura, o comprimento e a profundidade na quarta dimensão, o tempo. Para uma melhor leitura da imagem, convém observar o detalhe do texto postado junto a ela na rede: “Fernando Haddad tira fotos com crianças no Jd. Peri” (ASSESSORIA – FERNANDO ADDAD, 2012)<sup>11</sup>. Veja-se, neste sentido, a apreciação de Flusser (2002) sobre a significação dos textos:

Os textos não significam o mundo diretamente, mas através de imagens rasgadas. Os conceitos não significam fenômenos, significam ideias. Decifrar textos é descobrir as imagens significadas pelos conceitos. A função dos textos é explicar as imagens, a dos conceitos é analisar cenas. Noutros termos: a escrita é o metacódigo das imagens. (FLUSSER, 2002, p. 10).

---

<sup>11</sup> Percebe-se que as crianças mais que cumprimentar o candidato estão cumprimentando o fotógrafo, ou realizando gestos para a objetiva da câmera fotográfica. Dá a impressão que da própria boca do político saem as palavras que indicariam para todas as crianças cumprimentar e posar para a foto.

Se decifrar textos é descobrir imagens, estabelecendo uma relação recíproca, poder-se-ia dizer que as imagens dão uma nova sobrevida ao texto. “Os textos explicam as imagens, a fatiando, linearizando [...] No entanto, as imagens técnicas remagiciziam os textos quando os ilustram.” (FLUSSER, 2002, p. 10).

A fotografia em questão poderia dar o significado de vontade de tomar conta do futuro das personagens que nela aparecem. As mãos estendidas, o olhar de esperança, o desejo de mudança, a transgressão do tempo. Como se essas quatorze ou quinze pessoas que aparecem na mesma, conseguissem transformar esse desejo em uma vontade de eterna leitura desses fatos por meio dessa imagem. Flusser (1998) diz: “Imagens são processos que traduzem eventos em situações, processos em cenas”. Não existe eternalização da realidade, e sim, substituição do real pela inscrição na imagem. O fato fotografado, o “isto foi”, segundo Barthes, aconteceu em algum lugar de São Paulo provavelmente, pela data da postagem, no mês de outubro de 2012. A releitura da inscrição na imagem, meses depois, acontece quase que naturalmente com o mesmo significado. O tempo passou, o significado continua.

Na imagem da Figura 27, na sequência, se verificam situações diferentes, em contextos diferentes, como uma linguagem e um significado também diferentes.

Figura 28 - Neves em reunião com um grupo de pessoas



Seguindo a mesma lógica de análise da fotografia anterior, começando pela análise do plano, vê-se aqui Aécio Neves, no centro da imagem, quarto da direita para a esquerda. Um total de oito pessoas, todas com vestimenta alinhada, ternos e gravatas, atentos a interlocução do político em questão, no meio de uma reunião. Ambiente e expressões de concentração e respeito mútuo. Continuando e invadindo as outras dimensões, todos se encontram dentro de um recinto, aparentemente um gabinete, sentados em aparentes cómodas, cadeiras e sofás, com uma decoração abstrata, moderna e sóbria ao mesmo tempo. Logo atrás deles há uma mesa de trabalho com papéis e pastas sobre ela, indicando atividade recente. À esquerda, três bandeiras das quais se destacam duas, a do Estado de Minas Gerais, representado no senado por Neves e a bandeira do Brasil. Em primeiro plano, na parte inferior direita, uma mesa com vários livros e publicações.

A seguir, o texto que acompanha a imagem fotográfica em análise:

Temos, em Minas, o governador Anastasia e eu, o privilégio de receber alguns dos mais importantes prefeitos eleitos nesse último pleito, que têm um perfil em comum. Todos eles acreditam na gestão eficiente, todos querem conhecer experiências exitosas. Existem várias pelo Brasil. E temos, aqui, as nossas. Com alegria, dividimos essas experiências, para estimular esses companheiros a, cada vez mais, investirem em gestão de qualidade. Vamos, hoje, apresentar alguns dos caminhos que tiraram Minas Gerais de uma situação caótica – talvez com a pior equação fiscal do Brasil – para nos transformarmos em um Estado líder no Ideb do ensino fundamental, com a melhor saúde da região Sudeste, segundo o Ministério da Saúde, e em um dos Estados que mais crescem no Brasil, que mais avançam em seus indicadores sociais. Os prefeitos que vieram aqui têm, em comum, a preocupação clara com a gestão eficiente e transparente, que o Brasil precisa. Daqui sai um sinal inclusive para os outros – quase 5.500 prefeitos do Brasil – de que esse é o caminho da gestão eficiente, para melhorar os indicadores sociais. Aqui vai sair, talvez, uma sinalização nova e necessária para o Brasil. Menos demagogia, mais seriedade e mais gestão. – Aécio Neves, durante o encontro, realizado hoje, com prefeitos eleitos de várias cidades brasileiras. (ASSESSORIA - AÉCIO NEVES, 2012).

