

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Centro de Ciências Humanas e Sociais - CCH

Programa de Pós-Graduação em Memória Social - PPGMS

PAULA SOARES SANT' ANNA
AUTORRETRATOS EM IDENTIDADES VIRTUAIS: A EXPERIÊNCIA
SELFIE

Rio de Janeiro
2016

PAULA SOARES SANT' ANNA
AUTORRETRATOS EM IDENTIDADES VIRTUAIS: A EXPERIÊNCIA
SELFIE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Memória Social. Orientador: Prof. Dr. Sérgio Luiz Pereira da Silva

Rio de Janeiro
2016

¶
Sant' Anna, Paula Soares.¶
 S232Autorretratos em identidades virtuais : a experiência selfie / Paula¶
Soares Sant' Anna, 2016.¶
77 f. : 30 cm¶

¶
Orientador: Sérgio Luiz Pereira da Silva.¶
Dissertação (Mestrado em Memória Social) — Universidade¶
Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.¶

¶
1. Redes sociais on-line. 2. Autorretratos. 3. Identidade¶
(Psicologia). 4. Narrativa (Retórica). I. Silva, Sérgio Luiz Pereira da.¶
II. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Centro de¶
Ciências Humanas e Sociais. Programa de Pós-Graduação em¶
Memória Social. III. Título.¶
→ → → → →¶
CDD—302.3¶

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Centro de Ciências Humanas e Sociais - CCH

Programa de Pós-Graduação em Memória Social - PPGMS

PAULA SOARES SANT' ANNA
AUTORRETRATOS EM IDENTIDADES VIRTUAIS: A EXPERIÊNCIA
SELFIE

Aprovado pela Banca Examinadora
Rio de Janeiro, ____/____/____

AGRADECIMENTOS

Uma vez, folheando um livro de aforismos qualquer, li que 'conhecer nos faz ser responsável'; concordo com a afirmação. A cada etapa da vida intelectual cumprida, sinto mais o comprometimento que o conhecimento requer. E não falo somente das avaliações curriculares, mas do comprometimento de vida, com o próximo: tanto com a pessoa que já sabe mais, como com a pessoa que ainda sabe menos. O conhecimento é uma atividade de eterno receber e doar, e esse não é um exercício fácil. Por isso, gostaria de agradecer muitíssimo aos que têm me apoiado nessa rotina. Pelo mestrado, sinto-me profundamente grata:

Aos meus pais, pela ótima base intelectual que me proporcionaram e tranquilidade para estudar;

Às amigas Priscila Pio, Raquel Menezes, Sara Iriarte e Viviane Moraes e ao amigo José Luis Silva pelo incentivo ao mestrado e pela dedicação aos meus questionamentos e necessidade de reflexão. Também ao Edson Maciel e a Marta Chamarelli pela disponibilidade a mim oferecida durante o processo, ajudando-me com revisões e textos.

Ao Lucas Alvares, presença tão especial na reta final, com direção à vida;

À turma de mestrado 2014.1, em especial à Ana Márcia Linhares, Graciana Martins, Lorena Vanelle, Marina Damin, Nayhara Fraga, Paulo Assis e Tesla Coutinho, pelas trocas intelectuais e risadas;

Ao meu orientador Sérgio Silva e ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social, incluindo seus corpos docente e administrativo, pela oportunidade e auxílio,

À banca avaliadora Leila Ribeiro, Leonardo Pimentel, Amir Geiger pela disponibilidade e contribuição teórico-metodológicas a esta pesquisa.

Paula Sant' Anna

*A maior riqueza do homem é a sua incompletude.
Nesse ponto sou abstrato.
Palavras que me aceitam como sou - eu não
aceito.
Não aguento ser apenas um sujeito que abre
portas, que puxa válvulas, que olha o relógio, que
compra pão às 6 horas da tarde, que vai lá fora,
que aponta lápis, que vê a uva etc. etc.
Perdoai.
Mas eu preciso ser Outros.
Eu penso renovar o homem usando borboletas.*

Manoel de Barros

RESUMO

Esta dissertação visa discorrer sobre o *selfie*, tentando fazer uma reflexão sobre as formas de produção do autorretrato nas redes sociais, cuja prática, fornece aos seus usuários elementos para que ele participe da comunidade virtual. Nesse sentido, argumenta-se sobre o conjunto conceitual *selfie* e identidade, intentando elucidar a hipótese de que o *selfie* seja um autorretrato que funciona como dispositivo para transportar as vivências no espaço físico para o espaço virtual ao narrar experiências via linguagem visual, aqui, fotografia. Dessa forma, o Homem constitui-se nas redes sociais virtuais por meio de e para os outros usuários. Ele experiencia por meio de postagens, curtidas e comentários e nutre memórias a partir da narrativa que é o *selfie*.

Palavras-chave: *Selfie*. Redes Sociais Virtuais. Identidade. Narrativa.

ABSTRACT

This thesis aims to discuss about selfie portrait, by considering the production forms of self portrait in social medias as practice through which users have the elements to participate in virtual communities. The hypothesis, argued with the conceptual framework Selfie and Identity, that selfie is a self portrait which functions for the propose of carry experiences in the physical space to cyberspace when narrating experiences via visual language - here, photograph. In this sense, Man constitutes himself in social medias through other users, and participates in the construction of them. He experiences through posts, likes and comments and feeds memories from the narrative that selfie portrait is.

Keywords: Selfie. Social Medias. Identity. Narrative.

LISTA DE FIGURAS

Figura	Página	Fonte
1	10	Videoclipe da música "Ela é top"
2	10	Videoclipe da música "Ela é top"
3	18	http://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/noticia/2015/03/padre-usa-pau-de-selfie-em-foto-de-casamento-e-surpreende-convidados.html . Acesso em :6/6/2015
4	19	http://www.wantchinatimes.com/news-subclass-cnt.aspx?id=20130920000109&cid=1102 . Acesso em: 6/6/2015
5, 6, 7	21	Videoclipe da música "Ela é top"
8	30	Facebook pessoal da mestranda
9	32	Facebook pessoal da mestranda
10	36	http://selfiecity.net/#intro . Acesso em 29/6/2015
11	36	http://selfiecity.net/#intro . Acesso em 29/6/2015
12	39	Facebook pessoal da mestranda
13	39	Facebook pessoal da mestranda
14	41	Videoclipe da música "Ela é top"
15	45	Videoclipe da música "Ela é top"
16	45	Videoclipe da música "Ela é top"
17	47	Facebook pessoal da mestranda
18	51	http://oglobo.globo.com/rio/verao/pau-de-selfie-o-hit-do-verao-carioca-15077438
19	51	http://www.vilamulher.com.br/bem-estar/comportamento/pau-de-selfie-a-febre-fotografica-da-vez-m0115-697217.html
20	71	Videoclipe da música "Ela é top"

SUMÁRIO

Introdução.....	p. 09
1. O sujeito das redes sociais virtuais.....	p. 17
1.1 O atual e a necessidade da autoimagem.....	p. 17
1.2. O Homem e os <i>selfies</i> : considerações sobre a experiência.....	p. 24
1.3. Memória Coletiva no espaço virtual: o lugar do <i>selfie</i>	p. 29
2. O selfie como significante do espaço virtual.....	p. 43
2.1. <i>Selfies</i> , suas categorias e a cultura dos 'eus' – personas da contemporaneidade.....	p. 43
2.2. O artefato 'pau de <i>selfie</i> ', suas práxis e consequências.....	p. 49
3. Memórias do instante.....	p. 55
3.1. O <i>self</i> e o <i>selfie</i> : duas dimensões da autoimagem.....	p. 55
3.2. A problemática cotidiana e sua narração via <i>selfies</i>	p. 62
Considerações finais.....	p. 69
Referências.....	p. 73
Anexo.....	p. 77

INTRODUÇÃO:

A fotografia *selfie*, uma das possibilidades para a prática fotográfica, palavra dicionarizada em 2013, é um fenômeno que cresce dentro de uma cultura que permite que o Homem leve suas representações para o espaço virtual e se assim se localize e se apresente.

Nessa dissertação tenta-se refletir sobre o assunto quando se propõe uma discussão sobre a experiência de fazer *selfies*, prática bastante popular sobretudo entre os usuários das redes sociais virtuais.

Dentre as diversas possibilidades de entendimento do que seja um *selfie* hoje em dia, escolhe-se considerar o sentido original da prática — um autorretrato postado em rede social — para se discutir os meandros da narrativa e da experiência, cernes da memória, que por sua vez, é fonte vital. Adotou-se como objeto de estudo a música "Ela é top" (2012), a qual ratifica a hipótese que inspira a temática da presente dissertação.

Na letra, percebe-se a rotina do autorretratar-se. O retrato *selfie*¹ que, de tão usual, é capaz de passar como uma prática a mais do dia a dia marcado pelo uso de redes sociais virtuais, mas chama atenção por ser uma prática que diz tanto sobre o *hoje*. “...Tira foto no espelho pra postar no Facebook.” é trecho de *Ela é top* (2012), de Leo Rodrigues, interpretada pelo próprio, com participação de Mc Bola. Ela, a personagem da música, (quer ser) é *top*²e, por isso, assim se representa, retrata-se, publica-se, identifica-se. Ela é.

¹ Entende-se que o significado de *selfie*, hoje em dia, atenda tanto a ideia de autorretrato postado em rede social virtual, como também do autorretrato, feito, maioria das vezes, com câmeras frontais de dispositivos eletrônicos como *smartphones* e *tablets*. Nesta dissertação, cuidar-se-á daquela definição.

² *Top*, vocábulo de origem inglesa, é usado frequentemente em português como adjetivo para “o primeiro”, “o melhor”. (MICHAELIS, 2015)



Figura 1

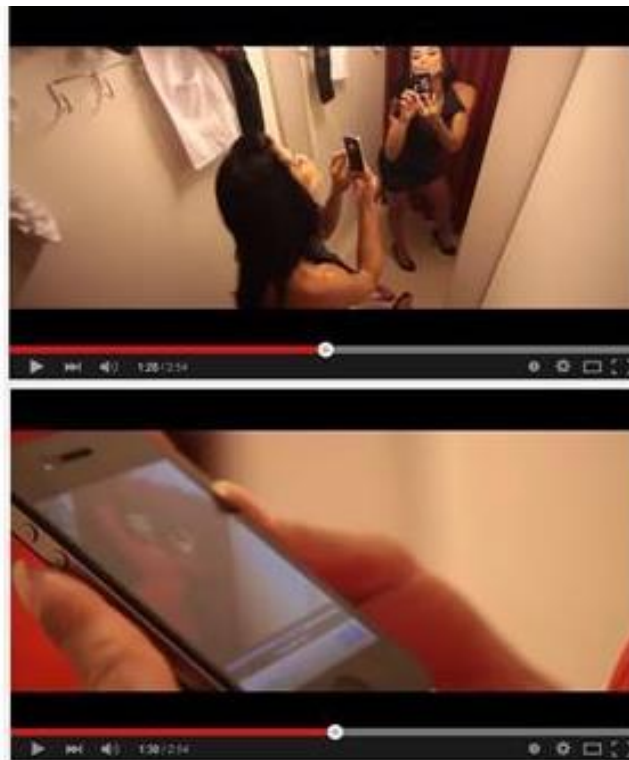


Figura 2

Esta pesquisa foi desenvolvida sob uma perspectiva qualitativa de análise. A leitura de textos teóricos cujos temas foram considerados pertinente embasa as argumentações e a análise de um conjunto de figuras que estão dispostas ao longo do texto, ora explicitando, ora exemplificando reflexões, que demonstram situações práticas e ratificam algumas das argumentações.

Tais figuras, numeradas a fim de facilitar suas localizações no corpo do texto, foram recortadas do videoclipe da música escolhida como cenário para esta discussão ou foram selecionadas no perfil desta autora no Facebook. Todas as figuras utilizadas oriundas do Facebook têm autorização por escrito de seus autores. Também há uma tabela, que não está na numeração estipulada para as demais figuras, elaborada pela própria autora. Optou-se por indicar os *sites* de onde estas figuras foram retiradas no anexo para deixar o texto mais confortável, pois os *links* são longos. A letra da música "Ela é top" (2012) está igualmente anexada ao final do texto.

A letra (anexo I, página 54) é cenário do tema desse estudo: Autorretrato fotográfico postado em redes sociais, o *selfie*. O comportamento da personagem do videoclipe (figuras 1 e 2), que muitas vezes se enuncia com *selfies*, sugere a quantas autoimagens temos acesso quando utilizamos as redes sociais virtuais. Autoimagens que indicam certa autonomia ao se inventar para os vários grupos sociais que se imbricam dia a dia a vivência, haja vista o usuário não precisar objetivamente de autorização para se expor para seus 'amigos' nas redes sociais virtuais e certo esmaecimento de um si sólido, com raízes determinantes de suas atitudes, com o aumento quantitativo da abrangência de sua autoimagem, quando se compara o número de usuários que interagem em uma situação nestas redes e o número de pessoas que se consegue envolver em uma determinada situação no espaço físico também. Sendo a autoimagem uma descrição de si, pode-se dizer que esta surge de uma criação coletiva: tanto o autorretrato quanto o público deste são responsáveis por sua criação. O Homem precisa experienciar e significar a experiência em narrativa, em um movimento de compartilhar sua vida com outrem, para ser identificado pelo grupo social, e assim poder interagir em sociedade. A presente época, que nos requer habitar os espaços físico e virtual e o rearranjo pelo qual o discurso visual passa, amplia o sentido do *selfie* para além do estético. Considera-se importante pensar tal retrato como uma possibilidade real de expressão de si nas comunidades virtuais.

O *selfie* é uma fotografia peculiar, pois é produzida sob o critério de um tempo alheio a terceiros. Quer dizer, se antes, em geral, para se expor a fotografia era preciso, no mínimo, de uma outra pessoa além do fotografado, com o *selfie*, as três instâncias posar-fotografar-revelar são realizadas por apenas uma pessoa. As ações passam a estar reduzidas em quantidade e ampliadas em experiência. O *selfie* engloba o passado e o futuro na atuação presente de forma a configurar a experiência narrativa de seus autores. O *selfie*, ocupante de um espaço discursivo de narrativa visual num local, as RSVs, inundado de texto visual não autoral, surge em uma superfície padronizada de informação como experiência, estado latente de narrativa.

O título desta dissertação destaca a carga identitária destes autorretratos. Tendo em mente que a identidade é um registro institucional padronizado pela sociedade e a frequência do uso das redes sociais virtuais que extrapola sua possibilidade de meio de comunicação para ser um espaço de interação social real, pressupõe-se relevante uma reflexão acerca das marcas narrativas deste retrato que conduzem a produção de memória, essencial para a estruturação do Homem em seu meio, consciente de suas vivências e detentor de um passado.

Cenário deste texto, a música dialoga com as vivências dos espaços físico e virtual, trazendo à tona a realidade que o advento e popularização da internet fez da ideia de espaço virtual um lugar de convivência plausível, com determinantes que nos convidam a visitá-lo — por exemplo, comunicação, rede de compras e busca de informação otimizada — e determinações que tais visitas nos outorgam e que culminam na ocupação deste espaço (para utilizar os recursos de comunicação e compra é necessário que o usuário da internet forneça dados pessoais e maneje suas escolhas para buscar informações e ter acesso a conteúdos em *sites*. Na maioria das vezes, o usuário também precisa informar dados pessoais e/ou particulares), os quais surgem como um coadunador dessas necessidades, reunindo-as e as inserindo num cotidiano que exige cada vez mais envolvimento dos indivíduos.

As redes sociais virtuais³ têm origem com os primeiros painéis de socialização da internet, fruto "do desenvolvimento da tecnologia dial-up e o lançamento do CompuServe — um serviço comercial de conexão à internet em nível internacional

³ Dado a quantidade de repetições deste termo, para tornar o texto mais dinâmico, a partir daqui, rede(s) social(is) virtual(is) = RSV(s).

muito propagado nos EUA" (DAQUINO, 2012), na segunda metade do século XX. Ainda segundo o *site tecmundo*, portal de artigos explicativos sobre tecnologia, no início dos anos 2000, sempre sob a premissa da promoção de socialização e com o aumento do uso da internet em residências e ambientes profissionais, estas redes ganharam uma massa de usuários que as legitimaram como um espaço de convivência (*idem*).

Tais redes são ambientes cibernéticos fechados, mas de subscrição voluntária, em que os membros criam um perfil para interagirem lá. Os participantes desses espaços poderão escolher seus amigos, selecionar seus acessos, compartilhar informações, participar de grupos de discussão públicos e privados e interagir por meio de textos escritos, visuais e sonoros com outros membros. Criado em 2004, por Marc Zuckerberg, também detentor do Instagram, outra importante plataforma de postagem de *selfies*, com 28 milhões de usuários em 2015 (GUGELMIN, 2015), o Facebook é a maior RSV até hoje, com quase 1,4 bilhões de usuários (FOLHA DE SÃO PAULO, 2015). Por ser tão popular, o lugar em que as pessoas se encontram na virtualidade e convivem, é também um lugar que instiga reflexões acerca da Memória.

O *corpus* de análise desta dissertação será reunido por meio das Redes Sociais Virtuais (RSV) Facebook e Instagram. No entanto, por não ser um estudo específico sobre essas duas redes, mas sobre um fenômeno que ocorre em diversas RSVs (em maior quantidade nestas), ao longo do texto suas marcas serão condensadas na abreviatura RSVs em geral.

O Facebook será útil porque é uma base em que o usuário publica fotos e textos, adere a grupos e páginas (nichos de discussão de temas específicos a que o usuário pode aderir) e isso permite pensar sobre memória, narrativas e constituição de identidades. Além disso, há certa veia de inspiração conectando esta rede à dissertação, uma vez que o projeto para tal foi idealizado com base em surpresas e confabulações sobre a música *Ela é top* (2012), que expõe uma situação produzida pelo uso de *selfies* no Facebook. O Instagram se apresenta como uma base mais voltada para a exposição fotográfica com muitos *selfies*, em que o usuário convive com os outros de forma mais imagética, em que ainda assim é possível verificar memórias, narrativas e identidades advindas de tais fotos. Inclusive, em certo ponto do texto, serão utilizados dados de *www.selfiecity.net*, que reúne *selfies* coletados de perfis do Instagram. O *site* é oportuno

porque seus dados, respaldados por *The Graduate Center, City University of New York*, *California Institute for Telecommunication and Information* e *The Andrew W. Mellon Foundation*, registram e oficializam alguns índices substanciais para esta pesquisa.

A popularização de aparelhos eletrônicos, sobretudo *smartphones* e *tablets*, somada às constantes inovações tecnológicas que inserem câmeras fotográficas em praticamente todos esses dispositivos torna o ato de fotografar cada vez mais usual. A câmera frontal que estes dispositivos possuem (recurso que permite que se fotografe a imagem espelhada de si), já utilizada em vídeo ligações antes da difusão do retrato *selfie*, foi adotada pelos usuários das RSVs, facilitando o ato de se postar. As câmeras frontais acabaram por agir na invenção do *selfie*, pois a facilidade de produzir um autorretrato em um artefato com conexão à internet fez com que a prática ganhasse mais adeptos.

Tal modalidade fotográfica que tem sido alvo de curiosidade e de interesse de muitos parece vir da vontade e disponibilidade de se expor socialmente, mas também, como outros fenômenos culturais, guarda respostas importantes para se compreender a configuração da sociedade vigente. Pela quantidade e frequência com que é produzido, o *selfie* passa a ser um aliado nos estudos que envolvem questões relativas à utilização do espaço virtual, sobretudo quando se trata de RSV, já tendo sido focado por outros pesquisadores.

