

Universidade de São Paulo

PGEHA

Leila Ali Sánchez

Identidades Expandidas

Arte e Redes Sociais na Internet

São Paulo

2014

LEILA ALI SÁNCHEZ

**Identidades Expandidas:
Arte e Redes Sociais na Internet**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação Interunidades em Estética e História de Arte, da Universidade de São Paulo, para a obtenção do título de Mestre em Estética e História de Arte.

Área de concentração: Produção e circulação da arte

Orientador: Prof. Dr. Artur Matuck

São Paulo
2014

AUTORIZO A REPRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO TOTAL E PARCIAL DESTE TRABALHO, POR QUALQUER MEIO CONVENCIONAL OU ELETRÔNICO, PARA FINS DE ESTUDO E PESQUISA, DESDE QUE CITADA A FONTE.

Catálogo da Publicação
Biblioteca Lourival Gomes Machado
Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo

Sánchez, Leila Ali.

Identities expandidas: arte e redes sociais na Internet / Leila Ali Sánchez; orientador Artur Matuck. -- São Paulo, 2014.

181 f. : il

Dissertação (Mestrado – Programa de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte) -- Universidade de São Paulo, 2014.

1. Autorretratos. 2. Redes Sociais. 3. Internet. 4. Identidade. 5. Arte Contemporânea. 6. Mídia Digital. I. Matuck, Artur. II. Título.

CDD 704.942

Nome: SÁNCHEZ, Leila Ali.

Título: Identidades Expandidas: Arte e Redes Sociais na Internet.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação Interunidades em Estética e História de Arte, da Universidade de São Paulo, para a obtenção do título de Mestre em Estética e História de Arte.

Aprovado em: _____ / _____ / _____

Banca Examinadora

Prof.Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof.Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof.Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

*Aos meus pais, Fily e Mohamad,
pelo amor, incentivo e compreensão
em todas as minhas escolhas.*

AGRADECIMENTOS

Esta dissertação não teria sido possível sem os contributos de várias pessoas e instituições que, em diferentes etapas da pesquisa, acompanharam-me e ofereceram seu apoio, confiança e conhecimento.

Ao professor Artur Matuck, orientador da dissertação, agradeço a partilha de seu saber e as valiosas contribuições para o trabalho. Acima de tudo, obrigada por me acompanhar incondicionalmente nesta jornada e por estimular meu interesse pelo conhecimento e pela vida acadêmica e artística.

Ao professor Edgar Gómez Cruz que, durante meu estágio de pesquisa na Universidade de Leeds, no Reino Unido, prescindiu do seu tempo para acompanhar a etapa final da pesquisa e ofereceu generosamente seu conhecimento e compromisso, o meu muito obrigada.

Aos professores Juan Martín Prada e Fernando Broncano, que me receberam na Universidade Carlos III, de Madri, e no MediaLab Prado, obrigada pela possibilidade de discutir, aprender, confrontar e alimentar minhas intuições acadêmicas.

Aos docentes do Programa Interunidades em Estética e História da Arte, do Museu de Arte Contemporânea e da Escola de Comunicações e Artes, especialmente às professoras Carmem Aranha, Cristina Freire, Katia Canton, Daisy Peccinini e ao professor Mario Ramiro, obrigada pelo interesse na minha pesquisa, pela oportunidade de aprender e por suas contribuições.

Ao Julián Jaramillo agradeço o apoio e acompanhamento de grande parte deste processo. A Eunice Da Silva, Fernanda de Almeida, Flavia Cristina, Frederico Teixeira, Felipe dos Santos e muitos outros amigos, obrigada por somar alegrias durante minha estadia no Brasil. Um agradecimento especial ao Paulinho Zeminian, pela generosidade nos momentos difíceis.

Sou muito grata a todos os meus familiares pelo incentivo recebido na distância ao longo destes anos. Aos meus pais, Fily e Mohamad, aos meus irmãos, Hamda, Ricardo, Samir, Yamila e Tawfik, e a minha sobrinha, Vanessa, obrigada pelo amor, alegria e atenção sem reservas.

A CAPES, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, obrigada pelo suporte financeiro e por acreditar no potencial deste estudo. Ao Programa de Intercâmbio Internacional de Alunos de Pós-graduação Santander-USP, agradeço o auxílio concedido, que foi de fundamental importância para o desenvolvimento deste trabalho.

RESUMO

SÁNCHEZ, L. A. **Identidades expandidas: arte e redes sociais na internet**. 2014. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-graduação Interunidades em Estética e História da Arte, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

Esta pesquisa propõe uma reflexão sobre a tecnologia colaborativa e a visualidade como os principais elementos para construção da identidade nas redes sociais, com ênfase na fotografia e no vídeo. A explosão, nos últimos 20 anos, dos processos de mediação tecnológica, já consolidados como parte da vida cotidiana, tem gerado uma forma distinta de construir identidades, fato que denominei como conceito de trabalho, *Identidades Expandidas*. Neste trabalho, descrevo como antecedentes, duas trajetórias separadas, mas interligadas, que dão conta da conformação destas identidades expandidas e configuram um campo emergente, para posteriormente elaborar uma análise de sua relação com as mídias e com a arte contemporânea utilizando diversos exemplos de produções recentes. De uma parte, está a trajetória da tecnologia em rede desde os primórdios até a Web 2.0 ou Web Social, mediação que proporcionou ferramentas importantes para arquitetar novos modelos da identidade individual, e que atualmente estão centrados na sobre-exposição do Eu na imagem interconectada. De outra, está a trajetória das tecnologias da visão usadas quase exclusivamente na arte como exercício de análise para a autoexploração, o que deu como expressão máxima o autorretrato, que recentemente se viu confrontado por o excesso de autoimagens na rede. No ponto em que confluem estas duas trajetórias se instala o recém-chamado *Selfie*, que é a prática paradigmática da imagem em rede. O selfie é usado como foco de estudo porque é um exemplo destacado de como a tecnologia, visualidade e identidade tem influenciado as mídias e novas práticas artísticas. O objetivo do trabalho que aqui apresento é refletir sobre a relação entre tecnologias sociais, processos de subjetivação, imagens digitais e práticas artistas, num diálogo sobre a transformação radical da visualidade contemporânea.

Palavras chave: Identidade e redes sociais. Autorretrato/Selfie. Imagem em rede. Arte e redes digitais. Arte contemporânea.

ABSTRACT

SÁNCHEZ, L. A. **Identidades expandidas: arte e redes sociais na internet**. 2014. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-graduação Interunidades em Estética e História da Arte, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

This research proposes a reflection about collaborative technology and the visuality as the main elements for identity construction on social networks, focusing on photography and video. The explosion, on the last 20 years, of technologically mediated processes that are becoming part of the everyday life, has shaped a new form of identity construction that I have called *Expanded Identities*. In this work I describe two different but interconnected trajectories that set the base for an understanding of these expanded identities. With these trajectories as a base the analysis, describes several cases in media and art works that engage with these identities and outline an emergent field. The first trajectory frames Internet history focusing on the technologies that make possible the so-called Web 2.0, a “social web”. These set of technologies create affordances that shape new models of identity that are centered on the over exhibition of networked images. The second trajectory accounts for the technologies of vision that had been traditionally used only by artists as a self-exploration analysis, being the self-portrait as the main genre. This relationship is challenged right now because of the excess of self-images online known as Selfies. These trajectories converge precisely in the Selfie as the paradigmatic practice of the networked image. The selfie is used as focus of study because it is a good example of how technologies, visuality and identities are influencing the media and new artistic practices. The main objective of this research is to reflect upon the relationship between technologies, subjectivity processes, digital images and artistic practices that form a dialogue on the radical transformations of contemporary visuality.

