

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

MANUELA ARRUDA GALINDO

**DO SELF AO *SELFIE*:
O AUTORRETRATO DIGITAL E A SUBJETIVIDADE CONTEMPORÂNEA**

Niterói

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

MANUELA ARRUDA GALINDO

**DO SELF AO *SELFIE*:
O AUTORRETRATO DIGITAL E A SUBJETIVIDADE CONTEMPORÂNEA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação
em Comunicação da Universidade Federal Fluminense,
como requisito de obtenção do grau de Mestre.

Orientação: Profa. Dra. Maria Cristina Franco Ferraz

Niterói

2014

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá

G158 Galindo, Manuela Arruda.
Do self ao *selfie*: o autorretrato digital e a subjetividade contemporânea / Manuela Arruda Galindo. – 2014.
112 f. ; il.
Orientador: Maria Cristina Franco Ferraz.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2014.
Bibliografia: f. 110-112.

1. Fotografia. 2. Autoimagem. 3. Subjetividade. 4. Documento eletrônico. I. Ferraz, Maria Cristina Franco. I. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III. Título.

CDD 158.1

A Marlene e Diego.

AGRADECIMENTOS

A minha mãe, Marlene, por ser tão extraordinária, exemplo e inspiração. A Diego, meu parceiro, pela companhia, carinho e cuidado. Agradeço muitíssimo à Maria Cristina Franco Ferraz, pela paciência e confiança durante o processo de concepção e escrita deste trabalho. A Paula Sibilía, especialmente, e aos demais professores e funcionários do PPGCOM-UFF, pelo suporte e oportunidade de crescimento. Ao programa REUNI, pela bolsa oferecida.

Pelo curso perene de vibrações boas, agradeço a Alane, Eugênia, Isabella, Joana, Larissa, Milena, Patrícia e Rodrigo. A Amanda, Flávia e Nathália por serem a família carioca que não tenho e pela generosidade sem a qual eu não teria podido insistir. Por só me darem momentos felizes, agradeço a Lara e Camila. E por não conhecerem obstáculo pra permanecerem próximas a mim: Rafaela e Amélia. A Danilo, por me aproximar de um livro distante, gratidão. Agradeço a Tia Carol e a todos da minha família Arruda, pela fé em mim e pelo apoio.

E finalmente, aos colegas do PPGCOM-UFF, pelos ótimos momentos juntos, pelas alegrias e aflições compartilhadas.

RESUMO

Numa definição simples, *selfies* são autorretratos digitais feitos para serem compartilhados através das redes sociais. Constituem um fenômeno contemporâneo massivo e se relacionam diretamente com diversos aspectos da cultura contemporânea. Ainda que os autorretratos estejam presentes nas representações pictóricas de vários períodos históricos, o intuito deste trabalho é investigar as transformações que ocorrem nos sentidos dados à prática ao longo do tempo. Num gesto genealógico, identificar as rupturas que possam auxiliar na compreensão da maneira como o fenômeno se expressa e como se relaciona com as subjetividades contemporâneas. O sujeito moderno se caracterizava pela valorização da interioridade psicológica como lugar de exploração do indivíduo por ele mesmo. A intimidade do lar burguês é o lugar da expressão desse self, que se constitui como sujeito introdirigido. Na contemporaneidade, a ideia de referência identitária estável, fixa e profunda tende a desvalorizar-se. As características encorajadas e estimuladas hoje se configuram em torno de um ideal de autenticidade vinculado fortemente à lógica do espetáculo e da visibilidade. A noção contemporânea de individualismo considera a autossatisfação como valor principal, mas, paradoxalmente, parece ser extremamente dependente da aprovação alheia. Na exibição do *eu* visível através das telas espera-se encontrar o olhar do outro, capaz de endossar a existência dessas subjetividades alterdirigidas. Para além das concepções de “real” ou “fictício”, “verdadeiro” ou “falso” tais práticas parecem indicar uma terceira via: a performance. É através dos *gestos performáticos* que se exibem as superfícies visíveis dos corpos. O sujeito contemporâneo é convocado a ser flexível, adaptável e a aprimorar-se continuamente para *ser alguém*. Finalmente, esta dissertação trata da forma como se estabelecem protocolos estilísticos para os *selfies*, identificando a recorrência de artigos midiáticos prescritivos que pretendem “capacitar” os indivíduos para a produção da imagem de si desejada.

Palavras-chave: autorretrato digital; *selfie*; subjetividade; fotografia digital

ABSTRACT

In a simple definition, selfies are digital selfportraits meant to be shared via social networks. It constitutes a massive contemporary phenomenon and directly relates to various aspects of contemporary culture. Although the selfportraits are present in pictorial representations of various historical periods, the aim of this work is to investigate the changes that occur in the meanings given to the practice over time. A genealogical gesture identifies breaches that may assist in understanding how the phenomenon is expressed and how it relates to contemporary subjectivities. The modern subject was characterized by the enhancement of psychological interiority as a place of exploration by the individual himself. The intimacy of the bourgeois home is the place of expression of self, which is constituted as an introdirected subject. In contemporary times, the idea of stable, fixed, deep identity reference tends to decay. Features encouraged and stimulated today are configured around an ideal of authenticity strongly linked to the logic of spectacle and visibility. The contemporary notion of individualism considers the self-satisfaction as a core value, but, paradoxically, appears to be extremely dependent on the approval of others. In view of the self through the screens the *I* expects to find the other's gaze, able to endorse the existence of these alterdirected subjectivities. In addition to the concepts of "real" or "fictional", "true" or "false" such practices seem to indicate a third way: performance. It is through *performative gestures* that the visible surfaces of bodies are displayed. The contemporary man is called to be flexible, adaptable and to improve continually to *be someone*. Finally, this dissertation addresses how stylistic settle for *selfies* protocols, identifying the recurrence of prescriptive media articles that aim to "empower" individuals to produce the desired image of themselves.

Keywords: digital selfportrait, *selfie*; subjectivity; digital photography.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa jornal The Sun 2013

Figura 2 - Capa revista Time 2013

Figura 3 - Giovanni Bellini, A Apresentação no Templo, (1460-1464)

Figura 4 - “Baco” (1595), de Caravaggio

Figura 5 - “O Jovem Rembrandt como Demócrito, o Filósofo que Ri” (1629), de Rembrandt

Figura 6 - O Afogado de Bayard (1840)

Figura 7 - Autorretrato Cornelius (1839)

Figura 8 - Um "esgoto de imagens" na instalação de fotografias impressas Erik Kessels 2011

Figura 9 - Página do trabalho de Helga Stein

Figura 10 - Instalação "The public isolation project"

Figura 11 - Fotografias do ensaio "Boyz and Girlz Du Net" de Mathieu Grac (2010)

Figura 12 - Fotografias retiradas dos ensaios fotográficos da página Ishotmyself.com

Figura 13 - *Frames* retirados do vídeo promocional da Samsung ST550

Figura 14 - Cena do filme “The Bling Ring: A gangue de Hollywood”, de Sofia Coppolla (2013).

Figura 15 - *Selfie* no espaço, de Mike Hopkins.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1) AUTORRETRATO OU O EU NO QUADRO	20
1.1 Autorretrato como gênero.....	20
1.2 Invenção da Fotografia	28
1.3 Retrato Fotográfico.....	34
1.4 O Autorretrato fotográfico.....	38
2) SELF, SELFIE E SUBJETIVIDADES SUPEREXPOSTAS	50
2.1 A subjetividade moderna.....	50
2.2 A subjetividade contemporânea.....	57
2.3 <i>Millennials</i>	66
2.4 Autenticidade performada.....	73
2.5 <i>I shot myself</i>	83
3) “HOW TO” OU A MORAL DA BOA IMAGEM	88
3.1 O <i>eu</i> visível bem acabado.....	98
3.2 The Bling Ring: A gangue de Hollywood.....	101
4) CONSIDERAÇÕES FINAIS	106
Referências Bibliográficas	110

Introdução

Frequentemente somos levados a ter contato, através dos veículos midiáticos, com palavras que não conhecíamos, ou cujo significado nos parecia ser outro. Às vezes pode ser um termo relacionado a algum escândalo político em evidência, alguma gíria esportiva que se alastra pra outras seções dos jornais, ou alguma expressão com a qual acabamos por nos familiarizar: este é o caso da palavra *selfie*. O *selfie* é um autorretrato feito com câmera digital, frequentemente esticando o braço e virando a objetiva para si ou em frente a um espelho, para ser compartilhado via redes sociais. Este termo tornou-se especialmente popular ao longo do período em que esta dissertação foi escrita, com a emergência de mais e mais sentidos e valores relacionados a ele e tornando-se parte do vocabulário midiático corrente.

Diretamente importada do inglês, a palavra *selfie* ainda não chega a contar com um gênero definido em português. Assim, a palavra tem aparecido acompanhada do artigo feminino “a *selfie*”, “uma *selfie*”, possivelmente por contaminação, já que fotografia em português é uma palavra feminina. Assim, uma *selfie* é uma fotografia de si mesmo. Porém, a forma masculina “um *selfie*” ou “o *selfie*”, também aparece, e aparecerá dessa forma neste trabalho, já que vem de *selfportrait*, autorretrato (substantivo masculino).

Selfie foi escolhida a palavra do ano de 2013 pelo Oxford Dictionaries Online¹, que já havia incluído o verbete na sua versão digital alguns meses antes. O aumento na ocorrência do termo foi calculado pelos editores do dicionário usando um programa que coleta mensalmente cerca de 150 milhões de palavras em inglês atualmente utilizadas na web. O crescimento no uso do termo *selfie* foi de 17 mil por cento em 2013.

Tais recorrências por um lado revelam a existência de fenômenos massificados e, por outro, criam esses mesmos fenômenos, sendo expressão e instrumento da popularização do ato de fotografar-se. Ainda que tanto a palavra quanto a prática tenham estado sob os holofotes, não se trata de uma invenção da última estação: a ação de fotografar a si mesmo está presente desde a invenção da fotografia. Mesmo com as condições pouco favoráveis das primeiras técnicas fotográficas, assim que foi possível fixar em uma superfície a imagem, os fotógrafos trataram de colocar-se diante da câmera para verem a si mesmos no suporte fotográfico. Porém, ainda que essa prática tenha persistido ao longo do tempo, os sentidos que

¹ <http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/>

se pode extrair dela serão distintos, consoantes com o ambiente cultural no qual o autorretrato está embebido, com motivações, usos e valores particulares.

Talvez a força e a insistência com que a palavra *selfie* entrou no vocabulário midiático seja proporcional à velocidade com que irá desaparecer. Mas, ainda assim, independentemente da popularidade do termo, o fenômeno pode ser tratado como parte de uma série de outros que se encarregam de dar o tom de como as pessoas determinam quem elas são no mundo contemporâneo. Diretamente ligado a uma lógica de visibilidade, na qual a performance visível dos corpos tem extrema relevância para definir as subjetividades, o fenômeno nos permite entender e relacionar diversos aspectos da cultura contemporânea.

O self, ou “si-mesmo”, numa tradução possível para o português, é um termo caro à psicologia. William James, em 1892, distingue duas instâncias do indivíduo: o “eu” seria o ser enquanto conhecedor (*I as knower*) e o “si mesmo” seria o conhecimento que o indivíduo tem sobre si próprio (*self as known*). Contemporâneas a essa definição são outras noções importantes para as discussões propostas nesse trabalho, como as noções de sujeito, interioridade e intimidade, que se estabelecem na modernidade.

Ao longo dos anos 1970, alguns autores se dedicaram a analisar as possíveis discontinuidades na forma como as esferas pública e privada vêm se caracterizando nos últimos séculos, tratando de analisar como essas mudanças se relacionam com a configuração do sujeito moderno. Richard Sennett, em *O declínio do homem público* (1998), enfatizou a crescente valorização da intimidade como espaço de construção do sujeito moderno. Enquanto nos séculos anteriores a vida pública teria um papel mais significativo, ao longo do século XIX o campo privado assume uma relevância cada vez maior. Cria-se a figura de um *eu* interiorizado. Perde valor aquilo que se *faz* em nome de uma crescente ênfase naquilo que se *é*.

Foucault (1976), por sua vez, explorou a maneira como a ideia de sexualidade foi “inventada” e ganhou importância, tornando-se um elemento central na definição da subjetividade na modernidade. Diretamente relacionada ao desejo, foi em torno dessa sexualidade a ser decifrada através da confissão (extrapolando o âmbito religioso e se vinculando a práticas como a psicanálise, medicina, educação, etc.) que o sujeito moderno se configurou.

Em comum, ambos autores tratam da crescente valorização do privado como espaço de construção da subjetividade. Nesse sentido, enquanto na modernidade se construía as personalidades individuais a partir dos âmbitos mais íntimos, na contemporaneidade, essa oposição entre privado/público se torna cada vez mais difícil de se identificar. Essa nova forma de se estabelecer a subjetividade foi tratada por Debord (1992) como característica da sociedade do espetáculo, na qual as relações que o sujeito contemporâneo estabelece consigo mesmo e com o outro são frequentemente mediadas por imagens. Assim, configura-se um esquema no qual *ser* confunde-se com *ser visto*. Passamos a perceber que a identidade individual se forma num outro lugar que é exterior ao indivíduo. Mais que uma “tendência exibicionista de ‘delatar’ publicamente nossos segredos mais íntimos, referimo-nos a uma subjetividade que se constrói na própria exterioridade, a uma diagramação que se efetua quando nos tornamos visíveis”, como afirma Claudia Linhares Sanz (SANZ, 2005. p.137).

As subjetividades se expressam e se formam, cada vez mais, na superfície visível dos corpos e num ambiente cultural que solicita que, no lugar de reais ou fictícios, os personagens que encarnamos sejam autênticos. Essa autenticidade se estabelece a partir de alguns pressupostos, que herdam algumas das ideias modernas sobre o tema, mas principalmente, possuem características específicas do ambiente cultural atual, dissonantes da forma como se delineava na modernidade. Essa autenticidade está vinculada a uma nova forma de se entender os limites entre interior e exterior, com um valor crescente dado ao julgamento alheio na definição de quem somos. David Riesman propõe, em *A Multidão Solitária* (1995), o conceito de personalidade alterdirigida: aquela que se constitui na tentativa de atrair o olhar alheio, pois é a partir da sua aprovação que se configura essa subjetividade dirigida ao outro.

Tal concepção, ainda que desenvolvida por Riesman referindo-se a um período histórico específico e à sociedade americana, pode nos fornecer pistas importantes sobre a cultura contemporânea. Tomando como um marco as revoluções culturais ocorridas em 1968, podemos destacar, dentro do convulsionado ambiente e das diversas questões que suscitaram, algumas reflexões que tocam os temas que nos interessam aqui. Podemos identificar um deslocamento no sentido da ideia de individualismo, que deixa de se ligar a um *eu* com uma interioridade a ser explorada exaustivamente em busca de seu deciframento, para se liberar desta identidade fixa e, até certo ponto, aprisionadora. Ao tomar como bandeira a inexistência de uma interioridade imutável em cada um, negam-se certas concepções anteriores que já não atendiam aos pressupostos demandados pelo ambiente cultural contemporâneo.

Paradoxalmente, um desejo de autenticidade continua existindo. Porém, ele vai ser expresso através de outros valores: a busca da felicidade individual e da autorrealização, que aparecem como sendo diretamente vinculadas à livre escolha. Tal ênfase no indivíduo, então, acontece, contraditoriamente, ao mesmo tempo em que se contesta a ideia de que possuímos uma essência interior que determina quem somos. Num ambiente cultural no qual a constante é a mudança, *ser alguém* se refere cada vez mais à capacidade de ter uma boa performance, um ideal vinculado a valores como flexibilidade e adaptação. Essa liberdade de escolha não alcançará o fôlego necessário para sair do âmbito do consumo: ser livre estará mais ligado a poder escolher o que consumir do que a qualquer outra coisa.

Se o ato de fotografar a si mesmo esteve presente desde o início mesmo da fotografia, é preciso entender o deslocamento de sentido em torno desta prática. Quando a imagem de nós mesmos possui um alto valor na definição de quem somos, ser capaz de produzir e compartilhar “boas” fotografias de nós mesmos é uma habilidade desejável e estimulada.

Desse modo, também passa a ser frequente a publicação de artigos midiáticos que estabelecem uma série de protocolos: tais textos prescritivos teriam como função estabelecer a fórmula ideal para se conseguir fazer um autorretrato bem sucedido dentro dos padrões desejados para fins de compartilhamento. Pretendem “ensinar” como tirar o *selfie* perfeito, como conseguir que o autorretrato de cada um possa ser cada vez mais parecido com os que as celebridades fazem, ou qual a receita que garante o êxito no ambiente digital.

De acordo com esse perspectiva, o *selfie* também pode – e deve - ser aperfeiçoado, melhorado e corrigido até constituir a imagem desejada de si. O autorretrato digital é a imagem que carrega, desde o processo da sua criação, essa expectativa do olhar do outro. A manipulação digital trata de antecipar o veredito desse julgamento, livrando-o da possibilidade de rejeição.

Na ocasião do funeral do ex-presidente sulafricano Nelson Mandela, dois acontecimentos envolvendo o presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, ganharam as manchetes jornalísticas. O primeiro deles foi um aperto de mão entre Obama e o presidente cubano Raul Castro, devido às relações entre EUA e Cuba estarem cortadas desde 1961, depois da Revolução Cubana de 1959 e das nacionalizações dos bens norte-americanos na ilha. O segundo, ainda que possa ser considerado menos relevante politicamente, teve, entretanto, muito mais repercussão: o presidente participou de um *selfie*, feito pela primeira-ministra da Dinamarca, Helle Thorning Schmidt, juntamente com o primeiro-ministro do Reino

Unido, David Cameron. A imagem feita por ela não foi publicada, mas um fotógrafo registrou-os no momento em que posavam, gerando polêmica sobre o comportamento dos governantes e sua atitude possivelmente inapropriada para um evento deste tipo.

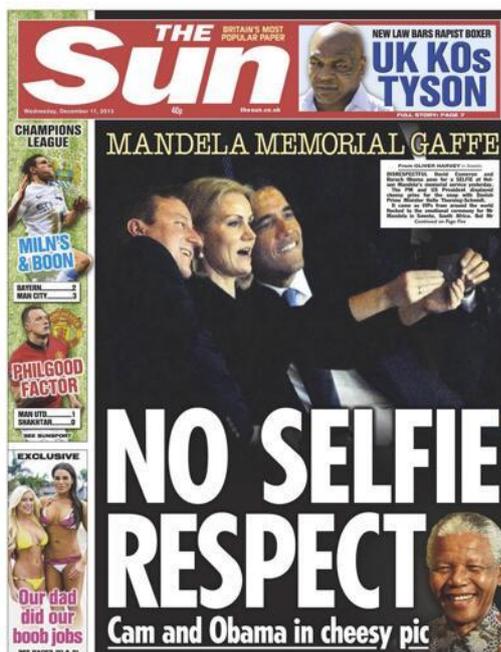


Figura 1- Capa jornal The Sun 2013 (fonte: <http://www.thesun.co.uk>)

Apesar de controversos, os *selfies* em funerais são menos raros do que se pode imaginar: na página “Selfies at funerals”², há uma compilação de autorretratos desse tipo. Uma outra página, “Selfies at serious places”³ reúne *selfies* feitos em campos de concentração nazista, em frente a acidentes de carro ou incêndios. Um caso extremo rendeu capa para o New York Post: a fotografia, assim como a de Obama, não é o *selfie* propriamente dito, e sim uma imagem da pessoa fotografando-se na dada situação. Uma mulher faz uma foto de si mesma com um leve sorriso, o que não teria nada de destacável a não ser pelo fato de que, atrás dela, está um homem prestes a pular da ponte numa tentativa de suicídio e alguns policiais tratando de resgatá-lo. Na manchete, um trocadilho que relaciona a palavra *selfie* com *selfish* (egoísta, em inglês) e o que seria a possível legenda para o autorretrato: “Minha foto com o ‘cara’ suicida da Ponte do Brooklyn”.

² <http://selfiesatfunerals.tumblr.com/>

³ <http://selfiesatseriousplaces.tumblr.com/>

Na fotografia, o autorretrato em geral possui especificidades enquanto gênero: modelo e fotógrafo são a mesma pessoa; portanto, sabem ambos o momento de cada clique, o que dificulta (se não impossibilita) a produção de uma imagem “espontânea”. É preciso pensar antecipadamente, se posicionar e posar para que o autorretrato funcione: a encenação estará necessariamente presente e é essencial para a construção do autorretrato fotográfico. Porém, simultaneamente, a fotografia carregou por muito tempo um “status de verdade” para o senso comum ou ainda a capacidade de atestar a existência de certas realidades.

É nessa posição ambígua, entre encenação e documentação, que o autorretrato se localiza. Enquanto prática contemporânea, se adequa de forma eficaz à lógica da performance, segundo a qual oposições como real/ficcional e verdadeiro/falso já não se aplicam. A performance se configuraria como uma terceira possibilidade, que existe enquanto espetáculo, independentemente de tais oposições.

Por muito tempo, a prática de fotografar-se esteve relativamente restrita a artistas e fotógrafos experimentais, que se utilizaram do autorretrato das mais variadas maneiras e adotando as estratégias mais diversas. A força da autorretratação como técnica de expressão artística pode ser explorada através do tempo, ao longo de séculos de tradição na representação pictórica. Diversos artistas fizeram do autorretrato fotográfico o principal (quando não o único) componente das suas obras. Andy Warhol, Cindy Sherman, Nan Goldin, Jo Spence, Francesca Woodman, Robert Mapplethorpe e vários outros podem ser citados como expoentes da fotografia do século XX, se utilizaram dessa ferramenta.

Com a popularização das câmeras Polaroid, de revelação instantânea, nos anos 1970, a prática começa a alastrar-se como gênero fotográfico amador. Posteriormente, quando a fotografia digital ganha força, alguns obstáculos, como o custo e a espera pelo resultado das fotografias, são minimizados. O volume de fotografias produzidas cresce, e na esteira dessa massiva produção de imagens, o autorretrato passa a ser um gênero cada vez mais popular.

Não há mais a limitação do número de poses do filme. Além disso, embora os cartões de memória e dispositivos de armazenamento de arquivo também sejam limitados, não se trata mais de fazer dezenas de fotografias, como no caso dos filmes. Quanto falamos de fotografia digital, o volume de produção tende a ser contabilizado em centenas ou mesmo milhares. É justamente nessa abundância de produção que a sua limitação se expressa: como determinar, dentro desse gigantesco contingente de imagens, quais tem algum valor (afetivo, de memória, de documento, etc.)? De que forma podemos lidar com as perdas relacionadas a

mudanças de formatos de arquivos, cada vez mais frequentes e velozes? Qual o sentido de se fazer, como nos conta o relato de uma entrevistada da Folha⁴, 300 fotos de um único show? Ou algumas centenas de fotografias de um fim de semana na praia?

Ainda que estas perguntas possam ter muito mais respostas do que apressadamente poderíamos supor, ao menos algumas delas nos interessam aqui. A função dessas fotografias parece localizar-se muito mais no ato de fazê-las do que na possibilidade de contemplá-las no futuro. Seu valor estaria mais relacionado à experiência de criar, de maneira performática, uma imagem de si. Esta abordagem - certamente não a única, e nem capaz de esgotar questões tão complexas -, nos serve aqui para entender como a produção de fotografias de nós mesmos está relacionada, no contemporâneo, à construção de subjetividades. A relação temporal que se estabelece no ato de fotografar-se e compartilhar essas imagens também é específica, por influenciar diretamente na sensação de imediatez do tempo vivido, e consequente esgarçamento da experiência.

Além de permitir a produção de um grande número de fotografias, o digital possibilita também que tais fotografias sejam feitas, vistas, aprovadas, reprovadas, corrigidas, refeitas, numa velocidade impensável nos tempos em que a espera pela fotografia revelada era parte inerente ao processo. Em consonância com as demandas de rapidez e eficiência da sociedade contemporânea (SANZ, 2005), a fotografia digital se adequa ao seu ritmo. Além de veloz e barata, a fotografia digital ainda permite que os “erros” e “imperfeições” que escapem à construção do autorretrato ideal sejam facilmente retocados. Os *softwares* de tratamento de imagens, disponíveis para todos os tipos de eletrônicos com câmeras (celulares, *tablets*, *notebooks*) permitem que, com poucos cliques, se corrijam as “falhas” que não devem aparecer no produto final. Já existem diversos aplicativos especializados (por exemplo FaceTune, ModiFace, Perfect365 e VisageLab) que garantem esse “aperfeiçoamento” dos traços retratados com apenas alguns toques na tela do celular.

A presença cada vez mais marcante desse tipo de produção fotográfica traz à tona questões importantes para os estudos da Comunicação. Como a produção barata e veloz de imagens digitais afeta nossa vontade de fazer mais e mais fotografias – e especialmente, mais fotografias de nós mesmos? Por que nos sentimos mais impelidos a fazê-las? Para que finalidades?

⁴ <http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/1229394-sem-a-camera-sinto-que-perco-algo-importante-diz-blogueira.shtml> (acessado em fevereiro/2014)

O ato em si, cada vez mais disseminado, já requer uma reflexão aprofundada: a que demandas essa autorretratação crescente atende? Quais seriam alguns dos sentidos possíveis de se extrair dessa prática, a partir de uma perspectiva genealógica? Como a lógica referencial da fotografia, com os pressupostos que carrega, é afetada pela encenação necessária na construção de uma imagem digital de si? Que mecanismos operam nessa construção da imagem digital de si?

Para que a desejada visibilidade se concretize, vai-se tornando necessária uma exposição cada vez maior: não há limites para a escrutinização do olhar alheio. As ferramentas tecnológicas se associam a esse desejo de visibilidade permitindo que textos e imagens sejam publicados em grande velocidade para um número antes impensável de leitores potenciais.

O *Instagram*⁵, uma das mais populares redes sociais de compartilhamento de fotografias do mundo, conta com um crescimento vertiginoso no número de usuários e imagens publicadas. No início de 2011, a rede social tinha mais de 1 milhão de usuários. Em janeiro de 2012, já eram 15 milhões. Na mesma época, em 2013, atinge a marca de 130 milhões de usuários, compartilhando 45 milhões de fotografias por dia, num ritmo médio de 5200 fotos por segundo, segundo estatísticas fornecidas na sua página oficial. Entre as *hashtags* (palavras-chave que designam o conteúdo da imagem, fornecidas pelos próprios usuários) mais populares figura o termo “*me*” (eu): sempre presente entre os motivos mais fotografados e compartilhados pela rede.

Consultando a busca do *Instagram*, o termo *selfie* possui mais de 156 milhões de imagens publicadas. Outros motivos que são considerados comuns para fotografias têm muito menos resultados: “*sunset*” (pôr do sol) conta com 36 milhões de imagens e “*nature*” (natureza) com 54 milhões. Se considerarmos que boa parte dos usuários não chega a utilizar *hashtags* para designar as fotografias publicadas, deduz-se que o número de autorretratos publicados seja ainda maior.

Essa produção fotográfica, que é feita para ser compartilhada e visualizada pelos outros, atende a uma série de critérios de edição. Cada um quer mostrar o melhor da imagem de si, já que é através do julgamento desse olhar alheio expresso em comentários e *likes* que se alimenta essa subjetividade construída segundo a lógica da visibilidade.

⁵ <http://instagram.com/>

Ainda assim, vale ressaltar que os elementos imagéticos presentes em cada um desses retratos são apenas um dos aspectos relevantes na análise do fenômeno. A sua recorrência enquanto tema, o crescente volume de autorretratos produzidos e sua ligação com outras ferramentas tecnológicas contemporâneas também fornecem pistas sobre sua relevância como objeto de estudo.

No primeiro capítulo de *O Show do Eu*, Paula Sibilia (2008, p.8) destaca uma capa da revista Time de 2006 que, ao trazer um espelho, “convidava seus leitores a se contemplarem, como Narcisos satisfeitos de verem suas ‘personalidades’ cintilando no mais alto pódio da mídia”. *Eu, você e todos nós*, pessoas comuns, eleitos personalidade do ano.

Em maio de 2013, a mesma revista dedicou sua capa à “Geração Eu Eu Eu” (The Me Me Me Generation). No lugar do espelho da edição anterior, a capa figura um adolescente fazendo um *selfie* com um celular:

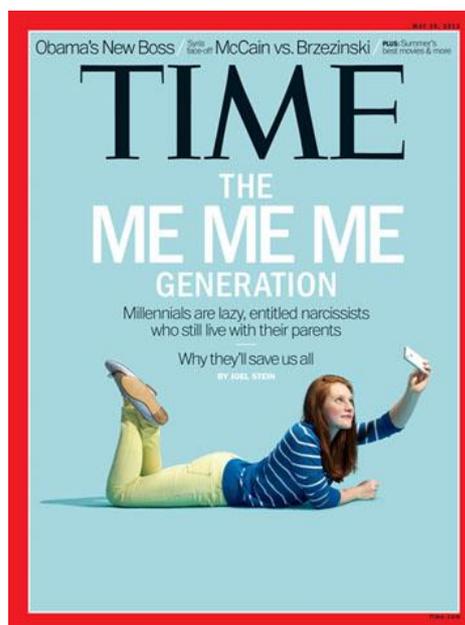


Figura 2 - Capa revista Time 2013 (fonte: <http://www.time.com/time/magazine>)

A reportagem trata não apenas da prática disseminada de fazer autorretratos e compartilhá-los, mas pretende traçar um perfil da geração nascida entre 1980 e 2000, a que chama de *millennials*. Eles seriam, por um lado, narcisistas e egocêntricos, e por outro, extremamente dependentes do julgamento alheio. Essa aprovação se expressaria principalmente na forma como eles mais interagem: através das telas dos dispositivos eletrônicos ligados à rede. A fotografia digital exerce um papel fundamental nesse ambiente

de compartilhamento na rede. Segundo Sherry Turkle⁶, em um artigo intitulado “A vida documentada”⁷, publicado no New York Times, essa geração teria feito uma torção na máxima cartesiana convertendo-a em: “Eu compartilho, logo existo”. Esse gesto de compartilhamento talvez seja a principal diferença entre as produções confessionais da modernidade, como os diários íntimos, e as expressões contemporâneas. Para Sibilia, “O fato de os novos diários íntimos serem publicados na internet não é um detalhe menor, pois o principal objetivo de tais estilizações do *eu* consiste precisamente em conquistar a visibilidade.” (2008, p.75)

Praticamente onipresentes nos dispositivos eletrônicos que vamos nos acostumando a utilizar, as câmeras fotográficas digitais também vão atendendo a essa nova demanda e se adaptando, com configurações específicas que facilitam a produção do autorretrato ideal. Entender esses recursos tecnológicos das câmeras a partir de uma relação de causa e efeito, seja tratando o crescimento da autorretratação como causa do “aperfeiçoamento” dos aparelhos ou vice-versa, pode levar a deduções menos frutíferas do que operar genealogicamente. Podemos, a partir desta perspectiva, e retomando as ideias de Foucault (1980) em *História da Sexualidade I*, tentar entender o seu funcionamento através da lógica efeito-instrumento. Dessa forma, pode-se considerar que o crescimento da autorretratação e o oferecimento de recursos nas câmeras que a possibilitem sejam ao mesmo tempo expressões e instrumentos da popularização dessa prática e, mais que isso, de mudanças de valores e sentidos referentes a tais práticas. Assim, mais autorretratos são feitos – pois as câmeras possibilitam isso – e mais câmeras passam a incorporar esses modos de cena – pois esse recurso vai se tornando mais relevante na hora de escolher que câmera comprar.