Dessa forma, faz-se profícuo pensar a vontade de se autorretratar como um desejo de se ilustrar aos olhos alheios (quicá aos próprios) e ampliar a ideia para o *selfie*, segundo desejos de ser e pertencer a determinados grupos/arquétipos sociais, de se constituir socialmente da maneira como deseja, de se documentar, de pôr em sua identidade a (e quantas) cara(s) que se quer ter.

Assim, relacionar o 'contar sobre si' ao *selfie* é tramar na atualidade o conceito de *self*, que segundo William James (1890), filósofo e psicólogo que cunhou o termo no início do século XX, é algo de natureza abstrata. É entender as atribuições do 'eu' atual, principalmente em relação às questões concernentes à vivência deste no espaço virtual internet⁴. A posição de James sobre o *self* como abstrato, sem limitações, remete

⁴ A partir daqui referenciar-se-á à internet como espaço virtual. Entende-se que os vocábulos tenham definições distintas, mas opta-se por tal para dinamizar a disposição da reflexão sobre a virtualidade da internet.

sociólogo Erving Goffman (2013) com suas considerações sobre o 'eu' funcionar para seu próprio sujeito de acordo com a apresentação (e a aceitação) deste ao grupo social.

O 'eu' é tido de distintas maneiras, a depender do olhar pessoal ou público. Para si, o 'eu' é personalidade, unidade, para o outro, o 'eu' é movimento por entre tais personalidades. Certa situação começada por alguém já tem em uma origem o desenrolar de uma outra situação, conduzida por outro alguém, num desencadeamento que curiosamente faz da nossa sociedade uma estrutura em rede. Projeta-se ao outro o que um tem como 'situação': O *self* neste sentido estaria materializado no retrato *selfie* da vida cotidiana virtual da atualidade.

Apesar de parecer condição do avolumamento da diversidade cultural, a construção da identidade social é tão dependente da figura do 'eu' que é inspecionada e outorgada por instituições controladas pelos sistemas políticos correntes oriundos da sistematização econômico-social (GIDDENS, 2002); e o *selfie* adentra essa relação de poder 'montante cultural x sistema político nacional', forçando o sistema político cultural na tentativa de afirmar um 'eu' não derrocado pelo capital, ainda sujeito, agente.

Aborda-se o *selfie* como um desdobramento da necessidade atual da autoimagem para preservar a autonomia, a agência do sujeito. Considera-se que se a cultura capitalista alimentou a individualização e lhe permitiu a projeção social de si, ao mesmo tempo, ela lapida estes indivíduos para que eles ajam uniformemente, tendo em vista que conduzir um pensamento é mais viável que conduzir diversos. Traz-se o pessimismo de Walter Benjamin em seu texto essencial para os estudos sobre cultura capitalista "Experiência e pobreza" (1994), em que ele trata da capacidade do homem de narrar, do fato da narrativa estar ligada à vida cotidiana, e da extinção deste ato pela falta de experiências gerada pela vida moderna⁵: "Se a arte de narrativa hoje é rara, a difusão de informação é decisivamente responsável por esse declínio" (BENJAMIN, 1996, p. 203). Mas, complementa-se com uma ponderação hodierna sobre a derrocada da narrativa que, em um processo de resistência do sujeito (que Benjamin já vislumbrava), é retomada via outros artifícios, os quais estão presentes na atualidade.

A linguagem do *selfie* estetização da sociedade em que estamos inseridos por causa do seu jogo de 'eus, exposição, instantaneidade e virtualidade' que oferece uma leitura sobre o tempo atual. O filósofo Pierre Lévy, em seu livro *O que é o virtual?*

⁵ Neste trabalho, considera-se meados do século XIX, com os resultados da Revolução Industrial Inglesa, marco inicial da Modernidade.

(2011), interpreta a virtualidade como a potência do real, o qual se renova “sem passado à concretização efetiva ou formal” (p. 15). Posta a explicação, o retrato *selfie* mostra este fato, já que tem em sua trama os elementos de tal característica: a abstração do espaço, pois se desloca entre o físico e o espaço virtual; a diferenciação da noção de tempo, pois altera nossa relação com a ideia de passado e presente de dada situação em curtidas e compartilhamentos e a pluralização do 'eu', ao facilitar a composição e exposição de variantes autorais das mensagens. Discorrendo sobre o assunto na mesma obra, Lévy (*idem*) metaforiza que a árvore está virtualmente presente na semente. Diz-se aqui que o 'eu' está virtualmente presente no *selfie*.

O ato de postar-se pode ser interpretado como resposta à necessidade de pertencimento a um grupo, à necessidade de lidar com o outro por meio da linguagem, à necessidade de experienciar. A sistemática de consumo apregoada pela cultura de massa camufla sutilmente o isolamento de seus indivíduos, que mesmo fortemente expostos e inseridos, pelo menos, subjetivamente em grupos sociais, estão cada vez mais cercados de si, e assim sozinhos. Esta noção, por vez, guia a proposta de pensar os processos narrativos dos textos fotográficos de autorretratos expostos em RSVs.

1. O SUJEITO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS:

1.1. O atual e a necessidade da autoimagem:

Um dos pontos importantes para esta dissertação é a alocação do *selfie* na vivência de seu autor, porque este é um estudo sobre Memória e tem-se que o processo de rememoração é intrinsecamente atrelado ao que o Homem postula como seu tempo e espaço. Ao reconhecer que o espaço virtual, ambiente do *selfie*, carece de bases que determine as dimensões temporal e espacial, uma vez que concorda-se que “a construção do corpus e a análise estão intimamente ligadas: decidir o que faz parte do corpus já é decidir acerca de propriedade discursiva” (ORLANDI, 2007, p. 63), cogitou-se a respeito das implicações de alocar a época do objeto desse estudo. Neste sentido, não há como fugir de que a comunidade acadêmica utiliza definições que unificam uma série de atributos afins em 'épocas' que classificam um grupo geracional. Atualmente, há divergências de opinião sobre estarmos vivendo o que, então, se denomina Modernidade, em uma versão reformulada pelos avanços galgados pelo Homem ou se já estamos vivendo a Pós-Modernidade. Faz-se a opção aqui por trabalhar com a ideia de 'atualidade' e suas derivações como contemporâneo, uma vez que acredita-se que estamos em um período de imbróglia sobre estas eras, em que particularidades das duas são trazidas à vida hoje.

Uma vez que os conceitos Modernidade e Pós-Modernidade enunciam um sistema de crenças e valores que nasce da fragmentação de uma ideia tradicional em uma prática que não atende às prerrogativas suscitadas e inviabiliza uma reflexão, opta-se pela abertura de uma datação, já que "em certo sentido, a cibercultura continua a grande tradição da cultura europeia. Em outro, transmuta o conceito de cultura" (LÉVY, 2010, p. 255). É possível perceber isso quando nos deparamos com *selfies* que valorizam experiências relacionadas à tradição e outros que destacam experiências líquidas, aludindo ao famoso sociólogo Zygmunt Bauman, em sua já extensa bibliografia. Principalmente a partir das leituras dos livros *O mal estar da pós-Modernidade* (1998) e *Modernidade líquida* (2001), infere-se que, para o autor, a ideia de liquidez é oriunda das relações pessoais que imputam valor de mercado, via *status* social, às tradições fabricadas e/ou salientadas na Modernidade, em detrimento de

vivências globalizadas que diminuem tempo e espaço e enfocam o sujeito ao invés de o social.

Vê-se esse contexto no processo de figuração da fotografia abaixo.



Figura 3

A figura 3 foi retirada do Jornal *O Globo* e mostra um *selfie* de uma cerimônia de casamento, na igreja, com o padre que a celebrou. Segundo a reportagem, o *selfie* foi feito pelo padre a pedido do noivo. Este *selfie* nos indica como a Igreja Católica e suas práticas ainda são importantes para as pessoas de hoje em dia. O postar de um autorretrato expondo a realização de um sacramento dá indícios de que o sujeito da atualidade, se não valoriza mais boa parte das tradições sociais de outrora, também pode rejeitar a ideia de desapego e individualidade apontadas por Zygmunt Bauman (1998), por exemplo:

A liberdade individual, outrora uma responsabilidade e um (talvez o) problema para todos os edificadores da ordem, tornou-se o maior dos predicados e recursos na perpétua autocriação do universo humano. [...] *Os homens e as mulheres pós-modernos trocaram um quinhão de suas possibilidades de segurança por um quinhão de felicidade* (p. 9-10, grifo do autor).

Aproveita-se o grifo do autor para ressaltar a ideia de que o Homem de hoje não abriu mão de toda a segurança que as instituições modernas o garantem. Boa parte do que parece ter sido trocado em benefício do prazer, na verdade, foi estrategicamente adequado ao que se tem por Pós-Modernidade. Com base no exemplo acima, o

casamento ainda é tido como uma instituição que provê segurança, principalmente à mulher e é muito valorizado ainda. Contudo, desconsidera-se características dele que iam contra a ideia de prazer, como a guarda da virgindade e se mantém as características que podem dar vazão a ele.



Figura 4

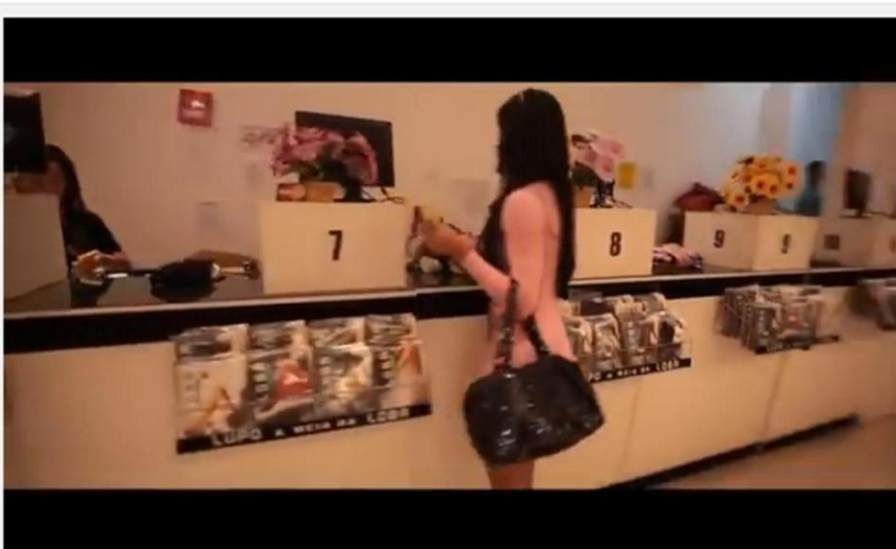
Em uma loja da Apple na China, figura 4, o primeiro da fila de espera para comprar um novo modelo de *smartphone* faz um *selfie* sob aplausos dos funcionários da loja após obter o produto, expondo quão satisfeito está com a aquisição de um bem de consumo novo para substituir outro ainda funcional. Observa-se que o homem faz o *selfie* com seu celular antigo. Na reportagem, consta que ele adquiriu o modelo *golden*, que tem cor dourada. A figura explicita o quanto a conquista de um bem de consumo é importante para sociedade de hoje. E, pode-se vislumbrar o quanto estes bens têm suas versões descartáveis e descartadas em prol de um novo, em um processo de serventia efêmera e periódica substituição, à moda das relações humanas compreendidas por Bauman (1998).

Para apoiar a abertura para a denominação 'atual', conta-se com o sociólogo Anthony Giddens (2002) que, apesar de adotar como ponto de partida para sua análise social o que ele descreve como Alta Modernidade, apresenta a aproximação de eventos distantes (com a globalização dos meios de comunicação) às intimidades do 'eu' como cada vez mais comuns. Isso faz com que os limites da intimidade sejam camuflados

pelo excesso de eventos tão próximos que se confunde com o que se trata da pertença do 'eu' e o que é do âmbito do 'nós'. Giddens caracteriza nosso tempo pela derrocada da tradição em favor do 'projeto reflexivo do eu', mantenedor das narrativas biográficas, independentemente do espaço/tempo em que se passam (2002, p. 12). Porém, quanto mais se flexibiliza o local de existência do 'eu', mais a experiência é repartida entre o individual e o coletivo, entre o 'eu' e o 'nós'. Este esmaecimento do limite do 'eu' e do 'nós', segundo o autor, “força o indivíduo a escolher um estilo de vida” (2002, p. 13), via de regra, padronizado pelo sistema cultural vigente. A adesão à ideia de Giddens sobre 'estilo de vida', simples, a princípio, é fundamental para compreensão da necessidade de se expor a autoimagem no cotidiano.

Estilo de vida é uma determinação de mercado para alocar em blocos de convivência o fracionamento de padrões socioculturais anteriores, organizada nos parâmetros da coletividade. Sendo assim, o estilo de vida é um projeto reflexivo do 'eu', uma vez que o indivíduo precisa refletir sobre suas vontades antes de se projetar em um nicho estético-cultural, elaborado e oferecido pelo mercado. A autoimagem passa a ser necessária para adentrar e participar de grupos sociais. Quando no espaço físico, pode-se difundir as autoimagens de várias maneiras, no espaço virtual pode-se também — com o *selfie*.

O videoclipe de *Ela é top* (2012) é exemplo do projeto reflexivo do 'eu', pois há todo um planejamento e atitude para com a imagem que a personagem deseja para si. A ostentação expressada na festa começou a ser preparada antes, com as compras e demais cuidados prévios. Pode-se verificar, como mostrado nas figuras 1 e 2 (página 2 e 3) e nas figuras 5, 6 e 7, que o plano de ação 'dela' para o desenvolvimento de sua autoimagem se passa entre os espaços físico e virtual simultaneamente. Além das compras, 'ela' posta fotos na RSV, dando a entender que está preparando o ambiente para recebê-la, da forma como ela própria pretende se expor.



Figuras 5,6 e 7 (de cima para baixo)

Sendo assim, e por julgar que é difícil cunhar uma época em que ainda se está imbricado no tempo e no espaço, de que ainda não se há distanciamento histórico para analisar seus limites, que esta extensa e complexa discussão não está no cerne da proposta de estudo neste trabalho. Opta-se por não pautar a dissertação em uma época previamente nomeada e, como já dito, escreve-se sobre a época vigente como 'atual'. Inclusive, mais a frente, este 'atual' nos será útil para abordar a dicotomia 'atual' x 'virtual', levantada também por Pierre Lévy (2011).

Este subcapítulo aborda este atual e a necessidade que seus sujeitos têm das respectivas autoimagens. Por que, nos últimos anos, tantas pessoas passaram a 'habitar' o espaço virtual, principalmente em RSVs e a produzir *selfies* para narrar suas experiências e vivências, identificando-se em tal espaço?

A vivência de como se realiza o dia a dia acentua uma nova configuração de experiência, que não era notória nos espaços e nos tempos anteriores, mas se sobressalta da cronologia instaurada com o advento do relógio (GIDDENS, 1991) e desdenha dos locais que têm sua historicidade vangloriada pelas instituições ocidentais, motivada por descobertas que fundam a sociedade em que vivemos, para enraizar a essência tecnológica do hoje em dia e tornar possíveis as novas demandas de deslocamento, que concernem não mais somente ao geográfico. É observável o deslocamento por entre as personas que o 'eu' coleciona ao longo de sua vivência (GOFMANN, 2013) A ideia de deslocamento aos moldes de hoje nos remete ao conceito de desencaixe, cunhado por Giddens (2002). Segundo o sociólogo, desencaixe é “o deslocamento das relações sociais dos contextos locais e sua recombinação através de distâncias indeterminadas do espaço/tempo” (p. 221).

Se não é uma regra que tempo e espaço sejam conceitos conjugados um ao outro, a cultura capitalista, na qual a sociedade de hoje está inserida, tende fortemente à seccioná-los e subordiná-los um ao outro. Pensa-se no jargão popularizado em inglês "*time is money*"⁶, que faz do tempo um produto abstrato disposto ao seu alcance, e toda a ênfase na diminuição de distâncias, como as de companhias aéreas, empresas de telecomunicações e o incentivo à popularização da internet, para considerar que o

⁶ Tradução livre: "tempo é dinheiro". Originalmente, a expressão *Time is Money*, é referência da cultura religiosa norte americana, cunhada pelo pastor Benjamin Franklin, segundo a citação do sociólogo, Max Weber, em *A Ética protestante e o Espírito do capitalismo* (2004).

deslocamento proporcionado por estes propósitos e, sobretudo pela internet alteram a ideia de espacialidade e temporalidade do sujeito atual.

Este é um fator relevante para formulação da hipótese de que o *selfie*, mais do que um produto, é um dispositivo com o qual o sujeito atual, díspar e limítrofe entre o físico e o virtual, joga com a tendência de nosso sistema cultural-econômico de reduzir a figura do, então, cidadão em indivíduos consumidores. Por dispositivo, concorda-se com Deleuze (1996), e entende-se que é

um conjunto multilinear, composto por linhas de natureza diferente. E, no dispositivo, as linhas não delimitam ou envolvem sistemas homogêneos por sua própria conta, como o objeto, o sujeito, a linguagem, etc., mas seguem direções, traçam processos que estão sempre em desequilíbrio, e que ora se aproximam, ora se afastam uma das outras. (p. 83)

O *selfie*, fenômeno com o qual as pessoas pretendem se apresentar na RSV, 'arruma' o campo de ação do sujeito na própria plataforma do sistema informático, permitindo que ele experiencie, narre e constitua identidade, atuando em seu papel e não deslocado deste. O 'eu' que vive determinada situação é o mesmo que retrata o *selfie*. O processo é ativado pelos mesmos nichos de memória que ativam a maneira como o indivíduo se comportará em tal situação, o *selfie* é continuação de seus atos para alcançar os resultados pretendidos com tal experiência.

O *selfie*, como dispositivo do 'eu' no espaço virtual, precisa de coexistência, conforme foi colocado na Introdução à luz da postulação de Goffman. Se inicialmente esta 'produção' era mais arcaica e de feitura demorada — missivas escritas e fotografias impressas, por exemplo, os avanços tecnológicos sofisticaram-na com o acompanhamento de voz e áudio e facilitaram a confecção de máscaras de si, tornando as técnicas mais intuitivas, em clara demonstração de que é um processo que visa o automático.

De acordo com James (1890), a autoimagem é a possibilidade descritiva do 'si próprio'. O psicólogo conceitua que há diversas possibilidades de autoimagens e as divide em autoimagem individual, social e espiritual. Para a presente dissertação, evidencia-se a ideia de autoimagem social que, segundo James, é a descrição do 'nós mesmos' para grupos sociais, considerando sua pertinência e nossos interesses.

É a autoimagem que diz respeito à vivência social e tem sua pluralização fomentada pelo modo de operação do nosso sistema cultural que, ao consolidar a categoria ‘consumidor’ para o sujeito (CANCLINI, 2010), altera as características de identidade enfatizando o consumo, pelo que possuímos, e, conseqüentemente, altera a maneira como lidamos com a noção do ‘si próprio’ (*self*). O ‘si próprio’ passa assim a carecer de uma expressão que o represente socialmente. Esta é a maneira como se compreendeu aqui o surgimento e popularização da fotografia *selfie*. Em nossa cultura capitalista, a autoimagem é tomada como matéria prima para o produto maior, o ‘eu’ pré-fabricado — flexível, moldável — e, portanto, o *selfie* é ‘vendido’ como a manifestação deste ‘eu’, produto no espaço virtual.