Keywords: Identity. Social networks. Self-Portrait/Selfie. Networked image. Contemporary art.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - <i>Coletanea de selfies</i> (2008 - 2013). Leila Ali.....	16
Figura 2 – <i>Identidade Expandida. Performance</i> (2012). Leila Ali.	17
Figura 3 - Visualização de um <i>MUD</i> ou <i>Multi-User Dungeon</i> (1993).....	31
Figura 4 - Multiverso. Habbo Hotel (2000).	31
Figura 5 - <i>The construction of Natalie</i> (1997).Natalie Bookchin e Alexei.....	33
Figura 6 - <i>Mouchette</i> (1996). Martine Meddane.	34
Figura 7 - Selfies postados no Facebook (2014).....	51
Figura 8 - <i>Marcia terminando seu autorretrato.</i> (1403). Boccaccio.....	55
Figura 9 - <i>Mão com esfera reflectora</i> (1935) M. C. Escher	57
Figura 10 - <i>Auguste Renoir y Stéphane Mallarmé</i> (1895). Edgar Degas	61
Figura 11 - (Dir) Detalhe do reflexo do Edgar Degas no espelho.....	61
Figura 12 - Autorretratos da série <i>Fatal Destiny</i> . Edvard Munch.....	62
Figura 13 - Autorretratos (De esquerda à direita) <i>Autorretrato grávida</i> (1945). Diane Arbus./ <i>Autorretrato 55</i> (1940) Lisset model./ <i>Autorretrato durante um eletrocardiograma, Lenox Hill Hospital</i> (1973) Helmut Newton.	63
Figura 14 - <i>Opalka</i> (1965/1-”). Roman Opalka. 1965-2011	66
Figura 15 - <i>One Year Perform</i> (abril 11, 1980 – abril 11, 1981). Tehching Hsieh.....	67
Figura 16 - <i>One Minut Sculptures.</i> (1980 – hoje). Erwin Wurm	69
Figura 17 - <i>Bread Man</i> (1996 – hoje). Tatsumi Orimoto	70
Figura 18 - <i>Put Shoe on Head.</i> (2006). Meme.....	71
Figura 19 - <i>Sellotape Selfie.</i> (2014). Meme.....	71
Figura 20 - <i>Selfie do Oscar</i> (2014). Meme com Leonardo DiCaprio.....	79
Figura 21 - <i>Coletanea de Selfies</i> (2013). James Franco	80
Figura 22 - <i>Fotografia Four more years.</i> (2012). Campanha presidencial.....	82
Figura 23 - <i>Momento selfie do Obama no memorial do Nelson Mandela.</i> (2013). Roberto Schmidt. AFP.....	83

Figura 24 - (Esq.) <i>Selfie do Obama no com Bill Nye e Neil DeGrasse</i> (2014). (Dir.) Fotografia de outra perspectiva da agência de notícias da Casa Branca	84
Figura 25 - <i>Selfie Akihiko Hoshide</i> (2012). Estação Espacial Internacional	85
Figura 26 - <i>Selfie Kim Kardashian</i> (2013)	87
Figura 27 - (Esq.) <i>Selfie Papa Francisco e Jovens</i> (2013). (Dir.) Fotografia de Fabio M. Rogona de outra perspectiva.	88
Figura 28 - <i>Selfie Neymar com sua namorada</i> (2014).....	89
Figura 29 - <i>Selfie Sami Khedira com Angela Merker e time campeão da Copa Mundo de Futebol</i> (2014).	90
Figura 30 - <i>Selfies Yasmin.</i> (2014).Famosinha de São Paulo.....	93
Figura 31 - <i>Selfies Juan.</i> (2014). Famosinho de São Paulo	94
Figura 32 - <i>Selfies Kirill Oreshkin.</i> (2013).....	94
Figura 33 - <i>Selfie Olimpíadas.</i> (2013). Autoimagens participantes da competência...97	
Figura 34 - <i>You, You and You</i> (2013). Jesse Darling.	98
Figura 35 - “ <i>Selfie</i> ” do <i>Rover Curiosity</i> no planeta Marte (2014).	99
Figura 36 - <i>The Camera in the Mirror</i> ou <i>The Phantom of the Mirror</i> (2014). Mário Santamaría.....	101
Figura 37 - <i>Manifiesto From Here On</i> (De agora em diante). 2011	106
Figura 38 - Imagens do projeto <i>Googleramas</i> (2005). Joan Fontcuberta.....	109
Figura 39 - <i>Suns (From Sunsets) from Flickr</i> (2006 – atualmente). Penelope Umbrico.	110
Figura 41 - <i>Sunset-Portraits</i> (2011). Penélope Umbrico.....	111
Figura 40 - <i>People with Suns from Flickr</i> (2011). Penélope Umbrico	111
Figura 42 - <i>A través del Espejo</i> (2010). Joan Fontcuberta.	113
Figura 43 - <i>Faceless</i> (2001-em processo). Frank Schallmaier	115
Figura 44- <i>Flashing in the mirror</i> (2008-2009). Japer Elings.	117
Figura 45 - <i>Mass Ornament</i> (2009). Natalie Bookchin.	119
Figura 46 - <i>Hello world! Or: how I learned to stop listening and love the noise</i> (2008).Christopher Baker	120

Figura 47 - <i>Guitar Solo Threeway</i> (2006). John Michael Boling.	121
Figura 48 - <i>House and Universe</i> (2011). Mark Callahan	123
Figura 49 - <i>Face to Facebook</i> (2011). Alessandro Ludovico e Paolo Cirio.	124
Figura 50 - <i>At arm's length</i> (2010). Erin Ashenhurst e Lisa Fletcher.	126
Figura 51 - <i>Selfeed</i> (2014). Tyler Madsen, Erik Carter e Jillian Mayer.	128
Figura 52 - <i>Technically Intimate</i> (2010). Evan Badem.	130
Figura 53 - <i>Intimidación Romero</i> (2010).	131
Figura 54 - <i>Born Nowhere</i> (2011). Lais Pontes.	133
Figura 55 - <i>100 Special Moments</i> (2004). Jason Salavon.	135
Figura 56 - <i>Hello World!</i> (2013). Aram Bartholl.	136
Figura 57 - <i>97 Empleadas Domésticas</i> (2010). Daniela Ortíz	137
Figura 58 - <i>DeFACEBOOK</i> (2012). Nandan Ghiya.	138

SUMÁRIO

PRÓLOGO	14
INTRODUÇÃO	18
CAPÍTULO 1	
1. TRAJETORIA UM: UMA IDENTIDADE EM EXPANSÃO	27
1.1. O começo 1.0: Internet e identidades mediadas	28
1.1.1. Alguns encontros com a arte.....	32
1.1.2. A importância da arquitetura em rede como forma tecnológica.....	34
1.2. Redes sociais e identidades expandidas: Web 2.0	35
1.2.1. O social translucence como base das Redes Sociais	36
1.2.2. A cultura do Eu compartilhado	38
1.2.3. A identidade como marca.....	39
1.2.4. Identidade 2.0: reflexão das redes sociais	41
1.2.5. A imagem como eixo de interação na construção da identidade	43
1.2.6. Identidades expandidas: apontando para uma definição	46
1.2.7. Selfies: quando a tecnologia, a visualidade e a identidade convergem.	48
CAPÍTULO 2	52
2. TRAJETÓRIA DOIS: AUTORREPRESENTAÇÃO E IDENTIDADES EXPANDIDAS	52
2.1. Os autorretratos na arte	53
2.1.1. Autorretrato e pintura: O espelho como tecnologia da visão	54
2.1.2. Autorretrato e fotografia: a câmera como tecnologia da representação.....	58
2.1.3. Autorretrato e performance: a imagem como tecnologia da ação	64
2.1.4. Autorretrato e arte contemporânea: A imagem como tecnologia da banalidade do Eu o encontro com a estética amadora na Internet.	68
2.2. Selfies, uma reflexão sobre o reflexo do Eu	73
2.2.1. O autorretrato na era digital: a importância dos selfies.	76
CAPÍTULO 3	
3. SELFIES E MÍDIA	78
3.1. O selfie e as celebridades	78
3.2. Microcelebridades	92