É importante ressaltar que este trabalho não ambiciona ser um texto definitivo sobre o assunto, constituindo-se apenas de uma inquietação inicial, uma tentativa de criar um possível campo de investigação. O fenômeno como um todo pode gerar, e vem gerando, questionamentos e reflexões em diversos âmbitos acadêmicos, das artes às neurociências. Não por acaso, a National Portrait Gallery de Londres promoveu um evento para discutir as implicações do fenômeno massificado da produção de autorretratos. O painel de debates, intitulado “*The Curated Ego: What Makes a Good Selfie?*”, pretendia discutir questões em torno da autorretratação e sua relação com a noção de identidade pessoal dos fotografados,

⁶ Professora do Departamento de Estudos Sociais da Ciência e Tecnologia, no Massachusetts Institute of Technology (MIT)

⁷ “The Documented Life” http://www.nytimes.com/2013/12/16/opinion/the-documented-life.html?_r=0

além de exibir autorretratos de fotógrafos famosos ou emergentes. Além de especialistas e estudiosos das áreas de história da arte, teoria da fotografia e filosofia, contou também com a presença de um neurologista, que trataria de discorrer sobre os supostos sinais quimicamente representados no cérebro de quem pratica a autorretratação.

A galeria lançou ainda uma ampla convocatória para os artistas que quisessem expor seus autorretratos, sob a curadoria da mesma. Tal tipo de iniciativa não se limita apenas ao âmbito artístico, mas também se manifesta nos veículos midiáticos: diversos jornais, portais de notícias e revistas online também convocam seus leitores a enviar seus *selfies*, compondo diversas galerias de autorretratos. Frequentemente, os mais *visualizados* recebem algum tipo de recompensa.

Precisamente considerando que a prática cotidiana de fotografar-se não é algo previamente dado ou isolado, podemos pensar criando campos de problematização em torno da autorretratação digital. Faz-se necessário considerar os horizontes culturais e modos de subjetivação que podem reforçar essa prática como rito contemporâneo massivo, para se entender de maneira mais aprofundada a complexidade do fenômeno.

Trata-se de uma tentativa de refletir sobre esse impulso que nos faz cada vez mais desejar fotografar-nos e extrair da massificação deste comportamento valores consoantes com as demandas da cultura contemporânea. Nas palavras de Maria Cristina Franco Ferraz, “uma vez que sentidos e valores sempre foram “inventados”, produzidos por forças e pulsões em configurações historicamente determinadas, deve-se interrogar sua historicidade, colocá-los sob suspeição, submetê-los a um olhar arguto e curioso.” (2013, p.165). Assim, é a partir desta inquietação que este trabalho se estrutura.

1. AUTORRETRATO OU O EU ENQUADRADO

Ora, a partir do momento em que me sinto olhado pela objetiva, tudo muda: ponho-me a posar, fabrico-me instantaneamente um outro corpo, metamorfoseio-me antecipadamente em imagem.

Roland Barthes, A Câmara Clara (1984 p.22)

1.1 Autorretrato como gênero

Mesmo em épocas em que a ideia de artista pouco se assemelhava à forma como a concebemos hoje, muitos escultores e pintores já trataram de plasmar a própria imagem em suas obras. Entender as diferentes motivações para o gesto de representar-se solicita que analisemos o amplo espectro de variáveis históricas, políticas e sociais que estão em jogo, influenciando não apenas as técnicas utilizadas, as características formais ou estéticas dessas imagens, mas principalmente a que sentidos correspondem. Essa análise exige, para não cair na armadilha de se pensar o autorretrato (e também as ideias de representação e de “si”) como algo imutável, sendo uma prática que ultrapassa incólume os momentos históricos. Faz-se necessário que tratemos de relacioná-lo com o ambiente cultural das obras produzidas e também com os meios tecnológicos disponíveis e utilizados. Para Ferraz (2013), na esteira de Nietzsche:

Enquanto certos costumes ou práticas podem se repetir no tempo, seja em uma mesma formatação cultural, seja em outras culturas, os sentidos que lhes são atribuídos, suas finalidades, o que deles se pode e deve esperar possuem um caráter necessariamente fluido, aberto a infinitas e imprevisíveis relações. (FERRAZ, 2013, p.164)

Assim, é partir de um viés genealógico que a prática da autorretratação será abordada neste trabalho. Por outro lado, é preciso atentar também para a especificidade que o autorretrato possui no conjunto das imagens produzidas. Uma vez esclarecido o que ele tem de específico (quem faz a representação é também o objeto de tal representação), podemos ver com mais clareza as transformações pelas quais a prática vai passando ao longo da história, pois, para que o autorretrato exista, é necessário que *alguém* o faça. Assim, da mesma forma como mudam as condições históricas, mudam-se os pressupostos para a existência desses *alguéns*, os sujeitos que se dedicam a essa prática. Dessa forma, um autorretrato produzido na

Antiguidade será (ou terá um sentido) muito distinto de outro produzido por um pintor moderno, ou um fotógrafo contemporâneo.

Na tentativa de explorar essas transformações, que se dão não apenas tecnicamente, mas inclusive na relevância dessa produção dentro do universo artístico (e posteriormente seu alastramento para outros âmbitos da experiência, além da arte), tracemos – ainda que brevemente – parte do percurso da autorretratação.

No livro *Histoire de moi: histoire des autoportraits* (2006), o francês Yves Calmégane estabelece um histórico da prática ao longo dos séculos. Segundo ele, a autorretratação seria uma manifestação típica da cultura ocidental, não sendo encontradas manifestações significativas no mundo hebraico, árabe, indiano e, apenas tardiamente, na China e no Japão, em períodos em que a influência ocidental já era mais expressiva.

Devido a essa constatação, Calmégane (2006) descreve o mais antigo autorretrato conhecido – egípcio - como sendo uma exceção destoante (2006, p.16). Trata-se da escultura "Autorretrato, ajoelhado em um barco" (a.C. 2350) de Ni-Ankh-Ptah, um relevo calcário que adorna a tumba do vizir Ptah-Hotep, alto funcionário de Djedkaré Isesi, faraó da V dinastia. Ni-Ankh-Ptah aparece no detalhe de uma representação de batalha na tumba, uma pequena pirâmide construída na parte sul de Sakara, próxima a Mênfis, a capital dos faraós do Antigo Império.

Se não é estritamente um autorretrato, o testemunho esculpido em calcário torna Ni-Ankh-Ptah o artista mais antigo do mundo a ter se representado e assinar sua obra. É provável que ele esperasse garantir a sua sobrevivência no além com o Vizir. Cerca de 4500 anos mais tarde, ele ainda está presente. (CALMEJÁNE, 2006, p.18)⁸

Durante muito tempo, a imagem do próprio autor presente na obra, segundo Julian Bell⁹, era tida como uma presença perturbadora, de maneira bem distinta da valorização que o autorretrato virá a alcançar séculos mais tarde. Tal “perturbação” foi a causa da prisão de um dos mais importantes escultores gregos da Antiguidade. Fídias foi o autor de algumas das mais famosas estátuas da Grécia Antiga e, sob a proteção do imperador Péricles, encarregou-se da supervisão de um vasto programa construtivo em Atenas.

⁸ “Si ce n’est pas à proprement parler un autoportrait, ce témoignage sculpté dans le calcaire fait de Ni-Ankh-Ptah le plus ancien artiste au monde à s’être représenté et a avoir signé son oeuvre. Il est probable qu’il espérait ainsi assurer sa survie dans l’au-delà après du vizir Ptahhotep. Près de 4500 ans plus tarde, il est toujours present...” Tradução minha.

⁹ Pintor e escritor inglês, autor do livro *500 selfportraits*.

Fídias, que já havia sido acusado de ter se apossado de parte do ouro destinado às obras pelas quais era responsável, ficou na mira dos inimigos do imperador, apesar de ter sido defendido e inocentado por Péricles. O fato de ter retratado a sua própria imagem no escudo de Atenas foi rapidamente descoberto: suas feições foram reconhecidas na figura representada, que não se parecia com as imagens idealizadas dos heróis gregos. A grande falta de Fídias seria a *húbris* (ou *hýbris*, em grego): a arrogância, o orgulho excessivo ou a insolência contra os deuses, a sua ousadia em autorretratar-se no templo. Fídias teria sido o mortal que não soube respeitar o lugar que lhe foi atribuído, e quis se juntar aos deuses, tornando um insulto o que era para ser uma homenagem. A sua punição foi a prisão, pois, ainda que os ceramistas gregos frequentemente assinassem suas criações, isso era muito diferente de fazer a própria figura num templo que tinha como função ser um lugar sagrado.

Depois disso, os relatos sobre o destino de Fídias são contraditórios: de acordo com Plutarco, ele teria sido morto na prisão. Porém, outra versão afirma que ele foi exilado em Olimpia e proibido de retornar a Atenas. Essa versão parece ser mais plausível, já que outra de suas obras mais importantes, a estátua de Zeus, foi construída por ele em Olímpia posteriormente à época de sua prisão.

Continuando nossa análise das transformações pelas quais a autorretratação passou, e considerando que o objeto central desse estudo é a forma como a prática se configura no contemporâneo, daremos um salto histórico. Destacaremos, assim, apenas alguns períodos em que as transformações na finalidade e nos usos do autorretrato passaram por mudanças mais evidentes e significativas, explorando a forma como essas rupturas aconteceram e quais os condicionantes envolvidos.

Durante a Idade Média, eram frequentes as representações de si por parte de escultores, pintores, gravuristas, copistas, etc. Cabe porém ressaltar, que não apenas o significado que lhes era atribuído era bastante distinto do que vem a ser na modernidade (e mais ainda no contemporâneo), como também noções como artista, autor e sujeito não se configuravam da mesma forma. A concepção de sujeito enquanto indivíduo singular, único e de artista como personalidade criativa que se expressaria através de suas obras só se estabelece posteriormente na história ocidental. Assim, alguns autores chegam a considerar que essas expressões, via de regra, não seriam propriamente autorretratos. Porém, ainda que haja ressalvas e bastantes diferenças com relação às concepções atuais da prática, destacaremos como ela se estabeleceu nesse dado momento.

Longe de expressar-se como um gênero autônomo, o autorretrato se configuraria como uma espécie de assinatura. Primeiramente, porque os responsáveis por essas criações não eram considerados *artistas*, e sim artesãos. Assim sendo, na condição de artesão, não se consideravam como tema legítimo de representação. A categorização do trabalho manual como secundário, em relação aos trabalhos intelectuais e espirituais, também foi um fator condicionante para que o trabalho desses pintores e escultores tivesse uma valorização menor.

É importante ressaltar que tais obras eram produzidas em oficinas, sendo resultado do trabalho de vários artesãos. Se houvesse uma espécie de “imagem de si”, ela era valorizada como *marca de fabrico*. Um modo de fazer ou um estilo referente a determinada oficina, e não a uma concepção de autor, ou a uma subjetividade em ação. A assinatura seria mais um signo de atribuição (“X’ fez isto.”) do que uma forma de expressão individual de uma personalidade artística uma vez que tais noções ainda não se haviam estabelecido. São exemplos desse tipo de autorrepresentação as figuras dos copistas medievais, desenhadas nas capitulares dos textos, ou a presença de um busto com o nome do autor em determinadas construções arquitetônicas da época.

Outro fator importante a ser destacado é que, mesmo quando esses autorretratos estavam presentes, não havia necessariamente traços fisionômicos específicos de *um* indivíduo em particular. Tratava-se de um tipo de autorrepresentação ligada a uma identidade genérica, muito mais do que à semelhança visual com o autor específico da obra. Assim, essas imagens designavam o pertencimento a uma certa classe ou a uma organização de trabalho através de traços convencionalmente ligados a cada profissão, presença de certos objetos, vestimentas, etc. Essas imagens de “si”, ainda que sendo uma tentativa de representar-se, só têm sua autoria atribuída a tal ou qual autor pela legenda e/ou título da obra. A própria ideia de “si”, como se expressa aqui, não carrega ainda a conotação que assumirá em momentos históricos posteriores.

Omar Calabrese, no livro *L’Art de l’autoportraits* (2006), estabelece uma outra categoria, posterior à autorretratação, ligada a essa ideia de “identidade genérica”. Ele denomina “criptorretrato” ou “autorretrato *in assistenza*” as representações dos pintores nas suas próprias obras, que se davam de maneira secundária em relação ao motivo principal, de forma discreta ou mesmo camuflada (criptografada). Esse tipo de autorretrato se caracteriza pela inserção da imagem do artista dentro de um grupo de personagens retratados, como um dos presentes (daí o termo *in assistenza*, “presente”).

Em diversas imagens desse tipo, o artista se colocava olhando diretamente o espectador, numa ação que pode ser lida como um convite ao observador para engajar-se na cena, ou ainda como uma espécie de orientação ao espectador para a ação retratada. O quadro abaixo, “A apresentação no Templo” (1460- 1464), de Giovanni Bellini, ilustra a forma como esse tipo de autorretratação se caracterizava, com a figura do seu autor olhando na nossa direção e sendo um dos personagens participantes da cena, ainda que de forma marginal (canto direito).



Figura 3 - Giovanni Bellini, A Apresentação no Templo, (1460-1464) (fonte: google.com)

Esse tipo de construção, o “criptorretrato” ou “autorretrato *in assistenza*”, possui uma característica que é interessante sublinhar: o que justifica a presença do artista na cena representada é a sua devoção. Diferentemente do sentido dado ao autorretrato de Fídias, que foi tomado como uma grande ofensa para o templo e a divindade que ele deveria representar, nesse outro ambiente histórico representar-se junto a figuras divinas funcionava como um sinal de homenagem e de fé.

Essas formas de autorretratação não se sucederam de maneira esquematizada ou uniforme, nem equivalem a uma espécie de “evolução” na prática. Encontram-se aqui organizadas dessa forma com o intuito de enfatizar as rupturas e transformações de sentido. Não se trata de afirmar que existem fronteiras rigorosamente marcadas para um ou outro tipo de

autorrepresentação. Contudo, para efeito de análise e para enfatizar tais mudanças, estão aqui divididas de acordo com a classificação proposta por Calabrese, ainda que tais tipos de autorrepresentação coexistam e até se superponham em determinados períodos históricos.

Na ideia de criptorretrato, já começa a se esboçar uma transformação do que seria o autorretrato *in assistenza* para o autorretrato “honorífico”. A principal transformação, nesse caso, é o deslocamento da figura do pintor da condição de figurante ou testemunha marginal no acontecimento religioso para um maior protagonismo da sua autorrepresentação dentro da cena. Assim, passam a abundar as representação de pintores como personagens míticos, religiosos ou históricos. A presença da figura do pintor na imagem ganha então novos sentidos. Primeiramente, porque cresce a importância que as imagens vão alcançando, quando passam a ser consideradas pela igreja como um instrumento didático, uma espécie de evangelho para os iletrados. Também porque a presença do pintores nessas imagens se configura como sendo eles não apenas certo tipo de transmissor de um conhecimento sobre o evangelho, mas também um devoto, que produz tais imagens a partir de uma revelação divina, servindo como um intérprete capaz de transformar em imagens a mensagem do evangelho.

Várias das pinturas do período mais conhecidas envolvem a presença deste tipo de autorretratação, não apenas nas imagens com temas da tradição cristã, mas também temas de inspiração grega e romana. Assim, são muitos os exemplos desse tipo de autorretratação: Aert Gelder, autorretratado como Zeuxis (1685), Rembrandt, autorretratado como Demócrito (1628), ou Caravaggio cujo rosto daria expressão a uma cabeça de Medusa (1597), ou que se apresentaria como Baco (1595), como Golias (1571), como Holofernes (1599) – personagem que também inspirou um autorretrato de Lucas Cranach - , ou de Giorgione representado como David (1510).



Figura 4 - "Baco" (1595), de Caravaggio (fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Caravaggio>)



Figura 5 - "O Jovem Rembrandt como Demócrito, o Filósofo que Ri" (1629), de Rembrandt (fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Dem%C3%B3crito>)

Diferentemente dos autorretratos genéricos, nos quais não havia uma semelhança visual entre o autor e a autorrepresentação que lhe era atribuída, aqui já existe uma preocupação relativa à verossimilhança. Tal tipo de representação seria, de certo modo, um prenúncio do momento que se estabelece a seguir quando o autorretrato emerge com insistência cada vez maior, ascendendo, depois, ao estatuto de *gênero autônomo e legítimo*, a par do retrato propriamente dito. Apenas com a consolidação de uma concepção de criação artística a partir do próprio homem se assumirá, na pintura do século XVII, por exemplo, como motivo suficiente para o estabelecimento de um gênero independente. Embora ainda sendo um gênero relativamente secundário, comparável a paisagens ou naturezas mortas, e especialmente quando confrontado com a pintura histórica.

Tais mudanças se dão gradativamente, combinadas com outros aspectos da cultura. Assim, não é por fatores como habilidade técnica que os autorretratos até então não guardavam uma semelhança visual com seus autores ou que não se tornaram um gênero autônomo na pintura. Devem ser consideradas outras variáveis históricas, políticas e sociais, como a já citada caracterização dos autores dessas obras como artesãos, ou a ausência de uma concepção de indivíduo tal como se estabelece posteriormente na modernidade. A redescoberta e a revisão dos autores da Antiguidade, que ocorre no Renascimento, é um dos fatores determinantes na forma como a arte vem a ser definida durante o período. Vários elementos convergem para essa configuração: uma crescente ênfase no indivíduo que produz as obras de arte; a maior relevância dada ao papel do homem, como “medida de todas as coisas”; a valorização do status do artista na época; o uso das leis de perspectiva como cânone de representação figurativa e até mesmo a produção relativamente mais barata de espelhos em Veneza¹⁰. Assim, é preciso levar em consideração o complexo “tecido histórico-cultural de que são, *ao mesmo tempo*, expressões e instrumentos” (FERRAZ, 2013, p. 168) para compreender de forma mais ampla tais transformações.

¹⁰ Tais espelhos eram feitos a partir do vidro produzido na região e revestidos por uma fina amálgama de estanho e mercúrio. Essa tecnologia aperfeiçoada no século XVI,¹⁰ menos onerosa quando comparada aos espelhos prévios – metais polidos até que sua superfície passasse a refletir a luz –, permitiu que se popularizassem os espelhos. A mesma técnica já era conhecida e utilizada por chineses ao menos desde o século VI, de acordo com George Rapp, em “Archaeominerology” (2009, p. 180).

1.2 Invenção da Fotografia

A possibilidade de invenção da fotografia já existia pelo menos um século antes da época em que oficialmente nasceu. Já eram conhecidos o princípio da câmara escura, a sensibilidade de alguns materiais à luz, e até mesmo a possibilidade de fixação das sombras produzidas por ela. Mas não é apenas a oferta de técnicas que é responsável pelo seu nascimento. Para que a fotografia viesse a se configurar, de certa maneira, como um tipo de registro imagético extremamente popular na sociedade moderna do século XIX, outras variáveis devem ser consideradas. O teórico da imagem francês Jacques Aumont afirmou: “a condição de possibilidade (não estou falando de causa) da invenção da fotografia encontra-se no desejo de uma sociedade, já engajada na produção de imagens de um novo tipo.” (AUMONT apud LISSOVSKY, 2003, p.143). De acordo com essa perspectiva, mais importante do que identificar quem inventou a fotografia seria entender em que momento a fotografia se estabelece como um disseminado imperativo social, tornando-se um campo de criação de saberes em torno da imagem que produz e dos sentidos que ela carrega.

Nos séculos XVII e XVIII, entendia-se a percepção como sendo um fenômeno que se dava a partir de estímulos vindos de objetos exteriores ao sujeito: algo que acontecia de maneira simples, como mero resultado de determinadas leis da física. Porém, especialmente na primeira metade do século XIX estabelecem-se diversas transformações na compreensão do fenômeno da percepção, que passam a considerar a relevância do papel do sujeito como um organismo psicofísico dinâmico, que construía ativamente o mundo em torno de si, por meio de diversos processos cognitivos e sensoriais. De acordo com essa concepção, a imagem é o produto de uma construção complexa, ancorada não apenas na fisiologia do olho, mas remetendo cada vez mais ao cérebro e ao sistema nervoso central. A fotografia é inventada, então, nesse ambiente no qual já circulavam as ideias de que o corpo humano era “falho” na percepção precisa das imagens ao seu redor. A técnica fotográfica é então vista como um ideal de imagem “objetiva”.

A partir do momento em que a visão passa a ser ancorada na corporeidade, o próprio objeto do conhecimento e da percepção (o “mundo”) perde seu caráter assegurado, previamente dado, e novos fenômenos – pós-imagem, persistência retiniana, paralaxe, disparidade binocular – passam a ser considerados como mediações incontornáveis em todo perceber. (FERRAZ, 2010, p. 32)

A concepção de que não apenas a percepção mas também a produção de imagens a partir da mão humana eram afetadas por tais “distorções” inerentes à corporeidade, estimularam o fascínio pelas imagens produzidas pelas máquinas fotográficas. Ao pressupor que seria “humanamente” impossível produzir imagens “precisas” ou “objetivas”, o fazer fotográfico maquínico e automático prometia devolver essas características às imagens produzidas. Ao contrário da pintura, a fotografia, “naquilo que faz o próprio surgimento da sua imagem, opera na *ausência do sujeito*. Disso se deduziu que a foto não interpreta, não seleciona, não hierarquiza.” (DUBOIS, 2008, p.32)

Como o registro não passava mais pela mão nem pelo olho humanos, a fotografia aparece como uma tecnologia que supostamente permitiria uma representação imagética objetiva, algo que já não era possível de se conseguir através da percepção humana. A ideia de que o aparelho fotográfico era o grande responsável pela produção da imagem, acompanhada das características atribuídas às máquinas em geral, levou à concepção - inicial e cara ao senso comum - de que fotografias seriam necessariamente precisas e fiéis à realidade por serem mecânicas. Posteriormente, boa parte dessas convicções acerca das imagens fotográficas cairia por terra, mas refazer o caminho dessas mudanças nos auxilia na compreensão de tais transformações.

No ambiente imediato à sua invenção, a fotografia dividiu opiniões acerca da sua natureza e de quais seriam os usos compatíveis com essa tecnologia. Por um lado, na tentativa de determinar como deveria ser usada, tratou-se de separá-la categoricamente do campo da arte e da possibilidade de criação artística, irrealizável para a fotografia de acordo com essa concepção. Justamente por ser, segundo Dubois (2008), uma

técnica muito mais bem adaptada do que a pintura para a reprodução mimética do mundo, a fotografia vê-se rapidamente designada como aquilo que deverá a partir de então se encarregar de todas as funções sociais e utilitárias até aqui exercidas pela arte pictural. (DUBOIS, 2008, p.30)

Assim, em pouco tempo, a polícia de Paris começou a catalogar fotograficamente todos os detidos nas delegacias da cidade. O método de Alphonse Bertillon, que veio a ser conhecido como *bertillonage*, se baseava em fotografar de maneira sistemática não apenas o rosto dos detidos, mas separadamente orelhas, olhos, bocas, mãos, no que começou sendo um catálogo para facilitar o desenho de retratos-falados. Bertillon criou um aparato no qual o fotografado deveria posicionar-se para permitir que as fotos fossem feitas de vários ângulos, sempre com as mesmas proporções. Com base nas imagens, as vítimas poderiam recompor com mais facilidade os rostos dos criminosos, o que facilitaria a sua captura. As fotografias

acompanhadas de medições antropométricas dos detidos serviam também para identificar criminosos reincidentes.

Um outro saber também foi se formando através desses inventários de retalhos fisionômicos: a ideia de que determinados traços físicos poderiam ser lidos como uma predisposição à prática de certos crimes. Tais usos da fotografia dialogam com algumas ciências em voga na época, como a frenologia, que tratava de relacionar, de maneira determinista, as características fisiológicas do crânio a certos comportamentos humanos.

É curioso observar registros fotográficos deste tipo: por um lado há retratos que carregam um ar solene e profundo, assemelhando-se visualmente aos retratos não vinculados ao uso da fotografia como uma ferramenta de controle social. Mas também havia retratados que se opunham a essa retratação compulsória e tratavam de “danificar” o resultado final da imagem, movendo-se durante as longas exposições e fazendo caretas, numa tentativa de resistência ao registro da própria imagem dentro desses espaços de segurança e vigilância (GUNNING, 2001, p.43).

Para se analisar a capacidade de produção de saberes da fotografia na medicina, talvez o caso mais célebre do período se refira à catalogação que aconteceu no Hospital de Salpêtrière, na França. Jean-Martin Charcot, médico e cientista francês, que por trinta anos esteve ligado ao Hospital, percebeu que a fotografia poderia ser uma ferramenta útil para os estudos realizados no hospital. Passou a fotografar sistematicamente os surtos das mulheres acometidas com histeria tratadas em Salpêtrière, os quais muitas vezes eram induzidos através de técnicas de hipnose.

Essa relação íntima entre a psiquiatria e a fotografia criada em Salpêtrière foi analisada em profundidade por Didi Huberman no livro *Invention of Hysteria: Charcot and the Photographic Iconography of the Salpêtrière* (2004). Segundo ele, devido ao tempo necessário de exposição para a obtenção de uma imagem nítida, a temporalidade da pose se apresenta como um fator de grande importância que remete a um tempo específico não só de registro, mas em consonância com a experiência de fotografar e ser fotografado na modernidade. A experiência clínica se estabelece no complexo terreno no qual o corpo das pacientes se encontra numa posição de expectativa de registro e de tratamento, numa relação em que a submissão às controversas sessões de Charcot, diante de vários outros profissionais da área, podia gerar uma possibilidade de cura para a enfermidade. A detenção do corpo em estado de surto numa imagem fotográfica permitiria a Charcot compreender melhor como a

histeria se caracterizava e concretizar seu tríplice projeto (científico, pedagógico e terapêutico) em que a fotografia era ao mesmo tempo procedimento experimental (laboratorial), museográfico (arquivo científico) e meio de ensino (transmissão de conhecimento). Vale salientar que a iconografia resultante dessa construção contribuiu para estabelecer o conceito mesmo de histeria, diferenciando-a da epilepsia e estabelecendo um inventário visual próprio da doença.

Aos casos acima citados, podem somar-se vários outros: na biologia, botânica, geografia, todas as áreas pareciam carecer de um método de registro imagético e a fotografia serviu também para tais fins. Assim, nessa demarcação de funções possíveis para a fotografia devido a sua tecnicidade, credita-se a ela uma suposta libertação da arte, que agora não precisaria mais ligar-se diretamente ao concreto, ao real, ao utilitário ou ao social. Assim, a fotografia deveria se encarregar da função documental, da referência, do concreto, do conteúdo; ficariam a cargo da pintura a busca formal, a arte e o imaginário. (DUBOIS, 2008, p.32)

Diversas posições acerca do valor das imagens fotográficas foram adotadas ao longo do tempo. Em *O Ato Fotográfico*, Filipe Dubois (2008) destaca três dessas correntes que atribuem sentidos distintos à técnica. Primeiro, a fotografia como *espelho do real* ou o *discurso da mimese*. Tal concepção afirma que “o efeito de realidade ligado à imagem fotográfica foi a princípio atribuído à *semelhança* existente entre a foto e seu referente.”

Essa concepção, segundo a qual a fotografia era tida como um “*espelho do real*” levava a um efeito de realidade diretamente relacionado à semelhança visual que a fotografia tinha com o seu referente. O discurso da mimese teve bastante força nesses primeiros anos, sendo a fotografia vista por muitos como uma espécie de prova, capaz de atestar a existência de certas realidades. Para esse público, pela forma como era produzida, “se considerava a fotografia uma técnica destinada a devolver de maneira quase direta e, por conseguinte, fiel, a experiência visual.”¹¹ (DUGAST, 1993, p.197).

Ainda de acordo com essa concepção, a fotografia seria, para o senso comum, uma técnica que saciaria a necessidade de “ver para crer”: “A foto é percebida como uma espécie de prova, ao mesmo tempo necessária e suficiente, que atesta indubitavelmente a existência daquilo que mostra”, afirma Dubois (2008, p.25).

¹¹ “Pero a ésta se consideraba como una técnica destinada a devolver de manera casi directa y por consiguiente fiel, la experiencia visual del mundo real.” Tradução minha.