Defende-se aqui que um *selfie* conecta o sujeito físico à sua persona digital e permite que as relações sociais manejadas no espaço virtual detenham tanta identidade e tanta produção de memória quanto as relações sociais do espaço físico. A mudança, logo, está no formato experimentado. E estes formatos se encontram diretamente unidos pelo processo de experiência.

1.2. O Homem e seus *selfies*: considerações sobre esta experiência:

Da pobreza da experiência induzida pelo consumo capital, alardeada por Walter Benjamin (1996) ainda nos anos 1930, fica a forte impressão de que o homem de hoje tem sua vida na mão do sistema cultural. Todavia é revigorador perceber a capacidade de reinventar que este ser possui.

Sistema cultural estar focado no ‘eu’ motiva o Homem a experienciar a si próprio, porém não mais somente em uma atitude existencial (o que seria comum a qualquer época), mas também no âmbito social. A aceleração da vida moderna e a conseqüente diminuição da relevância da interação presencial que se passa a ter em cada uma das situações experienciadas estimula o lidar com o si de forma que quando se pensa em coletividade, tenha-se uma avolumada quantidade de personas ainda latejando as experiências recém passadas. As representações de si são mais sobrepostas do que alternadas hoje em dia.

Alternar-se ou sobrepor-se por entre representações de si é da vida humana, entretanto observa-se atualmente que o balanceamento dessas duas possibilidades está pendendo para o sobrepor-se, haja vista cada vez mais pessoas estarem tendo uma rotina que não separa as situações. Um exemplo claro disso é o de uma parcela dos trabalhadores, que deixam seus trabalhos mas continuam desempenhando funções profissionais com um *smartphone*, mesmo enquanto já está realizando atividades de sua vida privada. Também, outro exemplo, que abarca uma quantidade maior de pessoas é o uso intermitente do *smartphone* simultaneamente ao desempenho de outras atividades, principalmente para acessar RSVs. Em "Ela é *top*" (2012), nota-se a personagem acessando o Facebook em um momento de relaxamento em casa, enquanto troca de roupa para sair, durante suas compras nas ruas etc. Ela está o tempo todo postando *selfies* dessas situações e checando as curtidas e/ou comentários que estes *selfies* recebem. Finalmente, quem está trocando de roupa para sair? A moça? A representação que faz de si no baile que vai à noite? Outra persona ainda? Há uma imbricação de 'eus', alimentada pela rotina acelerada atual e hiperestimulada no uso das RSVs que, evidentemente, influencia a noção de experiência.

Isso é o que nos leva a pensar o porquê dos *selfies* serem tão populares e de gerarem tanta interação e expectativa por curtidas e comentários. Quem está esperando a curtida, o comentário? O autor do autorretrato? A persona retratada? O usuário que transporta sua experiência ao espaço virtual, produzindo outra experiência? O que o interlocutor espera da fotografia em determinado perfil que acompanha? Quais são as intenções do público da foto? Todas essas indagações têm como fim a pluralidade de experiências que um único *selfie* emana, bem como as experiências reclamadas por Benjamin, mas com alto potencial de mobilidade e abrangência global.

Como pesquisa desenvolvida no escopo da Memória Social, não se pode fugir do fato de que a noção de experiência reconfigurada pela prática do *selfie* resvalará no processo de rememoração e na manutenção da memória social arregimentada com as vivências no espaço virtual. O Homem experienciar por vias do *selfie* nos remete diretamente à fala desse autorretrato, no que se tem como tempo. Essa fala, de tão coloquializada que vem a ser porque está na rotina das pessoas que praticam *selfies*, tem seu lugar no movimento do cotidiano. Por conseguinte, é potencialmente ilimitada e fluida, como são a produção escrita e a oralidade advindas do cotidiano. Maurício Lissovsky (2014, p. 189), historiador e pesquisador de Teoria da Imagem, já

demonstrou que a fenomenologia da fotografia renovou-se e agora engloba tanto a dimensão do fotografar, que vai para o futuro, como a de seu suporte, que por ser da ordem do uso, emana presença, presente. E prossegue, sobre a fotografia em si: “O novo tempo das fotografias é multidimensional, anacrônico, policrônico. Uma mistura inextricável de tempos” (*idem*). Os *selfies* incorporam as dimensões do 'fotografar' e do 'suporte para o fotografar' como dispositivo de manifestação do sujeito, como presente; respectivamente, pois sua virtualidade, de potência que é, orienta-o ao futuro. Ainda, a condição de narrativa que o Homem destina a este retrato, faz com que ele seja suporte de edificação de presença. Observa-se que “porque as fotografias são essa condensação de tempos, nunca estão inteiramente no passado ou no presente” (LISSOVSKY, 2014, p. 190), mas que o *selfie* não pertence ao mesmo grupo uma vez que é uma fotografia de aceção diferente, a conexão desta com o tempo é intrínseca ao presente.

Tendo a imagem como projeção da mente, a localização espaço-temporal do *selfie* entre a imagem e a fotografia faz com que o sujeito monte sua representação de maneira mais espontânea a ponto dos organizadores do *site* já citado, www.selfcity.net, interessarem-se pelo índice de emotividade das imagens. Este é outro aspecto que evidencia a hipótese de que o tempo em uso do *selfie* é o tempo presente. Como dispositivo de representação do 'eu', um dos corpos virtuais que o Homem pode vir a assumir para interação nas RSVs, o *selfie* permite que o sujeito tenha liberdade de adentrar vários grupos sociais das redes, dispondo suas características a critério das identificações.



No esquema acima, vê-se a personagem do clipe fazendo um *selfie*. A figura mostra a fotografia sendo carregada na RSV Facebook.

Estando no espaço físico e no espaço virtual, o *selfie* coloca seu autor no 'entre' que a fotografia nos coloca quando recorremos a ela para experienciar, ao invés de somente produzir lembranças. Com a avolumada produção de *selfies* para a interação dos usuários das RSVs, há uma clara demanda de experiência para esses locais, a qual torna tal modalidade de retrato excepcional quando posto em análise a partir das outras modalidades fotográficas que retratam o cotidiano até então. O *selfie*, sendo produzido para um tempo e um espaço pré-determinado já para sua produção, caracteriza-se pelo elevado apelo dos fatores tempo e espaço, itens imperiosos (e altamente manipulados) para as conhecidas possibilidades de organização social mundana do Homem.

À luz da interpretação do filósofo Vilém Flusser, que diz que “imagens são mediações entre o homem e o mundo” (FLUSSER, 1998, p. 29), entende-se que o *selfie* é uma maneira de se fazer valer socialmente para além de um indivíduo consumidor (como será tratado com mais detalhes no próximo capítulo), característica que motiva a pensar que a intenção do *selfie* está, não na fotografia digital nas RSVs, mas que principia e termina no ato de sua feitura, que é um dispositivo não só de exposição de seu autor na rede, mas também a linguagem utilizada para prover este Homem enquanto usuário de experiência. Aludindo à Walter Benjamin (1996), para tirá-lo da pobreza que viver por entre informação, que seria o lidar na internet sem a potência de experiência (seria a leitura de um conjunto de dados), provoca.

O vocábulo *selfie*, inclusive, sugere tal noção. Em inglês, língua de origem da palavra catalogada no dicionário como informal, o verbete é definido como "Uma fotografia tirada de si próprio, tipicamente tirada com um *smartphone* ou *webcam* e compartilhada via rede social"⁷ (OXFORD DICTIONARIES, 2015). Em *self* + *ie*, o radical da palavra significa o 'eu' reflexivo e o sufixo *-ie* é designador de qualidade. Então, *selfie* pode ser entendido como o que é si mesmo, o que pratica a ação de ser si próprio.

Mais uma face interessante é que o tempo deste *selfie* não é o tempo do relógio, concordando com Giddens (2002), como citado anteriormente: A Humanidade desenvolve-se com três acepções e/ou condições de tempo que coexistem. No livro *A imagem: cognição, semiótica, mídia* (2008, p. 75), de Lucia Santaella e Winfried Nörth,

⁷Tradução livre. Original: A photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and shared via social media. (OXFORD DICTIONARIES, 2015).

há uma classificação formulada por eles em relação à imagem. Trata-se ali sobre o tempo intrínseco, quer dizer, produzido da imagem (que nesse trabalho é o tempo do *selfie*) e o outro, extrínseco, produzido fora a imagem, o tempo físico, do desgaste e o tempo cronológico, do relógio. Sendo o tempo do desgaste inerente à matéria, diferencia-se o tempo cronológico. O tempo do relógio marca o passado e o tempo do *selfie* marca o presente; o tempo do relógio é história, o tempo do *selfie* é toda experiência. O *selfie* habitualmente não se presta à recordação, seu tempo se presta à vivência, ao momento.

Philippe Dubois, em seu livro *O ato fotográfico* (2014), já refletia sobre o deslocamento produzido pela fotografia a partir deste princípio e cita o filósofo pré-socrático Zenão de Aleia (490 a.C - 430 a.C) com seus argumentos para provar a falta de movimento que prende a fotografia no deslocamento.

Você diz que o movimento existe pois, se atiro uma flecha com meu arco, esta irá do ponto A (o arco) ao ponto B (o alvo). E isso é movimento. Eu respondo que de fato essa flecha não deixa de estar imóvel, que ela só pode na realidade, como tal, ocupar uma posição diferente no espaço a cada instante. Em outras palavras, em cada fragmento do tempo. (DUBOIS, 2014, p. 165-166)

A ideia do pensamento de Zenão de Aleia se encaixa na característica temporal do *selfie* é explicada por Dubois ao dizer que Zenão foi o primeiro a pensar todo o dispositivo-cinema. Talvez porque Zenão se dedicasse a pensar paradoxos de definições cunhadas, ele tenha deslocado a ideia de tempo para que refratasse a Modernidade com tanta antecedência. Coincidência ou não, é certo que a fotografia em seu período pós-surgimento (1839) começou a atender a necessidades maquinais da sociedade. A Revolução Industrial (fins de século XVIII - começo de século XIX) fez com que a sociedade passasse a se valer de artefatos industrializados para operar com suas necessidades espaço-temporais no sentido de dinamizar-se e a fotografia foi assim significada também. “O apogeu da fotografia coincidiu com a brutal aceleração temporal que marcou a Era Moderna” (LISSOVSKY, 2014, p. 192). A partir de dado momento a fotografia era realizada para atender a necessidades de preservação de passado, já que os novos moldes sociais já exigiam mais ação do Homem que outrora.

O Homem da Revolução Industrial, ou moderno, com tanto a produzir, a processar, a acumular, utilizou-se da fotografia para alocar seus passados os quais já não conseguia dispor. Por isso a validade da alusão do pensamento sobre o deslocamento de

Zenão: a fotografia produto na Modernidade já servia à guarda de passado indo contra uma temporalidade que

implica uma cronologia que não acumula, não inscreve, não totaliza, não se capitaliza numa memória plena e contínua; é, ao contrário, uma temporalidade do *passo a passo*, do instante, do esquecimento, um tempo sem antecedente nem posterioridade, um tempo da singularidade em que cada tomada forma um buraco, um tempo do próprio batimento temporal, uma memória desamarrada da qual mais uma vez a fotografia, a meu ver, é um modelo teórico. (DUBOIS, 2014, p. 166)

O Homem, estando cada vez mais vivenciando o presente, em que sua capacidade de atuação está reduzida (vide o não processamento de seu passado, que alicerçaria sua identidade), tem no *selfie* a garantia de participação uma vez que as RSVs, maior espaço do *selfie*, precisam do 'eu'. Cita-se à colocação da psicanalista Jô Gondar (2003), na qual afirma que

A memória, mais do que parte integrante na criação de um novo modo de existência, é a sua criação mesma [...]. Desta maneira, a memória — ou talvez fosse melhor dizer as memórias — com superfícies pulsantes, capazes de reverter o poder em potência tornam-se ferramentas. (p. 42)

O *selfie* é da ordem da atualidade e tem em sua estrutura o próprio autor. Este, com postura fluida, pressionado pelo sistema produtivo de série, de grande mobilidade, no *selfie*, comanda seu tempo de permanência, experimenta a autonomia no ficar/sair, joga com suas memórias em um espaço árido à atitude.

1.3. Memória Coletiva no espaço virtual: o lugar do *selfie*:

Abordar a localização do *selfie* na memória arregimentada no espaço virtual é necessário, pois ao discuti-la sob o conceito de Memória Coletiva, conectam-se as ideias de realidade e virtualidade, dimensões de existência mais fortemente coadunadas hoje em dia. Sustenta-se aqui que o *selfie* está emparelhado à Memória Coletiva e ambos têm a produção oriunda do mesmo plano: a experiência. Sendo assim, e tendo em mente que o lugar da fotografia é o real, o *selfie* está na realização daquilo que é virtual, na movimentação do Homem por entre os espaços e, justamente por localizar-se na movimentação da experiência vivenciada nos meandros da vida no espaço físico e nas

RSVs, na produção dessa fotografia há o processo de retroalimentação da experiência e da memória. O *selfie* orienta a experiência do físico para o virtual, ratificando este espaço como um local real. Para o exposto acima, uma vez que toma-se a memória como algo em constante elaboração e se percebe a aura de linguagem que um retrato *selfie* tem para produzir experiências narrativas, pensa-se que, no mínimo, há duas questões relevantes: apesar do visível excesso de informação que o uso das RSVs corrobora, o Homem exerce considerável autonomia em relação a experienciar ou não, e enfocando o fotografar, acredita-se que o *selfie* é uma fotografia produzida para e com a realidade, lembrado a diegese: um fenômeno recorrente nos estudos das ficções. Abaixo, discutir-se-á tais questões.

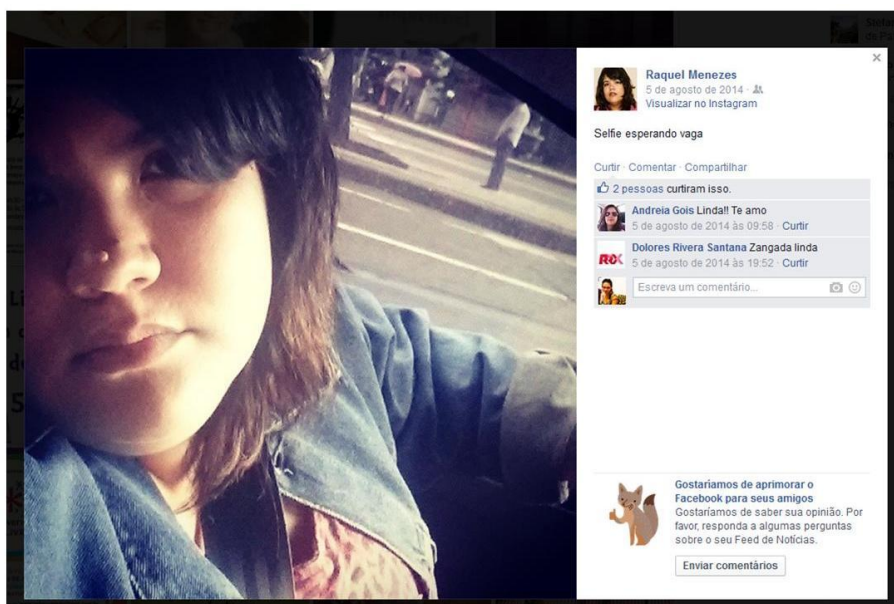


Figura 8

Na figura 8, surge a usuária do Facebook Raquel em um *selfie* postado nesta rede, em que a legenda escrita por ela diz "selfie esperando vaga", numa referência de que o *selfie* não está na fotografia propriamente, mas na disposição narrativa que acomoda na RSV a experiência do esperar. Nota-se também que a pose dela 'conta' como está sendo a experiência, garantindo, além da "mediação entre o homem e o mundo" (FLUSSER, 2011, p. 23), a movimentação da experiência por entre o público que tem acesso à postagem dela, gerando mais narrativas.

Esta movimentação é central para discussão da Memória Coletiva que trama o *selfie* porque ela dá projeção exponencial a uma narrativa que há cerca de 15 anos não

chegava a tantos interlocutores de uma só vez como agora, dado que a 'fala' em uma RSV, comunmente coloquial e da esfera da vida privada, é externada para a quantidade de 'amigos' que o usuário possui (e esses números são da casa das centenas em geral), enquanto se fosse externada no espaço físico, a mensagem seria passada para um ou alguns interlocutores os quais teriam relação objetiva com o assunto em pauta.

A 'fala' em RSV ir para todos os 'amigos' do usuário⁸, os que têm envolvimento direto com a situação e os outros, faz com que a alimentação da Memória Coletiva seja mais densa. Desde então, influirá em sua composição, não só as experiências e narrativas nas quais cada um está comprometido na realidade, mas também as que geram envolvimento potencial (envolvimento virtual), a depender do interlocutor querer ou não estar envolvido.

O envolvimento ou não com a experiência narrada virtualmente depender da vontade do interlocutor da mensagem, inclusive dos que estão objetivamente envolvidos no *post*, é outro ponto de alteração da Memória Coletiva da população desses espaços e vai ao encontro das características desse sistema cultural estruturado em torno do 'eu'. O prisma humano do *selfie*, conferido pela fotografia, vai à RSV exercer agência nas situações lá desencadeadas e reivindicar sua presença como alguém consciente do si, detentor do direito e da habilidade de manejar sua movimentação em ambos os lugares, e não como um perfil integrante de um banco de dados unicamente.

A dinâmica do 'eu' sugere que esta memória, então, passe a ser composta de forma fragmentada/selecionada, não por ser menos importante nesse contexto, mas porque o individual, e as aspirações particulares de cada 'eu', está na agulha dessa trama. Nesse sentido, tem-se a discussão sobre as consequências da dicotomia lembrança e esquecimento na Memória enquanto um constructo social, que ganhou força com a ocupação da internet pelos usuários. Considerando-se que as teorias que cercam os estudos de Memória indicam que é preciso esquecer para lembrar, a polêmica sobre a constituição de Memória nas RSV é instaurada pelo fato de que, a princípio, o excesso de informação a que se tem acesso nesses ambientes não permite que se crie o típico 'vazio' do esquecimento e por isso as pessoas têm tido sua capacidade de lembrar alijada.

⁸ O Facebook oferece a opção de configurar a privacidade do *post*, selecionando as pessoas que podem visualizá-lo. Porém, a opção padrão do *post* é 'público'.

No entanto, concorda-se com a relativização feita por Andreas Huyssen (2000, p. 15) sobre a separação do espaço físico e virtual para fins de discussões de Memória. Se ainda estamos vivendo, é porque a memória está sendo operada para tal. O que parece acontecer em relação às pessoas estarem mais e mais dependentes de suportes que as lembrem de suas experiências (por exemplo, o Facebook agora nos lembra de momentos marcantes segundo seleção da própria plataforma que faz essa análise com base na quantidade de interação gerada pelo *post*:



Figura 9

Anunciando isso, de acordo com a figura 9, como: Suas lembranças no Facebook/ 'Usuário', consideramos importante preservar as memórias que você compartilha aqui. Achamos que você gostaria de relembrar esta publicação de 'X' ano atrás) é que a aceleração do dia a dia e o volume de acontecimentos dos quais se participa direta ou indiretamente hoje em dia fazer com que o período que se tem para esquecer e lembrar esteja diminuído.