3.3. Fora das fronteiras das mídias	97
--	-----------

CAPÍTULO 4

4. O EU EM REDE E PRÁTICAS ARTÍSTICAS EMERGENTES	102
---	------------

4.1. Post-fotografia: Estéticas apropriacionistas de acumulação e reciclagem digital	105
---	------------

4.2. A performance do selfie.....	125
--	------------

4.3. A exploração da identidade visual além do Selfie.....	133
---	------------

4.4. Alguns apontes sobre a ética.....	139
---	------------

4.5. Rumo a uma agenda de futuro.....	140
--	------------

5. CONCLUSÕES.....	142
---------------------------	------------

5.1. Internet, Imagem, Identidade.....	143
---	------------

5.2. Imagem técnica, arte e selfie.....	144
--	------------

5.3. O selfie transformado pela mídia.....	146
---	------------

5.4. A consciência crítica da multidão interconectada	147
--	------------

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	150
--	------------

ANEXO 1. LISTA SISTEMATIZADA DAS OBRAS ARTÍSTICAS QUE DESENVOLVEM O TEMA DA IDENTIDADE NAS REDES SOCIAIS	162
---	------------

ANEXO 2. DECÁLOGO POSFOTOGRAFICO	180
---	------------

PRÓLOGO

Durante minha formação em artes, sempre escolhi as disciplinas fotográficas. Aprendi a mexer todos os botões e lentes de câmeras de 35mm, a aguçar o olhar para conseguir bons enquadramentos, profundidades e contrastes, e a perceber boas condições de luz, tudo para tentar obter um bom registro. Aprendi a revelar e ampliar imagens no laboratório, brincar com os químicos e experimentar com diferentes tipos de suportes para fixar as fotografias. Sempre achei certa magia no fato de produzir imagens com aparelhos.

Por certo tempo, segui o caminho da criação explorando diversas formas para reproduzir a imagem e misturá-la com objetos, mas a visualidade digital foi tomando conta do meu interesse. Pouco antes de terminar a faculdade, a Internet foi liberada para o uso comercial (até então, seu uso estava restrito a redes acadêmicas). Comprei meu primeiro computador, um aparelho enorme, e logo minha primeira câmera digital só por curiosidade. Sem perceber, em uma hora estava tendo rotinas longas de exploração da web deixando sem telefone a casa, e fotografando muito mais com a camerazinha digital de 3x e um megapixel do que com minha câmera análoga Nikon pro.

Agora posso olhar para trás e dizer com certeza que tive a fortuna de ser da geração que assistiu à chegada da Internet e, é claro, da tecnologia digital. Aquilo todo mudou meu mundo visual, bom, o mundo visual de todo o mundo. Sem muita resistência, iniciei um “museu pessoal”, misturando imagens que pegava da Internet e fotos feitas por mim. Não tinha intenção artística nisso, era mais o gosto de poder ter quantas imagens quiser sem restrição. O encontro com a net.art ocorreu nesse período. O tom político e a subversão da experiência interativa na rede que propunham artistas, como Olia Liana, Jodi, Alexei Shulguin e Natalie Bookchin, foi surpreendente. A decomposição das imagens nas telas, a relação direta com o público e a criação coletiva foram motivos suficientes para me questionar sobre as mudanças culturais que aquilo sugeria. Além da minha empolgação com a fotografia digital e a rede, valia a pena investigar e compreender as novas sensibilidades, as estéticas digitais e outras possibilidades de ruptura com os esquemas tradicionais de produção e circulação artística.

Foi justamente esse o tema do mestrado em Estudos Culturais (2005) que desenvolvi na Universidade Nacional da Colômbia. Considerei necessário me valer

de um enfoque crítico para compreender as dinâmicas das artes eletrônicas e as redes, já que claramente todas suas implicações não estavam centralizadas só no campo da arte, portanto, também era necessário abordar disciplinas sociais. Do interesse por olhar a convergência de diferentes perspectivas ao redor de um mesmo problema de pesquisa, surgiu a dissertação *Zona en construcción: la participación mediática en el arte*. Pesquisa que teve como foco práticas artísticas que usam recursos digitais, redes e aparelhos lowtech dentro de esquemas comunitários periféricos para gerar reflexões sobre o acesso à tecnologia.

Hyperbarrio e *Sutantenza sin Cables* são duas das propostas artísticas examinadas. Enquadradas na chamada arte-ação, estas produções foram herdeiras dos coletivos criativos iniciados na década de 1970, que traçaram o desafio de fazer intervenções urbanas para movimentar a sociedade. Sob esta bandeira, as duas produções estudadas tiveram a intenção de oferecer acesso gratuito à Internet, criando uma infraestrutura de baixo custo; desenvolver oficinas para que as próprias comunidades contassem com o conhecimento técnico necessário para desenhar e montar seus próprios aparelhos de comunicação; e criar páginas de informação administradas pelos próprios cidadãos na rede. A premissa que parecia girar nessas produções artísticas era “me conecto, logo existo”, pois o fim último de tudo aquilo era criar as condições para que cada pessoa da comunidade tivesse um espaço na rede para se expressar e compartilhar experiências. Embora a investigação não estivesse focada na identidade, esse tema sempre esteve presente.

Esse conjunto de experiências com a imagem e com a pesquisa me levou a ficar atenta às redes sociais. Nesse momento, o Facebook, YouTube e MySpace eram sucesso. Comecei a perceber o aumento da conectividade por meio da imagem própria em plataformas digitais. De fato, eu já tinha feito uma enorme coletânea de autorretratos, alguns deles postados nos meus perfis. Mas também essas redes me permitiam estar em contato permanente com minha família espalhada pelo mundo que, por sua vez, fazia autorretratos para dividir. Inclusive meu pai, um senhor de setenta anos, comprou um dos primeiros Iphones e ainda posta imagens dele no Facebook. Também está atento ao perfil da minha mãe para que ela tenha sempre atualizados e bem abastecidos seus álbuns.