A ausência da “mão do pintor” garantiria, nessa concepção, certo status de verdade ao conteúdo das imagens fotográficas. A imagem se formaria dentro do aparelho, através de uma série de operações técnicas, fenômenos físicos e químicos, por meio dos quais o mesmo raio de luz que tocou o objeto fotografado queimaria a superfície sensível. Assim, de acordo com essa concepção:

Pela primeira vez, entre o objeto inicial e sua representação, nada se interpõe, além de um outro objeto. Pela primeira vez, uma imagem do mundo exterior forma-se automaticamente sem intervenção criadora do homem de acordo com um determinismo rigoroso. (...) Todas as artes baseiam-se na presença do homem; apenas na fotografia usufruímos sua ausência. (BAZIN apud DUBOIS, 2008 p.34)

Uma outra perspectiva, que se firmou com mais força já no século XX, trata a fotografia como possibilidade de *transformação do real*. De acordo com este discurso do código e da desconstrução, passam a ser enfatizadas as codificações técnica, cultural, estética e sociológica que estão em jogo na construção da imagem fotográfica. Tal abordagem coloca o fotógrafo na posição de sujeito conhecedor da técnica e linguagem, utilizando-se dela para criar a imagem que deseja. Os principais representantes desse discurso acerca da fotografia eram os pictorialistas, fotógrafos que exploravam técnicas artesanais para alterar o resultado de suas imagens. Por um lado, pretendiam incorporar um valor artístico a suas fotografias através da expressão individual de cada artista. Por outro, negavam a hipótese da mimese, tratando tecnicamente de suavizar os traços precisos obtidos pela exposição fotográfica. O pictorialismo trata de incluir a fotografia no campo da arte pela manipulação das fotografias para que se pareçam com pinturas. Não seria exatamente a criação de uma linguagem visual própria da fotografia, mas de certa forma, a tentativa de reproduzir certos padrões de representação herdados da tradição pictórica.

Uma terceira perspectiva tenta destacar a especificidade técnica da fotografia como determinante para entender sua natureza. A relação física existente entre a imagem formada no aparelho e o objeto a que remete seria crucial na fotografia. Não se trataria de negar a sua dimensão icônica, sendo a fotografia um signo que remete por semelhança visual ao seu referente. Essa concepção enfatiza, antes, a carga indicial, de vestígio de uma presença diante da objetiva, de um traço que se forma a partir de um raio de luz que atinge tanto o objeto como a película sensível.

Assim, a ideia de índice implica a conexão física do signo com o referente, ainda que a semelhança visual não se faça necessariamente presente. Para Barthes, essa seria a principal característica da fotografia: “Tal foto jamais se distingue de seu referente”(BARTHES, 1984. p.14); “a Fotografia sempre traz consigo o seu referente”(BARTHES, 1984. p.15). Essa forma de entender a especificidade da fotografia foi, de certa forma, a que se estabeleceu com mais força no senso comum, juntamente com a perspectiva icônica. A força das imagens fotográficas residiria, por um lado, nessa aderência do referente ao suporte devido à forma como se constitui física e quimicamente. A fotografia, como objeto, seria o resquício dessa presença diante da objetiva. Por outro lado, essa imagem possui também uma semelhança visual que nenhuma pintura conseguiria reproduzir, algo que, em certos usos da fotografia, chegará ao desconforto presente na constatação da distância entre o ideal da imagem de si e a “verdade” retratada na fotografia. Para Burke (2004, p.31), “possuímos um forte impulso para visualizar retratos como representações precisas, instantâneos ou imagens de espelho de um determinado modelo como ele ou ela realmente eram num momento específico”.

Em lugar de nos prender à tarefa de estabelecer uma definição ontológica sobre a natureza da fotografia, algo que ela pudesse ter sido e que sempre será, o gesto metodológico mais fértil parece ir em outra direção. Ainda que tais definições nos sirvam, de certa forma, para criar uma espécie de terreno no qual nos apoiarmos, possivelmente é dos solos mais pantanosos e instáveis que devem surgir as reflexões mais argutas. Nessa perspectiva, interessam mais a análise e compreensão das rupturas e transformações que vão acontecendo ao longo do tempo na prática e na experiência fotográficas. Ao falar do dispositivo fotográfico não nos referimos apenas à câmera, ou à técnica fotográfica, mas a um conjunto de saberes que vão além do seu mecanismo operacional, estando embebidos na complexidade das variáveis culturais, políticas, estéticas de certa formação histórica.

Assim, faz-se necessário entender não apenas que a técnica fotográfica e seus sentidos vão variando ao longo do tempo, mas igualmente que os sujeitos posicionados atrás ou à frente do aparelho tampouco são os mesmos. A fotografia e a experiência de fotografar(-se) seria algo cujos contornos não são comuns a todas elas e em todas as épocas, mas possuem nuances que, quando destacadas, nos permitem desnaturalizar a prática, historicizando-a.

A fotografia esteve paradoxalmente ligada a instâncias diversas, de circulação em âmbitos diferentes, entre elas a de coerção e vigilância, expressa nos usos relacionados à polícia, medicina, ciência. Uma outra instância, relaciona-se mais diretamente a um sentido afetivo e

de memória, de “presença na ausência”. Os retratos e álbuns de família, ao possibilitar essa representação visual extremamente carregada de semelhança visual e indicialmente ligada ao seu referente, eram capazes de mobilizar uma outra esfera de sentimentos, envolvendo noções de identidade, autopercepção e pertencimento a certos grupos sociais. Já em 1907, Lichtwark escreve: “Nenhuma obra de arte é contemplada tão atentamente em nosso tempo como a imagem fotográfica de nós mesmos, de nossos parentes próximos, de nossos seres amados” (LICHTWARK apud BENJAMIN, 1984, p.103).

Seria por causa da semelhança com o objeto ao qual remetem que as fotografias exerceram tanto fascínio? Ou talvez pelo indício de uma presença, física e quimicamente fixada no papel? Talvez por ambas as razões, além de muitas outras que vão se combinando com as experiências de fotografar e ser fotografado. Estas sim, independentemente de uma definição ontológica do que possa *ser* a fotografia, vão se transformando ao longo do tempo e constituindo valores e sentidos completamente novos para a prática fotográfica.

1.3 Retrato Fotográfico

O termo italiano “ritratto” se relaciona com as formas em espanhol e português “retrato”, vindas do latim “re-traho”. Esse termo teria o sentido ligado a “retraçar” (“traho” referindo-se a “traçar uma linha”). Por outro lado, o termo francês “portrait”, ao qual correspondem “portrait” (em inglês), “Porträt” (em alemão), “portret” (em russo), que derivam de outro vocábulo latino: “pro-taho”. Segundo Omar Calabrese, este termo carregaria um outro sentido, uma ideia de substituição. Assim, “pro-tralho” significaria o desenho “de algo que está no lugar de outra coisa”.

Tal imprecisão etimológica e suas conseqüentes implicações semânticas, quando aplicadas ao retrato fotográfico, expressam não apenas as concepções de fotografia como algo que remete ao seu referente por semelhança, a uma representação que está no lugar do objeto fotografado (pro-traho), como também à ideia inicial do traço que se forma por conexão física com o que se coloca diante da objetiva (re-traho).

Como a personagem do mito de Plínio sobre a origem da pintura, que retraça na parede a sombra do seu amado prestes a partir para reter de alguma forma a sua presença, o “retraço” fotográfico também se formaria desse jogo de luzes e sombras fixadas no suporte fotográfico. Porém, aqui não é mais a mão que contorna a sombra, como no mito, e sim o ato de apertar o

botão e fazer a fotografia. Tal diferença está longe de ser um detalhe menor, pois o dispositivo fotográfico e o que se espera de uma imagem fotográfica não se resumem à sua especificidade técnica. As complexas construções em torno dessa imagem não se dão como algo isolado do ambiente cultural no qual se expressa.

Para os adeptos da teoria do índice, a fotografia seria “essencialmente representativa: as coisas e os estados das coisas estão lá, e a fotografia os registra” (ROUILLE, 2009, p. 136). Essa concepção tende a negligenciar aspectos de grande relevância no momento do registro fotográfico. Tais ideais de objetividade e precisão são, se não apenas simplificadoras de uma complexa construção, certamente impossíveis de se atingir. As limitações técnicas, o enquadramento, o arranjo dos elementos dentro do quadro e os efeitos que se pretende causar com o resultado são fatores que precisam ser considerados, e quando o são, enfraquecem a premissa do “isso-foi” barthesiano. Para Burke (2004),

O retrato não é exatamente um equivalente em pintura à ‘câmera inocente’ mas, antes, um registro do que o sociólogo Erving Goffman descreveu como ‘a apresentação do eu’, um processo no qual o artista e o modelo geralmente se fazem cúmplices. (BURKE 2004, p. 32)

Ainda assim, os retratos fotográficos, especialmente, devido à sua romantizada conexão com o referente, exerceram fascínio no público burguês do século XIX. Entre as citações que compõem o capítulo final de *Sobre Fotografia* (1993), de Susan Sontag, uma especificamente serve para exemplificar essa carga indicial que seria o que os retratos fotográficos teriam de especial. Trata-se de um trecho de carta enviada pela poetisa inglesa Elizabeth Barret à dramaturga Mary Russel Mitford, de 1843:

Desejo ter uma lembrança de todos os seres que me são caros no mundo, Não é apenas a semelhança que é preciosa, nesses casos – mas a associação e a sensação de proximidade implicada na coisa (...) o fato de a *própria sombra* da pessoa que está ali ter sido fixada para sempre! É a própria santificação dos retratos, eu creio – e não é de modo algum monstruoso, por mais que meus irmãos protestem de forma tão veemente, que eu preferiria ter um tal monumento de uma pessoa que amei afetuosamente a ter mais nobre obra de um artista jamais produzida. (SONTAG, 1993, p.199)

Para além da concepção indicial, da carga do referente que o retrato fotográfico carrega, é necessário também considerar a parcela de construção artificial, ou mesmo ficcional, que os retratos fotográficos possuem. Como um produto que tem a capacidade de conferir ao indivíduo consciência de sua própria imagem e de si mesmo, essa construção será guiada por

questões mais complexas do que a mera ideia de um registro automático e mecânico pode sugerir.

Walter Benjamin relata, no texto *Pequena História da Fotografia* (1984), que “no momento em que Daguerre conseguiu fixar as imagens da *camera obscura*, os técnicos substituíram, nesse ponto, os pintores. Mas a verdadeira vítima da fotografia não foi a pintura de paisagem e sim o retrato em miniatura”. A febre que se instalou no período e à qual Benjamin se refere neste trecho são os retratos de pequena dimensão, cujos estúdios se multiplicaram em Paris num curto espaço de tempo. O desejo de representação por parte da classe burguesa recebe um impulso graças à invenção da fotografia. Grande exemplo utilizado para tratar da popularização da fotografia no século XIX, as *cartes de visite*, do fotógrafo francês André Adolphe Eugène Disdéri, nos mostram de que maneira a força do retrato fotográfico foi utilizada pela burguesia como instrumento de afirmação social.

Inspirado nos retratos de pintura, modelos pictóricos anteriores, as *carte de visite* eram, ao contrário daqueles, baratos e acessíveis a uma parcela maior da população. Os clientes eram retratados com suas melhores roupas, num estúdio com um cenário artificial, carregado de elementos visuais capazes de confirmarem o ideal da imagem a que o retratado almejava. Para Annateresa Fabris, em *Identidades virtuais: uma leitura do retrato fotográfico*

A burguesia, que havia impulsionado as duas revoluções que transformaram profundamente o século XVIII – a tecnológica e política -, ao tomar o lugar da velha aristocracia, apropria-se de um dos seus privilégios simbólicos mais ostensivos, ao qual confere de imediato um significado de autoafirmação individual e coletiva. (FABRIS 2004, p.39).

A imagem fotográfica exerce então uma dupla função: a fixação no papel fotográfico da imagem do indivíduo como entidade psicológica e o registro de um ideal de si que corresponda à imagem do sucesso obtido (ou pretendido), a partir da iniciativa e esforço pessoais, valores importantes na cultura burguesa.

Nessa construção, cria-se uma série de estereótipos sociais que, paradoxalmente, tendem a se sobrepor ao destaque individual. Assim, esses retratos nos brindam com uma tipologia padronizada dos indivíduos burgueses, mostrando-nos (ainda que involuntariamente) a distância entre os sujeitos e suas imagens, enfatizada pela artificialidade do mecanismo da pose.

Assim como a padronização dos registros fotográficos policiais efetuada na época, as *carte de visite* também seguiam uma série de protocolos. Porém, a semelhança entre os dois

tipos de fotografia parece não ir além disso, possuindo sentidos bastante distintos de acordo com cada espaço de circulação: de um registro compulsório e com fins de controle social, para um registro com função afetiva, de memória e forte carga simbólica de desejo de representação. A escolha das vestimentas e cenário na construção das *carte de visite* não teriam como principal função a busca de efeitos plásticos, pura e simplesmente. O recurso parece se relacionar mais com a construção de uma simbologia social.

Todo retrato é simultaneamente um ato social e um ato de sociabilidade: nos diversos momentos de sua história obedece a determinadas normas de representação que regem as modalidades de figuração do modelo, a ostentação que ele faz de si mesmo e as múltiplas percepções simbólicas suscitadas no intercâmbio social. O modelo oferece à objetiva não apenas seu corpo, mas igualmente sua maneira de conceber o espaço material e social, inserindo-se em uma rede de relações complexas, das quais o retrato é um dos emblemas mais significativos. (FABRIS, 2004, p.38)

Para Barthes (1984), no retrato fotográfico estão localizadas quatro instâncias de enfrentamento, ou quatro “personagens”: aquele que o retratado acredita ser; aquele que desejaria que os outros vissem nele; aquele que o fotógrafo acredita que ele seja; aquele de quem o operador do aparelho fotográfico se serve para exibir a sua arte. A função primordial desses retratos estaria numa conciliação entre a imagem obtida e o ideal social de si mesmo dos retratados. Para Sanz, “as fotografias evocam conexões como o que imaginamos que fomos, que somos e que seremos” (2005, p14). Além de servir como um atestado de existência da sociedade burguesa do século XIX, tais retratos também podem ser lidos como instrumentos de uma espécie de recenseamento generalizado de uma classe social. (FABRIS, 2004, p.40)

A tese de Fabris argumenta no sentido de que “as modalidades de representação do indivíduo estabelecidas pelo século XIX permeiam ainda hoje a concepção de retrato, permitindo estabelecer um *continuum* entre os diversos momentos pelos quais passou.” (FABRIS, 2004, p.16). Ainda que algumas semelhanças ou “heranças” possam ser identificadas, é preciso enfatizar, ao contrário do que argumenta Fabris, que essa continuidade é marcada por diversas rupturas e mudanças de valor que transformam de maneira significativa a prática fotográfica. A experiência de fotografar e ser fotografado difere em muitos aspectos da forma como se configurou na modernidade, ganhando novos contornos em consonância com o ambiente contemporâneo. Tais diferenças se expressam nos avanços

tecnológicos pelos quais passou a fotografia, pelas relações espaço-temporais que cria e também na crescente importância dada às imagens em geral na cultura contemporânea.

É importante ressaltar que a concepção de avanço tecnológico, quando mencionada aqui, não acarreta um sentido de evolução ou aprimoramento, mas de uma adaptação da técnica fotográfica a certas demandas culturalmente estimuladas e compartilhadas na contemporaneidade. Também não se trata de afirmar que foi tal avanço que criou a maneira como vivenciamos o fazer fotográfico hoje, mas de entender essas transformações como sendo, além de produtoras, produto de uma nova maneira de se relacionar com a imagem fotográfica, com a imagem fotográfica de si mesmo e especialmente com os usos possíveis para a fotografia atualmente.

1.4 O Autorretrato fotográfico

Quando as figuras do fotógrafo e do modelo se condensam num mesmo sujeito, a concepção que trata a fotografia como um registro imagético “objetivo” se torna ainda mais problemática. A *mise-en-scène* necessária à sua constituição não só possibilita como demanda novas formas de construção de sentidos.

Dois episódios relacionados à autorretratação são destacáveis no contexto dos pioneiros da técnica fotográfica. A invenção da fotografia, apesar de ter acontecido de maneira relativamente simultânea em diversos países, por métodos e pessoas diferentes, é convencionalmente creditada a Nicéphore Niépce e Louis Daguerre. Estes, tendo apresentado primeiramente ao governo francês os frutos de suas pesquisas em 1829, receberam honras e recompensas financeiras vitalícias.

Outro francês, Hypollite Bayard também chegou a resultados semelhantes na mesma época e tentou obter os mesmos reconhecimentos para seu invento. Ele é um dos inventores do método positivo-negativo (assim como Henry Fox Talbot, inglês). Sua técnica, além de registrar imagens através da luz, como a heliografia de Daguerre e Niépce, também permitia que a imagem fosse reproduzida diversas vezes. Porém, o governo francês não concedeu a Bayard os mesmos benefícios obtidos pelos compatriotas mais ágeis.

Assim, para expressar sua indignação perante a injustiça que julgou sofrer, Bayard produziu o célebre autorretrato “O Afogado”, de 1840.



Figura 6 - O Afogado de Bayard (1840) (fonte: <http://thisisanauthorsblog.files.wordpress.com/2011/11/bayard.jpg>)

Nele, o fotógrafo aparece com braços e rosto escurecidos, olhos fechados, numa pose que, estima-se, deve ter durado entre trinta minutos e duas horas. No verso da fotografia, o seguinte texto:

Este cadáver que vocês vêem é o do senhor Bayard, inventor do procedimento que vocês acabam de presenciar. De acordo com meus conhecimentos, este investigador incansável trabalhou durante uns três anos para aperfeiçoar sua invenção (...) isso lhe outorgou uma grande honra, mas não lhe rendeu nenhum centavo. O governo, que deu muito ao senhor Daguerre, declarou que não podia fazer nada pelo senhor Bayard e ele, menosprezado, decidiu afogar-se. Oh, os caprichos da vida humana...! Ele esteve no necrotério por vários dias, e ninguém o reconheceu ou procurou por ele. Senhoras e senhores, é melhor que passem ao largo, por medo de ofender o sentido do olfato, pois, como vocês podem observar, o rosto e as mãos do cavalheiro estão começando a se decompor.¹²

O autorretrato foi mostrado a diversas pessoas na cidade, com o intuito de causar comoção e chamar atenção para a sua causa. Para Laura González Flores o autorretrato de Bayard constitui “não só a primeira performance fotográfica, mas também a primeira mostra de subversão à veracidade fotográfica (...) Se o noema de Barthes era ‘isso foi’ (fotografia

¹²Texto completo: “Le cadavre du Monsieur que vous voyez ci-dérrière est celui de M. Bayard, inventeur du procédé dont vous venez de voir, ou dont vous allez voir les merveilleux résultats. À ma connaissance, il y a à peu près trois ans que cet ingénieur et infatigable chercheur s’occupait de perfectionner son invention. L’Académie, le Roi et tous ceux qui ont vu ses dessins que lui trouvait imparfaits, les ont admirés comme vous les admirez en ce moment. Cela lui a fait beaucoup d’honneur et ne lui a pas valu un liard. Le gouvernement, qui avait beaucoup trop donné à M. Daguerre, a dit ne pouvoir rien faire pour M. Bayard et le malheureux s’est noyé. Oh! Instabilité des choses humaines! Les artistes, les savants, les journaux se sont occupés de lui pendant longtemps et aujourd’hui qu’il y a plusieurs jours qu’il est exposé à la morgue, personne ne l’a encore reconnu, ni réclamé. Messieurs et Dames, passez à d’autres, de crainte que votre odorat ne soit affecté, car la tête du Monsieur et ses mains commencent à pourrir, comme vous pouvez le remarquer” Tradução e adaptação minhas. (CALMÉJANE, 2006. P.205)

como documento), o ‘noema de Bayard’ poderia expressar-se como ‘isso foi porque eu o inventei (fotografia como criação)’¹³ (FLORES, 2005 p.164).

Na verdade, o que faz com que o autorretrato de Bayard possa ser considerado a primeira *mise-en-scène* fotográfica não é nenhuma astúcia técnica, mas sim o fato de, pouquíssimo tempo depois da sua invenção, Bayard já ter se utilizado do status de verdade e da credibilidade conferidas ao registro fotográfico para controlar, de acordo com sua vontade, a recepção da imagem que produziu.

O segundo episódio, ainda nesse disputado terreno dos pioneirismos e “primeiros”, é o fato de que uma das primeiras fotografias em que aparece um humano, e talvez o primeiro retrato feito no continente americano (ao menos que tenha sobrevivido até hoje com registros de data, local e outras referências mais precisas quanto a sua produção) é o autorretrato de Robert Cornelius, na figura abaixo, datado de novembro de 1839.

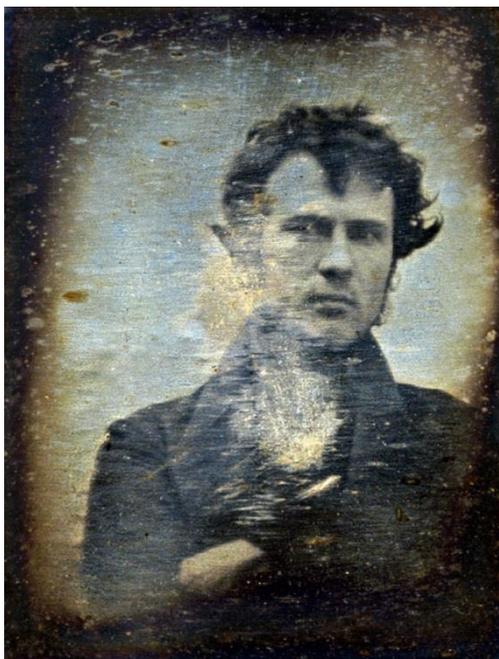


Figura 7 - Autorretrato Cornelius (1839) (fonte: google.com)

O americano, que teria tido contato com as técnicas de Niépce e Daguerre através de sua publicação poucos meses antes, posa para a sua própria lente, num dos primeiros testes que fez utilizando a técnica recém aprendida. O resultado, um retrato no qual o próprio

¹³ “*El ahogado*” constituye no sólo el primer *performance* fotográfico, sino la primera muestra de subversión a la veracidad fotográfica(...) Si el noema de Barthes es “esto ha sido”(fotografía como documento, el “noema de Bayard” podría expresarse como “esto ha sido porque lo he inventado (fotografía como creación).” Tradução e adaptação minhas.

Cornelius aparece ligeiramente deslocado do centro da imagem, denota uma das dificuldades sentidas nessa construção imagética relativamente rudimentar: não foi possível para Cornelius posicionar-se perfeitamente no centro do quadro. A legenda escrita no verso da foto sugere a ansiedade de Cornelius não apenas em colocar em prática a técnica, mas em ver-se retratado numa imagem fotográfica: “Primeira fotografia jamais tirada”¹⁴.

O surgimento da fotografia trouxe a possibilidade do registro mecânico, imediato, eliminando o conflito existente na autorretratação em pintura. Nela estaria implícita a contradição do autorretrato “completo”, já que a duração do ato de pintar a si mesmo tornaria a representação irrealizável. Para Dubois (1993), o advento da fotografia solucionaria a questão:

“qualquer autorretrato condensa na mesma pessoa duas instâncias bem distintas do processo de representação: o objeto a ser pintado e o sujeito que pinta. No autorretrato de *pintura*, essa condensação já coloca todos os tipos de problemas, teóricos e práticos, vinculados ao fato de o sujeito que se torna como objeto dever, em princípio, se quiser ser estrito, *se pintar enquanto pinta*, isto é, incluir em seu enunciado o próprio processo de enunciação deste. [...] pelo fato da total conexão física que une signo e referente, torna-se praticamente insuperável (o problema da representação). [...] A mão que desenha jamais poderá desenhar-se desenhando: para isso, ela deveria parar, para imobilizar sua sombra, mas, ao mesmo tempo, também deteria o próprio ato do desenho.” (DUBOIS, 1993, p.124)

A “petrificação fotográfica”, o clique do aparelho, traria a instantaneidade impossível de se concretizar através da pintura, devido à sua condição. As instâncias de sujeito e objeto, no autorretrato fotográfico, apresentarão outros “problemas teóricos e práticos”, referentes às especificidades da fotografia como técnica. Suas limitações seriam justamente relativas à autoencenação que solicita.

As dificuldades técnicas inerentes ao processo, que era dispendioso e dificultava experimentos baseados em tentativa e erro, fizeram com que a autorretratação ainda permanecesse, por certo tempo, relativamente restrita a artistas e fotógrafos experimentais.

Alguns marcos de aprimoramento tecnológico podem ser destacados, para se entender de que forma a fotografia se mistura às experiências dos indivíduos, seja ao fotografar ou ao ser fotografado. Um deles se refere à produção das câmeras instantâneas da Kodak no fim do século XIX, que já não exigiam exposições tão longas e que tinham como slogan: “Você aperta o botão e nós fazemos o resto”. O exercício de fotografar passa a ser também uma

¹⁴ “First photograph ever taken.”. Tradução minha

experiência amadora, independente dos estúdios e aparatos profissionais. Ao longo do século XX, o registro do cotidiano através da fotografia passa a fazer parte dos ritos sociais compartilhados: aniversários, férias, casamentos são fotografados muitas vezes sem a presença de um fotógrafo profissional. Os álbuns de família tornam-se mais abundantes e volumosos. Ainda assim, a fotografia não poderia ser considerada um *hobby* barato ou popular. Em alguns casos, como na extinta União Soviética, foram criadas políticas de barateamento das câmeras e materiais fotográficos, na tentativa de estender o acesso a parcelas mais amplas da população.

Com o seu primeiro modelo lançado já em 1948, as câmeras Polaroid, de revelação instantânea, também representam um momento importante de transformação do ato fotográfico ao longo do tempo. Por ter possibilitado a experiência de ver o resultado da fotografia logo após o clique, as Polaroid rapidamente foram ganhando espaço entre os aficionados pela fotografia. O obstáculo que, com o tempo, passou a afetar o êxito das câmeras instantâneas junto ao público era o custo, relativamente alto, para a produção das imagens.

Ainda assim, a ideia de uma imagem instantaneamente pronta fez com que a câmera se tornasse um sucesso e outras empresas também fabricassem câmeras instantâneas que usavam os filmes Polaroid, ou ainda, no caso da Kodak, um filme da própria marca. Sua efetiva popularização para uso amador se estabelece principalmente a partir dos anos 1970. Num tempo em que as possibilidades da fotografia digital não haviam sido concretizadas, a Polaroid anunciava em uma publicidade de 1975:

Então, você aperta o botão elétrico vermelho. Um ronco... um zumbido... lá está. Você vê sua foto nascer, ganhar cada vez mais nitidez, mais detalhes, até que, minutos depois, tem nas mãos uma cópia real como a vida. Logo está tirando rajadas de instantâneos – a uma velocidade de até 1,5 segundo! (SONTAG, 2007, p. 213)

Essa redução da distância espaço-temporal entre o momento do ato fotográfico e a visualização da foto - que caracterizava a fotografia analógica e que diminuiu significativamente com a tecnologia das câmeras de revelação instantânea – praticamente desaparece quando a fotografia digital entra em jogo.

Entre o momento do clique do aparelho e o aparecimento da fotografia pronta está uma fração de segundos necessária ao processamento digital realizado pelo sensor da câmera. Somada a essa produção extremamente veloz, quando comparada à fotografia analógica, está

a onipresença das câmeras digitais nos celulares, *tablets*, computadores, além das câmeras de segurança dos espaços públicos, ruas, elevadores, prédios, lojas, etc. A produção compulsiva de registros fotográficos vai se estendendo cada vez mais no cotidiano contemporâneo, não mais se limitando a ritos ou situações específicas e pontuais, compartilhados culturalmente. A fotografia digital faz que com que a imagem fotográfica não sirva apenas como uma forma de apresentar o mundo ou como uma tentativa de fixar memórias (atos que se estabelecem em direção ao futuro), mas ganha novos sentidos. É no próprio ato fotográfico, ação no presente, que estas imagens parecem se concentrar, através da possibilidade de legitimar a experiência presente através não apenas do registro, mas de seu compartilhamento veloz. Essa rapidez de produção, como possibilidade técnica, permite que o fotógrafo possa instantaneamente visualizar/corrigir/apagar/refazer a foto. Para Sanz (2005),

Ter controle absoluto sobre a produção da imagem fotográfica parece ter sido uma espécie de imaginário corrente, mas esse descontrole (...) era tolerado como propriedade inevitável do processo fotomecânico. Ver as fotografias após serem reveladas podia causar certo desconforto, mas fazia parte da experiência de reenquadrar, através do olhar presente, os fatos passados. No mundo de hoje essa espera adquire graus de insuportabilidade: valoriza-se o resultado imediato, pois a demanda por produtividade não suporta o desperdício com imagens “imperfeitas”. (...) Fotografar e ver (imediatamente) é uma experiência fotográfica inédita, absolutamente em consonância com nossa experiência temporal e certas expectativas culturais hoje socialmente compartilhadas. (SANZ, 2005, p.132)

Vários aspectos técnicos específicos da fotografia digital merecem uma análise mais aprofundada, especialmente se considerarmos que funcionam segundo a lógica de efeito-instrumento: suas características se moldam às demandas vigentes, por um lado. Por outro, é a disponibilidade de certos recursos que desperta determinados usos e práticas referentes ao fazer fotográfico.

Como exemplo dessa lógica, podemos citar os “modos de cena” automáticos das câmeras digitais. Eles permitem que, com o pressionar de um botão, o fotógrafo possa conseguir automaticamente configurações ideais para o que ele deseja fotografar, adaptando a câmera ao modo escolhido. Assim, estão previstos “paisagem”, “retrato”, “paisagem noturna”, “praia”, “fogos de artifício”, dentre outros.

É curioso notar que, na maior parte das câmeras digitais compactas, já está presente o modo de cena “autorretrato”. A câmera se configura focando a uma distância aproximada ao comprimento do braço estendido e permite que os usuários tirem fotos assim, esticando o braço e voltando a objetiva para si mesmos. Outros recursos similares aparecem com o

mesmo fim: por exemplo, câmeras que possuem duas telas, uma na parte de trás e outra ao lado da lente, para permitir a visualização do quadro fotográfico simultaneamente ao clique. Diante da crescente autorretratação, esses recursos aparecem como ferramenta útil para o possuidor da câmera, em complemento aos modos que já existiam com os motivos mais fotografados anteriormente.

Ao contrário do número limitado de poses dos filmes fotográficos, que eram inclusive fisicamente restritos pelo tamanho do rolo dentro da câmera, os cartões de armazenamento das câmeras têm capacidade de registro e armazenamento cada vez maior. Dependendo da qualidade e resolução desejada, podemos facilmente fazer mais de mil cliques com um único cartão sem precisar descarregá-lo, ou ainda, caso o espaço acabe, podemos visualizar as fotos feitas e apagar alguma que não nos interesse para liberar memória. Esse acréscimo na produção leva a uma série de implicações: acumulamos mais e mais *gigabytes* de imagens que talvez nunca olhemos novamente.