O outro ponto importante para se falar de Memória Coletiva e *selfies* tem a ver com o aspecto fotográfico analisado num entre a cinematografia e a fotografia. Dubois,

em *O ato fotográfico* (2014), classifica os espaços fotográficos em 4 tipos e, ao falar sobre o espaço referencial (a integralidade do ambiente em que a fotografia é feita) em relação ao espaço parcial (recortado pela fotografia), destaca a ideia do fora do campo e dentro do campo. Nesse ponto da obra, Dubois (*idem*) afirma que toda fotografia porta uma presença virtual, vinda dessa relação do fora com o dentro e cita Stanley Cavell (1971 *apud* DUBOIS, 2014, p. 179): "A presença virtual do resto do mundo e sua evicção explícita são tão essenciais para a experiência de uma fotografia quanto o que ela apresenta explicitamente".

Isso interessa pois, ao desenvolver a reflexão, Dubois (2014) ressalta que a cinematografia difere da fotografia porque a primeira tem o seu fora de campo inscrito no movimento e capturado pela duração, e tem sempre um espaço ativo diegesicamente pelo jogo da narrativa. "Um personagem que se vê sair do campo à direita é seguido imaginariamente em seu espaço *off*, pode nele realizar uma ação e voltar posteriormente para o campo visual" (DUBOIS, 2014, p. 180) é o que pontua o autor para ilustrar a condição cinematográfica. E ele segue dizendo que, ao contrário, na fotografia, o fora do campo da não tem qualquer duração.

O *selfie*, por conta de sua efetivação com a postagem na RSV, tem o fora de campo e o dentro de campo da fotografia, mas com a duração da cinematografia, em detrimento do movimento gerado pela interação dos usuários que têm acesso a tal postagem. O fato desse retrato se ressignificar na RSV como experiência fornece a duração que, apesar de ser produzida com o formato da fotografia tradicional, a diegese, proporcionada pela continuidade narrativa que as RSVs, confere ao retrato. O citado autor conclui, então, que "em foto, o fora de campo é *literal*, no cinema é *metafórico*" (DUBOIS, 2014, p. 181, grifos do autor). No *selfie*, o fora de campo é real.

Aproveita-se a ideia de diegese no sentido de ilustrar, e assim trabalhar, o cerne da problemática. A diegese é a representação da realidade em uma obra ficcional. Trata-se de uma palavra de origem grega, com significado literal 'guiar através' (RAMIRO, 2013). Esta palavra, desde sua constituição, foi usada para significar 'narrativa'. Na língua portuguesa corrente, a diegese está relacionada à simultaneidade das ações em planos distintos, é a realidade do plano físico que se passa na realidade ficcional. Por exemplo, há o videoclipe da música *Ela é top* (2012). Nele, a personagem 'ela' faz seus autorretratos e os posta no Facebook. Se esta ação de fato aconteceu, não foi mera

encenação, pode-se dizer que foi diegésica⁹, pois foi uma ação real feita durante um tempo e espaço outro, o ficcional.

Este conceito, não obstante seja um conceito voltado para estudos das ficções, serve a esta pesquisa para esclarecer o campo de ação do *selfie* enquanto experiência, a julgar pelo ambiente das RSVs, muitas vezes, passar-se por um cenário, com cinismo e sinceridade (como será desenvolvido ainda neste item), nem sempre bem marcados. Ainda, seu plano virtual, permite a ilusão relativa ao cinema, da duração fora do campo. Ao se deparar com o *selfie*, via de regra, dialoga-se com esta fotografia com base no histórico de vida que se conhece previamente da pessoa que o protagoniza. A interação com dada imagem abrange, assim, a duração da dinâmica da vida do então sujeito que está se expondo no *selfie*.

A experiência física é levada ao virtual por questões inatas ao cotidiano dos tempos atuais. Negar o espaço virtual como um centro de vivência de todos nós já não é razoável. A discussão de DUBOIS (2014) sobre a diegese explica a localização da memória acionada nas experiências no espaço virtual.

Nota-se que Dubois considera o fato da fotografia implicar "um resto, um resíduo, um outro: o fora de campo, ou espaço 'off'" (2014, p. 179) e ressaltar que "o que uma fotografia não mostra é tão importante quanto o que ela revela. [...], existe uma relação dada como inevitável, existencial, irresistível — do fora com o dentro, que faz com que toda fotografia se leia como portadora de uma presença virtual" (*idem*). Mas, apesar das ideias próximas, quando aqui se diz que, em relação à localização, o *selfie* está num entre o cinema e a fotografia tradicional, não é do recorte, do resto, do rescaldo de campo que se trata para defender a movimentação fora-dentro, e sim da interação físico-virtual. O *selfie* inaugura um espaço constituído do contínuo do cinema e do registro da fotografia. Não há uma memória do espaço físico e uma memória do espaço virtual e o *selfie* é uma marca diegésica disto, uma marca narrativa do acontecimento. Por estar localizado na dimensão do presente, ele une estes dois espaços, resultando na realidade do sujeito que o pratica. O *selfie* guia a experiência por entre os espaços, fazendo com que esta seja peculiar de ambos os planos, e não uma experiência do espaço físico representada no espaço virtual, ou vice-versa.

⁹ Neologismo derivado da palavra 'diegese' para uso neste texto, por causa da necessidade coesiva de um adjetivo que atendesse ao termo.

Quando permitimos que o indivíduo projete uma definição da situação no momento em que aparece diante dos outros, devemos ver também que os outros, mesmo que o seu papel pareça passivo, projetarão de maneira efetiva uma definição da situação, em virtude da resposta dada ao indivíduo e por quaisquer linhas de ação que inaugurem com relação a ele. (GOFFMAN, 2013, p. 21)

A diegese é utilizada aqui porque se parte do princípio que a influência do um no outro somente acontece com a presença — a estada de alguém em algum lugar, a existência (AULETE DIGITAL, 2015) — e por consequência gera memória, e que a sociedade de hoje demanda o intercâmbio dos espaços físico e virtual para dar vazão à mudança de forma na comunicação, motivada por inovações tecnológicas que enfocam na linguagem imagética. A autora Lucia Santaella (2013) coloca que

Enquanto a propagação da palavra humana começou a adquirir dimensões galácticas já no século XV de Gutenberg (...). Hoje, na idade vídeo e infográfica, nossa vida cotidiana — desde a publicidade televisiva ao café da manhã até as últimas notícias no telejornal da meia-noite — está permeada de mensagens visuais de uma maneira tal que tem levado aos apocalípticos da cultura ocidental a deplorar o declínio das mídias verbais. (p. 13)

Apoiando a afirmação de que a comunicação corriqueira, se antes a escrita tinha tanta adesão, com a popularização dos aparelhos de TV, câmeras e dispositivos reprodutores de imagens, conjunto o qual otimiza a comunicação antes grafada, impulsiona a mudança de hábitos do leitor, que hoje em dia se expressa mais e mais por imagens e, também, aponta para a considerável predileção para a leitura destas.

A pretensa espontaneidade no se retratar em *selfie* (sabe-se que as fotos são produzidas, posadas, mas entende-se que toda esta produção se dá em relação ao cinismo e à sinceridade, que serão abordados mais adiante) pode ser deduzida a partir de dados apresentados no www.selfiecity.net, como o grau de felicidade de acordo com as cidades (as pessoas demonstram mais felicidade em Bancoc e São Paulo que em Berlim, Nova York e Moscou) e o fato de mulheres produzirem mais *selfies* que homens, ali também demonstrado.

Seguem os gráficos ilustrativos em que o *site* demonstra o que foi dito acima. Em relação à figura 10, explica-se a legenda como é demonstrada no *site*, pois é uma legenda animada e por isso não pôde ser reproduzida aqui: O grupo vertical superior é de mulheres e o contrário, de homens. Da esquerda para direita, a evolução dos

humores, representados com os *emotions*: ☹ - 😐 - 😊, respectivamente. Expõem-se aqui os gráficos da cidade 'mais feliz' (Bangoc) e 'menos feliz' (Moscou).

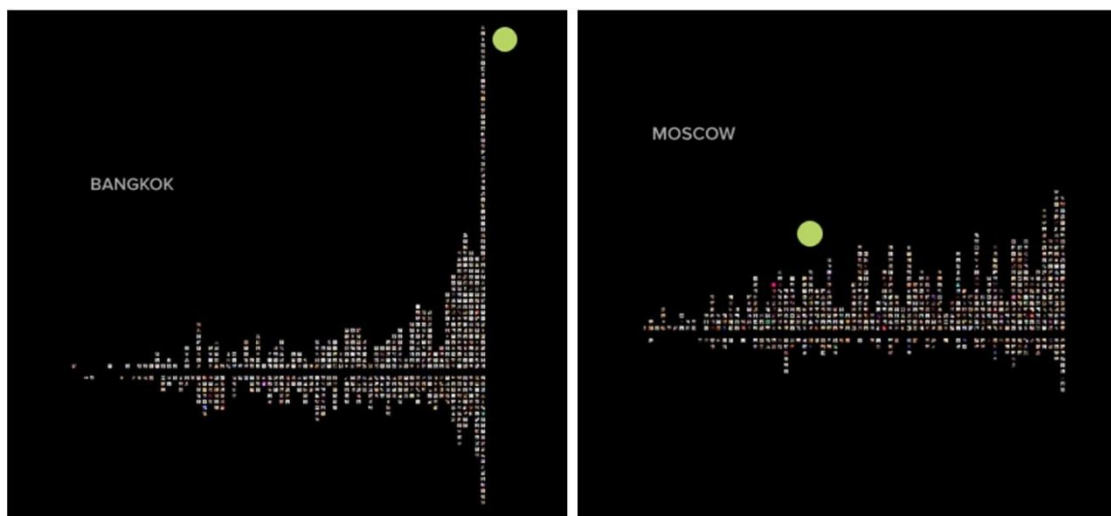


Figura 10

Na figura 11, consta o gráfico produzido pelo *website* para ilustrar a proporção de sexo feminino em *selfies*.

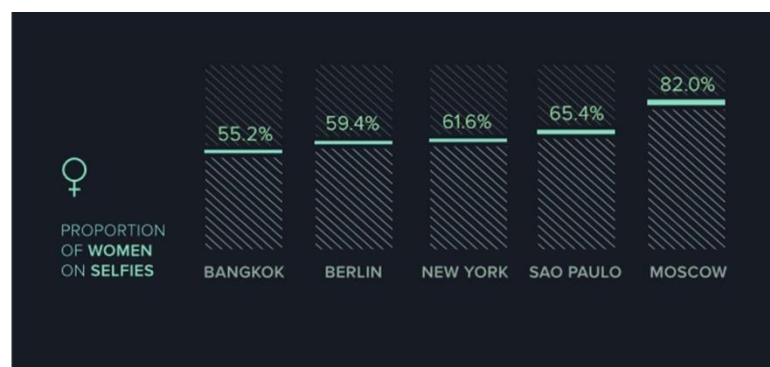


Figura 11

Ambas as características destacadas no gráfico encaixam-se na afirmação de Goffman (2013):

Dada uma representação particular como ponto de referência, será conveniente muitas vezes usar o termo 'região de fachada' para se referir ao lugar onde a representação é executada. [...] Veremos que alguns aspectos de uma representação parecem ser executados não para a plateia, mas para a região de fachada.

A representação de um indivíduo numa região de fachada pode ser vista como um esforço para dar a aparência de que sua atividade nessa região mantém e incorpora certos padrões. (p. 121)¹⁰

O autor expõe essa argumentação no capítulo de seu livro em que discute a ideia de representação do 'eu' quanto às regiões (espaços pré-definidos) e aos comportamentos regionais. Ele argumenta que os indivíduos agem particularmente, mas não isentos de influências das zona de convívio as quais já têm uma série de características (no caso, para o autor, representações) pré-definidas por uma série de razões sócio-histórico-culturais.

Se pessoas são mais felizes em alguns lugares, se mais mulheres fazem *selfies* que homens, essas características englobam ambos os espaços, virtual e físico, de acordo com o que vem sendo desenvolvido aqui. Esta análise do *site* indica a experiência produzida para as determinações e delimitações de convivência do sujeito. Erving Goffman, sociólogo, em sua obra *A representação do eu no cotidiano* (2013), discorre sobre a representação do sujeito na sociedade e suas possibilidades. Segundo ele, o sujeito se posiciona na sociedade sob a estratégia de máscaras, analisando representações e se representando de acordo com suas intenções para com os grupos sociais, em um jogo de interações.

Dessa forma, o 'eu' da vida cotidiana desdobra-se em vários a partir de expressões emitidas, as quais o sujeito expõe, e transmitidas, advindas da interlocução proporcionada pela exposição. Ambas as definições se fazem relevantes, posto que o *selfie* adentra a RSV como uma expressão emitida, com objetivo de criar uma interlocução entre quem faz o *selfie* e seu leitor. Vinda de tal reflexão, a fotografia, marca de uma comunicação tradicional popularizada pela indústria cultural¹¹ que em dado momento passa a investir fortemente na comunicação visual, vem a ser, na

¹⁰ Em seu livro, Erving Goffman define 'fachada' como "a parte do desempenho do indivíduo que funciona regularmente de forma geral e fixa com o fim de definir a situação para os que observam a representação [...] equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação" (2014, p. 34)

¹¹ Indústria Cultural é um conceito elaborado por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, integrantes da Escola de Frankfurt, para nomear a cultura criada e fomentada para atingir uma grande massa populacional. É uma das principais características do Capitalismo.

internet, e por desdobramento, nas RSVs, expressões transmitidas do sujeito que, aludindo a Goffman (2013, p. 14), estão ligadas aos símbolos verbais e seus substitutos (e enfoca-se, aqui, o *selfie* como um símbolo substituto).

O *selfie*, experiência, é uma expressão proposital do sujeito que socializa vínculos, identidade, intencionalidade; tais fatores estão relacionados ao que Goffman (2013) apresenta com metáforas do teatro, visto que o autor defende a ideia de que o cotidiano é mantido a partir de um 'eu' apresentado em personagens variados a depender do contexto, justo como acontece no teatro; e remete a diegese supracitada de Philippe Dubois (2014).

A citação de Robert Park, utilizada por Erving Goffman, sobre a palavra 'pessoa' embasa a discussão acerca do espaço virtual, como outra possibilidade de espaço de convivência além do físico, uma vez que sugere guardar as mesmas características deste:

Não é provavelmente um mero acidente histórico que a palavra "pessoa" em sua acepção primeira, queira dizer máscara. Mas, antes, o reconhecimento do fato de que todo homem está sempre e em todo lugar, mais ou menos conscientemente, representando um papel [...] É nesses papéis que nos conhecemos a nós mesmos. Em certo sentido, e na medida em que esta máscara representa a concepção que formamos de nós mesmos – o papel que nos esforçamos por chegar a viver –, esta máscara é o mais verdadeiro eu, aquilo que gostaríamos de ser. Ao final a concepção que temos de nosso papel torna-se uma segunda natureza e parte integral de nossa personalidade. Entramos no mundo como indivíduos, adquirimos um caráter e nos tornamos pessoas. (PARK, 1950, p. 249 *apud* GOFFMAN, 2013, p. 31)

Quer dizer, é necessário pensar a produção de memória considerando que o sujeito vai ao espaço virtual para configurar seu espaço, assim como faz em seu dia a dia no plano físico. Representa-se no *selfie* como deseja se ilustrar naquele espaço, suas máscaras são expoentes nos *selfies*. A animação, a felicidade, o estresse, a tristeza, a crise, a colocação profissional vão às RSVs no sentido de se humanizar e se contar como bem quer; as máscaras que são expressão do desejo do si.

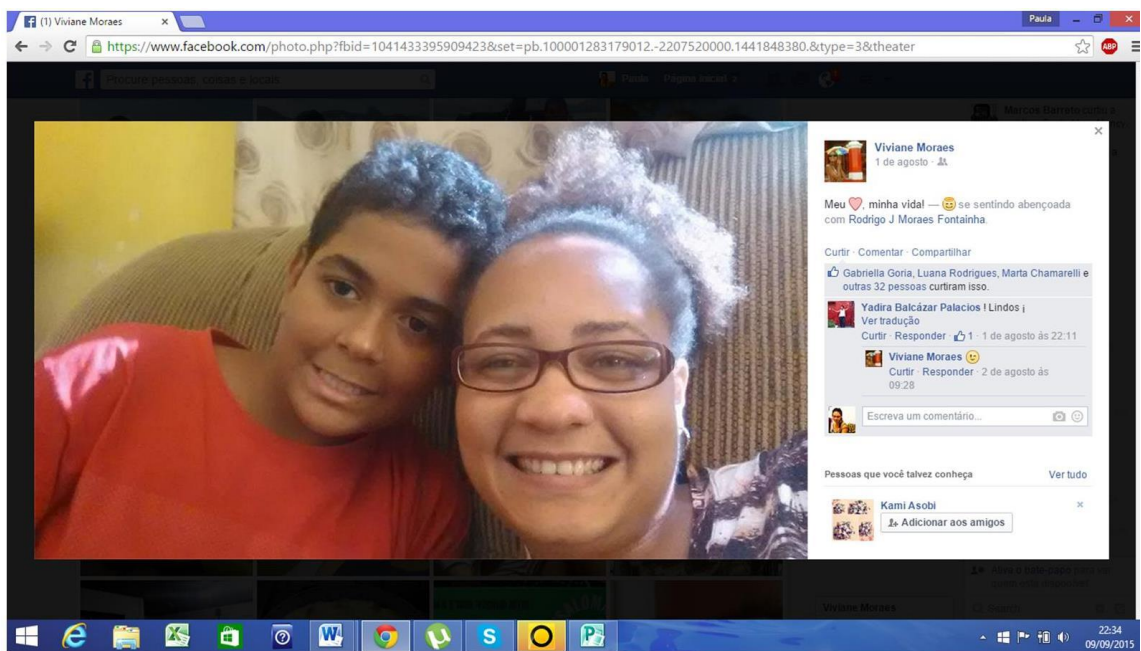


Figura 12

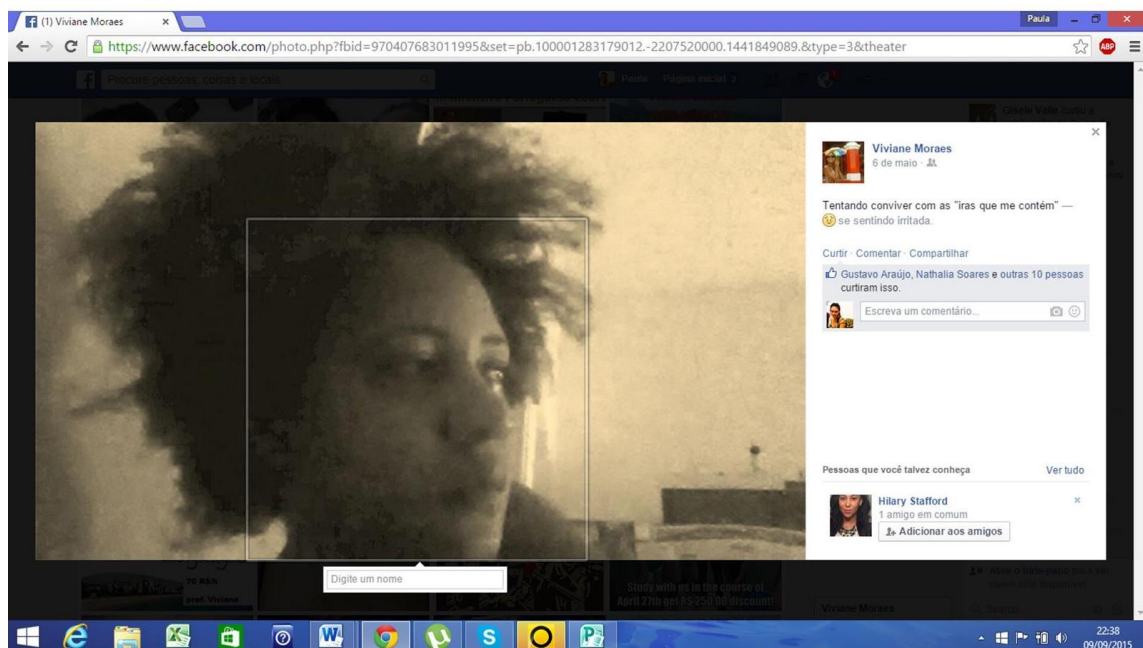


Figura 13

Nas figuras 12 e 13, vê-se Viviane, usuária assídua do Facebook, que produz expressiva quantidade de *selfies*. Suas fotografias, geralmente, são postadas com marcação de localização física e/ou sentimento do determinado momento, apontando para suas diversas máscaras sociais, que ela faz questão de ratificar: Viviane é mãe, gosta de atividades culturais, valoriza seu cabelo crespo, livros e vivencia alguns

“estresses” em sua vida. Acima temos dois exemplos de postagens de Viviane. No primeiro, vê-se Viviane abraçada a seu filho, em um *selfie* com a legenda “meu ♥, minha vida — se sentindo abençoada com Rodrigo Fontainha”; no segundo *selfie*, Viviane se mostra emocionalmente abalada, sob a legenda “tentando conviver com as ‘iras que me contém’ – se sentindo irritada”.