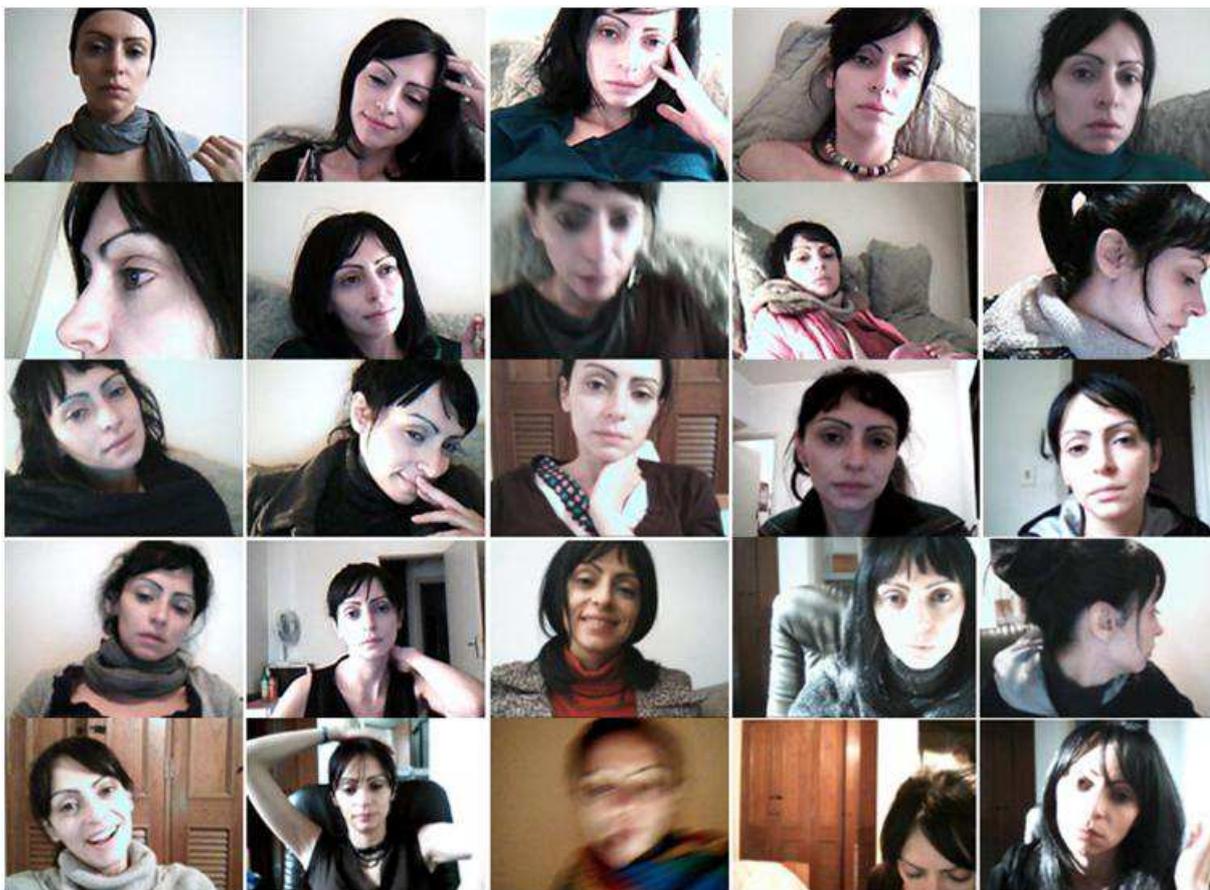


Figura 1 - *Coletanea de selfies* (2008 - 2013). Leila Ali.

A relação entre imagem-dispositivos-redes, sem dúvida, estava alterando a consciência de si mesmo. A excentricidade de se autofotografar e compartilhar as imagens já era uma prática comum e corrente. Tudo aquilo mudou também muitas das práticas artísticas que tinham me surpreendido na época do net.art. Artistas pioneiros, como a Natalie Bookchim, passaram a propor experiências interativas pontuais com os usuários, e a olhar para os significados das novas formas de geração de conteúdos visuais massivos na rede. Um segundo mestrado para analisar essa situação não parecia uma má ideia.

O Programa Interunidades em Estética e História da Arte, da Universidade de São Paulo, ofereceu-me a oportunidade de procurar ferramentas para me aproximar desse fenômeno da identidade, a imagem em rede e a arte. Um experimento marcante que desenvolvi nessa busca foi a realização de uma performance transmitida por streaming. Sobre meu perfil de Facebook, consegui momentaneamente alterar a caixa reservada para a foto do *timeline* para colocar nesse espaço um vídeo em tempo real. Na ação, desenvolvida durante dez minutos,

a tela do computador se transformou no meu espelho, diante do qual tirei selfies após maquiagem de forma exagerada meu rosto. Esse espelho-tela era para me refletir e brincar com minha imagem, mas também para ser olhada simultaneamente pelas pessoas que acessaram meu perfil.

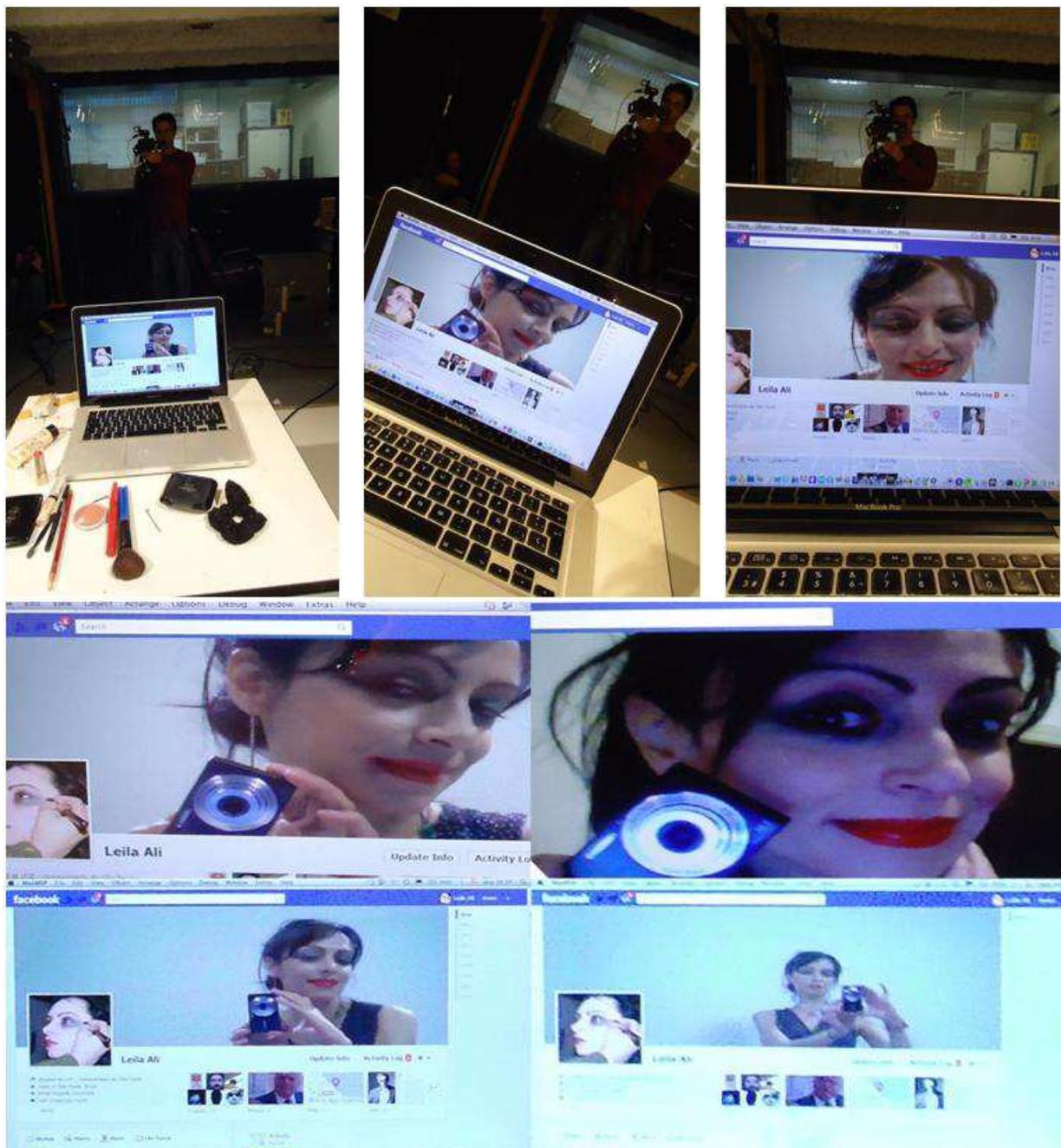


Figura 2 – *Identidade Expandida*. Performance (2012). Leila Ali.