Uma instalação realizada pelo artista Erik Kessels, exibida em 2011 na galeria Contact, em Toronto, consistiu em imprimir todas as imagens publicadas no site *Flickr*¹⁵ em um dia. Impressas em tamanho 10x15, convencional, as fotografias ocuparam diversas salas da galeria: eram mais de 1,4 milhão.

¹⁵ O *Flickr* é uma das plataformas de compartilhamento de fotografias mais populares, reunindo desde fotógrafos profissionais a amadores. Não há dados oficiais sobre o número de usuários, mas estima-se que sejam mais de 80 milhões.

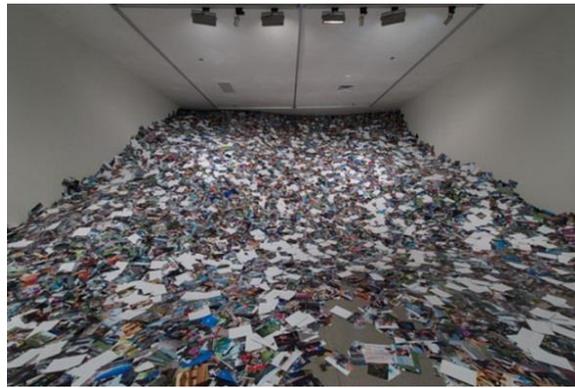


Figura 8 - Um "esgoto de imagens" na instalação de fotografias impressas Erik Kessels 2011 (fonte: <http://www.ideafixa.com/tag/erik-kessels/>)

Quando as fotografias são impressas e passam a constituir um objeto físico (o que acontece cada vez mais raramente) é que percebemos o imenso volume de imagens produzidas, em comparação com a fotografia analógica. O grande volume de imagens também é uma limitação, pois diante de tanta produção, a dificuldade em estabelecer quais arquivos devem ser preservados e definir quais realmente “importam” (se é que algum “importa”) torna-se muito maior. Outras limitações também se apresentam: mudam-se os formatos dos arquivos, discos rígidos queimam, disquetes ficam obsoletos.

Como se as fotografias não fossem feitas para serem guardadas, como no passado, o ato fotográfico deixa, cada vez mais, de se inclinar para o futuro. A fotografia digital parece estar mais ligada ao presente, constituindo-se como um ato performático que se constitui e realiza num curto espaço de tempo. A lógica do compartilhamento via web acrescenta à representação fotográfica do sujeito em determinado tempo a resposta sobre o lugar: “eu, agora, aqui”.

Para a prática da autorretratação digital, essa ausência de um limite restrito no número de fotos é bem-vinda: o fotógrafo/modelo pode fazer diversas tentativas até chegar ao resultado esperado. Posteriormente à seleção do autorretrato que atende às expectativas, sobram nos discos rígidos vários outros exemplares quase iguais, porém considerados inadequados.

A todas as possibilidades já incluídas nesse ato fotográfico elaborado e necessariamente encenado, acrescenta-se a possibilidade da manipulação digital. Se, no caso da fotografia analógica, tais retoques precisavam ser feitos por profissionais laboratoristas, no digital as ferramentas de tratamento de imagem estão ao alcance dos amadores. Os *softwares* utilizados para este fim são cada vez mais simplificados, permitindo, que com alguns cliques, a imagem seja retocada para se chegar ao efeito desejado. Existem versões que são compatíveis não apenas com os computadores pessoais, mas com qualquer aparelho eletrônico que possua uma câmera: celulares e *tablets* também permitem que as devidas “correções” sejam feitas.

Essa manipulação foi naturalizada de tal forma na nossa linguagem que o neologismo verbal “photoshopar”, em referência ao popular *software Photoshop*, já foi absorvido pelo vocabulário corrente. Também costuma-se dizer que determinada foto está muito “photoshopada” quando se quer referir ao uso exagerado da ferramenta: a manipulação pode existir, mas mais bem sucedida será quanto menos denunciar sua presença na imagem.

Relacionado a essa prática, o trabalho *Andros Hertz*¹⁶, da artista brasileira Helga Stein, é constituído por uma série de autorretratos digitalmente modificados, alguns de maneira mais sutil, outros mais evidentes. Em cada nova foto conserva-se algo do que seria a “verdadeira” e “real” identidade da artista, porém digitalmente manipulada, criando superficialmente identidades diferentes. Cada pequeno retoque leva à impressão de tratar-se de um novo sujeito. Para ela não há nada na imagem manipulada que já não estivesse ali de forma latente: a manipulação apenas pode trabalhar sobre o que já existia. Com seus autorretratos, Helga Stein pretende questionar a ideia de que os autorretratos (e os retratos em geral) possam ser vistos como a “identidade” do sujeito fotografado.

No caso de Andros Hertz, é a ausência de uma face original que aparece como a principal questão. O gesto não é o de revelar-se, ainda que todas as fotografias sejam

¹⁶ <http://www.flickr.com/photos/helgastein> Acessado em julho de 2013.

autorretratos da artista. Na impossibilidade de localizar qual seria a “verdadeira” face de Stein, percebemos que a fotografia serve mais para ocultar do que para desvelar sua imagem.

Se, na obra de Cindy Sherman, os recursos para o “disfarce” são perucas, cenários, e figurinos, no caso de Stein a autocriação opera digitalmente. Essa manipulação digital das imagens nos faz questionar a possibilidade de creditar à imagem fotográfica uma representação “fiel” dos sujeitos representados. Também nos indica que, no contemporâneo, é muito mais a imagem fotográfica como produto final “bem acabado” que nos interessa do que a semelhança visual com o referente retratado. A contradição da concepção senso comum de fotografia como *espelho do real* com as faces digitalmente alteradas levam a uma percepção mais clara da complexa construção envolvida no ato fotográfico.

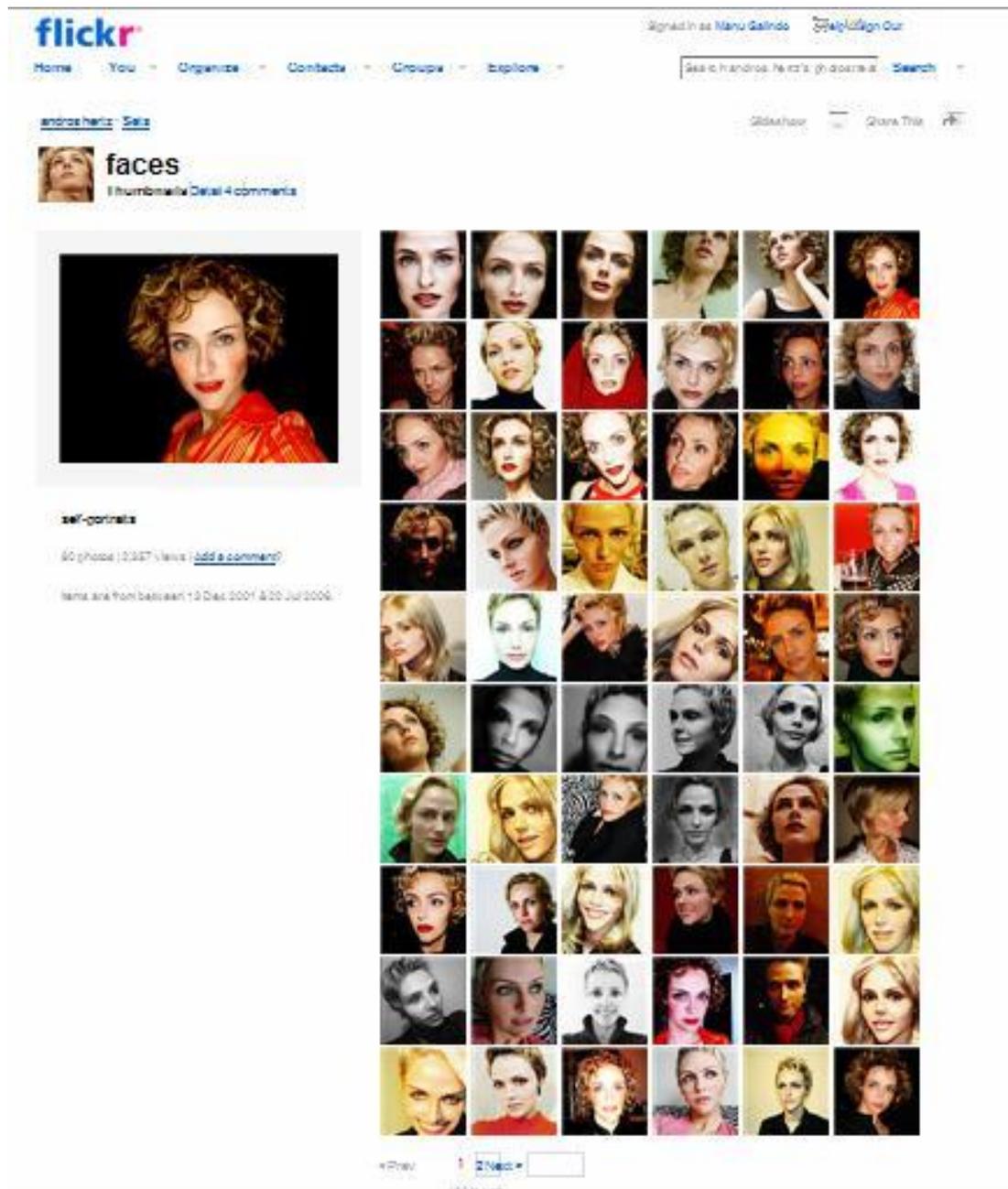


Figura 9 - Página do trabalho de Helga Stein (fonte: <http://www.flickr.com/photos/helgastein>)

Em entrevista, Stein (2007) afirma que:

O narcisismo e também o exibicionismo são traços desse processo de construção de representações de nós mesmos em ambientes digitais. Ironizo o consumo passivo de imagens e ideais de beleza através de pessoas que não existem. Ideais de beleza que, em sua maioria, são irrealis e inatingíveis, mas que, mesmo assim, são fortes o suficiente para dominar nosso desejo.(...) Cada membro de uma comunidade normalmente procura imagens que tenham algum significado em sua vida. Mais especificamente, existe um esforço para 'aparecer bem na foto'. E os autorretratos são os mais emblemáticos: gente se desdobrando para conseguir bons ângulos e

poses criativas. ‘Você provavelmente será o seu melhor fotógrafo’, costumava dizer. (Agência Fotosite 2007¹⁷)

O próprio corpo do sujeito passa a ser um campo de autocriação como imagem fotográfica. As pessoas podem facilmente retocar suas próprias fotos, e o fazem efetivamente. O que interessa é a imagem como será cristalizada, com aquele aspecto, e não como ela seria no seu “original” sem retoques. Mesmo não sendo nenhuma novidade, já que desde o seu surgimento as fotografias - e especialmente os retratos - sempre foram retocados para conciliar a imagem fotográfica obtida com o ideal de si mesmo dos retratados, a manipulação digital facilita e populariza tais ferramentas.

Tais possibilidades tecnológicas (a velocidade de produção, o baixo custo, a possibilidade de manipulação digital facilitada, a onipresença das câmeras digitais, o uso de redes digitais de compartilhamento de imagens) não se estabelecem num vácuo social. São questões mais amplas, que ultrapassam a esfera da tecnicidade, que nos darão mais pistas sobre as motivações para que se produzam tantos *selfies*. Assim como o autorretrato na pintura teve condições sociais e culturais específicas que favoreceram seu estabelecimento como gênero autônomo, a produção contemporânea de autorretratos digitais também se relaciona diretamente com certas demandas culturais compartilhadas. Para entender seus possíveis sentidos e motivações para a prática é preciso ampliar a análise para além da técnica fotográfica. Assim como mudam os ambientes histórico, político e econômico ao longo do tempo, muda a maneira como se configuram as subjetividades em cada época. É preciso, então, investigar como se estabelecem as formas de ser e estar no mundo mais valorizadas no ambiente contemporâneo, para, a partir desse universo mais amplo, relacioná-las ao fenômeno da autorretratação digital.

¹⁷ http://www.fotosite.com.br/novo_futuro/ler_fs_online.php?id=16. (Acessado em julho de 2013)

2.SELF, *SELFIE* E SUBJETIVIDADES SUPEREXPOSTAS

É sempre bom documentar um *good hair day*, ou uma roupa que você ama. E em geral, especialmente com o *Instagram*, existe uma sensação verdadeiramente boa com relação aos *selfies*, e por mais fútil que possa ser, você sabe que se não estiver se sentindo muito bem, sempre vai ter alguém que vai ‘curtir’ a sua foto e dizer que você é bonita.¹⁸ (Emily Cook, 22 anos, usuária do *Instagram*)

2.1 A subjetividade moderna

As ideias de imagem, sujeito e objeto são construções históricas, que se relacionam com os sentidos adquiridos ao longo do tempo e em culturas diversas. Um breve recuo histórico até a modernidade nos auxilia na compreensão das bases sobre as quais a ideia de sujeito, como a entendemos hoje, se constitui. Alguns caminhos na tentativa de compreender tal fenômeno são explorados por Michel Foucault e Richard Sennett, ao longo dos anos 1970, tratando de identificar como se deu a formação dos indivíduos que viveram nesse período marcado pela Revolução Industrial e pelo auge da cultura burguesa. Tais abordagens nos estimulam a atentar para as transformações, mais que para as continuidades, e pensar de que maneira se esboçam no mundo contemporâneo.

Esses estudos tratam de compreender as condições históricas, políticas e econômicas da época, que foram geradas – e acabaram por gerar – uma forma específica de ser e estar no mundo. Em outras palavras, os indivíduos, com suas características, não se formam automaticamente: as circunstâncias cotidianas do ambiente histórico no qual eles estão embebidos têm grande relevância na determinação de quais aspectos de sua subjetividade serão mais valorizados e estimulados em detrimento de outros. Tais características podem ser encorajadas em certas épocas e ser desvalorizadas em outras; o que em certo período histórico pode ser considerado algo destoante, excêntrico ou inconveniente, pode, em outro ambiente cultural, dar a tônica do comportamento geral.

Em *O declínio do homem público*, Sennett (1998) destaca especialmente a emergência da noção de intimidade, ideal que ganha cada vez mais espaço e afeta a maneira como se estabelecem e limitam as esferas pública e privada na modernidade. Tratando das metrópoles

¹⁸“It's always nice to document a good hair day, or an outfit you love. And generally, especially with Instagram, there's a real feel-good attitude towards selfies, and as vain as it may be, you know that if you're not feeling great, there's someone who will 'like' your photo and tell you you're pretty.” Tradução minha.

Paris e Londres, que sofreram profundas modificações urbanísticas e de crescimento populacional ao longo do século XIX, o autor afirma que a esfera pública passa a ser considerada um ambiente pouco confiável. Ao contrário do *teatro mundi* e das convenções do trato social características do século XVIII, passou-se a tratar o ambiente público como sendo um “ardiloso campo de máscaras enganosas” (FERRAZ,2009, p.87). A nova organização das cidades, além criar um novo tipo de ambiente urbano, trouxe também a convivência com grupos heterogêneos que já não eram claramente identificáveis através das regras de sociabilidade teatralizadas típicas do Antigo Regime. Assim, a cautela ao apresentar-se publicamente era considerada cada vez mais importante. Passa-se a valorizar a convivência familiar, especialmente a ideia burguesa de lar como espaço no qual aconteceria a expressão da “verdadeira” personalidade e identidade de cada um.

Se nas sociedades tradicionais a identidade era um atributo herdado (muito mais do que adquirido), relativa ao pertencimento a determinados grupos sociais que já estavam definidos no momento em que o sujeito nascia, no século XIX ser alguém significaria “ser um indivíduo, ou seja, conceber a sua existência como uma realização pessoal, ao longo da vida.” (BEZERRA, 2002, p.2) Essa noção individualizada do sujeito é acompanhada de uma valorização crescente dos atributos subjetivos particulares. É no âmbito privado, da intimidade do lar burguês que se desenvolve como subjetividade o indivíduo moderno. Fica resguardado para esse ambiente a sua expressão plena, já que o exterior passa a ser tratado como um lugar hostil, de experiências vazias ou falsas. O sujeito moderno se estabelece a partir do exercício constante de decifrar a sua interioridade, na qual estaria localizado o que ele teria de mais importante, porque único, individual e autêntico. Como ressalta Benilton Bezerra (2002) em *O ocaso da interioridade e suas repercussões sobre a clínica* :

Nesse processo (...) emergiu uma forma subjetiva particular, caracterizada pela interioridade psicológica, pela construção de identidades fundadas em atributos e sentimentos privados, pela problematização e exploração do repertório afetivo íntimo. O *homo psychologicus* aprendeu a organizar sua experiência em torno de um eixo situado no centro de sua vida interior.(BEZERRA, 2002, p.2)

O *homo psychologicus*, de acordo com essa concepção, sentiria a necessidade de explorar sua interioridade psicológica, organizando suas experiências a partir da constante análise de si mesmo. Tal entendimento da construção da própria subjetividade dá crescente relevância à personalidade de cada indivíduo, que passa a “ser vivenciada como um tesouro interior altamente expressivo, cujos eflúvios era preciso controlar e dissimular na apresentação pública.” (SIBILIA, 2008, p. 60) Dissemina-se a crença na exposição

involuntária dos traços psicológicos em público. Uma autovigilância permanente é requerida para se evitar a expressão pública da personalidade.¹⁹

O lar burguês e sua constituição arquitetônica com quartos individuais, o hábito da leitura silenciosa de romances e especialmente a escrita de diários íntimos são alguns fatores que podemos relacionar à tematização do eu como algo extremamente valorizado no período. A exploração da interioridade psicológica coloca-se então como questão de grande importância, já que é dessa “entidade” que emanam os principais significados que definem quem são os sujeitos modernos.

Assim, a invenção de tal noção de interioridade se refere a uma configuração específica de subjetividade, que se expressa com mais força em determinado momento histórico. Para Charles Taylor (2011), que analisa o tema no livro *A Ética da Autenticidade*, a forma como se passou a conceber as ideias de interior e exterior durante a modernidade não possui precedentes em outras épocas nem culturas. A desnaturalização dessa concepção - como algo que sempre existiu em todas as culturas - é necessária para captar a especificidade desse ambiente cultural, que demandava uma atenção constante e crescente a esse âmbito psicológico. Gradativamente, essa forma de constituir-se enquanto sujeito ganha espaço, e sua lógica de funcionamento contamina outras esferas do trato social.

Para Sennett, o entorno familiar se estabelece cada vez mais como o núcleo de uma região particular – não pública – e progressivamente adquire um valor moral mais elevado que o domínio público. (SENNETT, 1998, p.35). Em outras palavras, essa idealização da família como o âmbito principal do desenvolvimento do caráter e da formação moral dos indivíduos levará a uma gradativa desvalorização da esfera pública, considerada moralmente inferior. Essa crescente importância dada a tudo o que acontecia na esfera íntima como essencial para a compreensão do sujeito por ele mesmo e para a definição do seu caráter, somada à indiferença e passividade com relação aos assuntos públicos, produziria o que Sennett denomina de “tirantias da intimidade”. Para Sibilia (2008),

Esse refúgio na privacidade não exprime apenas uma preocupação exclusiva com as pequenas histórias e com as emoções particulares que afligem cada um, mas também uma avaliação da ação política (exterior e pública) somente a partir do que esta sugere acerca da personalidade de quem a realiza (interior e privada). Em um

¹⁹ Não por acaso, um célebre personagem inglês da época, Sherlock Holmes (de Arthur Conan Doyle), encarna um detetive com uma capacidade superdesenvolvida de decifrar os sinais visíveis que passariam despercebidos para a maioria das pessoas. Holmes, que esboça longas conclusões partindo da observação minuciosa dos outros personagens da história, infere as características que “inocentemente” acabam por delatar quem são os criminosos que persegue.

contexto como esse, a ação objetiva é desvalorizada (aquilo que se *faz*), em proveito de uma valorização excessiva da personalidade e dos estados emocionais subjetivos (aquilo que se *é*)”. (SIBILIA, 2008, p.61)

Assim, o entendimento do valor da sociedade se daria pela compreensão do seu funcionamento como se fosse um grande sistema psíquico. O interesse em questões de cunho político passa a se dar cada vez mais a partir do momento em que se torna perceptível uma personalidade em ação. Na política, a credibilidade será alcançada através da expressão de quem *são* os líderes políticos. Mais do que com base em programas ou ações específicas, é a partir da expressão da sua *personalidade* que determinadas figuras públicas alcançaram notoriedade. O que tornará uma ação boa “é a personalidade daqueles que nela se engajam, e não a ação em si mesma”. (SENNETT, 1998, p.25) Em outras palavras, com a crescente ênfase no indivíduo e na busca realizada por ele mesmo para descobrir o que teria de único e o afastamento das questões públicas, observa-se um esvaziamento no campo da política e das instituições como um todo.

Passamos a nos preocupar com instituições e acontecimentos apenas quando conseguimos discernir personalidades funcionando dentro deles ou dando-lhes corpo. A sociedade em que vivemos hoje está sobrecarregada de consequências dessa história, o evanescimento da *res publica* pela crença de que as significações sociais são geradas pelos sentimentos dos seres humanos individuais. (...) Os homens passaram a crer que eram os autores do seu próprio caráter, que cada acontecimento em suas vidas precisava ter uma significação em termos da definição de quem eram eles. (SENNETT, 1998, p.412)

A consciência da avaliação alheia a partir dos traços de personalidade acaba por levar a uma fixação em questões obsessivas com relação às qualidades próprias do sujeito. Com o esvaziamento do caráter coletivo da ação e a dilatação da importância dos estados emocionais subjetivos, as questões de autojustificação vem sistematicamente à tona: o sujeito entende o mundo cada vez mais a partir da forma como as circunstâncias o afetam, numa espiral de “autoenvolvimento”. Tal forma de entender o ambiente ao seu redor se relaciona diretamente com a noção mesma de narcisismo:

O narcisismo, no sentido clínico, diverge da ideia popular do amor de alguém por sua própria beleza; num aspecto mais estrito e como um distúrbio de caráter, é a preocupação consigo mesmo que impede alguém de entender aquilo que lhe é inerente ao domínio do eu e da autogratificação e aquilo que não lhe é inerente. Assim, o narcisismo é uma obsessão com “aquilo que esta pessoa, este acontecimento significa para mim”. Este questionamento sobre a relevância pessoal das outras pessoas e de atos exteriores é feita de modo tão repetitivo que uma percepção clara dessas pessoas e desses acontecimentos em si fica mesmo obscurecida. (SENNETT, 1998, p.21)

Tal tipo de distúrbio encontra na modernidade um ambiente favorável para manifestar-se, já que os valores em voga no período encorajam o crescimento dos componentes psíquicos de cada um, minimizando a importância do contato social significativo.

Nessa cultura em que o âmbito psicológico é extremamente valorizado, os conflitos frequentemente se estabelece entre a vontade desse eu interior e as convenções sociais e consequentes possíveis repressões, das quais o indivíduo seria vítima. A produção da subjetividade embasada na interioridade psicológica também foi tratada por Michel Foucault nas obras que dedica à análise das relações de poder-saber. Em *História da Sexualidade I* (1977), o autor destaca especialmente a ideia da sexualidade como dispositivo ao qual foi atribuída, na modernidade, a capacidade de definir e explicar a psique dos sujeitos. Reconhecendo essa relevância dada na modernidade à esfera íntima, Foucault historiciza a invenção da ideia de sexualidade, analisando as relações de poder estabelecidas na sociedade moderna. Em oposição à hipótese repressora, que afirma que somos pressionados a manter os assuntos referentes à sexualidade no terreno do segredo, Foucault identifica um estímulo cada vez mais forte para que falemos, discutamos, analisemos o tema. A sexualidade acaba por ultrapassar o âmbito do sexo propriamente dito e do *eros*, para passar a ser a instância em que a identidade do sujeito se forma. Na tentativa de compreender como ela poderia definir quem somos, a confissão dos nossos desejos mais íntimos seria uma ferramenta essencial. A laicização dessa confissão, ultrapassando a esfera religiosa e atingindo várias outras instituições e as novas ciências humanas e sociais, se associa diretamente a esse borramento de fronteiras entre o público e o privado:

A confissão difundiu amplamente seus efeitos: na justiça, na medicina, na pedagogia, nas relações amorosas, na esfera mais cotidiana e nos ritos mais solenes; confessam-se os crimes, os pecados, os pensamentos e os desejos; confessam-se as próprias doenças e misérias; emprega-se a maior exatidão para dizer o mais difícil de ser dito; confessa-se em público, em particular, aos pais, aos educadores, ao médico, àqueles a quem se ama; fazem-se a si próprios, no prazer e na dor, confissões impossíveis de confiar a outrem, com o que se produzem livros. (FOUCAULT 1999, p.59)

Ao verbalizar a confidência, o indivíduo não apenas experimentaria a sensação de libertação, mas estaria também dando subsídios para que profissionais (psicólogos, médicos, etc.) a interpretem e o auxiliem na árdua tarefa de decifrar a própria individualidade. É nas relações de poder que se estabelecem em torno dessa avaliação, embasada em conhecimentos que o sujeito não domina - mas que supostamente devem ser capazes de definir quem ele é - que o alastramento da confissão se firma.

Dessa forma, o individualismo se estabelece cada vez mais como o valor central nas sociedades capitalistas ocidentais. A experiência singular individual se expressa também na produção literária, contribuindo para a criação de um imaginário que endossa as premissas da construção da subjetividade moderna.

Passa a existir, de forma difundida e generalizada, uma busca pela personalidade entendida no seu viés romântico. As figuras centrais representadas passam cada vez mais a ser as pessoas comuns; as grandes narrativas heroicas perdem espaço. Quando são retratadas, tais figuras célebres têm sempre o seu lado “comum” presente, no sentido de se conhecer e identificar o que os heróis possuem de banal e trivial como todos nós. Assim, constata-se uma curiosidade e exploração cada vez maiores dos “âmbitos da existência que costumavam ser catalogados de maneira inequívoca como privados” (SIBILIA, 2008, p.34), pois é nas expressões subjetivas próprias da esfera da intimidade que estaria localizada a personalidade dos sujeitos.

É importante destacar que, apesar de os relatos autobiográficos estarem presentes também em outros períodos, existem algumas características que são específicas da modernidade. A tematização do eu no período se dá, até certo ponto, em oposição ao racionalismo do século XVIII. Naquele período, as concepções abstratas de verdade, bem ou sinceridade estariam determinadas de acordo com valores gerais, referentes a todos os homens, e compreendidas através da razão. Porém, na modernidade, com a emergente valorização do universo íntimo, é da interioridade psicológica que emanam os valores que fazem do sujeito quem ele é. Nesse deslocamento, passam a ser mais frequentes os relatos nos quais as subjetividades se expressam de maneira mais contraditória e fragmentada. A tarefa de exploração contínua da interioridade psicológica, extremamente complexa e cheia de significados inconscientes e subconscientes a serem decifrados, leva à compreensão da impossibilidade de ser completamente sincero. O valor relativo a essas narrativas estará relacionado à ideia de autenticidade, mais que à sinceridade, que passará a ser vista apenas como uma convenção literária: “um critério certamente ingênuo e talvez inclusive vulgar, sem direito a reclamar seu antigo monopólio sobre a verdade. Por isso, o novo objetivo consistirá em ser autêntico.” (SIBILIA, 2008, p.105). O sujeito moderno se vê, então, como um ser com profundidade interior (TAYLOR, 2011, p.36) e busca estar em conexão com essa interioridade, mais do que com ideias gerais de “bem” ou “Deus” e causas coletivas em geral – ideais mais valorizados moralmente em outros períodos.

Para Taylor (2011), a ética da autenticidade é específica da cultura moderna e se estabelece com mais força a partir do final do século XVIII. Possui algumas similaridades com formas anteriores de individualismo, como a racionalidade desengajada de Descartes (que exige que cada um seja autorresponsável por suas decisões) ou do individualismo político de Locke (que considera a pessoa e suas vontades anteriores às obrigações sociais). Porém, se diferencia de tais concepções por considerar que as noções de certo ou errado não se referem ao cálculo das consequências ou possíveis castigos divinos. A ética da autenticidade, segundo ele, se estabelece a partir da ideia romântica de que os seres humanos seriam dotados de um senso moral intuitivo do que seria certo ou errado e essa moralidade estaria relacionada aos sentimentos internos de cada um.

Cada pessoa tem a sua própria “medida”, na sua maneira de dizer. Tal ideia entrou profundamente na consciência moderna. E também é novidade. Antes do final do século XVIII ninguém pensava que as diferenças entre os seres humanos tinham esse tipo de significado moral. Há certo modo de ser humano que é o *meu* modo. Sou convocado a viver desde modo e não imitando o de outro alguém. Mas isso confere uma nova importância a ser verdadeiro para si mesmo. Se não sou, eu perco o propósito da minha vida, perco o que ser humano é para *mim*. (TAYLOR, 2011, p.38)

Ainda é possível identificar resquícios dessa tentativa de ser autêntico, singular e especial na formação da subjetividade contemporânea. A reportagem da revista Time, sobre os *millennials*, afirma que para 60% deles o seu guia moral em qualquer situação é que eles serão capazes de *sentir* qual a coisa certa a fazer. Porém, isso não significa que se trate da mesma moral moderna; ao contrário: ela possuirá novos contornos e pressupostos, relacionados com uma forma específica de individualismo. O desejo de autenticidade contemporâneo vincula-se facilmente à publicidade e ao *marketing*, que prometem essa diferenciação individual através do consumo de produtos “exclusivos”. Tal estilização do eu através do consumo acontece de maneira muito mais veloz e descartável quando comparada à modernidade: a análise da própria interioridade psicológica já não se encaixa na forma contemporânea de *ser* autêntico. *Parecer* autêntico já seria suficiente, de acordo com essa concepção.

2.2 A subjetividade contemporânea

Como já foi destacado aqui, as práticas culturais apesar de persistirem no tempo, ganham novas nuances que devem ser exploradas no intuito de se entender os sentidos que adquirem ao longo do tempo. Para analisar como se estabelecem as relações entre a popularização da prática da autorretratação digital e a forma como se configuram as subjetividades contemporâneas, é necessário ir além da esfera da técnica fotográfica.

Se nenhuma prática se estabelece num vácuo social, são as mudanças no entorno cultural que podem nos auxiliar na compreensão de certos fenômenos popularizados no mundo contemporâneo. As tecnologias digitais, plataformas de compartilhamento via web e rede sociais não são apenas produtoras de novas motivações para fotografar-se; são também efeitos de uma cultura com características específicas que encoraja e estimula tais comportamentos.