E, por mais que *selfies* sejam fotografias produzidas, posadas, a reflexão desse estudo leva a crer que não há falsidade na construção e na interação dos perfis, o que dialoga com Goffman (2013, p. 30), quando afirma que “quando o indivíduo não crê em sua própria atuação e não se interessa em última análise pelo que o público acredita, podemos chamá-lo de cínico, reservando o termo ‘sincero’ para os que acreditam na impressão criada por sua representação”. Não se trata do *que é* o perfil, mas *como é*. As adjetivações pertencem ao meio e não aos seus destinatários, que mesmo quando partem do próprio sujeito são reflexos das situações perante as quais eles estão.

De acordo com a interação pretendida, elenca-se o público que se deseja envolver na interlocução, sendo esta escolha determinada por propósitos de vida que vão desde pessoais até profissionais, e também de acordo com o senso de apresentação do indivíduo, em que há a intencionalidade e a espontaneidade na exposição.

Erving Goffman refere-se à representação como “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência” (GOFFMAN, 2013, p. 34). O *selfie*, enquanto estende a experiência no espaço físico para o virtual e a sistemática de interação do Facebook em que as curtidas, comentários e compartilhamentos significam expansão de uma presença, é o apelo de representação do sujeito em usuário (não meramente a representação estética, identidade e demais características intrínsecas ao ser humano, mas, sobretudo a representação constituinte de experiência. Trata-se de um dos *corpora* virtuais possíveis) para que sejam legitimadas experiências que compreendem o espaço virtual, e por isso, o indivíduo moldará sua fachada, “equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (*idem*), assim como molda seu discurso de acordo com circunstâncias sociais.

A condição de existência de memória está nessa movimentação que o Homem insiste em fazer por entre tantos espaços quanto sua imaginação consegue conceber porque sua essência é plural. A interferência do Homem ao movimentar-se no espaço virtual para a Memória Coletiva, desse modo, não é diferente da proporcionada pelo movimento no espaço físico, mas evoca um ponto que merece atenção independentemente dos tipos de espaço de que se trata.

É necessário entender que traços e vestígios dos acontecimentos, corriqueiros ou especiais, são substanciais e que por isso são potências de memória. O que articula memória é a circunstância enredada por estes objetos (DODEBEI, 2005, p. 43). O *selfie* opera memória nesse sentido, pois dota os acontecimentos postados nas RSVs de experiência advinda de toda aquela interação que ele pode vir a gerar.

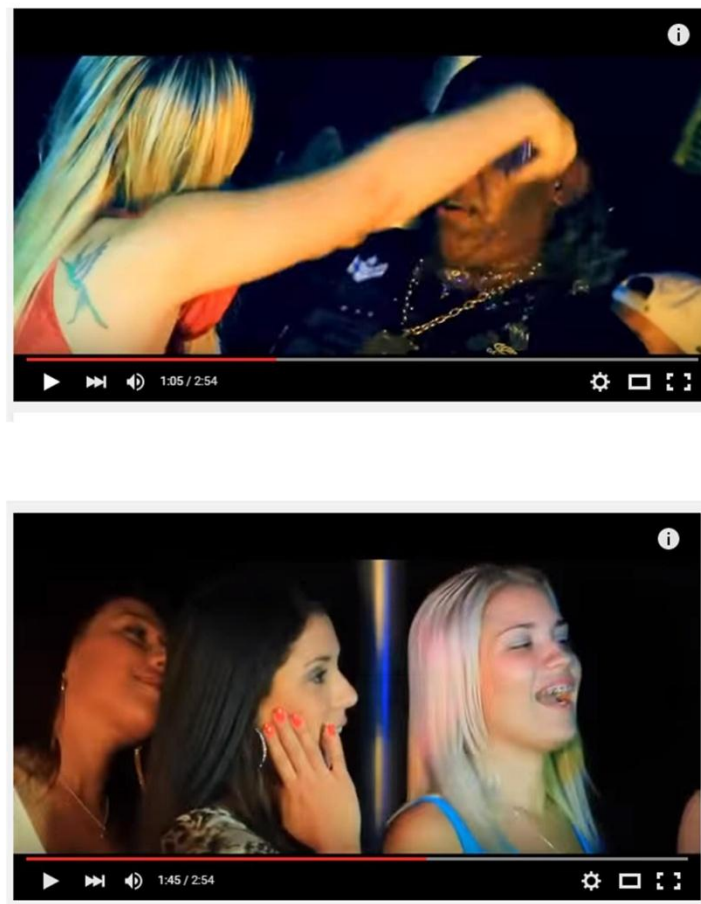


Figura 14

Novamente, utiliza-se a música "Ela é top" (2012) para ilustrar a explanação. De acordo com a figura 14, nota-se que quando a personagem autora dos *selfies* chega no baile, e passa a ser o centro das atenções do lugar, sua presença provoca alvoroço nos

homens e irritação nas mulheres, inclusive nas pessoas que não têm envolvimento direto com ela, e altera as circunstâncias de acontecimento da festa que transcorria sob ares diferentes destes: não é só a moça morena que motiva a nova circunstância em que se dá a festa. A experiência compartilhada por ela, pelas outras mulheres e homens que lá estão, as suas diversas representações divulgadas em *selfies*, a impressão que estas representações causaram em seus 'amigos' na RSV e como estes significaram tais impressões em suas vivências são os responsáveis por este processo.

2. O *SELFIE* COMO SIGNIFICANTE DOS ESPAÇO VIRTUAL:

2.1. *Selfies*, suas categorias e a cultura dos 'eus' — personas da contemporaneidade:

Na tentativa de refletir sobre a disposição do *selfie* nos espaços físicos, para averiguar como seus autores significam os ambientes escolhidos para a composição fotográfica e as determinantes influências para a construção das identidades de cada uma das personas reverberadas a partir deste autorretrato, para conduzir a discussão, tomou-se a localização de sua produção que, animada pela autoimagem do Homem, faz do espaço virtual um espaço habitado.

Isso nos leva a pensar que, originada de avanços tecnológicos que acoplam câmeras nos aparelhos eletrônicos usados no dia a dia, sua popularização propõe que há algo além da necessidade de auto exposição, característica da sociedade de consumo. Primeiramente possibilitado por uma *webcam* e sem utilidade relevante, o *selfie* culmina por se difundir na interação dos usuários das RSVs, sendo eleita a 'palavra do ano de 2013' pelo dicionário Oxford¹². A ideia de que o *selfie* é utilizado como forma de experienciar no espaço virtual é apoiada pelo fato das RSVs, apesar de serem mantidas por capital privado, existirem por conta da interação promovida por seus usuários, a qual não aconteceria se as representações lá lançadas não fossem pertinentes ao espaço físico também.

Desde sua definição, a ideia original de *selfie* tem sido constantemente visitada pelas pessoas que o praticam, dotando este autorretrato de novas influências narrativas e renovando suas atribuições. Ao longo da leitura desta dissertação, talvez seja perceptível o aspecto dual do conceito do *selfie* que ora supõe uma ferramenta, ora um produto. A atualização do conceito tem se dado com maior força no balanceamento de influências desses dois aspectos. Como já característico pela História de uso dos artefatos que cria, o Homem inicia a prática do *selfie* com base na ferramenta/suporte abstrato que é e o costume leva a usá-lo como meio/dispositivo. O fazer um *selfie* reside

¹² O *Oxford* todo ano elege uma palavra que foi muito utilizada e, de acordo com uma reportagem do *Jornal O Globo* (G1, 2013), os editores do dicionário informaram que o uso da palavra *selfie* aumentou 17.000% desde 2012, principalmente por causa das celebridades, que começaram a fazer uso constante de *selfies*. Curiosamente, no videoclipe da música que ilustra este trabalho, a personagem é uma pessoa pública que está nas páginas das revistas.

fortemente no discurso de levar a experiência para o espaço virtual. Como consequência, a ideia de ‘autorretrato tirado para ser postado em redes sociais’ já derivou para além da ênfase no processo de feitura da fotografia. Hoje em dia, o fazer um *selfie* está fortemente atrelado a ‘fazer-se na rede’, a ponto de usuários assumirem outras fotos, desde que contenha uma presença mínima do ‘eu’, como *selfies*.

Em pesquisa na internet, é fácil encontrar pelo menos duas dezenas de tipos de *selfies*. Alguns deles têm poucas diferenças em relação ao autorretrato padrão, como os *selfies* na companhia de celebridades e os *selfies* com políticos ou o *selfie* na academia e o *selfie* de partes do corpo em lugares paradisíacos, entretanto outros trazem elementos mais particulares, como por exemplo, *selfie* de comida e *selfie* de bichos. No *selfie* de comida, em que a aparência da comida e/ou o local onde a consome são muito importantes, é interessante pensar que o produto consumido representa integralmente o autor do *selfie* que não aparece objetivamente na composição que posta como sendo um autorretrato. No *selfie* de bichos, o autor do *selfie* assume uma persona animalizada. Geralmente, nesses *selfies* os animais usados como representação são animais de estimação, equilibrando este possível desejo de ser não somente humano e experienciar a vida de um cachorro, por exemplo (o que no espaço físico seria tomado por distúrbio mental, provavelmente) e o conjunto ético-moral que molda o Homem social.

Os sujeitos criam suas representações geralmente já com respaldo de alguma demanda social (GOFFMAN, 2013) e são reconhecidos de acordo com as identidades que publicam. A personagem do videoclipe já apareceu no início desta dissertação em fotos em que ela se ‘produz’ e se expõe por intermédio dos *selfies*. Agora, nas figuras 15 e 16, vemos a interação dela com o público para o qual ela se representa como uma mulher desejada nas RSVs. A lembrança que o homem tem sobre a moça, fruto da interação deles na internet, remete ao momento em que ele percebe que ela é no supermercado, e as lembranças ativadas pelos *selfies* dela o fazem desejá-la.



Figura 15



Figura 16

Tamanho quantidade de composições fotográficas que são consideradas *selfies* leva à reflexão de que a noção de espetacularização da sociedade, anunciada por Guy Debord (1997) não foi mera nomenclatura. Na obra, o autor expõe uma organização social estruturada para gerir as diversas representações do 'eu', tendo como pré-requisito realizar essas figuras que, se não eram ainda tidas como virtuais, haja vista uma série de elucubrações psicológicas que envolvem as representações e os Homens, muitas vezes, sugeriam ser ficcionais na percepção da autora desta dissertação. Da mesma forma que a mente distraída aviva o personagem de uma obra ficcional nos devaneios, essa mente também aviva as representações que desejamos ser e que não estão realizadas por diversos motivos.

A estratégia do mercado, então, logo aponta para o sucesso de propor o consumo: não das representações realizadas, mas da possibilidade de realizar estas tais realizações desejadas, de modo a tocar o caro sonho de ser que move o ser humano pela vida.

Para isso, faz-se uma peculiar movimentação fornecendo ao Homem suportes/dispositivos que lhe permitam virtualizar seu íntimo (como a editora, por exemplo, faz com o personagem imaginado por um autor). Estes suportes/dispositivos, via de regra, têm alto valor de mercado e vida útil reduzida. Ainda, como contrapartida do investimento elevado que o Homem 'precisa' adotar, as empresas oferecem outros produtos constantemente, com mais funções, mais possibilidades de realização de personas, que chegam ao convívio social cada vez mais 'vivas' — ao vivo, como traz Paula Sibilia (2008): "Quanto mais a vida humana é ficcionalizada e estetizada com recursos midiáticos, mais avidamente se procura uma experiência autêntica ou verdadeira". (p. 195)

Diante do panorama apresentado, é válido refletir como o *selfie* influi na composição da cultura. Neste caso, uma prática cultural nascida do mercado e surgida das técnicas que utilizam dispositivos, como descrito no livro *O que é indústria cultural?* (1980), de Teixeira Coelho, que nos explica o conceito cunhado por Theodor Adorno (1903-1969). Na obra, Teixeira Coelho traduz que, para existir cultura de massa, foi necessária a invenção de produtos de entretenimento que projetassem estilos de vida e de fácil compreensão pelo grande público, como o romance de folhetim e as novelas. Estes deveriam ser produzidos por outras pessoas que não eram as mesmas que os consumiriam. (COELHO, 1980, p. 6). Observa-se que o fato de o *selfie* ser produzido pelos que o consomem, indo ao encontro de que Coelho explica, é mais um indício de que há uma carga de agência forte no *selfie* que presentifica o sujeito nas RSVs.

Terry Eagleton, no começo de seu livro *A ideia de cultura* (2011), coloca que "o conceito de cultura, etimologicamente falando, é um conceito derivado da natureza" (p. 9). Como dispositivo para a autoimagem, a qual é comum ao Homem atual, o *selfie*, da forma como vem sendo produzido, narrando o cotidiano humano nas RSVs, é um derivado da natureza de estar presente do Homem. Há várias maneiras de se pensar e definir cultura; afirma o autor que "cultura é considerada uma das duas ou três palavras mais complexas de nossa língua" (*idem*). Com o intuito de pensar o espaço virtual como

um contíguo do espaço físico, conjugam-se reflexões acerca do *modus operandi* de ambos.

Traz-se novamente a diegese de Philippe Dubois (2012), pois este conceito trabalha justamente a interface do real com o ficcional. Entende-se que ficcional e virtual não sejam o mesmo lugar, mas é possível considerar que, de acordo com as teorias sobre a representação do sujeito de Goffman (2013), sobre a atual configuração de identidades móveis e fluidas, segundo Hall (2006), e sobre a imperiosidade das narrativas por vias de imagem com que se que convive atualmente nas RSVs, o sujeito age em sociedade de forma muito similar à atuação dos atores nas obras ficcionais, elencando seus personagens e modulando seus discursos. A discursividade narrativa do *selfie*, no plano da memória, acontece na necessidade dos usuários se comunicarem nas RSVs com a atuação do indivíduo na imagem. Pensa-se o *selfie* como um destabilizador das situações postas no ambiente, ativando lembranças em seus interlocutores, promovendo a continuidade narrativa que age para a realização do Homem na virtualidade, indicando seu o posicionamento frente aos acontecimentos do mundo e discutindo seus princípios e opiniões.



Figura 17

Na figura 17, vê-se um exemplo bem claro de como isso funciona. Lá estão a Joana e o marido em um *selfie* postado no Facebook feito durante uma manifestação da CUT (Central Única dos Trabalhadores) em São Paulo, capital. Eles têm uma trajetória de militância política e são muito atuantes, tal como outras fotografias dos dois que

podem ser encontradas nos perfis de ambos, incluindo *selfies*, revelam. A partir destes, Joana se posiciona e discute suas opiniões políticas com demais usuários de sua rede de contatos na plataforma.

O testemunho que há em um *selfie* como este, uma imagem emergida de um universo regido pela linguagem visual, e que falam a partir de lembranças — e não a partir da seara de informações em que a sociedade capitalista atual está ambientada — contempla o posicionamento do *selfie* enquanto narrativa, pois renova a narrativa benjaminiana para as demandas de hoje. Na atualidade, a imagem não é supérflua e as câmeras funcionam como uma extensão do olhar; sendo que as lembranças oriundas dessas imagens nas RSVs operam em uma relação de simbiose com esta tal sociedade capitalista que infla de dados a vida do Homem. Atenta-se para que "se cada sociedade tem seus tipos de máquina, é porque elas são o correlato de expressões sociais capazes de lhes fazer nascer e delas se servir como verdadeiros órgãos da realidade nascente" (PARENTE, 1993, p. 15). *Selfies* estão cheios do devir que realiza experiência no espaço virtual e leva às RSVs uma espécie de histórico de vida do usuário 'embutido' em sua presentificação na rede.

O discurso que o *selfie* traz vai além do texto visual porque não é passado registrado, como no caso das demais fotografias que são postadas nas RSVs, mas sim um discurso que está sendo enunciado, que está acontecendo no lugar da fala que o sujeito, por uma série de prerrogativas sociais (GOFFMAN, 2013), escolhe para tal e, como embebido na experiência que está, tem seu tempo no presente da produção de memória e identidade. Portanto, as identidades que estão presentes no *selfie* advêm não de uma memória arraigada ao espaço físico e representada no espaço virtual, mas do próprio espaço virtual, uma vez que a narrativa está acontecendo lá simultaneamente, a vivência, *idem*.

O filósofo Paul Ricoeur, em seus *Percursos do reconhecimento* (2006), discorre sobre o poder narrar e narrar-se, pontuando que "sob a forma reflexiva do 'narrar-se', a identidade pessoal se projeta como identidade reflexiva" (RICOEUR, 2006, p. 114) e associa a identidade pessoal, a identidade que estes tempos do individual requisitam ao sujeito, à identidade narrativa.

Assim, a identidade do *selfie* parece oriunda não da necessidade de narrar peculiar ao Homem em relação à coletividade, mas da necessidade do narrar-se, peculiar

ao Homem atual. As identidades advindas das narrativas do *selfie* cumprem a função de permitir que o participante das RSVs tenha um grau de autonomia de sua condição de atuante na sociedade, como afirma Canclini (2010), de um universo de consumo; permite que ele, ao invés de ter de mostrar uma comprovação de quem é, fornecida por uma instituição, possa responder isso por si.

Retoma-se à pluralização dos tipos de *selfie* mencionados no início deste subcapítulo, para concluir que a diversidade de *selfies* está relacionada a uma espécie de retroalimentação entre consciência e consumo, entre o saber-se e o compreender-se dentro da lógica social vigente, alicerçada no comunicar-se, publicizar-se. Para isso, o espaço biográfico é ampliado até a imaginação. Não está mais originalmente preso aos preceitos éticos e morais, filia-se a estes dependendo de suas intenções para com o meio. Em uma cultura que propicia viver boa parte do tempo travestindo-se de quantas personas quiser acumular, o *selfie* atende a seus autores sob o *slogan*, frase do poeta Rimbaud em correspondência endereçada a Georges Izambard, "Eu é um outro"¹³.