Com esse experimento, que tentou pôr em diálogo meu reflexo, minha performance, a rede e o olhar dos outros, iniciou-se a pesquisa que aqui apresento, que examinará as identidades expandidas.

INTRODUÇÃO

O terreno da identidade é muito poroso e por isso mesmo deve ser revestido de um contexto específico para que seja visível e útil para compreender sua agência. Stuart Hall afirma que a identidade é um conceito “estratégico e posicional”, que é preciso vincular a todos os processos e práticas que tem a ver com a “produção não daquilo que nós somos, mas daquilo no qual nos tornamos” (HALL, 2000, p. 108). Seguindo o conselho de Hall, o campo de pensamento, que é retomado nesta pesquisa, está dado pela identidade imbricada com os sistemas de comunicação em rede, especificamente a Internet, e a visualidade, especificamente a imagem fotográfica e de vídeo, portanto é neste âmbito entrecruzado que estão se anunciando, de fato acontecendo, mudanças substanciais que afetam tanto a vida social quanto o campo das artes por “ser um campo que articula e materializa fenômenos estéticos dotando-lhes de capacidade narrativa e de articulação de códigos que gravitam entorno à cultura humana” (DA ROLT, 2010, p. 40).

A partir da emergência da Internet e de outras tecnologias digitais, abriram-se possibilidades para administrar, publicar e compartilhar conteúdos na rede sob diferentes modelos de interação. Sempre em todos eles foram favorecidas novas práticas para a construção da identidade, que tem gerado processos emergentes de subjetivação. Esta questão chamou a atenção desde muito cedo na história da Internet e tem sido analisada amplamente por diversos autores nas duas últimas décadas (GERGEN, 1991; TURKLE, 1995; WELLMAN, 2004; GOMEZ, 2007; ROBINSON, 2007).

No entanto, com as mudanças tecnológicas, tem se incrementado e evidenciado as possibilidades de “ser e estar” na rede, em grande parte, graças à proliferação de plataformas de serviços, como Facebook, YouTube, Twitter ou Instagram, que têm como objetivo criar comunidades em que os participantes se exibem e trocam informações pessoais de forma permanente, visando criar novos laços sociais. Nesse cenário, a interação e os processos comunicativos se erigem como dois dos principais elementos para a construção de identidade que, de maneira exponencial, incrementam os recursos visuais com esse objetivo. Assim, o compartilhamento de fotografias e vídeos tem se tornado nos últimos anos a maior atividade dos usuários. As imagens de conteúdo pessoal dispostas na Internet mostram-se como elementos que permitem relatar com versatilidade quem é cada

indivíduo, e, justamente por esse motivo, geram maior interação não só dentro do círculo de conhecidos, mas também com um grupo maior de pessoas desconhecidas, daí que a imagem agora seja parte fundamental da apresentação da identidade na rede.

A partir da popularização da visualidade como chave da construção da identidade on-line, a pesquisa discutirá como as práticas identitárias na Internet, aquilo que denomino uma *identidade expandida* que é criada por uma estética do Eu compartilhada a escala global, cujo foco principal é a autoimagem digital, recentemente nomeada como *selfie*. Este fenômeno tem começado a interpelar o campo das artes contemporâneas, bem como a ser reproduzida amplamente na mídia. Dessa maneira, a respeito do campo da arte esta situação se dá numa estrutura de dupla hélice: por um lado, as ditas práticas sociotécnicas da identidade em rede exploram elementos visuais do autorretrato fotográfico que já tinham um percurso e reconhecimento na arte; e, por outro, emergem práticas artísticas que reconfiguram essa situação e estão encontrando um potente campo de investigação baseado, justamente, nessa identidade expandida. De tal contexto, seja pela captura, rastreio, descontextualização, seja pela modificação das imagens espalhadas por milhares de usuários na rede, gera-se um conjunto de práticas artísticas que encontram na exploração das redes sociais no ambiente da Web 2.0 um espaço poético de reflexão estética e crítica sobre a identidade contemporânea. Com isso, pretendo refletir sobre a relação entre o campo da criação artística e as práticas culturais sob as quais estão se construindo os indivíduos na Internet atual.

No campo da mídia, o reconhecimento do poder das imagens do Eu em rede está fazendo com que o selfie vire objeto de matérias. Aquele uso, fora dos âmbitos próprios destas imagens, apoia sua difusão social e lhe dá novos significados. Este é um terreno que está impulsionando e naturalizando essa prática, já que a autoimagem digital com a atenção da mídia é legitimada e ganha importância e significado social em grande escala, não só por ser realizada por multidões, mas também porque algumas dessas autoimagens se transformam em símbolos culturais. Dessa forma, surgem novas dimensões da identidade ligadas à questão de ser uma celebridade ou se mostrar procurando um amplo público além daquele gerado em si mesmo na interação comunicativa na Internet.

O trabalho está dividido em quatro capítulos. Os dois primeiros estão associados, respectivamente, a duas trajetórias, uma tecnológica e uma artística, que tem abordado a relação entre identidade e a mediação tecnológica. No primeiro, a discussão está centrada nas subjetividades que têm surgido nos entornos de interação possibilitados por computadores e redes. Neste âmbito, a Internet representa a convergência de um conjunto de tecnologias e constitui a pedra angular da comunicação e mediação digital. A trajetória traçada pretende indicar como foi se conformando a identidade expandida, centrada nas relações entre o desenvolvimento de plataformas e ferramentas de interação e os usos que os indivíduos fazem delas, que tem dado lugar a diferentes conformações da identidade on-line. Com isso, procura-se estabelecer a importância da tecnologia para o surgimento de práticas relacionadas com o uso massivo da imagem.

O capítulo dois apresenta uma trajetória instalada no campo das artes, focada na relação entre tecnologias da visão e a representação da identidade. Este capítulo tem como eixo principal o autorretrato e o selfie como processos identitários desenvolvidos através de imagens obtidas por meios mecânicos. O autorretrato/selfie resulta especialmente relevante por duas questões: por ter sido o autorretrato uma prática tradicionalmente artística e porque o selfie, sendo um autorretrato amador, representa a prática paradigmática da fotografia digital, que tem uma função conectiva e comunicativa, dois elementos centrais na evidente expansão da identidade.

A crescente referência a selfies na mídia e os significados sociais que estão surgindo nesse campo são a reflexão principal do capítulo três. Tendo como exemplos vários selfies de celebridades consolidadas e microcelebridades, será realizada uma análise do que significa colocar a imagem do Eu em rede dentro de contextos jornalísticos. De tal forma, serão revistas as transformações sociais e as novas formas do poder que se desprendem da exibição da identidade.

O entusiasmo pela identidade, tanto no estético como no tecnológico, também dispõe-se como um campo de exploração assumido por um importante número de artistas contemporâneos, que começaram a absorver de forma crítica os usos massivos das redes de relacionamento, fazendo delas o ponto central de suas investigações criativas. De tal forma, essas manifestações interpelam diretamente a identidade resultante das dinâmicas multitudinárias de participação on-line. Este é o

tema do último capítulo no qual se estabelece a análise de um conjunto de propostas artísticas emergentes que dialogam com essas identidades expandidas. Por meio da apropriação ou reinterpretação de imagens fotográficas e de vídeos compartilhados nas redes sociais, as produções artísticas desvelam as condições sob as quais estão sendo construídos e expostos os indivíduos nas mídias sociais. A aproximação a propostas é realizada atendendo às tecnologias que possibilitam a massiva criação e circulação, bem como as subjetividades presentes nos autorretratos/selfies. Este capítulo busca sintetizar ambas as trajetórias desde um olhar poético, abrindo novas vias de reflexão sobre a simbiose da identidade, tecnologia e visão. Isto considerando que aquelas práticas procuram agir na construção do espaço social da identidade em rede acessando certos códigos vitais, técnicos e estéticos para criar experiências reflexivas com e por meio do selfie.