Se na modernidade as formas de ser e estar no mundo se configuravam a partir da interioridade psicológica, com ênfase na singularidade individual e valorização da esfera íntima (e tudo que fosse a ela relacionado), no contemporâneo podemos perceber certas rupturas ou deslocamentos com relação a essa configuração. As subjetividades introdirigidas, de acordo com David Riesman (1995), funcionariam em torno desse eixo interior, voltadas para dentro, para o universo afetivo íntimo. Em oposição a essa configuração, as subjetividades alterdirigidas se constituem nas superfícies visíveis dos corpos, voltadas para o olhar do outro e para a resposta que recebem a partir da sua exposição. A busca pela visibilidade se dá mostrando-se explícita e voluntariamente os aspectos mais íntimos do âmbito privado.

Em algum sentido é comparável ao papel da censura na hipótese repressiva desmentida por Foucault no que tange à sexualidade: em vez de se ressentir por temor a uma irrupção indevida em sua privacidade, as novas práticas dão conta de um desejo de evasão da própria intimidade, uma vontade de se exhibir e falar de si. Em termos foucaultianos: um anseio de exercer a técnica da confissão, a fim de saciar os vorazes dispositivos que têm “vontade de saber”. Em vez do medo de uma eventual invasão, fortes ânsias de forçar voluntariamente os limites do espaço privado para mostrar a própria intimidade, para torná-la pública e visível.” (SIBILIA, 2008, p.77)

Estariam constituídas assim, as “tirantias da visibilidade”, num ambiente cultural que demanda, exige, convoca uma exibição ininterrupta da vida de cada um. As práticas confessionais transbordaram, hoje, para esferas ainda mais publicizadas que na modernidade:

não se trata mais somente de “confessar-se” na sessão de psicanálise. Expor os conflitos mais supostamente íntimos deixa de ser uma maneira de tentar entender as profundezas da subjetividade moderna. Atualmente, quanto mais pessoas leiam, vejam e consumam os relatos que fazemos de nós mesmos, melhor ele terá cumprido sua função, segundo as novas premissas contemporâneas. É preciso dar-se a ver para receber como “recompensa” o olhar alheio e, com alguma sorte, sua aprovação.

No contexto relacionado à web 2.0, a confissão não só é encorajada, como também é urgente: “No que você está pensando agora?”, “O que você está fazendo?”, nos indagam insistentemente as redes sociais. Nada escapa ao seu alcance, tudo é tido como relevante para ser publicado. Assim se multiplicam não apenas os *selfies*, mas também as fotografias de refeições, ingressos de espetáculos, placas de rua, animais de estimação e diversos outros temas banais e cotidianos. Cada experiência é mediada, interrompida, fotografada, filmada e publicada, muitas vezes enquanto ainda está acontecendo. A urgência do relato imediato se combina com a expectativa da aprovação alheia, e a prática de fotografar-se (colocar-se presente na imagem compartilhada) é uma forma “eficaz” de alcançar a desejada visibilidade.

Esse esforço para conseguir obter uma imagem que corresponda ao ideal de si afetará diretamente as tarefas diárias: o registro fotográfico da experiência é frequentemente considerado tão importante quando o acontecimento em si. O autorretrato, assim como qualquer fotografia, demanda uma interrupção da experiência para ser realizado. Porém, parece, cada vez mais, que é o próprio ato de fotografar-se e compartilhar o resultado que confere valor à experiência. A configuração contemporânea da subjetividade se expressa frequentemente a partir desse olhar mediado e, no caso dos autorretratos, pela performance requerida no ato de fotografar-se. Numa série de *selfies* consecutivos – e aparentemente infinitos –, o site www.selffeed.com publica em sequência os autorretratos compartilhados no *Instagram* através da *hashtag* “#selfie”. Os rostos (ou partes do corpo) vão se seguindo numa velocidade crescente, que quase nos impede de efetivamente ver cada um desses autorretratos. A abundância de produção (supostamente compartilhada no site em “tempo real”) é que nos indica que, aparentemente, é o ato de fotografar-se que interessa, muito mais do que a contemplação posterior da imagem digital de si. O estímulo visual frenético e incessante também está presente no projeto www.selfiecity.com, que permite ver *selfies* compartilhados em várias cidades do planeta. A diagramação da página alinha os autorretratos de forma que os rostos vão se fundindo um no outro rapidamente. Aqui também não é cada imagem com

seus elementos visuais específicos o que parece importar: fica a sensação de que o “esgoto de imagens” não cessa de jorrar.

Em meio ao bombardeio de *selfies* (e de imagens em geral), como conquistar os holofotes para si? Como alcançar a tão almejada visibilidade que no mundo contemporâneo se converte muitas vezes até mesmo em retorno econômico, além de status e prestígio? Como ter mais “seguidores”? E, talvez mais importante, por que querer tê-los?

Não pode haver uma única resposta para questões que envolvem múltiplos fatores e que são parte de fenômenos mais amplos da nossa cultura. Mas ainda assim, podemos identificar algumas tendências, como as estilizações do *eu* – mais especificamente da sua superfície visível – que almejam expor visualmente o que tal ou qual indivíduo possui de único e especial. Essa “autenticidade” se expressa principalmente através da imagem do próprio corpo, que se torna um campo de autocriação, com a sua superfície tendo a função maior de exibir a personalidade de cada um. Os espaços de compartilhamento, com suas telas onipresentes, são o lugar da expressão máxima desse eu visível. Atingem velozmente um grande número de “seguidores” ávido pelo consumo de tais imagens e potencializam a exibição de si.

A lógica da visibilidade opera, de certa forma, a partir da máxima de que “o que é bom aparece, o que aparece é bom”, citada por Debord em *A sociedade do espetáculo* (DEBORD, 1997, p.15). Parece não haver saída à convocação para exibir-nos: quem se nega a mostrar-se é visto com desconfiança, como se tivesse algo de suspeito a esconder.

Apesar de todas essas complicações, esse ditame de ser diferente não costuma se apresentar como uma opção entre outras, mas como um genuíno mandato que não pode ser descuidado. Por isso é preciso converter o próprio *eu* em um show, é preciso espetacularizar a própria personalidade com estratégias performáticas e adereços técnicos, recorrendo a métodos comparáveis aos de uma grife pessoal que deve ser bem posicionada no mercado. Pois a imagem de cada um é a sua própria marca, um capital tão valioso que é necessário cuidá-lo e cultivá-lo, a fim de encarnar um personagem atraente no competitivo mercado dos olhares.” (SIBILIA, 2008, p.255)

Essa diferenciação acontece dentro de estreitos limites e com valores bem específicos que determinam quais corpos (e imagens desses corpos) são aprovadas pelo olhar alheio ou não. Além dos padrões que compõem a “moral da boa forma”, que serão cruciais na definição

de quais *selfies* (e seus respectivos donos) serão bem sucedidos, é preciso pensar na maneira como cada vez mais se trata a imagem de si como uma marca a ser gerida.

O canal estadunidense ABC atualmente produz uma série para TV que se chamará “*Selfie*”. Apenas o trailer se encontra disponível, por enquanto, mas a sinopse conta que a protagonista, narcisista e viciada em fazer retratos de si mesma para as redes sociais, precisará da ajuda de um *coach* para melhorar como pessoa. Apesar de extremamente popular no mundo digital, a personagem necessita passar por um processo no qual deverá “*rebrand herself*”, algo como mudar sua imagem corporativa, mudar sua marca. Porém, no caso, a marca não se refere a nenhuma companhia, empresa ou instituição, mas à própria protagonista, que deve se reinventar para manter seu êxito.

Os valores do mundo ocidental capitalista estimulam o desenvolvimento de tais habilidades de “autovendagem” e práticas diversas de autopromoção. O marketing pessoal estratégico tem um valor crucial, pois a imagem de cada um seria o principal produto a se promover. Existem cada vez mais pessoas cujas se carreiras baseiam quase exclusivamente na utilização de redes sociais para promover marcas e produtos, utilizando-se da própria imagem: a publicação de uma foto usando determinada roupa, celular, etc., potencializa a divulgação do produto em questão através da visibilidade que essas “*webcelebs*” (celebridades da rede) possuem.²⁰

Analisando a sociedade americana ao longo do século XX, Riesman afirma que “os americanos sempre procuraram uma opinião favorável, e sempre tiveram que procurá-la em um mercado instável, no qual as cotações do *eu* poderiam variar, sem a restrição de preços de um sistema de castas ou aristocracia”. Nesse ambiente cultural configura-se uma subjetividade que deseja ser amada e apreciada, e que necessita constante e desesperadamente da aprovação alheia. As subjetividades alterdirigidas se constituem necessariamente com o *feedback* que se estabelece a partir do que cada um mostra de si.

Assim, podemos considerar que o entendimento que o sujeito contemporâneo tem de si vai deixando de se constituir a partir da análise de sua interioridade psicológica, passando a se configurar a partir do constante monitoramento da reação que os outros têm diante dele

²⁰ Convém ressaltar que, no terreno relativamente recente das redes sociais, são frequentes também as falhas de tais estratégias. Por vezes, ações publicitárias disfarçadas de publicações espontâneas são descobertas, o que gera uma “mancha” na credibilidade das *webcelebs*. Seus seguidores tendem a localizá-las numa área indefinida, entre celebridade e amigo íntimo, muitas vezes considerando seus depoimentos sobre produtos como recomendações de um amigo, e não publicidade.

como imagem. Ehrenberg (2011) se refere à ideia de “gerenciamento de impressão” para tratar desse constante monitoramento que fazemos na tentativa de medir quem somos através da leitura que os outros fazem de nós.

Também tratando de analisar de que forma os indivíduos se comportam na presença de outros e como se apresentam diante destes, Hoffman (1959) analisa a sociedade americana dos anos 1950, estabelecendo um parâmetro entre a encenação teatral e as interações sociais. Para ele, nós teríamos um certo *modus vivendi* interacional, no qual os indivíduos agiriam como atores, utilizando disfarces de um personagem, diante de outros indivíduos que também estariam representando seus respectivos personagens. Estaríamos sempre executando performances, na tentativa de obter dos outros as reações que esperamos. Ainda que Goffman generalize tais comportamentos como sendo referentes a todos os humanos, sempre e em todas as culturas - o que certamente não é a perspectiva que nos interessa adotar aqui -, há determinados aspectos de sua análise que, uma vez que colocados em perspectiva, nos auxiliam na compreensão de certos fenômenos contemporâneos.

Para ele, o conhecimento que temos sobre nossa individualidade e nossa imagem perante os outros passa pela encenação que executamos na tentativa de causar uma impressão. Destacariamos nessas interações os aspectos positivos que possuímos ou que desejaríamos ter, havendo um esforço contínuo do indivíduo para guiar e controlar essa impressão que os outros guardarão dele.

Para garantir a atenção alheia, os atores tentariam, através das suas performances, convencer que não só sua rotina mas a relação estabelecida com seu público é especial é única (GOFFMAN, p.30). É nesse horizonte de sentidos que se apresentam as interações entre celebridades e fãs: colocando-se em algum lugar entre amigos e seguidores. Esse tipo de interação é familiar aos usuários de redes sociais. Acostumados ao “convívio” nos ambientes virtuais, sabem que é através do número de pessoas que acompanham suas *timelines* que sua importância dentro do ambiente digital é determinada. Contrariamente à ideia de ser “especial” ou “único”, o que se testemunha de forma mais frequente é uma enxurrada de fotografias padronizadas, nas quais essa suposta “autenticidade” não consegue se firmar. Arriscar-se para além dos seguros limites pode levar a uma perda de seguidores, e conseqüente desvalorização do capital pessoal de quem compartilha suas imagens.

No entanto, se a ideia de gerir a própria imagem como se fosse um produto a ser oferecido para o olhar alheio já está de certa forma bastante disseminada em setores diversos,

a ponto de tal discurso se encontrar presente no vocabulário corrente, por que é importante desnaturalizar tal comportamento? Por um lado, porque é preciso compreender que a valorização de determinadas características da personalidade— no caso contemporâneo: liderança, flexibilidade, capacidade de adaptar-se e ser autêntico — não se dá por acaso, nem de forma isolada em relação a outros fenômenos da cultura. E, sempre cabe reforçar, tal configuração se estabelece de forma muito específica na contemporaneidade, com um ideal de sucesso ligado a valores do empreendedorismo. Eis o que ressalta Ehnrenberg (2011):

O que é ser bem-sucedido? Essa é uma questão que lembra uma outra: por que o sucesso se refere ao empreendedor? Ser bem-sucedido, hoje, é poder inventar seu próprio modelo, desenhar sua unicidade, ainda que idêntica a de todos os outros. Ser bem-sucedido é tornar-se si mesmo tornando-se alguém. Ser si mesmo, ser alguém: injunções banais e, no entanto, misteriosas, que deviam se situar em registros aparentemente separados, até opostos, da identidade pessoal e da visibilidade social, da esfera privada e da esfera pública — como se sabe que se é si mesmo? Diante de quem se reconhece que se é alguém? Essas duas questões entram hoje numa relação inédita que assimila, numa mesma retórica, a conquista de sua identidade pessoal à da ascensão pública, a busca da autenticidade à da visibilidade. Dinâmica dupla de exteriorização do íntimo — isso seria sua “publicização” — e de incorporação ao social — isso seria sua “privatização” — que forma a trama da ambição contemporânea. (EHRENBERG, 2011, P.50)

Assim, com fronteiras cada vez menos definidas, podemos perceber que nem sempre o que classificamos como íntimo se refere também ao privado devido à sua “publicização”. No compartilhamento digital de imagens, as fotografias que são expostas para o maior número possível de pessoas retratam muitas vezes, momentos que seriam característicos da esfera íntima (ainda que essa concepção de esfera íntima seja cada vez mais difícil de se sustentar, remetendo ao sentido que possuía na modernidade).

Em determinado momento de *O declínio do homem público* (1998), Sennett acredita que sua argumentação se opõe à de David Riesman em *A multidão solitária* (1995). Para ele, Riesman estabelecia uma oposição entre “uma sociedade voltada para dentro, na qual os homens executavam ações e afirmavam compromissos baseando-se em objetivos e sentimentos que traziam dentro de si mesmos” (referindo-se à modernidade e às personalidades introdirigidas) e “uma sociedade voltada para o outro, onde tais paixões e compromissos dependem daquilo que as pessoas acham ser o sentimento de outrem” (referindo-se à contemporaneidade e à personalidades alterdirigidas). Para Sennett, na verdade aconteceria o oposto, já que as sociedades ocidentais estariam mudando de um estado voltado

para o outro para uma configuração de subjetividade na qual as preocupações individualistas são cada vez mais exacerbadas.

É possível identificar que ambos tem argumentações que dialogam, certamente complementando-se mais do que se opondo-se. Possivelmente, o que Riesman pretendia enfatizar a partir dessa demarcação de diferença entre o seu ponto de vista e o de Sennett se refere à uma concepção de subjetividade mais radical, mais facilmente identificável na contemporaneidade. Tal forma de compreender a importância da realização pessoal como valor máximo se esboça a partir da modernidade, com uma crescente desvalorização da vida pública e das ações ligadas ao coletivo. Porém, atinge hoje níveis mais extremos, nos quais nem sequer a família, instituição símbolo da burguesia moderna, possui relevância maior que os desejos individuais. Além disso, Sennett enfatiza categoricamente a “confusão entre vida pública e vida íntima: as pessoas tratam em termos de sentimentos pessoais os assuntos públicos, que somente poderiam ser adequadamente tratados por meio de códigos de significação pessoal.” (SENNETT, 1998, p.18)

Taylor nomeia “cultura do narcisismo” a disseminação da perspectiva que faria da autorrealização o valor mais importante, desvalorizando as demandas morais externas ou quaisquer comprometimentos sérios com outras pessoas. (TAYLOR, 2011, p.63) De acordo com o autor, a cultura contemporânea se concentra nesse ideal de autorrealização *em oposição* a demandas outras, seja da sociedade ou da natureza. Outra crítica comum feita às formas autocentradas de configuração da subjetividade é que elas se utilizariam das associações e comunidades apenas através de uma perspectiva instrumental, ou seja, tão somente enquanto tais relações sejam benéficas ou “lucrativas” para o sujeito. Assim,

tendem a centrar a realização no indivíduo, tornando suas afiliações puramente instrumentais; elas impõem, em outras palavras, um *atomismo* social. E tendem a ver a realização apenas como do *self*, negligenciando ou deslegitimando as demandas que vêm de fora de nossos próprios desejos ou ambições, sejam elas da história, da tradição, da sociedade, da natureza ou de Deus. (TAYLOR, 2011, p.66)

Dessa forma, enquanto em outros períodos históricos, trajetórias pessoais que seguissem tais demandas individuais seriam tomadas como transgressoras e desobedientes, sendo portanto desencorajadas, hoje a busca pelo autodesenvolvimento é considerada legítima, desejável, quase um dever moral de cada sujeito para consigo mesmo.

Ter por ambição tornar-se si mesmo, identificar ser si mesmo e ser o melhor, é assimilar um código “da autenticidade” ou da identidade a um código da

visibilidade. É fazer entrar na intimidade psíquica o modelo público da performance: a identidade depende de uma conquista semelhante a um recorde ou a um mercado. (EHRENBERG, 2011, P.51)

O radicalismo dessa configuração da subjetividade contemporânea se expressa através da afirmação do poder da escolha como um bem em si, referindo-se à ideia de que somos livres a partir do momento em que decidimos por nós mesmos, sem nos deixar influenciar por moldes externos.

Além disso, a falência da crença na força das instituições de forma geral contribui para a valorização das escolhas individuais como caminho na definição de quem se é. Para Ehrenberg, trata-se de uma crise da ação pública centralizada, constituindo uma forma específica de civismo privado, segundo a qual o indivíduo deve tomar para si responsabilidades que as instituições já não são capazes de assumir. Ao perder a base de referências estáveis na determinação de quem somos, o sujeito contemporâneo não apenas deseja escolher, mas é incitado a escolher.

Ideologia, identidade, aparência, padrão moral de conduta, tudo parece depender de decisão individual, já que as antigas referências à tradição, classe, família, cultura local etc., tiveram sua legitimidade questionada e seu poder normativo esvaziado.(...) Trata-se, paradoxalmente, como diz Ehrenberg (1995), de uma autonomia assistida, fundada num processo infinito de auto-exame, auto-regulação e auto-aprimoramento, e numa demanda incessante de bens e serviços de apoio. (BEZERRA, 2002, p.3)

Se na modernidade certas relações de poder-saber se estabeleciam a partir da confissão que deveria ser interpretada por psicanalistas, médicos e profissionais com um conhecimento que o sujeito não possuía, aqui a ideia é de “capacitar” os sujeitos para que possam gerir melhor as próprias escolhas, das quais depende essencialmente para definir quem é. Porém, a própria ideia de ser livre para escolher está condicionada à *obrigação* de tomar tais decisões.

Ainda assim, essa cultura valoriza especialmente os relacionamentos da esfera íntima, vistos como o lugar de autoexploração para a produção de quem somos. Porém, mais do que a continuidade de uma tendência já esboçada na modernidade, tal tipo de relacionamento é mais valorizado quanto mais possa contribuir para o desenvolvimento do indivíduo. E tem também a função, especialmente no ambiente de compartilhamento de imagens, de reforçar a imagem de sucesso do sujeito. As imagens de “vida ordinária” tratadas pelos filtros fotográficos dos aplicativos de compartilhamento de imagem interessam, pois é a partir da

visibilidade que adquirem e da resposta expressa pelos que as visualizam que o sujeito contemporâneo pode “confirmar” sua própria felicidade.

O desejo de ser autêntico, ligado às estilizações de si presentes nessas imagens, indicam uma vontade de diferenciação dos outros indivíduos, valor essencial na cultura contemporânea. A concepção de que cada um deve ser o seu próprio modelo de conduta se afasta da concepção de sociedade de massa como um grupo indiferenciado e anônimo. A importância de cada indivíduo se estabelecerá a partir da visibilidade que possui, e esta dependerá também da capacidade de projetar uma imagem de sucesso de si mesmo e de sua “marca”. Para Ehnrenberg, o estado ótimo da autenticidade se alcançaria através da combinação do máximo de visibilidade com o mínimo de identificação identitária. (ENREBERG, 2010, p54). Em outras palavras, também é preciso estar atento às “tendências” de comportamento, moda e consumo, e saltar de uma para outra quando for conveniente. A identidade dos sujeitos se firmaria na flexibilidade, aliada ao seu poder de escolha. Como ressalta Rolnik (1995),

a mesma globalização que intensifica as misturas e pulveriza as identidades, implica também na produção de kits de perfis-padrão de acordo com cada órbita do mercado, para serem consumidos pelas subjetividades, independentemente de contexto geográfico, nacional, cultural, etc. Identidades locais fixas desaparecem para dar lugar a identidades globalizadas flexíveis que mudam ao sabor dos movimentos do mercado e com igual velocidade. (ROLNIK, 1995, P.1)

Essas mudanças se expressariam, especialmente, na tentativa de construir uma imagem de si espetacularizada. Goffman afirma que o indivíduo estaria sempre preocupado em estudar as técnicas através das quais suas atividades cotidianas poderiam ser transformadas num show, dando especial atenção, no leque das que deve executar, às que lhe possam garantir mais visibilidade e melhor reputação. Assim, o acúmulo de bens será mais satisfatório quanto mais estes possam ser exibidos, ostentados, em suma, *vistos*. De acordo com o autor,

as identidades contemporâneas se associam cada vez mais a essa lógica do consumo, na qual as imagens que nos representam devem necessariamente estar constituídas também de símbolos através dos quais a riqueza material possa ser expressa (GOFFMAN, 1959, p.24).

Tais perfis indentitários se firmariam também através do ambiente digital, cujas imagens compartilhadas devem reforçar os valores relacionados a um padrão de consumo elevado, à flexibilidade atenta às novas tendências do mercado, a uma imagem de sucesso e, assim, alcançar o maior número de pessoas possível.

Exemplos típicos de tal comportamento são os compartilhamentos de “looks do dia”, geralmente *selfies*, cujo intuito é mostrar a roupa que tal ou qual pessoa está usando naquele dia. Além do desejo de ser associado a determinados padrões de consumo, o fenômeno pode ser compreendido através da lógica de efeito-instrumento, já que, por um lado, influencia os seguidores a consumirem as marcas exibidas e também estimula estratégias de marketing dessas marcas através dessas publicações. Por outro lado, cada *selfie* desse está exposto à aprovação do público, que “curte” ou não, aprova ou não, julgando tais autorretratos. Num nível mais extremo, a página *Rich Kids of Instagram*²¹ (Crianças ricas do *Instagram*) compila imagens publicadas por jovens com símbolos extravagantes de riqueza: carros de luxo, relógios caros, casas luxuosas, roupas de grife, contas de restaurantes com muitos dígitos. Ao contrário de uma possível cautela quanto à exibição de seus bens, a riqueza material parece adquirir ainda mais valor a partir do momento em que é vista pelos outros, ostentada a um número grande de pessoas através das redes de compartilhamento de imagem.

2.3 Millennials

A prática da autorretratação é familiar aos usuários de redes sociais. Mesmo os que não são adeptos da ideia de fotografar-se sabem reconhecer um autorretrato devido à semelhança estética que guardam entre si. Os protocolos seguidos para alcançar a imagem ideal de si tornam os *selfies* uma performance que é “socializada”, moldada e modificada para se encaixar no entendimento e expectativas da sociedade em que ele é apresentado.” (GOFFMAN, 1959, p.22).

Nos ambientes digitais, as pequenas narrativas diárias são contadas cada vez menos através de palavras (ou quando o são, acontecem limitadas por um certo número de caracteres, apenas 140, como no microblog *Twitter*²²) e cada vez mais através de imagens-resumo dos acontecimentos. “No lugar de dizer que está indo trabalhar, uma foto sua de uniforme diz isso por você”²³, afirma uma entrevistada em matéria para a BBC. Para notar de forma mais incisiva as características atribuídas às subjetividades contemporâneas, podemos nos ater enfaticamente aos indivíduos mais jovens, nascidos entre os anos 1980 e 2000. Chamados de *millennials* pelos veículos midiáticos, são jovens que já nasceram num ambiente tomado pelas

²¹ <http://richkidsofinstagram.tumblr.com>

²² <http://www.twitter.com>

²³ Em “*Self-portraits and social media: The rise of the 'selfie'*”. Tradução Minha. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-22511650> (acessado em julho/2013)

tecnologias digitais, convivendo desde muito cedo com as telas brilhantes e com a abundância de registros fotográficos digitais. Para os não-nascidos em época tão recente, fica mais fácil desnaturalizar certas ideias referentes à forma como essas subjetividades se forjam. O artigo da Revista Time, cuja capa traz um adolescente fotografando-se com um celular, trata justamente de uma tentativa de compreender de que forma a interação através da Internet e o uso de tecnologias tem afetado estes adolescentes, especialmente os que cresceram nessa configuração específica do capitalismo tardio ocidental.

A extrema importância dada à própria imagem e egocentrismo também geralmente são relacionados aos *millennials*: de acordo com a revista, eles sofrem três vezes mais de transtorno de personalidade narcisista do que os adultos que hoje têm mais de 60 anos sofreram na sua juventude. O uso constante de ferramentas de compartilhamento de imagens faria com que os usuários constantes acabassem por entrar num ciclo vicioso: fazer um autorretrato; publicá-lo e esperar pela repercussão; receber visualizações, comentários e *likes* (portanto ser “aprovado”); sentir a necessidade de fazer mais um *selfie* e recomeçar o processo.

O apelo pela aprovação alheia nessa relação mediada por imagens também aparece, de forma mais explícita, no fórum de discussões online intitulado “Am I Ugly?”²⁴ (Eu sou feio?). Os participantes compartilham fotos suas e pedem que os outros membros avaliem seu aspecto. Baseados nas imagens enviadas, conselhos de beleza e estilo são trocados, para a “melhora” da aparência dos participantes. Mais do que utilizar ou não as recomendações dos pares, o intuito parece ser alcançar visibilidade dentro do grupo.

É importante ressaltar que, devido a essa conexão que acontece em níveis globais e mobiliza especialmente os jovens,

Os *millennials* de cada país são diferentes, mas por causa da globalização, redes sociais e a exportação da cultura ocidental, *millennials* ao redor do mundo são mais parecidos entre si do que as gerações mais velhas dentro dos seus próprios países”.²⁵ (Revista Time, 20 de maio de 2013)

²⁴ <http://www.reddit.com/r/amiugly/> Disponível em julho de 2013.

²⁵ “Each country’s millennials are different but, because of globalization, social media, the exporting of Western culture and the speed of change, millennials world-wide are more similar to one another than older generations within their nations”. Tradução minha.

Porém, também convém lembrar que outras forças estão – sempre - sendo vozes dissonantes nesse processo: não se trata de afirmar que todo adolescente é narcisista ou viciado em compartilhar fotos suas nas redes sociais. Porém, é dentro desse ambiente no qual os modelos a serem seguidos passam a ser as celebridades que se superexpõem na rede, e no qual as ferramentas de compartilhamento de imagem vão se popularizando, que esses jovens crescem. Também por serem um grupo economicamente relevante cresce a importância que devemos dar aos contornos da cultura que cabe a essa parcela da população influenciar.

A discrepância no acesso à Internet por parte dos usuários de partes diferentes do globo, já mencionada por Sibilia (2008, p.23), aparece ainda como um fator importante na hora de relativizar certas generalizações a respeito do comportamento contemporâneo cada vez mais conectado em rede, especialmente no caso dos jovens. Quando se fala em novos roteiros de subjetivação não se trata de dizer que um modelo substitua o outro completamente. São formas que se superpõem, misturam e ganham relevância por estarem em consonância com certas expectativas culturais compartilhadas em determinadas sociedades. Em períodos e ambientes culturais específicos, algumas formas de subjetividade são mais estimuladas e encorajadas, suas premissas mais largamente aceitas. A ênfase crescente na promoção de si como marca, os modelos baseados em protocolos específicos de autorrepresentação imagética frequentemente relacionados ao consumo têm respaldo no ambiente contemporâneo. Perceber as nuances dessas mudanças e como afetam também os que ficam à margem das “maravilhas” da vida compartilhada via *web* é essencial para uma compreensão mais ampla sobre como se definem essas subjetividades.

Dados de 2012²⁶ atestam que, das 7 bilhões de pessoas que habitam o planeta, pouco mais de 360 milhões têm acesso à Internet. Esses usuários estariam distribuídos, em termos numéricos, majoritariamente na Ásia, seguida pela Europa e América do Norte, somando 77% dos usuários de Internet do mundo. América Latina, África, Oriente Médio e Oceania comporiam os outros 23%. Em termos relativos à porcentagem da população, a América do Norte, Oceania e Europa lideram, sendo os continentes com maior porcentagem da população tendo acesso à rede (78%, 67% e 63%, respectivamente). Entre os usuários do *Instagram*, segundo a empresa, 50% seriam dos Estados Unidos. E no *Flickr* 32% dos membros seriam estadunidenses.

Mais do que enfatizar as desigualdades econômicas – e conseqüentemente, de acesso à

²⁶ <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Acessado em julho de 2013)

tecnologia – tais dados são relevantes, pois os usuários dessas tecnologias também são responsáveis pelo tom da cultura global, influenciando não apenas uns aos outros, mas também aos que se encontram “marginalizados” dessa esfera de visibilidade. Num cenário em que *ser* se expressa como *ser visto* e em que essa visibilidade é conquistada em grande parte através dos ambientes digitais, estar *offline* implica estar invisível. Sibilia (2008) enfatiza:

Longe de abranger *todos nós* como um harmonioso conjunto homogêneo e universal, cumpre lembrar que apenas uma porção das classes média e alta da população mundial marca o ritmo dessa “revolução” de *você* e *eu*. Um grupo humano distribuído pelos diversos países do nosso planeta globalizado, que, embora não constitua em absoluto a maioria numérica, exerce uma influência muito vigorosa na fisionomia da cultura global. (SIBILIA, 2008, p.26)

No lugar de estabelecer algum tipo de juízo de valor com relação a essas práticas, é importante pensar que tal comportamento é frequentemente encorajado, estimulado e recompensado dentro do ambiente cultural atual. É preciso unir-se ao coro para ser aceito pelos pares e essa aceitação reside em expor ao olhar alheio tudo o que interesse, tudo o que possa retornar em forma de aprovação.