Barthes (1984) delibera sobre a relação existente entre imagem e texto. Na *Câmara Clara* ele coloca: “Antigamente, a imagem ilustrava o texto (tornava-o mais claro); hoje, o texto sobrecarrega a imagem, confere-lhe uma cultura, uma moral, uma imaginação”. (BARTHES, 1984, p. 21). Ele ainda agrega neste mesmo sentido:

“antigamente, havia redução do texto à imagem, hoje há ampliação da imagem ao texto: a conotação já não é vivida senão como ressonância natural da denotação fundamental constituída pela analogia fotográfica”. (BARTHES, 1984, p. 21).

Nessa possível subordinação imagem-texto ou texto-imagem ele esclarece: “o texto constitui uma mensagem parasita, destinada a conotar a imagem, isto é, a insuflar-lhe um ou vários significados segundos”. (BARTHES, 1984, p. 21). Ele também complementa, assegurando que as palavras não são mais ilustradas pela imagem, em contrapartida “é a palavra que, estruturalmente, é parasita da imagem”. (BARTHES, 1984, p. 21).

Analisando a imagem sem o texto, pareceria se estabelecer um parêntese estático naquela reunião, aconteceu sim, como Barthes afirmaria, mas a imagem não transmite uma projeção, seja para o futuro ou para o passado. O fato de estarem todos sentados colabora para esta falta de dinamismo temporal. No entanto, na hora de ler o texto, a dimensão muda totalmente. Agora sim, existe a imagem propondo algo no futuro, o texto cita essa ação como uma forma de governo que poderia ser eficiente, no futuro para todo o Brasil.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho colocaram-se exemplos claros, tanto na revisão teórica quanto nas imagens das duas figuras públicas apresentadas, de como os políticos profissionais utilizam as imagens fotográficas postadas nos seus perfis do *facebook*, para construir determinadas realidades que convém para a concretização de seus objetivos políticos. Postura, cores, momentos, encenação, enquadres e composição fotográfica são alguns dos fatores que indicam a manipulação e programação estratégica nos três momentos relacionados à fotografia, o antes: a preparação e a ideia intencional; o durante: o ato fotográfico mesmo, a pose e a atuação; e o depois: a edição, manipulação e distribuição da imagem fotográfica.

Com respeito à utilização das redes sociais digitais, especificamente o *site* de nome *facebook*, que segundo dados da própria empresa, supera o bilhão de usuários no mundo inteiro e que no Brasil é a rede de relacionamentos mais acessada, pode-se afirmar que a população brasileira ocupa um espaço diário de seu tempo para navegar em dito espaço digital. Esta é a verdadeira razão de políticos utilizarem este meio para divulgar seus ideais e ações, por meio de discursos direcionados, utilizando imagem e textos, com o fim de angariar seguidores que acreditem em suas propostas. Para isso acontecer, eles utilizam as possibilidades técnicas que o aparelho de distribuição, o *facebook*, oferece para eles. Uma nova forma de disseminar textos e imagens até aqui, entregues mão em mão por meio de panfletos e material gráfico, agora utilizando este aparelho digital que entrega e distribui as imagens de forma binária. Flusser (2002, p. 21) coloca “Instrumentos são prolongamentos de órgãos do corpo: dentes, dedos, braços, mãos prolongados. Por serem prolongamentos, alcançam mais longe e fundo a natureza, são mais poderosos e eficientes.” É nesta eficiência, principalmente na distribuição de imagens realizada pelo *facebook*, que esta pesquisa encontra eco.