A presente pesquisa teve como objetivo fundamental desenvolver uma análise tanto da apresentação dos indivíduos mediada pelo desenvolvimento da tecnologia colaborativa na Internet, quanto da visualidade na autoimagem por intermédio de meios técnicos (fotografia e vídeo) explorada no campo da arte. Dois elementos que influem na construção da identidade nas redes sociais. Isso para estabelecer um panorama de apropriações nas mídias e de práticas artísticas emergentes que dialogam com a nova estética dos indivíduos ligada às condições da conectividade digital em rede.

Como objetivos específicos foram estabelecidos os seguintes:

- a) estabelecer uma trajetória teórico-histórica sobre a infraestrutura das redes sociais visando compreender as condições tecnológicas e de serviços que têm delimitado a apresentação individual na Internet em distintos momentos;
- b) estabelecer uma trajetória teórico-histórica sobre a relação entre as tecnologias da visão e a autorrepresentação, com ênfase na fotografia e o vídeo, para compreender os valores presentes na construção da imagem de si próprio tomando como foco de estudo os autorretratos, e sua atualização mais recente, os selfies;
- c) desenvolver uma reflexão sobre a confluência atual da apresentação do Eu na mídia e os significados que podem surgir da identidade individual que se expõe no campo jornalístico;

- d) estabelecer um cenário do qual surgem atividades artísticas que assumem o desafio da massificação da imagem dos indivíduos em rede, para fazer dele um potencial campo para o exercício reflexivo da interação e mediação tecnológica na construção da identidade contemporânea.

O presente trabalho desde o início exigiu pensar a superação das fronteiras disciplinares com o objetivo de aproximar-se tanto da experiência humana no contexto digital quanto do impacto da identidade expandida em processos midiáticos e de criação artística preocupados das novas práticas sociais de participação on-line. Esta estratégia multidisciplinar tornou possível uma apreensão das interrelações entre diversas áreas do conhecimento, que permitiram a abordagem das noções de identidade inseridas nas dinâmicas digitais que constroem os indivíduos contemporâneos, assim como sua leitura em práticas artísticas.

Para que isso fosse possível, a pesquisa foi estabelecida tendo como fundamento o método dialético com ênfase qualitativa. Segundo Diniz e Silva:

O método dialético reconhece a dificuldade de se apreender o real, em sua determinação objetiva, por isso a realidade se constrói diante do pesquisador por meio das noções de totalidade, mudança e contradição. A noção de totalidade refere-se ao entendimento de que a realidade está totalmente interdependente, interrelacionada entre os fatos e fenômenos que a constitui. Já a noção de mudança compreende que a natureza e a sociedade estão em constante mudança e que elas tanto são quantitativas quanto qualitativas. Enquanto isso a noção de contradição torna-se o motor da mudança. As contradições são constantes e intrínsecas à realidade. As relações entre os fenômenos ocorrem num processo de conflitos que geram novas situações na sociedade. (DINIZ; SILVA, 2008, p.4).

Com base nessas considerações, este método foi escolhido para adiantar a pesquisa porque permite conceber a cultura digital e as redes de relacionamento na Internet como um campo em movimento contínuo, composto de pensamentos, objetos e práticas organicamente ligados entre si. É um fato que a tecnologia muda muito rapidamente e influi com a mesma rapidez nos comportamentos humanos, criando um campo propício para o surgimento constante de novos códigos e práticas estéticas. Nesse sentido, a perspectiva do método dialético é necessária para compreender os ambientes de interrelacionamento de natureza digital, a expansão da identidade nesses âmbitos, a influência da mídia na consolidação de práticas culturais, as teorias que surgem a respeito e as produções artísticas que dialogam com as novas práticas sociais mediadas pela tecnologia.

De tal forma, e considerando esses princípios metodológicos, foram concebidas três fases para o desenvolvimento da pesquisa, que são descritas a seguir, que não necessariamente deviam ser realizadas de forma consecutiva, de modo que seus avanços pudessem ser obtidos de maneira simultânea.

Revisão teórica

A primeira fase da investigação se centrou no exame da documentação e bibliografia fundamental ao redor do conceito da identidade em seus desdobramentos e características no âmbito das tecnologias das redes sociais. Também foi adiantada uma indagação sobre as posturas teóricas no campo da arte e dos estudos da mídia que refletem sobre a imagem técnica e sua relação com a visualidade digital em práticas cotidianas. Dessa forma, foram identificados os argumentos que sustentam a discussão a respeito das condições que geram a identidade on-line em vários âmbitos.

Com uma extensa revisão da literatura, e levando em conta que o cenário descrito carrega complexidades para a abordagem do objeto de estudo, uma vez que são vários os campos que confluem e poderiam ser analisados, decidiu-se por abordar a relação entre as estéticas do eu e a conectividade digital por meio de duas perspectivas:

- a) a perspectiva tecnológica: Sustentada pelos estudos da Internet e da Cultura Digital, com ênfase na interação mediada por computadores e redes, pelas teorias da sociologia e da antropologia que incidem sobre os discursos da identidade pós-moderna e contemporânea, bem como os conceitos da emergente sociologia da cultura visual digital. O foco de atenção foi posto na identidade em redes sociais na Internet;
- b) a perspectiva da arte: Apoiado em ferramentas proporcionadas pela história, teoria e crítica da arte, focalizadas no uso da imagem técnica para a construção da imagem do Eu, assim como ferramentas dos estudos visuais, que trazem uma plataforma teórica para compreender um campo mais amplo da imagem, considerando tanto seus usos artísticos como culturais. Aqui o foco foi o autorretrato e o selfie.

Nos dois casos foram revisados os antecedentes históricos gerais tanto das análises socioestéticas da identidade quanto das práticas artísticas que antecederam a reflexão sobre a identidade em rede. Segundo a ênfase de cada âmbito de conhecimento, foram delineadas duas trajetórias, uma por cada filtro, e que se correspondem aos dois primeiros capítulos da dissertação.

Observação navegante e mapeamento de obras artísticas e de selfies na mídia

Definidas as questões teóricas principais, foi iniciada a segunda fase. Com um trabalho de observação navegante, elaboraram-se dois mapas, um de obras artísticas contemporâneas e outro de selfies resenhados no campo jornalístico, procurando que os dois estivessem em diálogo com os elementos achados na fase de revisão teórica. Nesse sentido foram identificadas, classificadas e descritas brevemente as imagens e os trabalhos identificados em cada um dos mapas para uma posterior análise. Os conjuntos selecionados correspondem a uma série de produções artísticas e resenhas jornalísticas que refletem acerca da identidade online na Web 2.0, propiciando novas formas de experiência estética, conteúdos e expressão dessas identidades.

A catalogação das obras respondeu ao tema da identidade expandida, sem se concentrar em algum artista em especial. Esta determinação se sustenta em que dificilmente os artistas desenvolvem um percurso artístico exclusivo sobre identidade nas redes sociais. No final desta dissertação é incluída como anexo a lista sistematizada (Anexo 1, pag. 162). Ali aparecem todas as produções que conformam o capítulo quatro, mas também estão incluídas outras propostas que não estão no corpo da pesquisa por quanto os conceitos que trabalham de alguma maneira já são recolhidos nas obras selecionadas, mas complementam o panorama geral das novas práticas artísticas que emergem da cultura do Eu nas redes sociais. É importante anotar que pela atualidade da produção destas obras é difícil achar sua documentação, situação que exigiu uma investigação permanente, focada na recompilação e sistematização.