As telas dos aparelhos eletrônicos se configuram como o espaço físico através do qual grande parte do contato social acontece. O sujeito contemporâneo vive nessa paradoxal relação entre exposição e isolamento. Ao mesmo tempo em que o universo íntimo e tudo o que se refira a ele é cada vez mais solicitado, essa exposição se configura a partir dos meios digitais, através de imagens digitais, cada um dos indivíduos permanecendo na segurança e conforto dos seus lares. A tensão exterior/interior, já problemática e cada vez mais difícil de estabelecer desde a modernidade, se complexifica ainda mais. Tais limites são cada vez mais complexos de definir, limitar ou negociar. Contudo, o fenômeno parece ir além da mera constatação de que o privado se tornaria público, simplesmente. Até a própria divisão clara entre essas categorias (e várias outras) parece já não satisfazer na hora de se investigarem fenômenos contemporâneos.

A desvalorização e conseqüente insegurança dos espaços públicos estimula o isolamento físico dos indivíduos, a julgar pelos exemplos mais correntes de configuração arquitetônica das cidades, com abundância de condomínios fechados, muros altos e dispositivos de segurança privada. Por outro lado, esse isolamento acontece paralelamente à possibilidade de contato com um universo amplo de pessoas via ciberespaço. De certa forma, podemos até pensar nesses modelos arquitetônicos como metáforas para a condição dos sujeitos que nelas habitam, sendo um ambiente que combina a segurança do isolamento com a

visibilidade das estruturas transparentes. Sennet (2008) descreve, no trecho abaixo, a Lever House de Gordon Bunshaft, em Nova York, como emblemática desse tipo de arquitetura:

Paredes quase inteiramente de vidro, emolduradas por estreitos suportes de aço, fazem com que o interior e o exterior de um edifício dissolvam, até o menor ponto de diferenciação; essa tecnologia permite a realização daquilo que S. Gledson chama de o ideal da parede permeável, o máximo em visibilidade. Mas essas paredes devem ser também barreiras herméticas. A Lever House foi precursora de um conceito de *design* no qual a parede, embora permeável, também isola as atividades desenroladas no interior do edifício da vida da rua. Nesse conceito de projeto, a estética da visibilidade e o isolamento se confundem. O paradoxo do isolamento em meio à visibilidade. (SENNET, 2008, p.27)

Explorando essa concepção, o projeto artístico intitulado “The public isolation”²⁷ (O isolamento público), de Joshua Jay Elliot e Cristin Norine, era constituído de uma galeria na qual Norine viveu por um mês, na cidade americana de Portland. Com todas as paredes de vidro, e sem a possibilidade de interagir diretamente com outras pessoas, ela devia apenas comunicar-se através da Internet e mensagens de celular ou usando redes sociais, inclusive para conseguir alimentos e outros itens que necessitasse durante o período. Os artistas dividiram conceitualmente o projeto em duas partes: “An examinable life” (Uma vida examinável), refletindo especificamente sobre a condição de estar visível o tempo todo durante um mês, e “The future of socializing” (O futuro da socialização), abordando a questão das interações sociais possíveis de se estabelecerem nesse contexto de isolamento físico. A obra leva ao extremo, não apenas as condições de exibicionista e *voyeur*, mas acaba também por enfatizar a banalidade recorrente nas vidas/imagens expostas. Essa combinação contribui para um interesse cada vez maior nas atividades banais e corriqueiras das existências de cada um. Como destaca Sibilía (2008),

não surpreende que se multipliquem os convites para acompanhar em detalhe os aspectos mais íntimos e triviais das próprias rotinas domésticas de qualquer um. Mais do que uma intromissão, nestes casos o olhar alheio pode ser uma presença desejada e reconfortante. Longe do tão falado temor à invasão da privacidade, trata-se aqui de uma verdadeira vontade de evasão da própria intimidade, um anseio de ultrapassar os velhos limites para abrir infiltrações nos antigos muros divisores. Nesta imagem ecoam os desejos de transparência total dos autores de blogs com furor confessional, mas também vêm à tona as reflexões de um dos arquitetos das casas não privadas expostas no museu novaiorquino no último ano do século passado, que se perguntavam no catálogo da exposição: “por que um grupo invisível de pessoas escolheria viver por detrás de paredes em vez de poder revelar suas vidas? Uma pergunta absolutamente contemporânea. Por que não? (SIBILIA, 2008, p.62)

²⁷ <http://publicisolationproject.com/> Disponível em março de 2014.



Figura 10 - Instalação "The public isolation project" (fonte: www.publicisolationproject.com)

As ideias de *ver* e de *ser visto* encontram respaldo na configuração contemporânea de subjetividade, sendo comportamentos que não apenas são estimulados e encorajados, mas também exercem fascínio no sujeito contemporâneo. Fatores como a implantação do projeto neoliberal na economia, a invenção de diversas tecnologias de comunicação, uma forma específica de individualismo, as reverberações das lutas dos movimentos sociais dos anos 70, e vários outros acontecimentos vão se combinando na configuração destas novas formas de ser e estar no mundo.

A maneira como somos afetados por tais mudanças na sociedade não se dá de forma direta, automática ou mesmo homogênea em todo o globo. Ao contrário, tais transformações produzem e são produzidas num terreno de constante disputa, com discursos e vozes dissonantes. Mas é importante reconhecer que certas concepções ganham espaço, valorizam-se determinados modelos de pensamento, estimulam-se certos comportamentos e condenam-se outros. Criam-se “novos jogos de linguagem, repertório de sentidos ou jogos de verdade que dão consistência ao imaginário de uma época, imaginário através do qual o mundo, a existência e a experiência pessoal ganham consistência e significação.”(BEZERRA, 2002, p.2).

Na tentativa de identificar características da sociedade contemporânea, Guy Debord (1992) elabora a ideia de sociedade do espetáculo, na qual estabelece que:

A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda realização humana, uma evidente degradação do *ser* para o *ter*. A fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do *ter* para o *parecer*, do qual

todo “ter” efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última. (DEBORD, 1992, p.18)

Debord afirma também, que ao passo que ocorre esse deslocamento, do *ter* para o *parecer*, emerge com mais insistência a demanda pela exibição de si, pois sem que se esteja à vista, não serve ao fim máximo da autoafirmação através do olhar alheio. Para ele, a realidade individual torna-se social por ser moldada pela resposta vinda do outro. O mundo real se transformaria em imagens e as imagens (ou produção dessas imagens) seriam a motivação – principal e eficiente – do comportamento contemporâneo. (DEBORD, 1992, p.18) Categoricamente, para ele, “considerado de acordo com os seus próprios termos, o espetáculo é a *afirmação* da aparência e a afirmação de toda vida humana – isto é, social – como simples aparência” (DEBORD, 1992, p.16). Tais imagens-objetos seriam o principal produto dessa sociedade.

No que concerne à produção de fotografias digitais, é preciso pensar de que forma a convocação permanente ao compartilhamento dessas imagens se relaciona com os novos sentidos e funções que a fotografia assume no contemporâneo. Além de estar integrada aos mais diversos ritos sociais compartilhados hoje, a fotografia digital parece ter se alastrado a ponto de não haver limitações de situação que não deva ser fotografada e compartilhada imediatamente.

Carlos Recuero, fotógrafo e professor da UCPel (Universidade Católica de Pelotas), afirma que os álbuns virtuais teriam a mesma função dos antigos álbuns de papel, com a única diferença entre eles sendo o grau de repercussão: "Não é mais preciso esperar as visitas em casa para mostrar as fotos", diz em entrevista para a Folha de São Paulo²⁸. Porém, é preciso atentar para várias outras transformações que fazem com que os acervos pessoais de fotografias hoje sejam construídos com base em novas premissas e de acordo com demandas relacionadas ao contemporâneo.

Além disso, ainda que fosse a única diferença, a repercussão não poderia ser considerada um detalhe de pouca relevância. Especialmente quando pretendemos compreender, de forma genealógica, as mudanças nas práticas sociais ao longo do tempo, é preciso atentar para as transformações que ocorrem nos sentidos que adquirem. O desejo de ser visto se expressa com tanta força e insistência por razões complexas que envolvem um espectro amplo de variáveis histórico-culturais. É justamente por terem características

²⁸ <http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/1229415-aplicativos-e-cameras-da-moda-incentivam-hiperdocumentacao-do-cotidiano-na-web.shtml>. (Acessado em março/2014)

específicas que tais práticas se tornam relevantes para a compreensão da configuração das subjetividades contemporâneas. Alia-se a vontade de exibição à busca por uma sutil diferenciação com relação aos demais: a almejada autenticidade baseada na estilização de um *eu* visível e aprovado pelo olhar alheio.

2.3 Autenticidade performada

Ser autêntico no séc XIX implicava uma fidelidade a si mesmo, entendido como essência interiorizada. Para conseguir tal objetivo era preciso atentar para a interioridade psicológica, cuja essência constituiria o que o indivíduo possuiria de “verdadeiro” ou “real”. Tal tarefa só poderia ser desempenhada pelo próprio indivíduo, pois só ele teria a capacidade de acessar esse mundo interior e realizar o que seria o objetivo da sua existência.

Taylor (2011) estabelece alguns pontos essenciais para compreender como a ideia de autenticidade se deu na modernidade:

Ser fiel a mim significa ser fiel à minha própria originalidade, e isso é uma coisa que só eu posso articular e descobrir. Ao articular isso eu também me defino. Estou realizando uma potencialidade que é propriamente minha. Essa é a compreensão por trás do ideal moderno de autenticidade e dos objetivos de autorrealização e autossatisfação nos quais são usualmente expressos. (TAYLOR, 2011, p.39)

A noção contemporânea de autenticidade possui algumas nuances e rupturas com a forma como se estabeleceu na modernidade. Para entendê-la, é preciso atentar para variáveis mais amplas no ambiente cultural. A obsessão contemporânea pela autenticidade - varinha mágica que daria a alguns poucos a habilidade de *ser alguém* - se instaura justamente quando surge uma crise na concepção mesma de identidade. Por um lado, existe a demanda por um eu singular, diferente, e por identidade (ou pela ilusão de identidade). Mas por outro, as bases nas quais a interioridade psicológica se fundava já foram e continuam sendo extremamente questionadas. Como pode ser que no momento em que deixamos de acreditar que é uma instância interior que define o que se é, ao mesmo tempo atraia tanto a ideia de ser autêntico? Possivelmente porque a noção contemporânea de autenticidade já não seja a mesma a que almejaram os sujeitos indotados da modernidade, quando a autenticidade só podia se realizar baseada na interioridade.

Quando se esgarça a noção de identidade, em cuja fixidez e estabilidade já não acreditamos, tombam também outros pressupostos essenciais na construção da subjetividade

característica da modernidade. A perda de força das instituições - como o Estado e a Igreja - se esboçava desde então, porém no mundo contemporâneo atinge proporções maiores. A instituição familiar nuclear e o lar burguês, que alcançaram o seu esplendor no século XIX, já não parecem ter a mesma valorização moral. Uma nova torção do individualismo, mais extrema e direcionada para a realização pessoal, descarta *até* as pressões familiares que se oponham ao que o indivíduo julga ser o melhor para si.

Para se entender o que expressa a ideia de performance, não apenas no caso dos *selfies*, mas em diversos fenômenos contemporâneos que se pautam pela lógica da visibilidade, é preciso explorar os sentidos possíveis para a palavra. Podemos pensar a ideia de performance por múltiplos caminhos. Um deles se refere ao desempenho profissional e costuma remeter a todo um vocabulário empresarial ligado ao empreendedorismo. Nesse horizonte de sentidos, a ideia de performance estaria ligada a uma boa atuação em determinada área.

Para Ehrenberg (2011), as principais mudanças que aconteceram para a disseminação da culto da performance seriam, em primeiro lugar, uma mudança na forma como os grandes empresários e dirigentes de empresas são vistos. Se antes eram, até certo ponto, considerados símbolos da exploração do homem pelo homem, hoje são exemplos de trajetórias “inspiradoras” de sucesso. Outro fator seria uma transformação no sentido dado ao consumo, que se torna cada vez mais um “vetor de realização social” (EHRENBURG, 2011, p.198). Segundo ele, a terceira mudança fundamental seria a mudança no status dos campeões do esporte, que deixam de ser figuras símbolo do atraso popular e passam a ser vistos como símbolos de excelência.

Essa mentalidade se estende na cultura contemporânea desde os âmbitos profissionais até a espetacularização da vida, no âmbito da lógica da visibilidade. Devemos não apenas tratar de impulsionar nossa carreira com um desempenho ótimo, mas também melhorar constantemente nossos desempenhos em todos os domínios.

Por outro lado, nas artes, o sentido da palavra performance se liga a um espectro amplo de ações, cujo ponto em comum seria o fato de serem realizadas por artistas performáticos: “de modo que, teríamos, aqui, um primeiro ensaio de definição: trata-se de uma ação praticada por alguém que considera estar realizando uma *performance*, e cujo público assim o vivencia” (SIBILIA, 2013, p.6). Em outras palavras realizar uma performance estaria ligado a agir diante de outros.

O termo é recorrente em diversos estudos contemporâneos acerca da configuração da sociedade atual, por reconhecerem a relevância que têm as performances em todos os âmbitos da existência hoje. Poderia se denominar “era da *performance*’ por se tratar de um momento histórico que registra pressões inéditas sobre os corpos e as subjetividades, empurrando-os a melhorar constantemente seu desempenho nos domínios mais diversos” (SIBILIA, 2013, p.6)

De acordo com essa perspectiva, além do encorajamento para esse aprimoramento contínuo das performances de cada um, também se expressa, com igual ou maior insistência, a demanda pela exibição de tais desempenhos, para que sejam legitimados pela visibilidade. Esse estímulo à espetacularização da própria vida promoveria, de certa forma, uma generalização de *gestos performáticos*: para “ser alguém”, seria preciso estar visível através deles.

Quando analisa as narrativas de si em *O show do eu*, Sibilial (2008) afirma que os antigos diários íntimos, característicos da modernidade, exerciam um papel fundamental na configuração das subjetividades introdirigidas. Não apenas por ter sido uma atividade que se alastrou entre a burguesia, mas especialmente pela forma como, associada a outras características do período, tal atividade dava forma e conteúdo às existências dos sujeitos modernos. Era na própria construção de tais narrativas de si que os sujeitos organizavam suas experiências e atentavam aos chamados da interioridade psicológica para se conhecerem melhor.

Na contemporaneidade, as narrativas confessionais são abarcadas por vários tipos de plataformas digitais, que frequentemente assumem o tom confessional que os diários íntimos possuíam. No entanto, assim como no caso dos álbuns de fotografias, seria precipitado e pouco útil afirmar que se trata apenas de uma versão atualizada dos antigos diários íntimos de papel. Se por um lado, os diários do século XIX possam ser considerados possíveis precursores das práticas contemporâneas, por outro, é essencial demarcar as transformações que fazem com que os relatos compartilhados digitalmente hoje sejam mais bem compreendidos como “diários éxtimos”, como afirma Sibilial (2008, p.13), constituídos, segundo a lógica da visibilidade, por sujeitos *alterdirigidos*.

Além de ser construído através de novas premissas, que não apenas admitem mas exigem a exposição da intimidade de cada um, a produção de tais narrativas em torno de um *eu* contemporâneo também se valem de ferramentas que vão além do papel e de caneta.

A fotografia, especialmente a digital, está essencialmente presente na criação de tais relatos de si ancorados nas plataformas digitais de compartilhamento. Ela atende, de certa maneira, à ânsia contemporânea de reassegurar-se da própria existência através do registro fotográfico. Como explicita Sibilia:

Com a facilidade técnica que esse dispositivo oferece na captação mimética do instante, a câmera permite documentar a própria vida: registra a vida sendo vivida e a experiência de “se ver vivendo”, como ocorre explicitamente na obra da fotógrafa norte-americana Nan Goldin, um conjunto de imagens autobiográficas (...). A própria artista confessa que, quando jovem, costumava escrever diários a fim de “reter sua própria versão das coisas”. Isso aconteceu até o momento em que ela descobriu as potências da câmera, uma ferramenta que lhe ofereceria a inédita possibilidade de se “manter viva, sã e centrada”, já que essa inscrição fotográfica de sua memória voluntária lhe permitiria “confiar na própria experiência”.(SIBILIA, 2008, p.33)

Além de conferir sustentação e validade às experiências, a fotografia digital utilizada nesse contexto serve também para atender à demanda de imagens de si que, uma vez publicadas e visualizadas pelos outros, ratificam, através da visibilidade, a vivência dos sujeitos.

Porém é interessante observar que não parece serem necessários feitos importantes ou significativos para que estas narrativas de si se firmem. A banalidade cotidiana remete a uma despreensão proposital, como se a existência casualmente se encaixasse no quadro fotográfico. De acordo com a autora,

não só deixou de ser necessário que a vida em questão seja extraordinária, como era o caso das biografias renascentistas, mas agora tampouco é um requisito imprescindível que ela seja bem narrada, como exigiam os ímpetos românticos e as tradições burguesas. Porque neste novo contexto cabe à tela, ou à mera visibilidade, a capacidade de conceder um brilho extraordinário à vida comum recriada no rutilante espaço midiático. São as lentes da câmera e os holofotes que criam e dão consistência ao real, por mais anódino que seja o referente para o qual os flashes apontam. A aparelhagem técnica é capaz de conceder sua aura a qualquer coisa, e nesse gesto, de algum modo também a *realiza*. (SIBILIA, 2008, p. 241)

A produção de tais imagens de si se dá através da estilização de si e do cotidiano, de forma que se expresse fotogenicamente, com ares de cena de filme, pois é através da imagem feita e da visibilidade alcançada por ela que será possível confirmar se a vida que ela retrata é interessante ou não.

Ao pensar em tais estilizações do eu e no compartilhamento de imagens de si via redes sociais, podemos facilmente cair na armadilha de classificar tais comportamentos como

“mentirosos” ou “falsos”, como criação de uma ficção que não corresponderia à “realidade” vivida pelos sujeitos, e que, por isso, careceria de valor. Não poderia ser, pensando segundo tais divisões, uma construção autêntica, já que seria necessariamente “fictícia”. Os sujeitos contemporâneos se ocupariam de exibir uma intimidade inventada, enquadrada de modo a atrair o olhar alheio. Sibilia identifica tal conflito:

O que significa tudo isto? Haveria uma espécie de falsidade, uma deplorável falta de autenticidade nas construções subjetivas contemporâneas? Teria se generalizado o uso de máscaras que ocultam alguma verdade fundamental, algo mais real que estaria por trás dessa imagem bem construído e literalmente narrada, porém fatalmente falsa ou fictícia? Ou, ao contrário, será que essa multiplicação de autoficções estaria indicando o advento de uma subjetividade plástica e mutante, liberada enfim das velhas tiranias da identidade? Essa saturação atual do *eu* e *você* anunciaria, de maneira paradoxal, a definitiva extinção daquele velho *eu* sempre unificador e supostamente estável? Ou, antes, tratar-se-ia de um paroxismo de identidades efêmeras produzidas em série, todas tão autênticas quanto falsas, porém fundamentalmente *visíveis*? (SIBILIA, 2008, p.52)

Tais diferenciações encontram cada vez mais um terreno problemático sobre o qual se firmar. Ainda parece resistir, de certa forma, uma distinção entre as narrativas que se denominam de ficção e as que se baseiam em uma existência real, sendo por isso, não-ficcionais, cada uma mobilizando um horizonte de expectativas específico. Contudo, a própria ideia de criação de um personagem frequentemente associada a esse tipo de imagem fotográfica, que vem por vezes acompanhada de um tom pejorativo, precisa ser pensada para além das oposições categóricas entre realidade e ficção. O que define o personagem não é que ele é fictício (em oposição a uma pessoa real). O personagem é aquele que precisa de testemunha, aquele que existe a partir do olhar de outro, aquele que está sendo olhado.

Assim, de acordo com uma perspectiva mais ampla, criar um personagem não significa mentir. O que parece acontecer nos fenômenos contemporâneos é uma permanente convocação a se performar de modo realista criando uma realidade que se pareça à ficção. É conveniente também diferenciar a ideia de representação - que se refere à encenação e recriação de um personagem fictício - da concepção de *performance*, tratando-se da apresentação e criação de um personagem real. No caso dos *selfies* e das *performances* requeridas para sua execução, trata-se da sobreposição de duas figuras, já que personagem e autor são a mesma pessoa.

A concepção de self como sendo o “si-mesmo”, o conhecimento que se tem sobre a individualidade e a imagem perante os outros, passa por tais atos performáticos que se executam na tentativa de causar uma impressão. A ideia de *selfportait* como um retrato do

self, diferentemente do termo traduzido como autorretrato, deixa mais aparente o jogo existente entre esse “si-mesmo” e a imagem fotográfica que tentamos dele extrair. Na introdução do livro *500 Selfportraits*, Julian Bell escreve:

É estimulante pensar que estamos vendo Rafael na sua juventude ou Picasso perto do seu fim ‘como eles viram a si mesmos’, mas talvez possa ser mais preciso dizer que estamos olhando para ficções, nas quais a evidência do espelho foi majestosamente editada. O que nos confronta: quinhentos desvelamentos ou uma resma de novas máscaras?²⁹ (BELL, 2000, p.6)

Especialmente no caso do autorretrato, é preciso considerar os sentidos dados a essa produção na contemporaneidade. É numa posição ambígua, entre encenação e documentação, que o autorretrato se localiza. Como prática contemporânea, se adequa de forma eficaz à lógica da performance, à qual já não se aplicam oposições como real/ficcional e verdadeiro/falso. A performance se configuraria como uma terceira possibilidade, que existe enquanto espetáculo, independente de tais oposições. Ao analisar tais imagens, é importante se esquivar da postura de delatar uma verdade ou uma ficção presente na imagem fotográfica. Tais divisões parecem não atender satisfatoriamente à forma como o fenômeno se expressa.

Essa noção libera do julgamento moral do comportamento dessas pessoas, algo que eventualmente poderia acontecer. Não se trata de condenar construções falsas da imagem de si, até porque esse *eu* se constrói ao mesmo tempo em que se fotografa. Na verdade, trata-se de mapear determinados aspectos da nossa cultura e a forma que assumem no contemporâneo, pensar como se orientam essas vontades organizadas em torno de uma lógica da visibilidade.

Quanto mais se vivencia um cotidiano estetizado e ficcionalizado com recursos midiáticos, mais avidamente se procuram as experiências que aparentem ser verdadeiras. A busca pelo “realmente real”, algo que não seja encenado ou que não aparente sê-lo, ao menos. De acordo com Sibilia,

Por isso, se o paradoxo do realismo clássico consistia em inventar ficções que parecessem realidades, lançando mão de todos os recursos de verossimilhança imagináveis, hoje assistimos a outra versão desse aparente contra-senso: uma ânsia por inventar realidades que pareçam ficções. Espetacularizar o *eu* consiste precisamente nisso: transformar nossas realidades ficcionalizadas com recursos midiáticos (SIBILIA, 2008, p.197)

²⁹ “It is stimulating to think that we are seeing Raphael in his youth or Picasso at his end ‘as they saw themselves’, but it might be more accurate to say that we are looking at fictions, in which the evidence of the mirror has been masterfully edited. What confronts us: five hundred unveilings, or a ream of further masks?” Tradução minha.

Essa *mise en scène* é necessária, não tanto como um meio de autoexpressão (como poderia ser usada a ferramenta do autorretrato), mas como uma forma de inclusão num universo de imagens que seguem um modelo predeterminado e pré-aceito nos ambientes onde circulam. Não haveria um indivíduo retratando-se no que teria de único, mas apenas seguindo um padrão: a individualidade se perde em nome de um desejo de idealização de si através da imagem.

Nas interações contemporâneas mediadas por imagens, no ambiente digital, esses elementos têm importância fundamental. Quando escapam à construção da imagem ideal de si, especialmente no caso dos autorretratos digitais, dão margem à exposição de mais do que pretendiam e a performance é prejudicada. Existem diversas páginas na *Internet* que compilam justamente as imagens que escaparam a essa construção e revelaram mais do que o quadro desejado: alguém bem vestido, num quarto absolutamente caótico; um adolescente narcisicamente absorvido pela sua imagem no espelho, sem perceber os elementos no entorno do seu reflexo, etc. De acordo com a lógica da visibilidade, “na cultura das sensações e do espetáculo, o mal-estar tende a se situar no campo da performance física ou mental que falha, muito mais do que numa interioridade enigmática que causa estranheza.” (BEZERRA, 2002, P.5). Em outras palavras, o conflito do sujeito contemporâneo se estabeleceria na percepção alheia do seu desempenho, mais do que na profunda e vasta psique que ele não consegue compreender, preocupação relativa ao sujeito da modernidade.

Se “arrumamos melhor nossa casa” e “usamos a melhor louça” quando temos visitas, sustentando padrões que não necessariamente correspondem à realidade, como nos comportamos quando essas “visitas” nunca vão embora? Como se orienta essa vontade/tentativa de expressão quando as interações com outros sujeitos acontecem quase ininterruptamente, num universo cada vez mais conectado? De que forma organizamos nossa experiência para esconder o que há de “trabalho sujo” e orgânico, mostrando apenas um produto final embelezado? A onipresença das câmeras, a demanda frequente por imagens de nós mesmos exige que o “estado de performance” se estenda quase indefinidamente.

Goffman (1959) destaca, referindo-se à sociedade americana dos anos 1950, a importância dos elementos que cercam o sujeito no momento da sua performance diante dos demais: móveis, decoração e vestimenta teriam papel importante no sucesso da criação da imagem desejada. Ele cita ainda a relevância do ambiente onde a maior parte das interações sociais acontecia no período: as salas de estar das casas privadas do século XX.

Podemos tomar o quarto como um possível exemplo contemporâneo desse espaço de interação, ainda que com várias características específicas que diferem da modernidade: o isolamento no micro-mundo vincula-se à conectividade com alcance potencializado pela web 2.0. A construção da imagem fotográfica de si nesse ambiente é escolhida como tema do ensaio fotográfico *Boyz and Girlz du Net*³⁰(2010), de Mathieu Grac. Composto por 17 retratos, o projeto trata de reconstituir uma possível cena na qual jovens produzem *selfies* para utilizá-los nas redes sociais.

Cria-se um cenário – o quarto desses jovens – no qual essa encenação acontece. Partindo de imagens recorrentes nas redes sociais, o fotógrafo tenta refazer o momento e o processo em que esse tipo de imagem supostamente é produzido. Em cada um desses retratos aparece o modelo com a objetiva da câmera voltada para si. Em alguns, podemos pré-visualizar, no próprio visor da câmera que carrega, o que vai ser o futuro *selfie*.

As poses retratadas em *Boyz and Girlz Du Net* são familiares para quem utiliza redes sociais como *Facebook*, *Orkut*, *Instagram*, etc. Grac se posiciona como um observador invisível da cena, na qual cada modelo tenta extrair num clique o melhor de sua imagem.

O que torna *Boyz and Girlz Du Net* um trabalho curioso são as escolhas feitas por Grac e os percursos que toma para abordar o tema da autorretratação. A ironia utilizada por ele não se dirige à autorretratação em si mesma. Para ele, o que constitui o clichê é que pessoas com individualidades diferentes se disponham a se “encaixar” nos modelos pré-determinados pelo gênero do autorretrato digital, em nome de uma aceitação no contexto onde essas imagens são mais valorizadas.

³⁰ Outros projetos, como “Into the light”, de Wolfram Hahn, trabalham o mesmo tema, levantando questionamentos similares aos de Grac. <http://www.wolframhahn.de/projects/into-the-light/> . (Acessado em maio/2014)

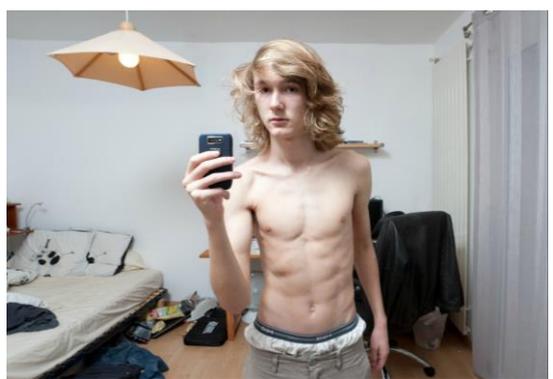


Figura 61 - Fotografias do ensaio "Boyz and Girlz Du Net" de Mathieu Grac (2010) (fonte: <http://www.mathieugrac.com/>)

Não haveria, para ele, uma tentativa de autoexpressão autêntica, mas uma reprodução dos códigos e esquemas que garantiriam previamente o sucesso das fotografias produzidas. Supõe-se que os adolescentes retratados pelo ensaio sejam parte de um grupo muito maior, que necessita do reconhecimento no ambiente digital obtido através do olhar que o outro tem sobre quem ele “é”.

Mathieu Grac se coloca – e conseqüentemente, nos coloca – numa posição externa e invisível, observando intrusivamente a vida privada de alguém além do quadro que ela pretende mostrar. Ele assume esse poder de dar a ver o que esses adolescentes “escondem” ou decidem não mostrar, posicionando-se como revelador de algo supostamente mais íntimo e mais secreto, uma “verdade” ou “realidade” que não seria interessante como resultado final na imagem fotográfica.

Alguns outros aspectos ainda são relevantes em *Boyz and Girlz Du Net*. Por exemplo, os títulos dados às fotos são os nomes dos personagens: Kloé, Julien, Amélie. Ao mesmo tempo em que nomeia e individualiza cada um, causa também a sensação de que o nome poderia ser qualquer um, ou o modelo, qualquer Julien ou Amélie. A nomeação, que tem a intenção de individualizar, ironicamente nos leva a colocar todos no mesmo nível, igualando-os. Enfatiza-se a sensação de que os modelos não se diferenciam entre si, constituem um bloco passível de ser generalizado pelo seu comportamento comum.

Para os estudos de Comunicação, uma postura mais frutífera que o tom moralizante ou judicativo permite, portanto, perceber as nuances da prática, a que interesses e demandas atende, que expectativas gera num horizonte de sentidos mais amplo. Nesse sentido, o fingimento de autenticidade criticado e ironizado por Grac seria *apenas um* dos aspectos relevantes para se chegar a uma análise mais precisa dos modos de subjetivação contemporâneos.