2.2 O artefato 'pau de *selfie*', sua práxis e consequências:

Apesar de ao longo deste texto evidenciar-se o conceito de *selfie* como autorretrato postado em RSVs, no subcapítulo anterior observou-se que há ressignificações para o propósito deste autorretrato. Não se pode afirmar que um *selfie* foi tirado para ser publicado, por mais que se suponha que mesmo que não haja a postagem, o autor do *selfie* tenha em mente a divulgação em RSV ao se fotografar. O 'pau de *selfie*' é um instrumento que, a princípio, serve ao *selfie* e também à produção de uma fotografia qualquer, sobretudo autorretratos, pois está para o celular como o tripé está para as câmeras. É um instrumento no qual se fixa o *smartphone* para fazer uma fotografia com ângulo de composição ampliado que estende o panorama da composição. Ele utiliza a câmera frontal dos aparelhos e possui um botão disparador na base de seu cabo, ou um controle remoto; sua finalidade é simular uma materialidade para o *selfie*, inserindo elementos secundários à composição, pessoas e boa parte do corpo do fotógrafo na fotografia.

¹³ Tradução livre. Original: *Je est un autre*. Disponível em: <<http://www.mag4.net/Rimbaud/Documents1.html>>. Acesso em: 17/2/2016.

Em conformidade com a delimitação teórica desta pesquisa, considerar-se-á a seguir a utilidade na produção de *selfies* postados em RSVs para uma breve reflexão sobre o artefato em voga. No entanto, faz-se a observação de não ter sido encontrada teorização específica sobre o produto. Por isso, arrisca-se a possibilidade de sua origem, bem como não se propõe uma argumentação teoricamente comprovada e fechada, mas um diálogo com autores já antes mencionados.

É possível que a criação do produto 'pau de *selfie*' seja uma iniciativa das empresas que, notando a vontade do Homem de compartilhar mais do que si próprio, mas de compartilhar uma parcela maior da experiência narrada e também de ter mais de seu corpo, base de si próprio, no contexto vivido, uma vez que o Homem é extremamente social e que o enfoque atual no 'eu' não significa isolar-se do mundo, e sim, isolar-se no mundo. Este instrumento parece advindo do entrelace da velocidade com que as empresas lançam novos produtos no mercado com a vontade crescente do Homem se ver de corpo presente em suas experiências. O 'pau de *selfie*', um suporte para *smartphones* lançado em 2014¹⁴, foi muito bem recebido pelos consumidores dos locais onde o *selfie* é uma prática difundida. É um artefato relativamente barato e vendido tanto em lojas quanto por vendedores autônomos. Sua utilização tem despertado polêmica entre o grupo de pessoas que simpatizam e/ou o usam e o grupo de pessoas que negativizam o uso, com a justificativa de que o 'pau de *selfie*' é mais uma armadilha do constante processo de automatização sob o qual o Homem atual vive.

Aqui, o citado bastão motiva a cogitação sobre como a extensão do braço com a qual se tira a fotografia e a consequente ampliação do campo focal da composição podem interferir na proposta do *selfie*. Para ilustrar o exposto acima, há a figura 18, tirada do jornal *O Globo*, na qual um casal está usando o 'pau de *selfie*' em um dos pontos turísticos mais famosos da cidade do Rio de Janeiro e a figura 19, do *site Vilamulher*, que é uma fotografia tirada com suporte do 'pau de *selfie*'. O 'pau de *selfie*' tem sido bastante utilizado por dois motivos: para incluir grupos maiores de pessoas nos *selfies* e para ampliar o cenário do *selfie*, incluindo elementos do local aonde se deseja fotografar-se, já que *close* do *selfie* tradicional, em geral registra somente seu autor.

¹⁴ A ideia de usar um bastão para segurar a câmera para um autorretrato com cenário ampliado não é nova. O periódico inglês Daily Mail OnLine postou em seu twitter em 2014 um autorretrato de Helen e Arnold Hogg no casamento deles, em 1926 com um bastão para câmera com a legenda "selfie taken" (em português: tirada por mim mesmo). Para acessar a fotografia: https://twitter.com/MailOnline/status/547697041330429952/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw.



Figura 18



Figura 19

Nesse ponto, agrega-se a imagem do *flâneur* de Walter Benjamin (1996) numa discussão sobre a cidade e a vida pública virtual a partir de Mike Featherstone (2000). A ideia do *flâneur* é aquele Homem que no início do século XX começa a perder espaço por causa da construção de uma série de prédios e pela quantidade de carros nas ruas que reconfiguram e privatizam os espaços da cidade, Featherstone fornece algumas hipóteses para o não declínio da *flaneurie* e coloca que o consumidor pode ser tido como um *flâneur* de espaços privados, como shoppings, uma vez que a ação de comprar

está cada vez mais atrelada ao 'eu' e menos à necessidade, a atividade de comprar despertaria no Homem o sentimento de continuidade de si na cidade e vice-versa, peculiar do *flâneur*. Assim, ele trabalha com a ideia de uma *flaneurie* virtual, alegando que a desestruturação da sequência do texto da internet em relação aos textos com os quais se lidava até a popularização de *hiperlinks* e *hipertextos* é um movimento de retomada da liberdade de ir e vir, de se pôr no espaço sem a necessidade de viabilizar a entrada, estada e saída (como é comum, mesmo que espontaneamente, a visita a uma loja ou a um clube).

Toma-se então a RSV como uma comunidade, um espaço de interação cada vez mais ampliado e 'populoso' de indivíduos que usufruem de 'espaços linkados', que podem ir de um perfil ao outro, de um grupo ou janela de *chat* a outra instintivamente (ou não) como se isso fosse uma caminhada de realização espacial. Ter-se-ia, então, o *flâneur* virtual, que tem corpo e movimento no espaço físico.

Com tal cogitação, e ainda concordando que o "próprio lado físico da cidade gera não apenas a leitura formal do plano, mas também memórias coletivas e individuais" (FEATHERSTONE, 2000, p. 191)¹⁵ o 'pau de *selfie*' vem a ser então um instrumento que o usuário usa para personalizar os espaços das RSVs com elementos que ilustrariam os caminhos daquele que está a flunar pelos *bits* da internet através de uma fotografia que abarca a si como também ao cenário em que se personifica, bem como o *flâneur* de Benjamin (1996) se atrela aos espaços percorridos para consolidar existência com experiência. O fato de ser, em termos de projeção e ângulo, uma extensão do braço do autor do *selfie* corrobora a comparação porque se percebe que o Homem deseja inserir cenários aos seus caminhos virtuais, mas geralmente não faz fotos para postar que não sejam *selfies* com o bastão, que não os contenham: caminhos de si precisam do 'eu', afinal.

Para aguçar ainda mais o interesse acerca da prática do *selfie* com o bastão e a ideia do *flâneur* virtual, desde meses atrás, tem-se a informação de que alguns lugares públicos proibiram o uso do artefato com a alegação de que o uso do 'pau de *selfie*' atrapalha as demais pessoas que estão no lugar e que pode provocar acidentes. Dos lugares que divulgaram na mídia a proibição, a maioria são espaços de entretenimento como estádios de futebol, parques temáticos e museus muito populares.

¹⁵ Tradução da autora.

A preocupação parece legítima. Obviamente o uso do suporte pode causar acidentes, mas também é bom pensar que os visitantes vão a esses lugares com a forte sensação de viver uma experiência. Via de regra, a visita desses lugares acontece com os desejos do 'eu' aflorados. São momentos em que o entretenimento proporciona certa desconexão com o relógio, com a casa e com o trabalho, que poderia ser apontada como uma característica da *flaneurie*. Nesses lugares, cujas existências vão de encontro ao ato de flunar (pois as postulações de uma experiência em tais locais privados estão deturpadas pela publicidade dos mesmos ao estarem relacionadas a um espaço delimitado, fechado e a um tempo limitado).

Quando o Homem, na função de consumidor, renova os meandros de sua passagem por tais lugares, as novas práticas que dariam à manutenção da experiência e da memória dele, partindo de uma prática espontânea (que tem a ver com o fato de o consumidor viver em uma cultura que naturaliza este ato, discutida em capítulos anteriores à luz de postulações de Néstor Canclini) são tachadas de perigosas pelas instituições, aludindo ao fato de elas estarem constantemente requerendo o guiamento de seus consumidores pelo espaço físico e pela imaginação deles. Para isso pensa-se no simples exemplo que em uma passagem pública, ruas, avenidas, praças, as pessoas usam, há muito tempo, guarda chuvas que como os 'paus de *selfie*' oferecem perigo de acidente (e realmente promovem acidentes) aos demais transeuntes, mas não foram proibidos pelas instituições públicas. Os envolvidos nos acidentes reclamam e resolvem entre si a situação. Nos espaços privados, tem-se a figura da vigilância institucional que requer para si a resolução de problemas, mesmos os mais ordinários.

Adicionando mais uma peça à suposição levantada, como já exposto ao longo desta dissertação, nas RSVs o Homem utiliza os *selfies* para se produzir em personas virtuais e dar sequência às suas experiências reais, e a relação tempo-espaço da internet permite que ele seja uma persona diferente quase ao mesmo tempo. Em relação a isso, o 'pau de *selfie*' talvez tenha se popularizado também pela vontade do Homem de ver-se a si mesmo como consequência da efervescência do 'eu' na cultura hegemônica. Como consumidores que são, os homens desta cultura parecem querer consumir-se a si próprios com a prática do *selfie*. Para tal, precisam se ver nas 'vitrines' para escolherem a si próprios. A ampliação do ângulo da fotografia distancia a persona fotografada do 'eu' sem renegar seus autores.

Mais uma vez, traz-se a diegese para esclarecer que a ficcionalização pela qual a vida atual passa já força a separação constante entre o Homem e o 'si'. O uso do bastão por motivo da *flaneurie* do consumidor por entre suas possibilidades de 'compra' e respaldado pelo processo de construir representação simultânea à vida no espaço físico reforça esse processo, que se torna mais 'real' com os transeuntes (metaforizando, os figurantes) e os locais (cenários) de onde se 'atua'.

Featherstone (2000) termina a discussão sobre o assunto concluindo que o *flâneur* do final do século XX (e adota-se a afirmação para o da atualidade) sofre ainda mais com a fragmentação da cidade em espaços não contíguos. Se há um *flâneur* virtual, o qual se utiliza dos *selfies* e dos 'paus de *selfie*' para ilustrar os caminhos percorridos para os outros usuários das RSVs, incluindo a si mesmo, como se estes fossem os transeuntes por entre os quais estaria flanando, produzindo e alimentando experiências, é notável que o compartilhamento de memórias, e mais, a configuração da Memória Coletiva desses espaços sofrerá do deslineamento promovido por *hiperlinks* e *hipertextos* num primeiro momento, pois se redefinem parâmetros sobre o tempo e espaço quando se encurta a distância entre o passado e o presente, mas concorda-se com Andreas Hyussen (2001) em sua colocação sobre a memória em tempos de globalização, quando ele argumenta que desde o início da Modernidade, precisou-se negociar a concepção de tempo e espaço diante das novas invenções tecnológicas que abalaram o Homem e com o decorrer de suas popularizações acomodaram um novo sentido para a experiência, e que não há exceção para nossa época: "Se o sentido do tempo vivido está sendo renegociado em nossas culturas contemporâneas da memória, não deveríamos esquecer que o tempo não é unicamente o passado, sua preservação e transmissão" (HYUSSEN, 2001, p. 39). Acrescenta-se sobre o espaço também não ser o concreto apenas. O tempo e o espaço do Homem vêm dele mesmo, de sua imaginação. Fotografar-se a si próprio em uma cena, não para registro. Fotografa-se a si próprio para continuar interação, alocando estruturas já conhecidas da cidade na virtualidade, mas essa ação termina por ser um reacomodar a memória inerente à existência humana na nova dinâmica tempo-espacial e seguir adiante.

3. MEMÓRIAS DO INSTANTE:

3.1. O *self* e o *selfie*: duas dimensões da auto imagem:

Como dito na introdução, a reflexão sobre o retrato *selfie* envolve nuances sociológicas e psicológicas, uma vez que no propósito dessa pesquisa há aspectos da autoexposição nas RSVs, o que leva aos estudos de cunho social, mas também, há aspectos da versão mais íntima do 'eu'. Neste e no próximo subcapítulo, abre-se espaço para as reflexões a partir do âmbito da Psicologia pois, acredita-se que há certas interseções dos dois aspectos que precisam ser cuidados: o *self* e a identidade pessoal, para aprofundar a discussão sobre o que vem a significar "tirar foto no espelho pra postar no Facebook" (RODRIGUEZ, 2012).

Dialoga-se, então, com as definições do psicólogo William James (1842-1910) sobre as ideias de 'eu' e de *self*. Sobre o 'eu', o psicólogo não delimita seu conceito, acredita que seja apenas uma posição, portanto móvel, em relação ao restante do mundo e o *self* seria o reflexo desse posicionamento, quer dizer, seria a maneira como o Homem se apresenta ao mundo, manifestado em suas personas.

O trabalho de James (1890) sobre o *self* interessa a esta pesquisa, por esclarecer as origens conceituais da denominação deste autorretrato postado nas RSVs. Dessa forma, trabalha-se aqui com a hipótese do vocábulo *selfie* ser uma derivação do conceito cunhado por ele, pelo uso da raiz *self*. O uso do sufixo *-ie*, em inglês, formador de adjetivo/qualidade, traz a ideia de *selfie* ser 'aquele/aquilo que é *self*'. Não parece ser coincidência o *selfie* aqui estudado estar relacionado à ideia de *self* desenvolvida pelo psicólogo, ao invés de fazer referência a nomenclaturas relativas ao 'eu', como se poderia supor, tratando-se do fato da prática de fotografar *selfies* ser oriunda da valorização do 'eu' numa cultura que motiva a individualização. De acordo com James (*idem*), pode-se inferir que a designação de *self* está no empírico da constituição do *selfie*. "O eu empírico de cada um de nós é tudo aquilo que ele é tentando a chamar pelo nome de 'mim'"¹⁶. Por essência, o *self* precisa da experiência para se realizar, que se dá

¹⁶ Tradução minha. Original: "The Empirical Self of each of us is all that he is tempted to call by the name of me." (JAMES, 1890, p.1)

por várias vias. Para o psicólogo, esta é a manifestação do 'eu', que ele divide em três categorias: material, social e espiritual.

Pela classificação de James (1890), o corpo é a parte mais íntima do *self* material e algumas partes deste corpo parecem expressar mais tal proximidade que outras. Acredita-se que, por exemplo, os braços e as mãos sejam umas das mais íntimas, já que as usamos como instrumento de linguagem e produção (lembra-se aqui do artefato 'pau de *selfie*', sobre o qual se tratou no capítulo 2). O coração seria outra parte, por causa das analogias sobre sentimentos que relacionamos ao órgão. O autor segue dizendo que as roupas vêm em seguida nessa determinação de intimidade, depois a casa, com o cenário parte de nossas vidas, e as coleções, sobre as quais ele fala que são reunidas pelo impulso instintivo do Homem de acumular bens, que fazem parte de nosso 'eu' empírico com diferentes graus de intensidade, e que a maior de nossa riqueza é aquela que está saturada de nosso trabalho.

O *self* social seria o que se é ao interagir com o outro, o que se reconhece como si a partir do outro. A importância que se dá aos hábitos, tradições, preconceitos, práticas sociais em geral. James (1890) observa que o Homem não é somente um animal gregário, uma vez que a perda no contato social causa danos psicológicos e que ele tem inúmeros 'eus' para as inúmeras pessoas que os reconhecem e carregam suas imagens em mente para o convívio social. James (*idem*) ainda nota que o *self* social mais peculiar é o *self* apaixonado, porque esse sentimento causa no *self* as mais profundas exaltações e desânimos, influenciando assim a maneira como o ser apaixonado lida com a pessoa por quem tem esse sentimento em detrimento dos outros. Para o *self* social, a fama é determinante de sua imagem e autoimagem, operando nas ideias de honra e ética.

O *self* espiritual está afastado do 'eu' empírico. Trata-se da subjetividade do Homem que pode ser considerada de várias formas. James (1890) propõe dividi-la em faculdades e que a pluralidade destas faculdades permite ao Homem se pensar enquanto ser pensante. O *self* espiritual está no fluxo de nossa consciência pessoal, segundo o autor.

A formação das personas que o 'eu' pode assumir é o conjunto dos três ramais de *selfs* estipulados por James (1890). Tais formações podem ser tão íntimas e arraigadas à prática de uma pessoa que ela não a percebe como uma representação, mas sim, é. O Homem como esse ser não só gregário precisa estar em uma comunidade para

ver-se a si mesmo de maneira saudável, vide os afastamentos e preconceitos originarem tantos distúrbios psicológicos. Continuando, para estar em um grupo social não há uma disposição padrão que atenda a todas as situações do cotidiano. Não nos comportamos na escola como nos comportamos em casa e assim por diante. As distinções entre as diversas interações pelas quais se passa em uma sociedade são ativadas por inúmeros fatos, dos mais íntimos aos mais sociais. Portanto, o lidar com o próximo está cheio de representações.

Quando a cultura de uma sociedade se reconfigura por razões inerentes ao decorrer dos tempos, os pressupostos do *self* também se alteram, já que mudam as demandas básicas do Homem, seu estilo de vida e, mais profundamente, seus anseios mais íntimos. Pensa-se que estes pressupostos são os que estão relacionados intimamente às noções de ética e moral que regem as práticas sociais. Estes pressupostos também vão agir na constituição de memória, já que, de experimentações, práticas que são, estão fundamentalmente atreladas às experiências em seu deslocamento tempo-espacial.

No início dessa dissertação, também se sugeriu sobre o porquê das mídias serem tão importantes para a deflagração da automatização do Homem, uma automatização linguística. Pensar a designação do *self* ajuda a compreender este processo. Se o Homem precisa fundamentalmente agir via personas, realizações abstratas de si, ele precisa comunicá-las. Para haver otimização das tarefas humanas, base da necessidade de automatização fortemente alavancada com a industrialização, é importante ‘mecanizar’ a comunicação. Assim, suas personas serão, além de naturalmente operadas pela sociedade, operadas também artificialmente, pelas mídias. O componente midiático induz muito do *self* que se apresenta e motiva a criação de outros, por meio das modas e das tendências, da informação e do engajamento. O dispositivo *selfie* interpreta nas RSVs a partir do desejo de seu autor e das pontuações do público.

Das razões que fazem a existência de um *self*, a necessidade da autoimagem do Homem atual é a que faz o *selfie*. Este dispositivo que é o *selfie* serve ao sujeito como um mantenedor da presença do 'eu' na estrutura do consumo. É interessante que James (1890) fale sobre 'mim/me' e não sobre 'eu'. Pensando linguisticamente, o 'me', do inglês e o 'mim/me' são pronomes oblíquos, que complementam as ações praticadas pelo 'eu'

(que seria 'I', em inglês), nota-se como o *self*, de fato, é um conector do 'eu' à realidade e que o *selfie* é um dispositivo que leva esta realidade ao espaço virtual.

A faceta tripla do *self* proposta por James (1890) — material, social e espiritual —, induz o pensamento sobre o manejar com a memória atualmente no sentido de que se: à estrutura do 'material' foi adicionado o panorama da virtualidade (possui-se fotos, vídeos e perfil e as coleções de marcações, comentários, curtidas e compartilhamentos além de roupas, casa e coleções), ao social somam-se os usuários da internet, que no caso das RSVs, convida-se ou se é convidado e adiciona-se como 'amigos' os usuários que têm perfis que oferecem alguma conveniência a si e ao espiritual, tem-se que as noções concernentes à subjetividade sofrem interferências da época vigente, como aconteceu também em épocas já passadas, e hoje tem-se as noções de ética, honra, identidade e possivelmente outras mais, mexidas pelas confluências do 'global'. Sendo a memória um mecanismo de manutenção do passado no presente para inaugurar experiências que garantem a continuação, condição de vida que é constantemente abalada pela fundação móvel do Homem, esta função do organismo humano alterar-se-á com as adições supracitadas, de modo que os determinantes tempo e espaço da memória terão suas duração e amplitude, reduzida e aumentada respectivamente, fazendo hoje uma espécie de frente contrária ao que a tradição infere como apropriado à memória: um ambiente que carece de calma e referenciais sólidos para ser desempenhada, e tem inspirado a comunidade acadêmica a vários questionamentos sobre.