No entanto, a coletânea de selfies da mídia é muito contingente, esse mapa auxiliou a análise desenvolvida no capítulo três, porém, não foi considerado relevante adicionar ao presente trabalho essa sistematização por quanto cada dia

aparecem outras autoimagens que são amplificadas pela mídia de modo que os conteúdos mudam constantemente e não pode ser determinada uma listagem estática.

Intercâmbio acadêmico

De forma complementar a todo o percurso investigativo, foram estabelecidos contatos com instituições que estão desenvolvendo temas de pesquisa afins, com a finalidade de confrontar e aprimorar os resultados obtidos e, ao mesmo tempo, estabelecer possíveis parcerias, já que a presente pesquisa faz parte do grupo *COLABOR: Centro Multidisciplinar de Pesquisas em Criações Colaborativas e Linguagens Digitais*, pertencente ao Programa Interunidades em Estética e História da Arte da Universidade de São Paulo, coordenado e dirigido pelo Professor Doutor Artur Matuck.

Realizaram-se dois estágios de pesquisa durante um mês cada, um na *Universidad Carlos III de Madrid - Máster en Teoría y Crítica de la Cultura* e o *MediaLab Prado de Madrid*, sob a supervisão dos professores e teóricos Juan Martín Prada e Fernando Broncano, e o outro, na *University of Leeds, Inglaterra – Institute of Communications Studies*, com o acompanhamento do pesquisador Edgar Gómez Cruz. Assim, cada estágio correspondeu a uma das trajetórias apresentadas na pesquisa.

Até aqui, com o círculo de pensamento e ações descritas, a pesquisa intenta pôr em diálogo direto as questões teóricas da identidade em ambientes de participação em rede, com produções artísticas que têm se aproximado das redes de relacionamento digital, com ênfase nas identidades, considerando que a atividade artística é produtora de conhecimento de um âmbito poético e permite preencher de conteúdos críticos as condições que participam direta ou indiretamente da subjetividade digital.

Durante todas as fases desenvolvidas, a questão estética se tornou o ponto central para um aprofundamento no horizonte de significados da identidade, mas atendendo também à importância da tecnologia e as práticas sociais em todo este processo. Assim, este projeto não se propôs a questionar o conceito mesmo de identidade, mas repensá-la no contexto digital em que se vê imersa. Este assunto merece especial atenção não só porque os processos artísticos têm disposto uma

plataforma crítica da experiência humana num mundo hiperconectado, mas também por propor um novo território reflexivo em que a identidade é exposta para ser pensada, compreendida e (re)construída.

CAPÍTULO 1

1. TRAJETORIA UM: UMA IDENTIDADE EM EXPANSÃO

O homem cria as ferramentas e, subsequentemente, as ferramentas recriam o homem. (MCLUHAN, 1964)

A Pinacoteca do Estado de São Paulo realizou em 2013 uma exposição com fotografias postadas na rede social Instagram. A chamada aberta ao público com o tema “retrato” foi um sucesso e mais de duas mil fotos foram publicadas na rede marcadas com o *hashtag* #Pinagram1. Dali foram selecionadas cinquenta que conformaram a mostra que cobriu as paredes do museu. Este é apenas uma das dezenas de exemplos de que instituições artísticas, como museus e galerias, estão reconhecendo a explosão de criatividade amadora na cultura digital. Na época atual, a mediação tecnológica está completamente presente na vida cotidiana. Nesta era de smartphones, satélites e telas, tudo parece ter relação com a tecnologia e a arte faz parte desta relação.

Um dos temas centrais da preocupação na arte tem sido a identidade. Como são constituídas as subjetividades em face do mundo e em relação aos outros é um ponto central nas histórias sobre a arte, tanto na análise das obras quanto na reflexão teórica sobre o papel mesmo da arte. Também a questão da imagem coloquial e a identidade, por exemplo, a produzida na mídia, tem sido objeto de reflexões nos estudos da comunicação e nos estudos visuais. Em tempos recentes, a incorporação das tecnologias digitais, no mundo da arte e na vida cotidiana, tem gerado uma nova onda de aproximações teóricas que fazem com que a relação entre identidade e tecnologia seja uma das peças centrais de estudo. Assim, da arte digital como da comunicação mediada por computador, muitos autores têm se dado a tarefa de investigar sobre esta relação (MANSFIELD, 2000; MATUCK; MEUCCI, 2005; SAN CORNELIO, 2008; PRADA; 2008). Uma vez que o presente trabalho tem como preocupação central estabelecer o panorama tecnosocial atual, cuja pedra angular é o sistema comunicativo de interação social que representam as redes sociais, é necessário conhecer como foi conformado dito panorama para poder analisar as práticas estéticas do Eu decorrentes. Por isso, esta primeira trajetória procura refletir sobre a estreita relação entre a construção de formas identitárias e as tecnologias digitais.

Como ponto inicial, torna-se necessário fazer um esboço geral do desenvolvimento histórico do âmbito da identidade e da tecnologia, para desta maneira poder compreender melhor alguns dos fenômenos da extensão da imagem de si próprio como código cultural, bem como as propostas artísticas emergentes, que discutem e criticam a identidade nesta época digital e dialogam e reflexionam sobre ela. Para isso, o trabalho busca dar conta da criação de subjetividade e a posta em cena (parafraseando a Goffman) de tais subjetividades em ambientes sociais mediados pela tecnologia e a mobilidade, marcados por um crescente aumento do uso da imagem. O ponto chave a discutir é como a relação entre práticas cotidianas que utilizam tecnologias digitais, que contêm cada vez mais elementos visuais, abrem novas formas para experimentar o Eu de uma forma expandida.

O capítulo é dividido em duas partes: na primeira, desenvolve-se um esboço da identidade na Internet procurando estabelecer alguns elementos históricos para a análise do percurso da identidade mediada por sistemas de interação digital da Web 1.0 como campo fértil para o desenvolvimento das plataformas atuais de relacionamento massivo. A segunda parte apresenta o panorama digital atual se centrando na descrição e discussão dos parâmetros das redes sociais, também denominadas de mídias sociais, por ser o cenário que configura e possibilita a expansão identitária. Também é desenvolvida uma discussão centrada na cultura do Eu que adquire formas de “identidade como marca” com o objetivo de gerar comunidades fortalecidas ao redor dos indivíduos. É estudado o crescente papel da visualidade na expansão das identidades o qual se liga com o aparecimento dos selfies, como exemplo da mediação visual e tecnológica que populações globais têm incorporado como prática cotidiana para se exibir ao mundo.

1.1. O começo 1.0: Internet e identidades mediadas

Nos primeiros anos da Internet, centrados no modelo 1.0, a identidade dos usuários gerou uma série de reflexões sobre a subjetividade mediada pela comunicação digital. Mesmo que as discussões daquela época tenham sido amplamente documentadas e analisadas (JONES, 1997; SLATER, 2002; SILVER, 2004; GÓMEZ CRUZ, 2007; ROBINSON, 2007) são trazidas a este estudo algumas referências importantes como marco de reflexão antecedente da identidade 2.0. Nas

reflexões realizadas nessa primeira década, a teoria da identidade pós-moderna foi a âncora para analisar as representações que os indivíduos fazem de si mesmos na rede, pois as possibilidades de atuação on-line se complementaram quase à perfeição com essa identidade que “se torna uma *celebração móvel*: formada, transformada continuamente em relação às formas pelas quais é representada ou interpelada nos sistemas culturais” (HALL, 2006, p. 13).