Diferentemente da abordagem de Grac, na qual as instâncias da ficção e realidade são firmemente marcadas, a hipótese aqui discutida estabelece-se de outra forma. Também não se encaixa nos esquemas binários de fácil e única resposta como sim ou não, verdadeiro ou falso. A ideia de que tal comportamento (produzir autorretratos) é a produção de uma ficção – e, portanto, uma mentira - não cabe na análise que aqui se propõe. Tal comportamento e a produção gerada por ele não poderia ser chamada de realidade tampouco de ficção. Constituiria uma terceira via: a *performance*.

Acontece uma espécie de ruptura com a referência do real, o que, além de derrubar certos pressupostos modernos, também afeta a maneira como a fotografia é compreendida. Ao entender a performance como o lugar em que a autorretratação se estabelece, compreende-se que “entramos no indiscernível, no indeterminado, em que o falso pode perfeitamente funcionar como verdadeiro e vice-versa” (EHRENBERG, 2011, p.63).

O que pode ser importante no gesto de analisar tais comportamentos se refere mais à percepção de um repertório pré-concebido de determinados *gestos performáticos* que, quando catalogados e sobrepostos, nos dão a sensação de presenciar a mera repetição. O caso dos *selfies* é emblemático, não apenas pela abundância de imagens fotográficas desse tipo no contemporâneo, mas por condensar numa mesma figura o personagem real a ser retratado e o controle sobre o registro fotográfico da imagem.

2.4 *I shot myself*

A ânsia pelo controle da produção das imagens de si também ocorre, naturalmente, nas representações pornográficas. O site <http://www.ishotmyself.com>³¹ é uma plataforma de publicação de fotografias digitais que abriga ensaios de nus femininos, sempre feitos pela própria pessoa que aparece na foto. O projeto se autodenomina um fórum público para autoexpressão através dos retratos de nu. Para os criadores, ao remover do processo o estúdio e o fotógrafo, as participantes conseguiriam criar uma experiência própria e explorar as possibilidades expressivas, respeitando o seu próprio tempo e espaço. O princípio da página é expresso através dessa prerrogativa do controle sobre a representação de si:

O que inspira as mulheres a publicar fotos de nu *online*? A curta resposta é – controle. A capacidade de mostrar-se em seus termos, como você gostaria de ser visto, livre da distorção do ponto de vista de alguém e da higienização do *Photoshop* ([ishotmyself.com](http://www.ishotmyself.com))³².

Em *Ishotmyself* há um jogo com o sentido do verbo em inglês “to shoot”, que significa disparar, tanto no sentido de disparo fotográfico, como de disparo de arma. “Eu me fotografei” e “eu atirei em mim mesmo” brinca também com uma possível dimensão política contida no ato de fotografar-se. Ambos seriam ações em que a liberdade do sujeito é o imperativo mais forte para suas ações: o controle sobre sua vida/imagem é tomado para si. Tal

³¹ A página aparecerá ao longo do texto referida pela sigla ISM, abreviação utilizada no próprio site para designar o projeto.

³² <http://www.ishotmyself.com/public/general.php?p=about> (Acessado em julho/2013)

concepção se alinha às prerrogativas dos modos de subjetivação contemporâneos, especialmente quando se refere à uma convocação ao exercício dessa liberdade. De acordo com Nikolas Rose (2003), as concepções contemporâneas do self se configuram também a partir dessa obrigação de liberdade, segundo a qual o indivíduo é incitado a escolher e agir de modo a alcançar um contínuo aprimoramento de si, pelo qual é ativamente responsável.

O projeto ISM existe desde 2003 e tem mais de 4700 participantes, contabilizando mais de 6800 ensaios e mais de 300 mil fotos publicadas. As participantes devem produzir autorretratos nus e alguma parte do seu corpo deve tocar a câmera para fazer o disparo. Não é permitido o uso de *timers*, para que possa ser “verificável” o fato de que foi a pessoa que tirou a própria foto.

Segundo o site, a ideia é formar uma coleção de imagens que celebrem a diversidade das mulheres. Não há critérios rígidos quanto a que tipo físico, origem, idade ou aparência são publicados. Além da visibilidade conquistada pela publicação dos autorretratos, cada participante recebe um cachê, que é pago previamente à publicação das imagens. Cada ensaio deve conter no mínimo 120 fotografias digitais, que devem atender a algumas exigências técnicas de nitidez, foco e especialmente de tamanho, já que os membros pagantes têm acesso a essas imagens em tamanho ampliado.

No texto de apresentação da página, as participantes são convocadas a retratar-se “de uma maneira que nenhum fotógrafo poderia, transcendendo os clichês banalizados da pornografia *mainstream*”. Apenas elas próprias poderiam produzir imagens que escapem às sujeições hegemônicas, produzindo autorretratos “únicos”, “pessoais”, que revelariam muito mais que um corpo. A palavra de ordem é que as participantes “subvertam o paradigma”, num contexto onde esse produto é nomeado de arte, e elas, de artistas. Cada uma poderia expressar-se como sujeito através dos autorretratos que produz; sua “originalidade” poderia ser percebida através do *feedback* recebido dos outros usuários.

Mais do que criativos, os ensaios devem parecer espontâneos, naturais e “*really real*” (“realmente reais”):

Qualquer coisa que se mostre, mesmo que seja “qualquer coisinha”, só tem que cumprir um requisito: ser verdadeira, autêntica, realmente vivenciada por essa personalidade que foi misteriosamente tocada pela varinha mágica da arte – ou, melhor ainda, da fama e da mídia. (SIBILIA, 2008, P.224)

Assim como diversos sites de compartilhamento de imagem na rede, o ISM funciona através de fóruns, com participação ativa dos usuários, sejam elas modelos/fotógrafas dos portfólios do site ou membros que frequentam a página para acessar o conteúdo. Os perfis dos membros são acessíveis apenas para usuários inscritos e pagantes, tornando a interação relativamente limitada para os que não se dispuserem a contribuir financeiramente com a página.

Apesar de existirem muitas páginas de compartilhamento de conteúdo pornô com grande interação e participação dos usuários, no caso do ISM chama a atenção o fato de se tratar de autorretratos. A escolha por esse tipo de registro fotográfico implica algumas questões relevantes. Através dessa suposta eliminação de barreiras à expressão (estúdio, fotógrafo), as fotografias obtidas uniriam vários dos critérios valorizados por este público consumidor: a sensação de realidade provocada pelo registro fotográfico (especialmente o doméstico), a estética amadora-encenada e, especialmente, o gosto por ser visto expressado pelas modelos/fotógrafas.

Apesar de as modelos serem remuneradas, o principal motivador para a produção dos autorretratos parece se relacionar mais com esse poder relativo à representação sexual de si mesmo, com esse jogo em que elas assumem o controle da forma como serão retratadas, e também à visibilidade alcançada através da página.

Nas imagens produzidas para os ensaios da página ISM, a consciência da pose e do registro fotográfico é parte do que essa produção tem de genuíno. As participantes são encorajadas a serem “criativas” na escolha dos cenários, poses e situações em que os autorretratos serão produzidos. É nesse entorno presente na imagem, além do seu próprio corpo, que sobra espaço para que outros traços importantes na construção dessa representação se expressem.

Esse apelo corrente por manifestações “inovadoras” é algo que se expressa com força na contemporaneidade e que é específico deste momento histórico. O modelo de sociedade disciplinar, elaborado por Foucault, se refere aos séculos XVIII e XIX, no qual o capitalismo se caracterizava pela concentração, produção e propriedade. Tais valores se associavam lógica do funcionamento das fábricas e estão ligados à ideia de confinamento. Partindo desse modelo, Gilles Deleuze estabeleceu o conceito de “sociedade de controle”, antecipando vários aspectos do ambiente cultural contemporâneo. Na configuração atual do capitalismo, o que o caracteriza é a sobreprodução e o consumo exacerbado. Portanto, mais do que o comércio de

matérias-primas e bens, ele trata dos fluxos de finanças globais e da venda de serviços. Tratar-se-ia de “Um sistema articulado pelo marketing e pela publicidade, mas também pela criatividade alegremente estimulada, “democratizada” e recompensada em termos monetários” (DELEUZE apud SIBILIA, 2008, p.17)

Nesse ambiente, a capacidade de produzir ensaios “inovadores” passa a ser vista com uma expressão de autenticidade. Cada mulher é convidada a mostrar-se como gostaria de ser vista. Seu comportamento é endossado por um senso de participação na “comunidade”, em que os membros se identificam não apenas pelo consumo de uma estética pornográfica amadora específica, mas também por uma série de valores em comum. É importante para a valorização da individualidade de cada uma dessas participantes que elas sejam vistas e façam-se ver como seres mais complexos, com interesses que vão além do sexual e que são evidenciadas através da interação com outros usuários.

No ambiente em que esses grupos se estabelecem, é a visibilidade alheia que confere status a cada uma das mulheres que publicam seus autorretratos. O número de visualizações, os rankings de mais populares, a atenção e *feedback* dado aos tópicos criados, os comentários feitos sobre os novos ensaios produzidos são maneiras de verificar o alcance obtido por essas imagens e conferir não apenas prestígio, mas também retorno financeiro.

Respaldadas por um discurso político de emancipação (e financeiramente recompensadas), as mulheres oferecem os autorretratos aos usuários que paguem para acessá-los. E são esses acessos e visualizações que endossam o próprio discurso de que há uma demanda por esse tipo de imagem, supostamente artística, sofisticada, natural, íntima. As fotos mais acessadas recebem dupla recompensa, econômica (a cada mês o ensaio mais acessado recebe um prêmio) e de prestígio dentro da “comunidade”, ocupando altas posições no ranking dos ensaios mais populares.

Tais práticas, ainda que no caso citado se refiram às imagens de caráter erótico, não escapam à lógica da visibilidade que impregna os setores mais diversos da vida contemporânea. A forma de gerir as representações de si mesmas como se fossem “marca”, de conceber o olhar alheio como avaliador capaz de confirmar o valor das imagens compartilhadas se relaciona diretamente com a espetacularização da existência e com a produção perene de imagens compartilháveis.



"ism_sessions" - lilla



"wintersky" - aymi



"a_mermaid" - elayne

Figura 7 - Fotografias retiradas dos ensaios fotográficos da página Ishotmyself.com (Fonte: www.ishotmyself.com)

3. “How to” ou a moral da boa imagem

Quebre as regras da fotografia a partir do momento em que você é tanto o disparador quanto o assunto!³³ (Jim Krause (2005 p.148))

A força das imagens, na sociedade do espetáculo, reside também na capacidade de se tornarem de certa forma independentes da realidade, ou mesmo mais importantes que esta. Nesse contexto espetacularizado, é demandado que haja imagens de nós mesmos que correspondam ao que almejamos ser. Ainda que a realidade guarde pouca semelhança com o produto final dos autorretratos digitais, é a imagem que conta: desejamos ser capazes de produzir belas fotografias de nós mesmos.

Ao longo deste capítulo serão analisados diversos casos em que o autorretrato digital teve espaço recentemente, não apenas no discurso midiático, mas passou a fazer parte de um vocabulário global. Cada exemplo serve para reforçar e aprofundar as características referentes ao sujeito contemporâneo, esboçado no capítulo anterior, além de trazer mais nuances a essa concepção.

A ideia de fotografar a si mesmo passou, de forma veloz, a ser algo compartilhado culturalmente na sociedade contemporânea, acabando por “infiltrar-se” em esferas diversas. Esse alastramento se deve a uma importância crescente dada ao papel das imagens no nosso cotidiano, às redes de compartilhamento de imagens, à disseminação da prática de fotografar e fotografar-se. Mesmo os que não são adeptos da ideia de fotografar-se sabem reconhecer os *selfies* devido à semelhança estética que guardam entre si. Os protocolos seguidos para alcançar a imagem ideal de si tornam os *selfies* uma performance que é “socializada”, moldada e modificada para se encaixar no entendimento e expectativas da sociedade em que ele é apresentado.” (GOFFMAN, 1959, p.22)

Entre os recordes associadas ao compartilhamento de autorretratos online, está o fato de que o *tweet*³⁴ mais compartilhado da história foi o *selfie* feito na cerimônia do Oscar de 2013. No *twitter* da apresentadora americana Ellen DeGeneres, foi publicado o *selfie* que a mostra acompanhada de um grupo de celebridades presentes na cerimônia: Julia Roberts, Meryl Streep, Bradley Cooper, Brad Pitt, Jennifer Lawrence, entre outros famosos.

³³ “Bend the rules of photography when you are both the shooter and the subject!” Tradução minha.

³⁴ Publicação de até 140 caracteres na rede de microblogs Twitter. No caso, a publicação era uma fotografia com legenda.

Posteriormente, descobriu-se tratar de uma publicidade de celulares, disfarçada de ato “espontâneo” ou roteirizado apenas pelo humor. A ação da marca conseguiu atingir um público gigantesco, considerando que o *selfie* foi compartilhado por 3,4 milhões de usuários das redes sociais, superando a marca do *tweet* mais compartilhado anteriormente: uma postagem do presidente dos Estados Unidos, Barack Obama. Atualmente, a imagem tem um valor estimado entre US\$ 800 milhões a US\$ 1 bilhão.

A mesma marca responsável por essa estratégia de marketing já está há anos tratando de incluir nos seus produtos a possibilidade de fazer *selfies* de forma mais simplificada: em 2009, criou um vídeo promocional para a câmera digital compacta ST500. A câmera possui, além da tela LCD comum, localizada na parte de trás do aparelho, uma outra, que fica ao lado da própria lente. Isso permite que, além da visualização com a lente voltada para um objeto qualquer, o fotógrafo possa também, através dessa segunda tela, estar diante da lente e visualizar o quadro simultaneamente.

No vídeo intitulado “*Samsung presents: a guide to taking pictures... of yourself*”, aparecem personagens de contos infantis, histórias de terror ou mitos, como Frankenstein, Medusa, Drácula, zumbis. Cada um desses personagens tem a intenção de tirar um autorretrato, que, conforme se percebe claramente, terá como fim o uso em redes sociais (visualmente, fazem referência ao Myspace e ao Facebook). Com “dicas” como: “*High Angle: look cute*”; “*Low Angle: look street*”; “*Suggest nudity*”; “*Show good bits, hide bad bits*”, cada um desses personagens, apesar de sua aparência repugnante ou desagradável, consegue tirar um autorretrato no qual nenhum de seus “defeitos” aparece. O sucesso no resultado está diretamente ligado ao fato de não ser necessário nem mesmo arriscar várias vezes (condição possibilitada pela fotografia digital), mas por ser possível ver a imagem – futura fotografia – antes mesmo que o botão seja disparado. A segunda tela, localizada ao lado da lente, faz com que a visualização seja simultânea ao registro.

SAMSUNG PRESENTS

**A GUIDE TO TAKING BETTER PICTURES
of yourself**

starring...



High Angle - Look Cute

Low Angle = Look Street



The results...

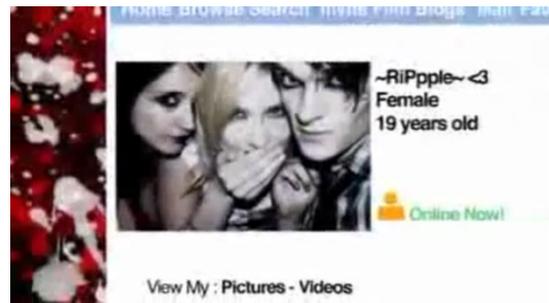


Figura 13 - Frames retirados do vídeo promocional da Samsung ST550 (Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=MvkyYAOUFmc>)

A palavra de ordem que aparece no fim do comercial, “Own the angles”, permite leituras diversas. O sentido mais imediato, cuja tradução aproximada para o português seria “Domine os ângulos”, remete à ideia de tomar o controle sobre a produção destas imagens fotográficas de si. Essa produção “dominada”, comandada pela própria vontade de quem se retrata, pode levar à produção de um autorretrato satisfatório, do personagem que se deseja encarnar. Outro sentido possível para o verbo em inglês “to own”, mais informalmente, é a ideia de confundir, levar ao erro, manipular para vencer um embate ou uma competição.

Além disso, “own”, estabelece um lugar específico do ser, para o qual não há tradução exata em português. Tratar-se-ia de uma instância individual, pessoal, o “próprio” de cada um. Assim, podemos pensar que o anúncio convoca a “Own the angles” nesses vários sentidos possíveis: se você for capaz de dominar os ângulos, poderá transformar sua própria imagem em algo mercantilizável, conseguindo se apropriar da construção angular do *eu*.

O vídeo, de alguma maneira, trata também da diluição do já curtíssimo tempo de espera entre o momento da captura da imagem fotográfica e o momento em que o resultado é visto. Ambos são praticamente simultâneos. Não há mais porque errar, já que se pode no primeiro clique, eliminar a já não suportável frustração de tirar um autorretrato que não agrade ao sujeito/objeto. A pré-visualização constitui um marco que se relaciona com a ideia de que a demanda por produtividade não precisa mais lidar com o desperdício de tempo com imagens “imperfeitas”.

O vídeo remete ainda a uma mudança na maneira como as pessoas encaram o que está retratado em uma fotografia: além de demonstrar que o que aparece na imagem não corresponde necessariamente à realidade do objeto retratado, ele também diz que este tipo de controle sobre a imagem está ao alcance de todos, uma vez que saiba dominar algumas técnicas muito simples, listadas no vídeo.

O termo *selfie* aparece publicado em livro (possivelmente pela primeira vez) em 2005, justamente num texto prescritivo, no qual o autor Jim Krause sugere e estimula a experimentação fotográfica através dessa técnica. “As ‘regras’ da fotografia devem ser atiradas pela janela, dada a natureza intrinsecamente inventiva desse tipo de fotografia”, afirma.

Porém, ainda que potencialmente o autorretrato seja uma ferramenta de expressão imagética que permite a sua exploração criativa, o que se firma como prática corrente é a repetição de certos *gestos performáticos* pré-estabelecidos. Prova de que os autorretratos publicados online (na sua nuance mais massiva de produção) se encaixam numa série de protocolos de construção da imagem é o número de artigos midiáticos dedicados a orientar a prática estabelecendo como se deve ou não fazer um *selfie*.

Estes textos prescritivos pretendem guiar a produção de tais imagens quanto à técnica fotográfica (tratando de luz, enquadramento, ângulo, etc.), quanto aos objetivos que o sujeito pretende alcançar com o compartilhamento do *selfie* (ser visto como engraçado, diferente, bonito, sério). Versam, até mesmo, sobre a “dosagem” ideal de *selfies* em meio às outras imagens compartilhadas (com que frequência seria ideal fazê-los para não aborrecer os seguidores, mas ao mesmo tempo aparecer o suficiente).

Ainda que, de certa forma, se pareçam entre elas, vale a pena reproduzir algumas das manchetes dos referido artigos, já que o próprio texto chama a atenção não apenas para a popularização da prática, mas também à convocação para fazê-los de uma maneira determinada, que seria a forma ideal. A mídia, através da escrita de determinado tipo de texto, assume o papel do *coach*: o treinador que vai ensinar qual o jeito certo ou pelo menos o melhor jeito de fazer o seu *selfie*. E, já sabendo da importância do julgamento alheio, o desejo é produzir imagens de si que possam atrair valorações positivas

Alguns exemplos de títulos de tais artigos em inglês: “Antes de postar seu próximo *selfie*, leia isto: três dicas para fotos de rosto mais lisonjeiras”³⁵; “O que fazer e não fazer ao tirar *selfies*”³⁶; “5 regras para tirar *selfies* no *Instagram*”³⁷; “Rihanna dá uma aula sobre como tirar os *selfies* mais sexy do *Instagram*”³⁸; “Como tirar um *selfie* maravilhoso”³⁹; “O que

³⁵ “Before You Post Your Next Selfie, Read This: 3 Tips for Face Flattering Photos” (Tradução minha.)
http://www.huffingtonpost.com/heather-hummel/before-you-post-your-next_b_4450404.html

³⁶ “The do’s and don’ts of taking selfies” (Tradução minha.)
<http://www.dailiedge.ie/dos-and-donts-of-taking-selfies-837541-Mar2013/>

³⁷ “5 rules for taking selfies on instagram” (Tradução minha.)
<http://theweek.com/article/index/239566/5-rules-for-taking-selfies-on-instagram>

³⁸ “Rihanna gives a tutorial on how to take the sexiest instagram selfies” (Tradução minha.)
<http://globalgrind.com/2013/01/16/rihanna-tutorial-sexy-instagram-selfies-photos-video/>

³⁹ “How to take an amazing selfie” (Tradução minha.)
<http://blog.womenshealthmag.com/beauty-style-buzz/how-to-take-a-selfie/>

Narciso disse pro *Instagram*? Hora do *selfie!*”⁴⁰; “Como tirar o *selfie* perfeito (com ajuda de algumas celebridades)”⁴¹. E também, nos veículos midiáticos brasileiros: “8 sugestões para tirar bons autorretratos”⁴²; “Como fazer belos autorretratos”⁴³; “Como fazer um autorretrato fantástico”⁴⁴; “Lista traz dicas para fazer o ‘*selfie*’ perfeito com a câmera do celular”⁴⁵; “Especial: 7 dicas para caprichar na hora de tirar sua “*selfie*””⁴⁶; “Dicas de experts para sair bem na *selfie*”⁴⁷.

Tais textos tratam de condicionar a prática da autorretratação a limites seguros, dentro dos quais o *selfie* será parte da espetacularização de um eu visível que depende da aceitação do outro. Citando Hegel, Debord destaca que “a consciência de si existe *em si* quando e porque ela existe em si e para si diante de uma outra consciência de si; isto é, ela só existe como ser reconhecido” (HEGEL apud DEBORD, 1992, P.137). No caso das subjetividades contemporâneas, além do reconhecimento, é a aprovação alheia que confirma que se existe. Sair dos tais limites seguros, explorando “demais” o que pode se obter a partir da prática não interessa aqui. Não parece haver um estímulo ou preocupação em explorar os autorretratos como possibilidade de criação artística ou expressão estética. É na repetição de determinados (e já conhecidos) gestos performáticos que a prática amadora parece se estabelecer, como as *duck faces* (cara de pato, em tradução literal), o “biquinho” recorrente nos *selfies* compartilhados via web. Para o psicólogo Cristiano Nabuco, do Hospital das Clínicas de São Paulo, o que motiva os usuários de redes sociais como o Instagram é o desejo de ser

⁴⁰ “What did Narcissus say to Instagram? It’s selfie time” (Tradução minha.)

<http://www.usatoday.com/story/tech/2013/06/25/what-did-narcissus-say-to-instagram-selfie-time/2456261/>

⁴¹ How To Take The Perfect Selfie (With Help From A Few Celebrities)

http://www.mydaily.co.uk/2013/06/25/how-to-take-a-selfie/#!slide=aol_301675

⁴² <http://omeuolhar.com/artigos/8-sugestoes-para-tirar-bons-auto-retratos>

⁴³ <http://www.dicasdefotografia.com.br/como-fazer-belos-auto-retratos>

⁴⁴ <http://www.dicasbamboobox.com.br/fotografia-e-video/como-fazer-um-auto-retrato-fantastico>

⁴⁵ <http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2013/11/lista-traz-dicas-para-fazer-o-selfie-perfeito-com-camera-do-celular.html>

⁴⁶ <http://idgnow.uol.com.br/mobilidade/2013/12/20/especial-7-dicas-para-caprichar-na-hora-de-tirar-sua-selfie/>

⁴⁷ <http://www.garotasestupidas.com/spfw-dicas-de-experts-para-sair-bem-na-selfie/>

valorizado socialmente. Para ele, "as pessoas abrem mão da sua privacidade em troca de um afago na cabeça, que é representado pelo *curtir*", afirma⁴⁸.

Outras tendências derivadas do termo *selfie* também vão aparecendo, como os *shelfies*, fotografias de estantes de livros (*shelf*, em inglês) ou os *sexselfies*, que seriam *selfies* feitos após o sexo. Em comum, eles expressam características bastante marcantes da forma como as subjetividades alterdirigidas se configuram: não basta ter uma estante cheia de livros, ou ter feito sexo; é preciso que todos vejam.

A prática de fotografar-se se estende de tal maneira a outras atividades que não é de se espantar que surjam tendências como os *yoga selfies*. Constituem um tipo popular de imagens, já bastante explorado por *webcelebs* que chegam a ter centenas de milhares de seguidores em redes sociais como o *Instagram*. Para essas pessoas, a prática de exercícios como a *yoga*, que remetem a uma meditação silenciosa e contemplativa, ocorre simultaneamente ao registro fotográfico previamente programado das câmeras com seus disparadores automáticos. Enquanto fazem as poses, as câmeras vão disparando automaticamente a cada dois segundos e capturando *selfies*⁴⁹.

Por mais contraditório que isso possa parecer, há vários exemplos de *webcelebs* cuja fama se baseia justamente no compartilhamento desse tipo de autorretratos. Assim como os *selfies* mais gerais, também seguem uma série de protocolos que incluem uma preocupação cuidadosa com a escolha das roupas, locais e do enquadramento perfeito para retratar as poses (e também, divulgar marcas de produtos vinculados à prática de tais exercícios).

São dignos de destaque alguns trechos do artigo "The Art of Taking a Yoga Selfie"⁵⁰, que aconselha: "Vista-se com o melhor. Sim, isso pode parecer loucamente superficial, mas o seu guarda-roupa importa. (...) Use roupas ajustadas, que permitam que as pessoas vejam o que você está fazendo. Normalmente, um *yogi* fazendo uma posse com um maiô ganhará muito mais *likes* do que se ele estiver usando calças largas."; e também: "Divirta-se: É só você fazendo sua *yoga*, e acontece de você estar compartilhando isso com todo mundo. A câmera lê quando você está feliz e confiante – e isso vai fazer o *selfie* ficar muito mais incrível".

⁴⁸ <http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/1229415-aplicativos-e-cameras-da-moda-incentivam-hiperdocumentacao-do-cotidiano-na-web.shtml>

⁴⁹ http://www.nytimes.com/2013/07/04/fashion/yoga-practitioners-gaze-at-their-inner-selfies.html?_r=1&

⁵⁰ <http://www.shape.com/blogs/working-it-out/art-taking-yoga-selfie> (Tradução minha)

É importante lembrar, para não tratar tais fenômenos de forma moralizante, que tais comportamentos são estimulados e encorajados continuamente no contemporâneo: vincular a imagem de si a um ideal de beleza e saúde é visto como algo a ser admirado, algo inspirador, e exemplo para os demais. A forma como se estabelecem essas performances visíveis dos corpos se dá na tentativa de usar um *filtro* (como os usados nas fotos do *Instagram*) para a realidade, fazendo com que se convertam em espetáculo. “É preciso ter em mente a composição da foto. Se você se fotografa em frente a uma TV ou se tem pratos sujos na sua pia, não importa o quanto sua *legging* for legal.”, afirma uma das adeptas, em entrevista ao New York Times.

Considerar tendências de comportamento que se popularizam e disseminam não significa falar que sejam unânimes e apreciadas por todos. Ao destacar o crescimento nesse tipo de produção fotográfica, tratando de entender suas motivações e significados, a intenção é atentar para as transformações no uso da fotografia amadora, e no caso específico do autorretrato, na tematização do eu como objeto legítimo de registro. Não se trata de afirmar que todos o façam, mas sim de reconhecer que o espaço para tal tipo de imagem é cada vez maior: cresce a demanda por esse tipo de fotografia assim com cresce o desejo de fotografar-se.

Também é importante destacar que sempre haverá vozes dissonantes, ou quem vê tais práticas com um postura mais crítica, seja por qual motivo for. No caso dos selfies, há diversos exemplos de resistência à prática, taxando-a como fútil, superficial ou tola. Uma iniciativa curiosa é o projeto www.selfiepolice.org. Nessa página, amigos de “viciados” em fazer *selfies* podem denunciá-los, alertando para sua fixação em fotografar-se. A cada autorretrato postado, a campanha oferece a alternativa de que se pague um dólar em compensação “à humanidade”. O dinheiro seria repassado a instituições que ajudam jovens a pagar seus estudos universitários. Na seção de “Procurados” encontram-se celebridades conhecidas pelo “exagero” no compartilhamento de *selfies*.

Há ainda espaço para certas performances destoantes, nas quais os sujeitos parecem tão absorvidos pelo compartilhamento constante da rotina que chegam a delatar seus próprios erros publicamente. Pelo menos um caso ficou conhecido, quando duas adolescentes suecas publicaram um *selfie* utilizando máscaras do tipo balaclava⁵¹, com uma faca na mão, pouco

⁵¹http://www.huffingtonpost.com/2013/12/09/pre-robbery-selfie-girls-sentenced_n_4413804.html

antes de realizarem um assalto em uma lanchonete local. Após o crime, as jovens foram identificadas e as fotografias acabaram servindo como evidência do seu envolvimento no delito.

3.1 O *eu* visível bem acabado

Quando se quer mostrar apenas o produto final, acabado e polido, a fotografia digital facilita a construção de um *eu* visível que corresponda aos ideais midiáticos da imagem corporal de cada um: enquadramento e filtros digitais realçam os melhores ângulos e poses que serão, enfim, publicados *online* “prontos” para serem vistos pelos demais.