O teórico Edgar Morin é um dos que muito tem contribuído com esta discussão. Em entrevista para Frederico Casalegno (2006), ele chama atenção para a ideia do imaginário no real ser um fator antropológico e histórico, porque "a humanidade sempre atribui um aspecto de realidade, uma substância real, às produções imaginárias, quer se trate de mitos, deuses, fantasmas, espíritos." (2006, p. 135). Prosseguindo, segundo ele, as mídias vêm moldando a imaginação humana em realidade há um tempo. Com o advento da internet, aperfeiçoou-se esse molde com a inclusão das percepções sensoriais, uma vez que o usuário da internet, além de 'realizar' sua imaginação com a obra alheia, pode manipular com as sensações estimuladas. Não é mais sobre somente o assistir e server mensagens. É, além disso, interagir com elas. Ao se ter no 'interagir' a experiência e a narrativa, percebe-se a realização de imaginações nas virtualidades do *selfie*. Claro, uma realização sujeitada à cultura de consumo do 'eu' e refém das relações mercadológica do sistema econômico vigente com seus excessos de informação e

aceleração, a qual o próprio Morin (2006, p. 137-138) pontua como um fator que dificulta a rememoração.

Concordando-se com o intelectual, o *selfie* opera a critério do *self* realizando as personas no usuário das RSVs, e ele, por sua vez, tem realizadas as práticas de vivência que imagina instantaneamente para o ambiente virtual. Sua memória alimenta o *self* e o *selfie* sem distinguir os mecanismos naturais e artificiais de ambos, posto que, "a virtualidade se transforma em realidade quando a comunicação é estabelecida". (MORIN, 2006, p. 134). A prática do *self* em *selfie* está relacionada com meio de comunicação fotografia; a memória é alavancada de toda forma.

Para Nizia Villaça (2010, p. 158) o advento da Modernidade mudou a noção de corpo, que deixa de ser expresso a partir de uma visão naturalista e passar a ser compreendido segundo uma visão interacionista, que conecta a natureza corpórea à produção de cultura. O corpo, cujo controle era entendido como um movimento de fora para dentro, atualmente, sobretudo por causa das novas tecnologias e do espaço virtual, ganha uma nova concepção. Elementos da subjetividade "deixam de ser interpretados como interiores ao indivíduo para passarem à condição de constituinte de estratégias sociais de discursividade e negociação simbólica" (SODRÉ, 2002, p. 158). A citada autora ainda aponta que a disposição da imagem hoje em dia se deve à popularização da fotografia. Dentro dessa perspectiva, tem-se que o projeto de corpo passa a estar envolvido com o projeto comunitário da sociedade, já que está na coletividade para além da necessidade de controle.

A problemática do *self*, isto posto, está na dificuldade de rememorar que induz o Homem a criar artifícios que reduzam esse 'problema'. Para tal, a sociedade reúne elementos que reúnem lembranças potenciais e as dispõem permanentemente para lembrar as personas. As coleções, parte do *self* material, foram expandidas para o coletivo quando o Homem passa a carecer de mais que as suas próprias coleções para organizar suas lembranças, haja vista os nichos sociais e o número de pessoas conhecidas, fatos narrados aumentaram, e estão sendo muitíssimo valorizados hoje, com a globalização.

Além do colecionismo público, tem-se também o colecionismo da esfera da vida privada. O acúmulo de bens de consumo que a Modernidade populariza, em consequência da nova mensura do *self* material influencia elementos alicerçadores da

memória. Os rastros, o lixo, o esquecimento são redimensionados à medida que a coleção é reprojeta. O espaço virtual e a vivência nas RSVs difundem a grosso modo coleções abstratas medidas em índice, menos revisitadas, montada já sob o princípio da possibilidade de finitude; o local de guarda, uma plataforma privada, pode acabar. O Facebook, por exemplo, se esta RSV é 'fechada', coleções de fotografias, postagens em geral, comentários, curtidas são destruída no que diz respeito ao manusear de seus donos. Porém, estes donos parecem se estruturar nesses espaços ciente do potencial de finitude de suas coleções realizadas nas RSVs e pouco ligar para isso, não porque estas não são importantes para eles, mas porque está no princípio da rotinas nas RSVs o que ainda se chama de 'perda'. Em maioria, é um grupo que por razões diversas (cultura mercadológica, característica geracional) não valoriza a posse do bem - eterna, e sim, valoriza o uso daquele bem, razões estas já devidamente problematizadas na discussão sobre o *ethos* mercadológico. Se o perfil, os itens que o usuário acumula no perfil são dele de fato, isso não é valorizado, enquanto o uso, sim.

Na conclusão de seu livro *Espaços da Recordação* (2011), Aleida Assman, afirma que a midiatização da comunicação (impressos e eletrônicos) ampliou a capacidade de armazenamento de informação aguçando a discrepância "entre os espaços da recordação, habitados e inabitados, corporificados e acondicionados" (p. 438), desequilibrando o que ela chama de economia da memória cultural.

O desequilíbrio na composição do *self* causado pela densidade do consumo, somando ao processo de ficcionalização das experiências causada pela chegada do consumo às vias do 'eu', o qual vem sendo mencionado ao longo desta dissertação, reverbera na maneira como se desencadeiam as situações do dia a dia, via diegese. O transbordar do aspecto material do *self* aparece nas padronizações dos retratos *selfies* (*selfie* de comida, *selfie* de beijinho, *selfie* pós-sexo) que realizam as vivências do espaço físico nas RSVs. O consumo automatizado do Homem atual leva-o a manifestar suas experiências de forma padronizada também. E, por estarem imbricados em um processo de retroalimentação, *self* e *selfie* estão na mesma situação, estão cada vez mais apresentando nuances tendenciosas, que operam personas tendenciosas e aí está a problemática da memória. Os elementos que o Homem atual tem disponíveis para acessar a memória são, via de regra, semelhantes aos elementos que a massa populacional acessa. Sofre assim a Memória Coletiva com a tendência de sua baixa

variedade, curiosamente, em uma comunidade que está cada vez mais flexível e plural. Aumenta-se a rede de comunicação sob o risco de paralisar a rede de memória.

A identidade pessoal também é alvo de atenção de William James (1890). Para o autor, a identidade pessoal é um fenômeno que ocorre com o julgamento que se passa no pensamento do 'eu'. Ele afirma que, até algo que pareça estar desconectado da existência de determinado 'eu', está unido a ela mesmo que por um pulso de consciência. O pensar do 'eu' processa os pensamentos por semelhança às coisas sobre as quais ele já pensou sobre. Essas coisas são elementos de *self* presentes e passados, que o processo de pensamento entende como idênticas. Dessa forma, a identidade pessoal está diretamente relacionada à utilização de memória; lembrando-se, reconhece-se a si mesmo.

Voltando à questão da necessidade atual de manifestação da autoimagem, desenvolvida no primeiro capítulo desta dissertação, o si próprio que o usuário das RSVs vê no *selfie* emerge do julgar aquela imagem semelhante a algo que já se compreende como si, alocado em alguma das categorias do *self* (material, social, espiritual).

Ao tirar foto no espelho para postar no Facebook (RODRIGUEZ, 2012), a personagem da música está, simultaneamente à ação, acessando sua memória para identificar-se com a representação que propõe para dada situação. Independentemente de, como Goffman coloca (2013), ela estar sendo sincera ou cínica acerca de tal apresentação, se ela se expõe com uma identidade a qual confia ser a sua, ou com uma identidade com a qual ela se sente insegura de se apresentar por não conseguir reconhecer elementos de seu *self* nela. Isso pode vir a acontecer por motivos de autoestima, traumas, recalques, distúrbios psicológicos variados.

Nesse ponto nota-se que o dispositivo *selfie* tem um papel de destaque nas RSVs porque seus relatos significam tanto a presença do interlocutor, como a de seu autor neste espaço. Acredita-se que qualquer texto autoral denotaria este papel, mas o texto da linguagem visual torna tal presença mais evidente por motivos concernentes à ambientação da cultura da imagem, também já explicitada ao longo desta dissertação.

A autoimagem eivada ao espaço virtual através do *selfie* precisa da subjetividade advinda do *self* espiritual (que por sua vez sofre com o desequilíbrio sobre o qual já se

falou a algumas páginas atrás) para se realizar. Dessa forma, a personagem da música que 'não anda, e sim desfila', remetendo à música cenário da pesquisa, tem a ação de desfilar constituída de aspectos corriqueiros ou especiais de sua vida — família, projetos pessoais, trabalho, entretenimento, vida afetiva e outros — que coadunados consolidam sua autoimagem, o que ela compreende como si mesma naquele âmbito de atuação.

3.2. A problemática cotidiana e sua narração via *selfie*:

Desde o primeiro capítulo desta dissertação, trabalha-se na proposta de investigar as ofertas do retrato *selfie* para a manutenção da identidade elegida para apresentar-se espaço virtual, a fim de que seu autor prossiga por lá as experiências promovidas no espaço físico. As RSVs valorizam a ideia da identidade porque esta presentifica um Homem sem matéria. Reconhece-se tanto a si mesmo como aos outros a partir da(s) identidade(s) nas quais é possível enxergar o 'quem' que a carrega. Assim, ao longo da dissertação, tem se refletido sobre a argumentação benjaminiana relativa à pobreza de experiências em que vive a sociedade a partir do século XIX (considerando que essa situação abarque também a atualidade) frente às novas tecnologias, que realizam as experiências no espaço virtual, com narrativas ativadas via dispositivos eletrônicos.

a partir de então, entende-se que a linguagem é o cerne da problemática do Homem inserido na sociedade do sistema capitalista, desde as reivindicações de Benjamin (1996), quando ele conta a anedota do filho que não se interessa em cultivar a terra como o pai ensina e que por isso nunca encontra o 'tesouro' escondido — A experiência está diretamente relacionada à narrativa, à interação, manipulada pela sociedade do espetáculo de Guy Debord (1997), que cada vez mais aprofunda a ideia de uma cultura centrada no indivíduo — até o processo de individualização que a sociedade da cultura hegemônica vem sofrendo, que passa a ter o indivíduo e não o coletivo como eixo do sistema acionado pelas vias da linguagem.

A linguagem é a base do contato do 'eu' com o outro e tem a memória como fonte de renovação. Colocar a linguagem como cerne da problemática do Homem Moderno é, em outras palavras, colocar o 'eu' e a memória no centro da discussão.

A individualização da sociedade destaca esse 'eu' da rotina de tal forma que percebê-lo nas experiências surpreende o Homem que até então não estava acostumado a conviver tão intimamente consigo mesmo em ambientes da vida social. As instituições que estruturam a sociedade desde a Idade Média apartaram o 'eu' de si mesmo, e o esmaecimento e/ou atualização delas tornaram o 'eu' mais evidente da Modernidade aos dias de hoje. O mercado logo passou a operar sobre ele. O 'eu' foi convertido em produto numa seara em que a ideia de estilo de vida estava voltado para a coletividade e, em geral, baseava-se na moral social ao invés de padronagens criadas e divulgadas por publicidade. O produto fez sucesso, pois atendeu as demandas mais profundas e genuínas do Homem: seus desejos, como já foi tratado no subcapítulo anterior a este.

À primeira vista, então, tem-se um cenário desalentador para o Homem atual, que sobrevive socialmente como um autômato da contemporaneidade. Sob este prisma, com a memória digitalizada e guardada em um banco de dados, o passado não irromperia mais o presente, servando a existência. Porém, apesar de haver dependência excessiva da sociedade atual em relação aos meios comunicacionais eletrônicos/virtuais, os quais desmaterializa o corpo humano e causa certa pane de percepção nas pessoas que ainda estão se adaptando (ou são levadas a se adaptarem) à virtualização da rotina, e de não se saber se realmente esta é uma desestruturação social danosa à existência humana ou se é somente mais uma ressignificação do que se tem como comunidade, o certo é que esta é uma condição em processo, algo não consolidado. Ainda é perceptível a manutenção da memória aos moldes já estabelecidos, e a ação de experienciar, haja vista as atitudes humanas ainda serem causadas e causarem sentimentos e afetações, por mais que se tenha um evidente incomodo com a ideia da 'vida conectada'.

Isto posto, pergunta-se: Afinal, qual é a problemática de nosso cotidiano?

Por causa de ampliação e facilitação do uso dos meios de comunicação que permitem acesso facilitado tanto a lugares quanto à informações que afastam o homem de seus esteios do passado em prol da aquisição de informações, percebe-se uma diferença entre a problemática das sociedades anteriores e esta atual. Hoje, com o enfoque cultural no 'eu', percebe-se que o Homem quer se ver na massa: ele é o outro,

como Rimbaud nos fala¹⁷. A diferença que afasta a problemática atual da anterior é que os parâmetros da percepção do Homem atual mudaram. Há mudança em boa parte do que se considerava concreto que passa por uma desmaterialização e se torna abstrato (um exemplo disso é o dinheiro em circulação, que vem perdendo corpo nas transações financeiras e dando lugar aos cartões bancários, de crédito, de passagens e outros). Há também a invisibilidade e a falta de fronteiras claras do espaço virtual que mexe com a organização do imaginar, com a qual já se estava acostumado e há o enredamento das relações, que vislumbra ser infinito com a globalização dos meios de comunicação. De alguma forma, a organização anterior da interação social faz com que o Homem deixe de focar na linguagem, apesar de esta ser o alicerce de sua vida em sociedade. O jornal, o rádio, o telefone, a televisão foram popularizados como um produto para a comunicação (eles têm tamanho, peso, volume), e não como dispositivos, apesar de serem amplamente conhecidos como 'meios' de comunicação. A interação que esses produtos possibilitam tendem a não ser percebidas, percebe-se a consequência dessa interação. A relação rotineira que se trava com estes meios de comunicação, com exceções, é de causa e efeito.

Minimamente do início da Modernidade para cá, o Homem é instigado psicologicamente e educado socialmente a compreender a dinâmica de sua vida pelo concreto, pelo visível e pelo finito. A redefinição desses parâmetros de percepção do mundo de concreto e relativamente hermético para abstrato e relativamente ilimitado acarreta a ressignificação do alicerce de interação: a linguagem, e de seus meios de realização: 'imagem', atrelada à capacidade psicológica do Homem e 'ficção', relacionada à necessidade de socialização dele.

Considerando que, mesmo inconscientemente, o Homem sempre se utilizou da linguagem para manejar o poder em relação aos agrupamentos sociais, desde os tribais, com os ensinamentos/doutrinações via oralidade até os globais, via televisão (MURRAY, 2003, p. 3) e agora, internet, como se nota hoje em dia, essa displicência para com o elemento que nos move socialmente provavelmente não foi gratuita, e sim manipulada pela demanda de um grupo social em situação de comando a partir de determinada época. O próprio Guy Debord (CASALEGNO (*org.*), 2008, p. 134) alerta para a espetacularização de a sociedade atuar na interação.

¹⁷ Remete-se aqui a uma citação já utilizada nesta dissertação (p. 49). A famosa frase do poeta Arthur Rimbaud "Je est un autre".

Com a internet, cogita-se que se tenha algo diferente de um meio de comunicação como os outros de até então. Ela é um instrumento de comunicação com um espaço de interação próprio. O indivíduo não está mais na sua casa escutando a notícia do rádio ou vendo televisão, contando o que ouviu ou viu com o vizinho, ou não está mais em casa conversando ao telefone. Ao acessar endereços eletrônicos, sobretudo *sites* de RSVs, o indivíduo está indo ao espaço virtual para se comunicar. Comparando, em relação à interação estabelecida, as RSVs estão mais para uma praça do que para o telefone. É um local com códigos de conduta, agrupamentos distintos de acordo com aspectos socioculturais e até mesmo há uma democratização do espaço, de forma parecida com a de uma praça. A diferença está no fato de que as relações nas RSVs, bem como os limites das relações, são abstratas, abertas. Seu esquema de rede sugere um 'não ter fim'. E ao mesmo tempo em que se problematiza que o espaço virtual é muito sensível; um desligar de máquinas, já que é um espaço privado com um dono, destrói-o, precisa-se lembrar que o espaço físico também é; acabar com uma praça é relativamente fácil, constrói-se um prédio e o espaço de convivência não existe mais. Muitas praças e outros locais públicos de convivência física foram instintos, como consta no subcapítulo sobre o 'pau de *selfie*' em que se abordou o assunto da *flaneurie*.

Este não é processo simples e suas possíveis consequências têm sido discutidas. Em geral, teóricos com visão otimista ou pessimista têm um ponto de comum sobre o assunto; voltando às postulações de Walter Benjamin (1996) sobre a experiência e o fim da narrativa, ainda nos anos 30. O filósofo baseou suas reflexões nos processos de mecanização da linguagem trazidos pela Modernidade. Os quase 100 anos das postulações de Benjamin e elas ainda estarem ativadas é um indicativo de que a problemática da sociedade atual ainda paira pelos mesmos ares da problemática da Modernidade.

A desmaterialização do corpo, necessária para frequentar o espaço virtual, altera o senso comum sobre a presença (sai o concreto, fica a imagem). Depois de longa história de existência, o senso comum desde a Modernidade precisa reformular as noções sobre si e, literalmente, incorporar a ideia de que "a solidez do corpo depende da contínua construção e reconstrução de sua imagem e de uma multiplicidade de perspectivas" (SCHILDER. *In*: VILLAÇA, 2010, p. 153). No fio da problemática atual envolvendo a linguagem, está uma secundária. Como já discutido na introdução desta dissertação, a 'vida virtual' tem sua fonte na potência da realização. Agora, precisa-se

ressignificar a imagem, que passa a ser dispositivo de realização de experiências no espaço virtual (vide o *selfie*), além da figura estática ou em movimento disponibilizada pelos meios de comunicação inventados antes da internet (fotografia, filme). Por ter essa característica de lugar (lembrar da comparação com uma praça), a RSV funciona mais com a imagem fenômeno do que com a imagem produto, obra.

Ao mesmo tempo em que se tem a fundamentada crítica que anuncia a alienação do Homem frente aos ditames da cultura do espetáculo, com tal ressignificação da imagem se tem uma demanda maior do aparelho psíquico dos indivíduos que passam a acionar mais a imaginação para formar as imagens de presença para a vivência virtual. Este processo é perceptível ao se analisar os sentimentos inflados de lamúria, amor, raiva, solidariedade nos comentários do Facebook. Para discutir acaloradamente com um outro usuário há a ação de imaginar o outro para descobrir fraqueza e açoiar ou escolher o elogio a ser feito.

Jacques Aumont, em seu livro *A imagem* (2012), confirma que a imagem historicamente tem como função pôr o Homem em relação com o mundo. Ela "tem por função primeira garantir, reforçar, reafirmar e explicitar a nossa relação com o mundo visual" (2012, p. 81). E continua: "reconhecer alguma coisa em uma imagem é identificar, pelo menos em parte, o que nela é visto com alguma coisa que se vê ou se pode ver no real" (p. 82). A imagem trabalha com a memória em uma constante costura dos elementos com os quais se tem contato, com os que já são conhecidos, alimentando a imaginação. Os suportes da memória dotam o Homem da possibilidade de imaginar e o passado é posto a projetar imagens novas por meio das velhas.