Analisou-se como, a partir da utilização e manipulação de imagens fotográficas, os políticos conseguem construir determinadas realidades que convém aos seus objetivos. Assim lê-se em Kossoy (2007, p. 31), ao se referir ao papel da fotografia, “[...] ela também se prestou, e se presta, aos mais interesseiros e dirigidos usos ideológicos”. Neste sentido, a utilização da ferramenta denominada linha do

tempo, dentro da rede social analisada, permite a construção, em um horizonte temporal, de realidades acerca das atividades, ações e ativismo social que caracteriza a vida dos políticos em geral.

Dubois (1993) afirma a respeito da deliberação intencional que acontece no ato fotográfico:

Eis a concepção da naturalidade da imagem fotográfica claramente desnaturalizada. A caixa preta fotográfica não é um agente reproduzidor neutro, mas uma máquina de efeitos deliberados. Ao mesmo modo que a língua, é um problema de convenção e instrumento de análise e interpretação do real (DUBOIS, 1993, p. 40-41).

Vislumbra-se, dessas palavras, que existe além da intencionalidade do ato fotográfico, uma posterior interpretação e decodificação do real, proposto nestas imagens. Nessa linha de raciocínio, verifica-se que os receptores das imagens fotográficas reagem, de formas diferentes, às informações inerentes a essas, de acordo com o contexto vivencial que os rodeia. Kossoy (1989) esclarece:

Os diferentes receptores, contemporâneos a sua produção, ou que tomaram contato com ela posteriormente à sua realização, que a vêem, seja em sua forma original, seja impressa, e reagem de formas totalmente diversas, emocionalmente ou indiferentemente, na medida que tenham ou não alguma espécie de vínculo com o assunto registrado, na medida em que reconhecem ou não aquilo que vêem, em função do repertório cultural de cada um, na medida que encarem com ou sem preconceitos o que vêem, em função das posturas ideológicas de cada um. (KOSSOY, 1989, p. 72).

Assim, o contexto e a experiência vivenciada pelos observadores das imagens são variáveis determinantes para a interpretação das mesmas.

Do ponto de vista da distribuição intencional ou não destas imagens, realizada no *facebook*, se torna difícil imaginar a durabilidade delas através do tempo. Até quando elas serão observadas pode depender, mais uma vez, da utilização das possibilidades técnicas que o aparelho permite ao operador.

A esta altura se vislumbra a necessidade de uma observação dessa prática que colabora na construção de realidades condicionadas. Flusser (2002) propõe a urgência de uma filosofia da fotografia para afrontar essa realidade e parte do conceito que ele outorga a fotografia, como “imagem produzida e distribuída automaticamente no decorrer de um jogo programado, que se dá ao acaso que se torna necessidade, cuja informação simbólica, em sua superfície, programa o receptor para um comportamento mágico” (FLUSSER, 2002, p. 71). Ele destaca a falta de certa liberdade do homem neste exercício e propõe uma forma de libertação.

A internet aparece, na existência do ser humano, como um divisor de águas conceitual. Ao mesmo tempo em que lê, permite amplas possibilidades de informação e conexão com o mundo, ao qual pertence, o exílica de sua existência corpórea para submergi-lo em um mundo de números binários, onde tudo é digital, tudo é aparente, tudo é virtual. As imagens fotográficas colaboram na construção destas realidades virtuais. Por essa razão que convém aplicar os escritos de Vilém Flusser (2002), no sentido de o ser humano ter o poder de decidir se faz parte deste jogo, proposto e programado, ou não.

Para finalizar, ficam aqui as palavras de Flusser advertindo sobre a urgência de uma filosofia da fotografia:

Reflexão sobre o significado que o homem pode dar à vida, onde tudo é acaso estúpido, rumo à morte absurda. Assim vejo a tarefa da filosofia da fotografia: apontar o caminho da liberdade. Filosofia urgente por ser ela, talvez, a única revolução ainda possível. (FLUSSER, 2002, p. 76).

## REFERÊNCIAS

ALONSO, Gonzalo; ARÉBALOS, Alberto. *La revolución horizontal. El poder de la comunicación em manos de la gente*. Buenos Aires: Ediciones B, 2009.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

\_\_\_\_\_. **O Óbvio e o Obtuso**. São Paulo: Editora 70, 2009.

BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e historia da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

COMM, Joel. **O poder do twitter**. Estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez. São Paulo: Editora Gente, 2009.

DE PAULA, Silas. **O (in)visível da eterna ordem imaterial**. Fortaleza, 7 de abril de 2013. Disponível em:  
<<http://www.opovo.com.br/app/opovo/vidaearte/2013/04/06/noticiasjornalvidaearte,3033887/o-in-visivel-da-eterna-ordem-imaterial.shtml>>. Acesso em: 30 maio 2013.

DEFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1989.

DUBOIS, Philippe. **O Ato Fotográfico**. Campinas: Papyrus, 1993.

FLUSSER, Vilém. **Ensaio sobre a Fotografia: para uma filosofia da técnica**. Lisboa: Relógio D' Água Editora Ltda, 1998.

\_\_\_\_\_. **Filosofia da caixa preta**. Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

HARD, Michael e NEGRI, Antonio. **Imperio**. Massachussets: Harvard University Press, 2000

HEIDEGGER, Martin. *La época de la imagen del mundo*. In *Caminos del Bosque*. Madri: Alianza, 1995.

\_\_\_\_\_. A questão da técnica. In **Cadernos de Tradução**. São Paulo, USP, 1997.

KLINGER, Diana. **Escritas de si, escritas do outro: o retorno do autor e a virada etnográfica**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2012.

KOSSOY, Boris. **Fotografia e historia**. São Paulo, SP: Editora Ática, 1989.

\_\_\_\_\_. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia, SP: Atliê Editorial, 2002.

\_\_\_\_\_. **Os tempos da fotografia.** O efêmero e o perpétuo. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

KUNTZ, Ronald. **Manual de Campanha Eleitoral: Marketing Político.** São Paulo: Global, 1986.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória.** Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed.34, 2000.

LINGUAGEM EM DISCURSO. **LemD**, Tubarão, v. 5, n. esp., p. 113-128, 2005.

MANUAL DE REDAÇÃO E DE ASSESSORIA DE IMPRENSA DA FAB.  
Disponível em: <[http://www.fab.mil.br/portal/manual\\_redacao/04mai10/manual.pdf](http://www.fab.mil.br/portal/manual_redacao/04mai10/manual.pdf)>.  
Acesso em: 26 maio 2013.

MC COMBS, Maxwell. **Teoria da agenda.** A mídia e a opinião pública. São Paulo: Vozes, 2009.

MONTEIRO, Silvana Drumond. **O Ciberespaço: o termo, a definição e o conceito.**  
Disponível em: <[http://www.dgz.org.br/jun07/Art\\_03.htm](http://www.dgz.org.br/jun07/Art_03.htm)>. Acesso em: 11 maio 2013.

NEVES, Ricardo. **O novo mundo digital.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

RIBEIRO, Paulo Silvino. **A Escola de Frankfurt.** Disponível em:  
<<http://www.brasilecola.com/sociologia/a-escola-frankfurt.htm>>. Acesso em: 9 mar. 2013.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional.** Rio de Janeiro: LTC, 1999.

SAER, Juan José. **O conceito de ficção.** Florianópolis 2009, Sopro n. 15.  
Publicação original: Buenos Aires, 1991, *Punto de Vista* n. 40. Disponível em:  
<<http://culturaebarbarie.org/sopro/n15.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2013.

SAMARAN, Charles. **L'Histoire Et ses methods.** Gallimard, Encyclopédie de la Pléiade, 1961.

SANTOS VARELA, Cleudenei Guedes dos. **Discurso político: um emaranhado de vozes.** 2005. 109 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Universidade do Sul de Santa Catarina. Tubarão, 2005.

SARLO, Beatriz. **Paisagens Imaginárias.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997a.

\_\_\_\_\_. **Cenas da vida pós-moderna.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997b.

\_\_\_\_\_. **O animal político na web.** Revista Serrote nº 7 (2011). Disponível em: <<http://www.revistaserrote.com.br/2011/06/o-animal-politico-na-web/>>. Acesso em: 12 fev. 2013.

SPERBER, Dan; WILSON Deirdre. **Relevance: communication & cognition.** Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1995.

VAZ, Conrado A. **Google marketing.** O guia definitivo de marketing digital. São Paulo: Novatec Editora, 2008.