Porém, antes de que se possa atribuir apenas à fotografia – especialmente à digital – a função de tornar as imagens mais parecidas com as capas de revistas, é preciso considerar que tais modificações corporais não acontecem apenas na imagem fotográfica. Esta seria apenas uma das “camadas” sobre as quais o sujeito contemporâneo continuamente intervém. As transformações se dão primeiramente de forma incisiva sobre os corpos: dietas, exercícios físicos, cirurgias estéticas e tratamentos cosméticos são apenas algumas das ferramentas que estão à disposição dessa construção. Firma-se com cada vez mais insistência, e desde meados do século XX, a ideia de que não *somos* o corpo, mas de que *temos* o corpo, como campo de autocriação, como afirma Sibilia:

Abandonando o espaço interior dos abismos da alma em torno dos sombrios conflitos psíquicos, o *eu* passa a se estruturar em torno do corpo. Ou, mais precisamente, da imagem visível do que cada um é. Essa substância pode ser moldada, e inclusive deveria ser cinzelada visando a sua adequação aos modelos de felicidade expostos na mídia. (SIBILIA, 2008, p.111)

O bombardeio de mensagens midiáticas contendo corpos perfeitos se alia à convocação contínua para que publicizemos nossa rotina e a imagem de nossos corpos. E *devemos* atender a tais chamados, não sem antes fazer uso de todo o arsenal disponível de tecnologias que permitem que mantenhamos em alta o nosso “capital-juventude” (DEBORD, 1992, p.109). Em outras palavras, como destaca Ehreberg:

Quando a forma física e a aparência corporal não estão mais alojados no registro privado; quando a prática dos esportes diz respeito à eficácia de sua inserção profissional numa empresa; quando ela domina tanto sua própria esperança de carreira quanto a conquista de sua dignidade; o esporte é uma técnica de fabricação de autonomia, uma aprendizagem do governo de si mesmo que se desenrola tanto na vida privada quanto na vida pública. (EHREBERG, 2011, p. 20)

Dessa forma, não apenas desejamos corpos como os veiculados na mídia, mas acreditamos que através deles podemos alcançar os ideais de felicidade, devido à grande relevância dada à superfície visível desses corpos. Somos expostos continuamente à mensagem de que, para sermos felizes, precisamos garantir que nossa performance seja ótima nos campos mais diversos da existência e a imagem corporal exerce um papel fundamental nessa conquista. Bezerra recorre ao conceito de biossociabilidade de Rabinow (1999) para aludir à forma como se estruturam as relações entre os sujeitos neste ambiente cultural:

Sua marca principal é a criação de novos critérios de mérito e reconhecimento fundados em regras ligadas a práticas de auto-vigilância fisiológica, regimes de ocupação do tempo e ideais de performance física. Este tipo de sociabilidade resulta numa hierarquização moral de atributos físicos. Comportar-se de modo a exibir uma imagem saudável significa apresentar-se a si e aos demais como um sujeito independente, responsável, confiável, dotado de vontade e auto-estima. Recusar este imperativo ou simplesmente deixar de privilegiá-lo em relação a outros é expor-se à reprovação moral e ao sentimento de desvio, insuficiência pessoal ou fracasso existencial. O que interessa aqui sublinhar é o impacto que estas regras tem sobre novas técnicas de si, novos jogos de verdade, novas regras de construção das narrativas do eu, que organizam uma subjetividade fortemente ancorada (ao contrário da subjetividade intimista do *Homo Psychologicus*) na exterioridade visível da imagem corporal e no escrutínio e fruição das sensações físicas. (BEZERRA, 2002, P.4)

Nesse ambiente cultural, a fotografia digital seria parte de uma segunda etapa na modificação dos corpos, responsável pela purificação das imagens de tais corpos. A fotografia – e especialmente o tratamento digital das imagens - seria usada com o intuito de eliminar quaisquer vestígios de sua organicidade, talvez o mais veloz e menos doloroso, capaz de “sanar” os vestígios da passagem do tempo com alguns cliques apenas. Existe uma forte pressão para que sejamos capazes de promover uma imagem de nós mesmos que atenda a tais exigências, que se relacionam também com uma ansiedade contemporânea por não conseguir atingir tais ideais. O aumento nos casos de distúrbios alimentares e problemas causados por uso de drogas anabolizantes são apenas alguns dos vários exemplos de como essa demanda se impõe sobre os corpos contemporâneos. Um caso extremo⁵² foi noticiado pela mídia, quando um jovem, após diversas tentativas frustradas de conseguir fotografar-se de maneira satisfatória (gastava em média 10 horas diárias fazendo mais de 200 *selfies* por dia), chegou a tentar suicidar-se, ao constatar que não conseguia uma imagem de si que correspondesse ao que esperava ser.

⁵² <http://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/selfie-obsession-made-teenager-danny-bowman-suicidal-9212421.html>

Tais pressões se apresentam de forma ainda mais cruel quando consideramos que são exercidas sobre os indivíduos desde a infância, e com mais insistência durante a adolescência. O ambiente cultural contemporâneo, no qual os *millennials* estão se formando enquanto sujeitos, têm como um de suas características a valorização extrema das superfícies visíveis dos corpos.

Apesar de ser uma categoria relativamente recente, que se firma a partir dos anos 1920, os adolescentes são hoje o grupo etário alvo da maior parte das estratégias de publicidade e *marketing*. As empresas têm cada vez mais conhecimentos sobre os seus hábitos de consumo, pelo fato de que essa geração não expressa grandes preocupações com sua privacidade *online*. Ao contrário, dispõem-se a *curtir* produtos e marcas, gerando involuntariamente uma grande quantidade de dados que são posteriormente utilizados nas futuras campanhas publicitárias. São também bastante influenciados pelos seus pares, com os quais interagem, na maior parte do tempo, através das telas brilhantes de computadores, *tablets* e celulares. Assim, muitas vezes até mais eficazes que o *marketing*, a recomendação de um amigo – ou, mais sutilmente, a foto de algum produto compartilhada na rede – consegue mobilizar o consumo. O conflito se estabelece a partir do momento em que as “novidades” do mercado não param de surgir e a satisfação que o consumo proporciona é apenas momentânea: “Na imagem da feliz unificação da sociedade pelo consumo, a divisão real fica apenas *suspensa* até a próxima não realização no consumível.” (DEBORD, 1992, p.46) Ao ver os pares compartilhando seus feitos, viagens e festas, sentem-se compelidos a acompanhar o fluxo, tratando de tornar suas próprias existências visíveis através do compartilhamento.

A condição vivida pelos *millennials* se refere não apenas à demanda constante pela exibição online de uma “vida perfeita”, mas também a um estágio de permanente ansiedade, descrito informalmente como *F.O.M.O* (*fear of missing out*), no qual se prejudica a capacidade de se conectar com a realidade presente pela tensão de estar perdendo algo que está acontecendo em outro lugar, onde ele não está, mas sobre o qual ele sabe através dos fluxos ininterruptos de compartilhamentos via redes sociais.

3.2 The Bling Ring: A gangue de Hollywood

O filme “The Bling Ring: a gangue de Hollywood” (2013), de Sofia Coppola, conta a história de um grupo de adolescentes norte-americanos que realizaram, durante mais de um ano, roubos a casas de celebridades. O grupo chegou a roubar mais de US\$ 3 milhões em roupas, jóias, objetos pessoais e obras de arte, levada das casas de artistas e estrelas de *reality TV* em Los Angeles. Teriam continuado a realizar os crimes sem serem descobertos, se não fosse pela divulgação de imagens, feitas por eles mesmos, em redes sociais com os objetos roubados. O enredo do longa-metragem foi roteirizado a partir de um artigo jornalístico escrito para a revista *Vanity Fair*, pela jornalista Nancy Jo Sales, intitulado: “Os suspeitos usavam Louboutins”⁵³. No artigo, Sales trata de analisar, a partir de entrevistas com alguns dos membros da gangue e seus familiares, quais seriam as motivações dos adolescentes para cometer tais crimes.

Numa das cenas do filme, os personagens encontram Paris Hilton em uma boate de Los Angeles. A primeira reação ao perceber a presença da figura que é ao mesmo tempo ídolo e vítima deles, é tratar de tirar uma foto – não de Paris – mas deles mesmos, se divertindo no mesmo lugar que ela frequenta. A foto e a experiência de fotografar-se estão presentes em várias cenas do filme, sempre ligadas à sensação de pertencimento relacionada ao ambiente onde os personagens se fotografam. Ao se fotografarem nas casas das celebridades, usando suas roupas e objetos pessoais, é possível identificar as poses e gestos recorrentes nos protocolos estilísticos dos *selfies* “ideais”.

⁵³ <http://www.vanityfair.com/culture/features/2010/03/billionaire-girls-201003>



Figura 14 - Cena do filme “The Bling Ring: A gangue de Hollywood”, de Sofia Coppolla (2013).
(Fonte: www.google.com)

Porém, mais do que fazer os *selfies*, é na exibição de tais fotografias que elas parecem exercer sua função. Assim, diretamente dos clubes de luxo ou dos *closets* das celebridades, as fotografias iam parar nos perfis dos jovens nas redes sociais.

De certa forma, mais do que a posse dos objetos relacionados ao que há de mais exclusivo ou *V.I.P.*, era à condição de celebridade que esses adolescentes almejavam. Não era o enriquecimento através dos roubos o que buscavam, mas a sensação de pertencer àquele estilo de vida. O estado de ser célebre parece exercer um grande poder de atração em tais jovens, relacionando-se com a ideia contemporânea do *famoso*. O uso do adjetivo como se fosse um substantivo, que ganha a capacidade de designar o *ser*, e que antes apenas poderia aparecer quando vinculado a um feito: famoso arquiteto, famoso escritor. Hoje o objetivo parece ser simplesmente ser *famoso*.

A impressão é a de que ao ver pessoas normais tornando-se célebres na TV, esses jovens passariam a acreditar que também é merecedora dos holofotes. Os próprios personagens de *The Bling Ring* parecem enxergar a própria realidade através de um filtro distorcido pelas narrativas da *reality shows*, como na cena em que Nicki, interpretada por Emma Watson, debate com a irmã qual seria o *look* ideal para usar no julgamento. Remete a uma cena do *reality* “*Keeping up with the Kardashians*”, na qual Khloe, uma das irmãs da

família Kardashian, está indo a julgamento por dirigir alcoolizada. No trajeto de carro, Kim⁵⁴ (protagonista do programa) faz vários *selfies*, completamente absorvida pelo próprio ato. Sua mãe, diz: “Sua irmã está indo pra prisão, Kim. Aja como se pelo menos você se importasse. Ao menos enquanto a equipe de filmagem está aqui”.

Numa das cenas finais do filme, um dos protagonistas fala da estranheza que é ser “amado” por ter feito algo criminoso: “Se eu tivesse feito, você sabe, algo que fosse beneficiar a comunidade ou algo assim, estaria feliz. Mas de certa forma isso mostra que a América tem uma fascinação doente por uma coisa meio Bonnie & Clyde”. Talvez não necessariamente seja pelos ladrões, mas sim, pelo fato de jovens comuns e ordinários serem alçados a figuras midiáticas conhecidas internacionalmente. Não importa muito o porquê.

Poderíamos considerar que acontece uma mudança (ou até obsolescência) de certos valores morais previamente estabelecidos. Segundo Foucault, a ideia de moral se refere a “um conjunto de valores e regras de ação propostas aos indivíduos e aos grupos por intermédio de aparelhos prescritivos diversos, como podem ser a família, as instituições educativas, as Igrejas, etc” (FOUCAULT, 1977, p.26). Na contemporaneidade, quando assistimos à queda vertiginosa da influência dessas instituições no comportamento geral, a mídia se ocupa de estabelecer esses padrões, sempre de acordo com a lógica mercantil e espetacularizada.

Ocorreria uma possível substituição por uma outra moral, na qual a autopromoção assume o mais alto patamar: alcançar a fama, através da visibilidade, justifica quaisquer atos (inclusive criminosos) cometidos pelos personagens. Essa transformação se estabelece num deslocamento com relação a períodos anteriores, nos quais tais comportamentos seriam, sem hesitação, classificados como desviantes da norma. Como destaca Sibilía (2008):

Qualificadas como doenças mentais ou desvios patológicos da normalidade exemplar, hoje a megalomania e a excentricidade não parecem desfrutar daquela mesma demonização. Em uma atmosfera como a contemporânea, que estimula a hipertrofia do *eu* até o paroxismo, que enaltece e premia o desejo de “ser diferente” e “querer sempre mais”, são outros os desvios que nos assombram.” (SIBILIA, 2008, p.8)

⁵⁴ Kim Kardashian pretende publicar em 2015 um livro de fotografias, mais especificamente com 352 *selfies* seus. <http://guardianlv.com/2014/07/kim-kardashian-publishing-a-selfie-book/> (Disponível em agosto de 2014)

Assim, a imagem do sujeito ideal atual se guiaria pela tentativa de otimização da vida através da aparência, tomando o lugar antes ocupado pela busca de uma elevação moral, espiritual ou política. Quanto mais a exposição gerar benefícios materiais e simbólicos, será considerada mais bem sucedida.

É interessante perceber as transformações que ocorrem na ideia de pertencimento social a determinadas posições privilegiadas ao longo do tempo. Se, no Antigo Regime, tal condição já era definida de acordo com o próprio nascimento, que determinava de maneira quase inescapável o *status* do sujeito, vemos ao longo do século XIX os valores burgueses ganharem espaço. Abre-se, então, uma “brecha” para a ascensão social ancorada numa perspectiva individualizada, com menos sentimento de pertencimento de classe. Porém, esse sentimento seria substituído pela ambição de galgar, ao longo da vida e pelo próprio esforço, a posições mais socialmente valorizadas, vinculadas ao êxito econômico.

Para poder ser visto como parte de um grupo social elitizado, o sujeito burguês se esforçaria por replicar gestos e trejeitos relacionados à antiga aristocracia. Eis o que ressalta Ehrenberg (2011):

O aristocracismo no Antigo Regime, que assimila o pertencimento social a uma posição, impregna, ainda mais amplamente, a economia psíquica da época e o novo rico [*parvenu*], aquele que não fazia outra coisa senão imitar as boas maneiras já que não as tinha adquirido desde o nascimento, nunca estava em seu lugar nas categorias dominantes. O novo rico é, em sentido próprio, uma pessoa deslocada: não está nunca num bom lugar. É um personagem cômico do qual as pessoas bem nascidas ridicularizavam a pretensão de se inserir num meio mas elevado do que ele- dá a razão pela qual ele jamais está a altura do que fazia. (EHREBERG, 2011, p.53)

Na sociedade contemporânea, ainda podemos identificar essa ânsia pela vinculação a altos padrões de consumo de classe alta. Porém, se expressa de forma específica, atendendo a demandas compartilhadas culturalmente hoje. Quando a determinação de quem somos se estabelece cada vez mais através do que *parecemos* ser, numa realidade hiperdocumentada e compartilhada com o máximo de pessoas possível, a produção de imagens de si que associem o sujeito à condição social a que aspiram ganha espaço.

O documentário do cineasta pernambucano Marcelo Pedroso, *Pacific* (2009), trata da questão da documentação que toma o lugar da experiência. O filme, montado a partir das imagens pessoais gravadas pelos passageiros de um cruzeiro, exhibe a sua tentativa de reproduzir os padrões midiáticos das ideias de luxo e glamour. Abordando o imaginário

corrente relativo ao turismo como símbolo de status, o filme nos aponta algumas questões também tratadas por Debord (1992):

A imagem social do consumo do tempo, por seu lado, é exclusivamente dominada pelos momentos de lazer e de férias, momentos representados *à distância* e desejáveis por definição, como toda mercadoria espetacular. Mas, mesmo nesses momentos concedidos à vida, ainda é o espetáculo que se mostra e se reproduz, atingindo um grau mais intenso. O que foi representado como a vida real revela-se apenas como a vida *realmente espetacular* (DEBORD, 1992, p.106)

Ao reproduzir cenas de filmes, colocando-se no lugar dos personagens, os passageiros tentam se inserir num grupo social ao qual não necessariamente pertencem, mas ao qual aspiram a pertencer. Somos levados a ver a viagem através das imagens dos passageiros, que criam, em tons caricaturais, o enredo da própria vivência mediada por uma construção da imagem de si que almejam. O desejo de estar vinculado a uma imagem de êxito e sucesso expresso através de hábitos de consumo considerados de elite se depara, de forma sensível e irônica, com o flagrante da condição real dos personagens, que preferem ver as paisagens através do enquadre da câmera, mais que pelos próprios olhos. Para Debord, “o mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existe acima dele, e que, ao mesmo tempo se fez reconhecer como o sensível por excelência” (DEBORD, 1992, P.28).

O que parece se estabelecer com bastante força na configuração das subjetividades contemporâneas é que a própria experiência se confunde com o registro, ou mesmo acontece em torno dele. Fotografar e compartilhar o que se vive parece ser tão importante quanto a experiência em si. Em entrevista⁵⁵, uma jovem afirma : “Com o Instagram, estou voltando a ser mais viciada em foto, mas sempre gostei muito. Uma vez, fui a um show dos Backstreet Boys e tirei mais de 300. Depois, percebi que tinha deixado de prestar atenção em vários momentos. Me arrependi”.

⁵⁵ <http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/1229415-aplicativos-e-cameras-da-moda-incentivam-hiperdocumentacao-do-cotidiano-na-web.shtml>

4. Considerações Finais

Vemos na cultura contemporânea o desvanecimento do regime moderno da interioridade, fortemente vinculado à psique do sujeito moderno, com sua profundidade a ser explorada continuamente e em oposição às máscaras sociais, meras aparências. Novos roteiros de subjetivação se firmam, com uma configuração que já não mais se firma nas oposições claras entre privado e público, exterior e interior. Nem mesmo as fronteiras entre realidade e ficção parecem ser tão claras como já a foram em outros momentos. Ao contrário, estabelece-se uma terceira via: a *performance* ancorada na espetacularização dos corpos nas superfícies das telas.

Acompanhando essas características, estabelece-se uma valorização cada vez maior de habilidades como flexibilidade e adaptação, ao passo que se estabelece uma concepção de autenticidade específica ao contemporâneo. Uma torção do individualismo, mais radical e relacionada com valores como a autopromoção, autodesenvolvimento e autovendagem, reforça ainda mais a falência dos ideais e instituições símbolos da modernidade. Somos demandados e estimulados a executar um desempenho ótimo nos âmbitos mais diversos da existência, aprimorando continuamente nossas *performances*. Nas palavras de Ehrenberg (2011):

Essa voga dos ganhadores assinala o quanto a identidade social tem tendência a se construir fora dos pertencimentos coletivos tradicionais que fechava cada um em uma predestinação laicizada, desempenhando o papel de ancoragem identitária. A identidade não é somente o que se transmite e em que você se fecha por meio da filiação coletiva. Ela é também (sobretudo?) o que se constrói em um projeto inteiramente voltado ao futuro por uma performance individual. (ENREBERG, 2011, p.69)

Almeja-se ser autêntico e visível: o que exige uma paradoxal combinação de apegar-se ao que cada um possui de único, e ao mesmo tempo ser flexível o suficiente para flutuar nas diversas referências identitárias, de acordo com o que mais convier no momento. Estabeleceriam-se então, de acordo com Rolnik (1995),

identidades *prêt-à-porter*, figuras glamurizadas imunes aos estremecimentos das forças. Mas quando estas são consumidas como próteses de identidade, seu efeito dura pouco, pois os indivíduos-clones que então se produzem, com seus falsos-self estereotipados, são vulneráveis a qualquer ventania de forças um pouco mais intensa. Os viciados nesta droga vivem dispostos a mitificar e consumir toda imagem que se apresente de uma forma minimamente sedutora, na esperança de assegurar seu reconhecimento em alguma órbita do mercado. (ROLNIK, 1995, p.3)

Assim, o espetáculo também se expressa através da supressão dos limites do verdadeiro e do falso, sendo “a *afirmação* da aparência e a afirmação de toda vida humana – isto é, social – como simples aparência” (DEBORD, 1992, p.16)

Então o sujeito contemporâneo parece libertar-se de certas prisões referentes à ideia de que possuímos uma identidade única e profunda da qual não podemos escapar – juntamente com todo o fardo da interioridade psicológica que necessita de constante interpretação, deciframento e exploração para ser compreendida. Por ser flexível e adaptável, o sujeito contemporâneo sofrerá de outros males, mais ligados à obrigação do perpétuo aprimoramento das suas performances e das devidas intervenções quando se fizer necessário, especialmente na superfície visível dos corpos: “É o corpo top model, fundo neutro em branco e preto, sobre o qual se vestirá diferentes identidades prêt-à-porter.” (ROLNIK, 1995, P.3). Corpos estes que sofrerão toda sorte de transformações em nome de se aproximar um ideal de perfeição inacessível, porém ainda assim forte o suficiente para atrair o desejo. Nas modificações corporais efetivamente físicas, atuando diretamente no corpo, e nas digitais, alterando a imagem desses corpos, o mote parece ser o mesmo: negar a passagem do tempo, eliminar os vestígios de qualquer organicidade, “purificando” o *eu* visível do que teria de mais humano (e possivelmente efêmero e falho).

Os *selfies* se apresentam como um dentre vários fenômenos contemporâneos que funcionam segundo a lógica do espetáculo e da visibilidade. Ganha contorno e relevância a partir da popularização da prática, que se estabelece numa lógica de efeito e instrumento, produzindo a motivação para que os sujeitos se fotografem e, ao mesmo tempo, sendo produto de uma cultura que incentiva e demanda tal tipo de comportamento. A sua recorrência e o grande volume de imagens produzidas apenas reforçam a relevância do fenômeno para os estudos da Comunicação: os *selfies* só se expressam de determinada forma por causa de um amplo espectro de componentes culturais, que se combinam de maneira muito específica.

Numa cultura que não conhece limites para a publicização do privado, valoriza e estimula os corpos para que se tornem visíveis e na qual os sujeitos atribuem ao olhar alheio o papel de avaliá-los, os *selfies* encontram o ambiente ideal para se proliferarem. Mas, é importante ressaltar:

Abertura para o novo não envolve necessariamente abertura para o estranho, nem tolerância ao desassossego que isto mobiliza e menos ainda disposição para criar figuras singulares orientadas pela cartografia destes ventos, tão revoltos na atualidade. É a desestabilização exacerbada de um lado e, de outro, a persistência

da referência identitária, acenando com o perigo de se virar um nada, caso não se consiga produzir o perfil requerido para gravitar em alguma órbita do mercado. A combinação desses dois fatores faz com que os vazios de sentido sejam insuportáveis. ROLNIK, 1992, p.2)

Por isso, na ausência de valores ou instituições fortes o suficiente para nos servir de âncora, a mídia assume o papel de “capacitar” para uma autonomia assistida, através da qual devemos nos tornar aptos a fazer nossas próprias escolhas (e, nosso próprios *selfies*, claro). Assim, nos prescrevem o que devemos ou não fazer, comprar, desejar e parecer, se quisermos ser *alguém*. “No ‘Show de Truman’ digital, somos o produto e publicamos para uma audiência, mesmo sem nos dar conta disso. Mais do que transmitir informação, cada nova atualização ajuda a projetar uma identidade através de suas opiniões e escolhas”, resume Luli Radfahrer, colunista da Folha⁵⁶.

Às escolhas relacionadas ao consumo é atribuído um valor maior: “é a efusão religiosa diante da liberdade soberana da mercadoria. Ondas de entusiasmo por determinado produto, apoiado e lançado por todos os meios de comunicação, propagam-se com grande rapidez.”(DEBORD, 1992, p.45). Escolher e ter suas escolhas respeitadas como consumidor parece uma preocupação maior do que quando o fazemos como cidadão.

Os hábitos de consumo, especialmente quando incorporados às imagens compartilhadas via redes sociais, são capazes de nos fazer vincular a certos grupos sociais e lugares que, uma vez tornados visíveis, se convertem em capital simbólico proporcional ao alcance da sua circulação.

Produtores e produto dessas transformações, os veículos midiáticos também possuem um papel importante na popularização do termo *selfie*. Assim, certas práticas se proliferam em determinados períodos históricos, substituem algumas, vinculam-se a outras, ou mudam de significado. Diariamente, estão presentes nos noticiários manchetes⁵⁷ nas quais a prática está envolvida, não apenas os artigos ensinando como devem ser feitos.

⁵⁶ <http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/1229415-aplicativos-e-cameras-da-moda-incentivam-hiperdocumentacao-do-cotidiano-na-web.shtml>

⁵⁷ Alguns exemplos de manchetes inusitadas nas quais o termo *selfie* esteve presente: “Nos EUA, mulher agredida pelo marido é salva por um selfie” <http://oglobo.globo.com/mundo/nos-eua-mulher-agredida-pelo-marido-salva-por-uma-selfie-11209341>; “Jovem libanês morre após tirar *selfie* perto de carro-bomba” <http://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2013/12/29/jovem-libanes-morre-apos-tirar-selfie-perto-de-carro-bomba.htm> ; “Sobrevivente de acidente aéreo faz *selfie* em pleno mar no Havaí”

Ainda que bastante importantes para as subjetividades alterdirigidas, as narrativas de si em torno das quais se constituem não possuem um objetivo maior do que se tornar visíveis. As suas “vidas-obras”, fruto de uma era da performance, não precisam necessariamente ser extraordinárias, o que é algo muito específico da configuração contemporânea de tais subjetividades. Como afirma Sibilia (2008),

apenas se apresentam como o que são: pequenos espetáculos descartáveis, algum entretenimento engenhoso sem maiores ambições, ou então celebração da mais vulgar estupidez. Cumpre lembrar que nem sempre foi incontestável essa tranquilidade conformista que aplaude a própria banalidade e, sobretudo, que reconhece essa mesma mediocridade na pobreza da vida alheia, servindo-se dessa constatação para apaziguar e suportar melhor a existência. (SIBILIA, 2008, p. 271)

Finalmente, inaugurando um território novo para a exploração fotográfica de si, foi feito o primeiro *selfie* fora da superfície terrestre. Num gesto bem diferente do feito por Yuri Gagarin, o astronauta Mike Hopkins⁵⁸ se coloca de costas para a Terra, que servirá como mero plano de fundo da imagem dele mesmo no espaço. A fotografia foi feita enquanto Hopkins fazia reparos na *International Space Station*. Ele aproveitou para fotografar-se e, assim que possível, compartilhar no *twitter* o primeiro *selfie* feito no espaço.



Figura 15 - *Selfie* no espaço, de Mike Hopkins. (Fonte: <http://www.mirror.co.uk/news/technology-science/science/nasa-astronaut-mike-hopkins-takes-2966412>)

<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2014/01/sobrevivente-de-acidente-aereo-faz-selfie-em-pleno-mar-na-costa-do-havai.html>. (Todos disponíveis em julho de 2014)

⁵⁸ <http://www.mirror.co.uk/news/technology-science/science/nasa-astronaut-mike-hopkins-takes-2966412>

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

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

BELL, J. **500 Selfportraits**. Londres:Phaindon Press Inc., 2000

BEZERRA JUNIOR, B. C. **O ocaso da interioridade e suas repercussões sobre a clínica**. In: PLASTINO, Carlos Alberto. (Org.). *Transgressões*. Rio de Janeiro: Contracapa, 2002.

BENJAMIN, W. **Pequena História da Fotografia**. In: *Magia e Técnica, Arte e Política – Obras Escolhidas 1*. Trad. Rouanet, S. P. São Paulo: Brasiliense, 1985

BURKE, P. **Testemunha Ocular: História e Imagem**. Bauru: EDUSC, 2004.

CALABRESE, O. **L'Art des autoportraits: histoire et théorie d'un genre pictural**. Paris: Citadelles & Mazenod, 2006.

CALMÉJANE, Y. **Histoires de moi: Histoire des autoportraits**. Paris: Thalia Edition, 2006

CRARY, J. **Técnicas do Observador: visão e modernidade no século XIX**. Trad. Verrah Chamma. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DUBOIS, P. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Papirus, 1993.

DUGAST, J. **La vida cultural en Europa entre los siglos XIX y XX**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2003.

EHRENBERG, A. **O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa**. Aparecida :Idéias e Letras, 2010.

FABRIS, A.(org.) **Fotografia: usos e funções no século XIX**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

_____. **Identidades virtuais: uma leitura do retrato fotográfico**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2004.

FLORES, L.G **Fotografía y Pintura: dos medios diferentes?** Barcelona: Ed. Gustavo Gili SA, 2005.

FLUSSER, V. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo: Hucitec, 1985.

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade I, A Vontade de Saber**. Rio de Janeiro: Graal,1977.

FRANCO FERRAZ, M.C. **Reconfigurações do público e do privado: mutações da sociedade tecnológica contemporânea**. In: *Famecos*, vol.15. Porto Alegre:PUC – RS, 2001.

_____. **Genealogia, Comunicação e Cultura Somática.** In: Famecos, vol. 20; Porto Alegre:PUC – RS, 2013.

_____. **Do Espelho Machadiano ao Ciberespelho.** In: Famecos, nº39. Porto Alegre:PUC – RS, 2009.

_____. **História da Sexualidade II, O Uso dos Prazeres.** Rio de Janeiro: Graal,1977.

GOFFMAN, E. **The Presentation of Self in Everyday Life.** Garden City, NY: Doubleday, 1959.

GUNNING, Tom. O retrato do corpo humano: a fotografia, os detetives e os primórdios do cinema. In: CHARNEY, Leo., SCHWARTZ, Vanessa, R. (Orgs.) **O cinema e a invenção da vida moderna.** São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

LEJEUNE, P. **O pacto autobiográfico: de Rousseau à Internet.** Belo Horizonte: Ed. da ciberUFMG, 2008.

LISSOVSKY, M. **A máquina de esperar: origem e estética da fotografia moderna.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2008

RIESMAN, D. **A multidão solitária.** São Paulo: Perspectiva, 1995.

ROLNIK, S. **Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização.** In “Toxicômanos de identidade. Subjetividade em tempo de globalização”, in Cultura e subjetividade. Saberes Nômades, org. Daniel Lins. Papirus, Campinas 1997; pp.19-24.

ROSE, N. Neurochemical selves. **Society**, v.41, n.1, 46-59, 2003.

ROUILLÉ, A. **A fotografia: entre documento a arte contemporânea** São Paulo: Ed. SENAC, 2009

SANZ, C. L. **Passageiros do tempo e a experiência fotográfica: Da modernidade analógica à contemporaneidade digital.** Niterói: Programa de Pósgraduação em Comunicação, Imagem e Informação, Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, 2005.

SENNET, R. **O declínio do homem público: as tiranias da intimidade.** São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SIBILIA, P. **Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica.** In *Olhares sobre a cibercultura.* Lemos, André e Cunha, Paulo (org.) Porto Alegre: Ed. Sulina, 2003.

_____. **O show do eu: a intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

_____. **El artista como espectáculo: autenticidad y *performance* en la sociedad mediática.** In: Revista Dixit Nº18 julho 2013

_____. **Os corpos visíveis na contemporaneidade: Da purificação midiática à explicitação artística.** In: BRASIL, André; LISSOVSKY, Maurício; MORETTIN, Eduardo

SONTAG, S. **Sobre fotografia.** São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

TAYLOR, C. **A ética da autenticidade.** Trad. de Talyta Carvalho. São Paulo: É Realizações, 2011