A questão é como o indivíduo atual está usando este potencial de imaginação que lhe é requisitado na vivência virtual. Por causa de, como já dito, a cultura hegemônica estar enfocando o 'eu', o ponto de partida da imaginação do Homem atual está no 'eu'. Sua capacidade de imaginar está condicionada à individualização da sociedade. O Homem quer ver-se a si próprio, como foi falado no início deste subcapítulo, e isto é nítido desde os textos escritos. Cada vez mais se utiliza a 1ª pessoa verbal para se escrever — e nas ilustrações das situações. Hoje em dia, tem-se o fenômeno de o indivíduo fazer um *selfie* com o cenário de uma tragédia, por exemplo, para anunciar um acontecimento.

O dispositivo *selfie* é uma instrumentalização dessa premissa de constituição de imagem. As experiências compartilhadas via *selfie* atuam como um espelho de si próprio no mundo para fazer refletir essa imagem de si em sociedade e, a partir disso, atuar sobre ela. As personas que apresentam o 'eu' são identificadas como si, tornando confortável a presença do indivíduo em tal situação. Os autores de *selfie*, antes de desejarem a exposição de sua imagem, dão a impressão de precisarem se ver constituído em uma imagem com alguma materialidade para se compreenderem na experiência. É uma prática que guarda os aspectos da deturpação da capacidade de imaginar provocada pela massificação da imagem da cultura *pop*. E também guarda os aspectos concernentes ao fato de ser uma composição autoral do Homem e que, por isso ativa os *selfs* material, social e espiritual de James (1980) na realização do 'eu', há renovação e pluralidade. A interação originada por um *selfie* não tem estrutura fixa, ela sofre alterações conforme os outros usuários que interagem com a postagem se conjugam com ações lá postas.

Uma outra problemática da atualidade, que por sua vez é derivada da ressignificação do uso da imagem, está relacionada à ficcionalização da vida real. Observa-se que a noção do que é ficcional altera-se nos dias de hoje. O uso de dispositivos imagéticos, antes usados para produzir obras (livros, fotografias, filmes), para a prática da interação torna mais evidente o quanto a vida humana é semelhante ao que se entende como ficção na arte. É difícil não aludir ao "A vida imita a arte muito mais do que a arte imita a vida"¹⁸, do escritor inglês Oscar Wilde, ao se referir a este assunto. O Homem está o tempo todo atuando, representando personas sem perceber. No entanto, a vida virtual afasta a situação do corpo e se torna mais fácil assistir a si mesmo nas experiências do espaço virtual, quando a ação não está no corpo. Nas RSVs, o usuário se divide e age simultaneamente no papel de ator e de espectador de si mesmo.

É esclarecedor ressaltar que o vocábulo 'ficção' originalmente significa 'fingir'. (*fingere*, em latim). Cogita-se aqui que a ideia de ficcionalizar a vida do espaço físico tenha sido o começo do processo de virtualização do espaço (antes da popularização da internet), que logicamente precisou de uma série de avanços tecnológicos para chegar ao patamar em que está hoje em dia. Desse modo, ficcionalizar traz a noção de fingir-se

¹⁸ Texto Original: "Life imitates art far more than art imitates life". (WILDE, 1998, p. 12)

para o outro, fantasiar-se segundo a persona com a qual se deseja participar de uma experiência. O cinema inaugura a industrialização das atuações das personas, que podem ser consumidas por qualquer indivíduo que não tenha a chance de viver uma tal imaginação. O filme cinematográfico realiza em 2D, e agora em 3D, as experiências das mais vulgares às mais extraordinárias em série. Marcel L'Herbier (*In: VIRILIO, 2015, p. 49*) reforça esta proposição ao afirmar que "o cinema é uma nova era da humanidade", a era em que se pode comprar as experiências disponíveis no mercado. O espaço virtual reconfigura esta era e com o *selfie* (e outros dispositivos) é possível narrar com o próprio corpo boa parte das personas as quais se quer fingir, ou representar.

Num determinado momento do videoclipe da música "Ela é top" (2012) a personagem da 'história' é vista experimentando roupas na cabine de uma loja. Lá mesmo ela faz e posta *selfies* (figuras 1 e 2, página 10 desta dissertação). Para se produzir um *selfie* são utilizadas habilidades técnicas e as experiências que se retroalimentam a ponto do *selfie* ser uma atitude e uma obra, da delimitação de onde termina a vida e onde começa a arte ser tênue ou imperceptível. A estrutura diegética fundamenta-se nesta prática para além da estética. Para haver um retrato *selfie* supõe-se uma movimentação com base na diegese, que sai dos estudos das obras ficcionais tradicionais para a encenação de um cotidiano narrado via *selfies*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Por mais íntima que seja a relação entre *selfie* e Memória Coletiva, atrelar estes conceitos em um estudo que investiga a produção de narrativa embasadora de experiência é complicado porque não se pode negar que, sim, o *selfie* é um item da fenômeno atual. Não se tem ainda o distanciamento temporal para se averiguar se será um dispositivo geracional ou se de fato trata-se de um dispositivo advindo de mais uma evolução dos processos de linguagem.

Dessa forma, por se tomar um objeto de estudo relativamente novo, e ainda em uso, o que guiou a elaboração das hipóteses e elencou os argumentos da escrita dessa dissertação foi, sobretudo, a curiosidade de compreender o que está acontecendo quando se tem pessoas, denominadas usuários, agindo em um espaço de características ímpares com a mesma desenvoltura que teria no espaço físico já padrão na maioria das vezes. Ainda, estes usuários apresentam as demandas, os desejos que apresentariam em uma vivência no espaço físico.

A poesia que consta na epígrafe desta dissertação, do poeta Manoel de Barros (2010, p. 374), transcreve o sentimento que se percebe como motivo dos usuários para a visita e estadia no espaço virtual e suas RSVs: a incompletude. O Homem é um eterno ser movente, cuja busca pelo que o completa o guia por entre descobertas e invenções. Por isso, sua existência não cabe em disposições pré-determinadas por uma ou outra geração. O cotidiano instaurado pela Modernidade que tem apoiado as conjecturas sobre o Homem e sua sociedade nos últimos séculos já está desgastado pela necessidade de ir além. E ir além não significa abandonar o passado e recriar-se repentinamente, mas aceitar-se como outro em cada uma das experiências ao invés de se cobrar ser o mesmo. Além, entender que não é da localização que vem o passado, mas da experiência. Assim, mover-se ao espaço virtual não vislumbra aqui ser prejudicial a existência humana, como não fora outras movimentações históricas. Porém, pela questão levantada no parágrafo anterior sobre a proximidade que ainda há da prática e de nossa análise, esta dissertação termina por focar reflexões e não determinações sobre o assunto.

No videoclipe da música, a que se recorre como ilustração ao longo desse estudo, "Ela é top" (2012) instiga o pensamento de que 'ela' produz sua representação para o meio em que quer figurar seguindo seus desejos; ela quer ser *top*, como, sob a

ótica do consumo, requer o tempo atual. De acordo com o que foi exposto, a atualidade é formada com a constituição de interação por via de imagens das experiências cravadas pelo artefato dispositivo de imagem digital com câmera. É uma cultura que valoriza o texto imagético e o eleva ao corriqueiro como não se viu desde o princípio do caráter urbano do Homem. A linguagem habilitada no texto imagético guarda características que ressaltam a mobilidade constante em que o Homem se encontra por entre sua vivência por, de certa forma, ter uma dinâmica para sua feitura mais ampliada e flexível. Apesar de qualquer um dos artefatos utilizados para fotografar exigir do fotógrafo certo grau de técnica, o processo de produção de imagem é bem mais solto de normatizações sociais do que a escrita e a própria fala.

Nesse sentido, supõe-se, com o *selfie*, um dispositivo linguístico que narra as experiências do Homem nas plataformas RSVs, fazendo com que este compartilhe sua vida com os demais usuários e forme seu presente de passados manejados pelas memórias. Por mais que pareça simples, esta conclusão resguarda problemáticas críticas por ser, finalmente, um espaço financiado pelo capital privado. Justamente por ser um espaço privado, é alimentado por tendências as quais, por vezes, podem vir a ser confundidas com atitudes principiadas por ditames históricos, éticos e morais (o que torna difícil a análise sociológica do assunto). Para lidar com tal problemática, recorreu-se à reflexão sobre como a ideia de *flaneurie* evoluiu diante da entrada no capital em nossa cultura. A privatização dos espaços tem operado desde a Modernidade, possibilitando e fazendo necessárias as análises sociológicas das relações nesses espaços também, a fim de se entender o Homem de tais épocas. Então, permitiu-se a esta pesquisa analisar as motivações e a maneira pelas quais os usuários das RSVs fazem *selfies*.

A relação que o Homem trava com o seu 'eu' atualmente é tão objetiva no sentido do uso que exige mecanismos de representação mais instantâneos e de fácil difusão, já que a aceleração com que as vivências estão sendo conduzidas solicita, logicamente, também a produção de representações visuais da pessoa de maneira mais acelerada, elevando assim a quantidade e representações que o Homem carece para a sua prática social. Esta dinâmica parece aproximar o homem de sua constituição original de um ser em constante mobilidade, considerando que os agrupamentos sociais historicamente foram sextavando com os limites morais e normas de socialização, ao mesmo tempo em que promove um alijamento da experiência com o consumo. Do

equilíbrio dessas postulações, pensa-se que o *selfie* contribui com a interação no espaço virtual, para que esta não seja apenas uma comunicação e sim uma narrativa, devolvendo ao Homem a condição da experiência reclamada por Walter Benjamin (1996).

O *self*, a maneira como o Homem se coloca para determinado grupo social, segundo conceituação de William James (1890) e vocábulo do qual deriva o *selfie*, é colocado nas RSVs através de seu próprio produtor, o que torna ainda mais íntima a relação do autorretrato referido neste estudo e o conceito de James (*idem*). Bem como o Homem naturalmente lida com suas representações no dia a dia, ao se alocado como usuário ele dispõe, escolhendo, selecionando, editando, suas personas, como referido em Goffman (2013), autor trabalhado nesta dissertação.

A movimentação das personas por entre os espaços físico e virtual de forma praticamente simultânea e próxima do instantâneo, somada à midiatização da sociedade de consumo e, por conseguinte, o apelo ficcional cada vez maior da mesma atrela a análise dessa dissertação ao processo da diegese, que faz com que as realidades do Homem e dos personagens se confundam e se alimentem pela manutenção do dia a dia.

A influência dos produtos midiáticos afeta profundamente a rotina do Homem atual. Isso pode ser inferido com o videoclipe da música "Ela é top" (2012). É nítido que a personagem da obra sustenta suas personas com os produtos oferecidos massivamente pelo mercado das celebridades. Ela se produz para o baile anunciado a partir de muitas compras e ostentação das autoimagens, alicerçando assim, a existência da modelo exposta na capa da revista (figura 20), realizando-a.



Figura 20

Posta esta situação, a questão em que se toca diretamente é a passagem do indivíduo a eixo do sistema da cultura hegemônica, que antes estava posto sob a perspectiva da coletividade. Isso faz com que a Memória Coletiva tenha uma papel ainda mais claro (se isso é possível) na organização da sociedade, uma vez que se evidencia a sua condição de elo dos Homens. Na disposição atual em que se vive, em que colocar-se em rede virtual é algo que chega ao trivial e, relativamente, é de fácil manejo, realça-se e se valoriza as conexões do um com o outro, diferentemente de outrora, em que o expoente estava entre os agrupamentos sociais.

Por mais ostensiva e de aparência perigosa que seja a concretização de representações, sobretudo porque se dá pelas vidas de capital privado, é preciso considerar que o Homem é levado ao *selfie* pelos mesmos anseios que o levavam a maneira como ele se expunha antes. A memória que guiava o presente do Homem, continua o guiando e de forma cada vez mais explícita (e, didática), uma vez que a necessidade de mais representações demanda mais apuro para com a memória. Rimbaud alerta com seu verso que é um outro (*Je est un autre*). Sim e, de acordo com as análises das obras de relevantes teóricos apresentadas ao longo desse pesquisa, diz-se que essencialmente cada um dos Homens é outro. Se outros e mais outros estão sendo criados para dar vazão à vivência atual, positivando ou não esta aceleração, pensa-se que mais e mais passados estão sendo processados em presente, e memórias e mais memórias estão sendo eivadas a ponto de, talvez, as lembranças serem tão importantes para pontuar e atracar as vivências e não se perder por entre tamanho volume de informações e possibilidades que desde os primórdios da globalização vem-se acumulando.

REFERÊNCIAS:

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Traduzido por Estela dos Santos Abreu e Cláudio Cesar Santoro. Campinas: Papyrus, 2012.

ASSMAN, Aleida. **Espaços da recordação**: formas e transformações da memória cultural. Traduzido por Paulo Soethe. Campinas: Editora UNICAMP, 2011.

BARROS, Manoel de. **Poesia completa**. São Paulo: Leya, 2010.

BENJAMIN, Walter. **Magia, técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura (v. 1)**. Traduzido por Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Traduzido por Maurício Santana Dias. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2010.

CASALEGNO, Frederico. **Memória cotidiana**: comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural?** São Paulo: Ed. Brasiliense, 1980. Disponível em: <<http://www.ceap.br/material/MAT05032013224040.pdf>>. Acesso em: 10/8/2015

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Traduzido por Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, Gilles. O que é um dispositivo? Traduzido por: Edmundo Cordeiro. **O mistério de Ariana**. Lisboa: Ed. Vegas-Passagens, 1996. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/48275693/O-que-e-um-dispositivo-Gilles-Deleuze#scribd>>. Acesso em: 17/7/2015.

DODEBEI, Vera. "Memória, circunstância e movimento". In: GONDAR, Jô; DODEBEI, Vera (Orgs.). **O que é memória social?**. Rio de Janeiro: Contra capa, 2005.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. Traduzido por Marina Appenzeller. Campinas: Papyrus, 2012.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. Traduzido por Sandra Castello Branco. São Paulo: Ed. UNESP, 2011.

FEATHERSTONE, Mike. Culture and Society Theory.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Traduzido por Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Traduzido por Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis: Vozes, 2013.

GONDAR, Jô; BARRENECHEA, Miguel. (Org.). **Memória e espaço: trilhas do contemporâneo**. Rio de Janeiro: 7letras, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. Traduzido por Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HUYSSSEN, Andreas. **Cultura y memoria en tiempos de globalización**. Traducción: Silvia Fehrmann. Buenos Aires: Fondo de cultura Económica, 2001.

JAMES, William. **The principles of Psychology**. Disponível em: <<http://psychcentral.com/classics/James/Principles/prin10.htm>>. Acesso em 19/9/2015

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Traduzido por Carlos I. da Costa. São Paulo: Editora 34, 2010.

_____. **O que é o virtual?** Traduzido por Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2011.

LISSOVSKY, Maurício. **Falas do destino: teoria, arte e história da fotografia**. Rio de Janeiro: MauadX, 2014.

MORIN, Edgar. *In*: CASALEGNO, Frederico. **Memória Cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodesk: o futuro da narrativa no ciberespaço**. Traduzido por Elissa Khoury Daher e Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: UNESP, 2003.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípio e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2007.

PARENTE, André. (Org.). **Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2011.

RICOUER, Paul. **Percursos do reconhecimento**. Traduzido por Nicolás Nyimi Campanário. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

SANTAELLA, Lúcia; NÖRTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

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

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

VILLAÇA, Nizia. **Mixologias: comunicação e o consumo da cultura**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2010

VIRILIO, Paul. **Estética da desapareição**. Traduzido por Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

WEBER, Marx. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Traduzido por José Marcos Mariani de Macedo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WILDE, Oscar. The decay of lying. 1995. Disponível em:
<<http://virgil.org/dswo/courses/novel/wilde-lying.pdf>>. Acesso em: 17/2/2016.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Traduzido por Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

_____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

Websites

AULETE DIGITAL, 2015. Disponível em: <<http://www.aulete.com.br/presença>>. Acesso em: 14/9/2015.

DAQUINO, 2012. Disponível em: < <http://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.htm>>. Acesso em: 30/6/2015

FOLHA DE SÃO PAULO, 2015. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2015/01/1581963-facebook-supera-estimativa-de-receita-de-analistas-usuarios-ja-sao-14-bi.shtml>>. Acesso em 30/6/2015.

G1, 2013. <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/11/selfie-e-eleita-palavra-do-ano-pelo-dicionario-oxford.html>>. Acesso em: 18/9/2015.

GUGELMIN, 2015. Disponível em: < <http://www.tecmundo.com.br/instagram/85168-tres-anos-instagram-dobrou-numero-usuarios.htm>>. Acesso em: 17/9/2015.

LETRAS, 2015. Disponível em: <<http://letras.mus.br/leo-rodriguez/ela-e-top/>>. Acesso em 2/5/2015

MICHAELIS, 2015. Disponível em:
<http://michaelis.uol.com.br/escolar/ingles/definicao/ingles-portugues/top_19033.htmlportugues/top_19033.htmlportugues/top_19033.html>. Acesso em 1/7/2015

OXFORD DICTIONARIES, 2015. Disponível em :
<<http://www.oxforddictionaries.com/pt/defini%C3%A7%C3%A3o/ingl%C3%AAs/selfie>>. Acesso em: 16/9/2015.

RAMIRO, 2013. Disponível em:
<<http://origemdapalavra.com.br/site/palavras/diegese/>> Acesso em: 1/7/2015.

RIMBAUD, Arthur, 1871. Disponível em:

<<http://www.mag4.net/Rimbaud/Documents1.html>>. Acesso em: 17/2/2016.

RODRIGUEZ, Leo. **Ela é top**. Intérprete: Mc Bola, 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PCylmRtzq9w>>. Acesso em: 18/2/2016.

<<http://selfiecity.net/>>. Acesso em 29/6/2015.

<http://www.facebook.com>.

ANEXO
LETRA DA MÚSICA

Ela é Top

Leo Rodriguez/ Mc. Bola

Ela não anda, ela desfila
Ela é top, capa de revista
Ela é mais mais, ela arrasa no look
Tira foto no espelho pra postar no Facebook

Onde ela chega rouba a cena deixa os muleque babando
Na boca do bico arruma buchicho e o povo xingando
É baladeira de ofício, gosta de compromisso
Encanta com seu jeitinho ela não é de ninguém
Mais é chegada num lanchinho

Quando chega no baile ele é atração
Descontrolada ao som do tamborzão
De vestido agarradinho ela desce ate o chão

Ela não anda, ela desfila
Ela é top, capa de revista
Ela é mais mais, ela arrasa no look
Tira foto no espelho pra postar no Facebook

Ela não anda, ela desfila
Ela é top, capa de revista
Ela é mais mais, ela arrasa no look
Tira foto no espelho pra postar no Facebook

Onde ele chega rouba a cena deixa os muleque babando
Na boca do bico arruma buchicho e os invejosos xingando
baladeira de oficio, gosta de compromisso
Encanta com seu jeitinho ela não é de ninguém
Mais é chegada num lanchinho

Quando chega no baile ela é atração
Descontrolada ao som do tamborzão
de vestido agarradinho ela desce ate o chão

Ela não anda, ela desfila
Ela é top, capa de revista
Ela é mais mais, ela arrasa no look
Tira foto no espelho pra postar no Facebook

} 2x

Ela Desfila

(LETRAS, 2015)