Gómez Cruz, após fazer uma ampla revisão da literatura em torno da conformação da identidade, afirma que os estudos mais relevantes se guiaram de forma recorrente por alusões aos jogos, com ela, os desdobramentos múltiplos, o anonimato e as decepções (GÓMEZ CRUZ, 2007, p. 91). Nesta via, por exemplo, Kenneth Gergen fez uma reflexão sobre o indivíduo com um *Eu Saturado* produto de uma concepção contaminada do Eu causada pela acumulação de tecnologias de comunicação com as quais tem que lidar, desta forma o indivíduo é “habitado” por múltiplas facetas. Embora o argumento do Gergen sublinhe perspectivas negativas, também propõe que o pluralismo pós-moderno tem efeitos liberadores nas dinâmicas culturais desde que possa ser escolhida a identidade que se quer (GERGEN, 1991, p. 17).

A questão da acumulação tecnológica é retomada por Howard Rheingold (1993) na sua pesquisa sobre comunidades virtuais. No capítulo especial sobre identidades e MUD ¹ (*Multi-user dungeon, dimension*, ou por vezes *domain*), Rheingold indica que é necessário revisar a fascinação e o uso entusiasta, até mesmo obsessivo, dos jogos de papéis on-line para dar uma resposta à questão da identidade. O autor afirma que a explicação está nas mudanças das noções de identidade que foram precipitadas pelas mídias precedentes:

Algumas pessoas estão condicionadas pela oferta saturada de comunicação, já que esses ambientes ocuparam sua atenção desde o nascimento. Os MUDs são parte da última fase de uma longa sequência de alterações mentais trazida pela invenção e utilização generalizada de ferramentas simbólicas. [...] Semelhante à maneira como a mídia anterior dissolveu as fronteiras sociais relacionadas com o tempo e o espaço, a mais

¹ Segundo a definição oficial do *Oxford Dictionary* um MUD é: “a computer-based text or virtual reality game that several players play at the same time, interacting with each other as well as with characters controlled by the computer”. Para explicar um pouco melhor, um MUD é um programa de computador de base textual (sem gráficos) no qual os usuários podem se introduzir e explorar um mundo imaginado. Num MUD cada usuário pode tomar controle de um personagem e caracterizá-lo para estabelecer conversas com outros personagens, explorar e criar salas de bate-papo (chats).

recente comunicação mediada por computador parece estar dissolvendo também os limites da identidade. (RHEINGOLD, 1993, p. 150-151).

Dos estudos mais relevantes nesta perspectiva, destacam os realizados por Sherry Turkle, quem sistematicamente tem pesquisado experiências de interação com os computadores. Os MUDs e as máquinas, segundo a autora, se tornaram um portal que permitiu as pessoas levar vidas paralelas em mundos virtuais, tanto uns intermediários para estabelecer relações com outras pessoas por meio de personagens ligados por meio de redes digitais. No caso desta autora, aquela nova sensação de ser um outro deu a oportunidade de jogar com a própria personalidade e experimentar criando novas, exercício que demonstrou que o Eu pode ser muito fluido e múltiplo, e que estas plataformas, até mesmo podem ter possibilidades terapêuticas (TURKLE, 1995, p.12).

A sofisticação da realidade virtual, que teve um grande desenvolvimento naquela época, fez florescer o encantamento por mundos paralelos chamados *Metaversos*². Jogos on-line ou experimentações multimídia exigiam o uso de *avatars*, de modo que a identidade se construía sobre um personagem-imagem. Também foram se popularizando as salas de bate-papo (*chatroom*) que indicavam o uso de um *apelido* (*nickname*), ou seja, guiavam o uso de uma identidade alternativa para interagir na rede. O centro da comunicação fornecida pela Internet estava destinado a um envolvimento ficcional possibilitado pela tecnologia.

Retomando a Gómez Cruz, o pesquisador assinala que estes primeiros estudos sobre a identidade, ao serem elaborados sobre os MUDs, permitiram precisamente que houvesse um jogo baseado na criação de identidades. Isso deu origem a uma série de reflexões ao redor das possibilidades da interação mediada por computador para gerar “mundos virtuais”, que, “combinadas com o anonimato, dotaram aos usuários de uma espécie de *poder* de gestão, criação e desenvolvimento de identidades múltiplas, fragmentadas e imaginativas, mas sobretudo direfentes das reais” (GÓMEZ CRUZ, 2007, p. 94).

² Novamente, com o auxílio do *Oxford Dictionary*, um *Metavers* é: Um espaço de realidade virtual no qual os usuários podem interagir com ambientes gerados por computador e com outros usuários. Para ampliar um pouco a definição, os *metaversos* são uma realidade virtual, geralmente em 3D, dentro de um ambiente de chat, que atua como metáfora do mundo real. Também conhecidos como Multi-user Virtual Environment (MUVE), que permitem interagir socialmente por meio de ícones.

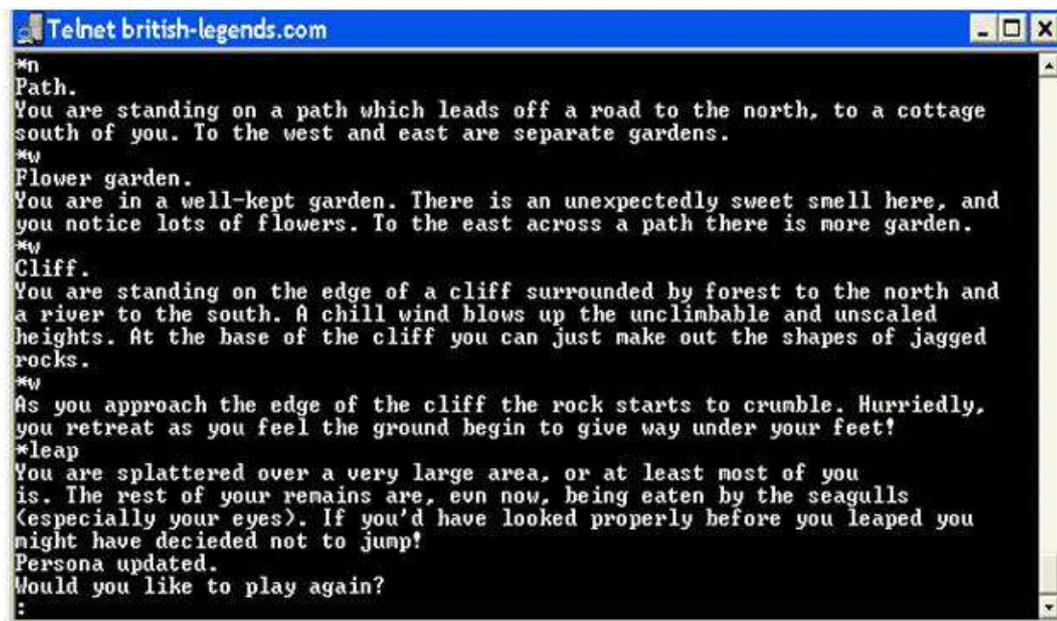


Figura 3 - Visualização de um MUD ou Multi-User Dungeon (1993).

Nota: Este é um exemplo de uma das primeiras plataformas de vídeo-games multi-jogador online. Um MUD podia suportar centenas de jogadores simultaneamente.



Figura 4 - Multiverso. Habbo Hotel (2000).

Nota: O cadastro e entrada no Habbo eram de graça, porém, o acesso aos serviços adicionais precisava da compra de "Habbo Credits" com dinheiro real, essa era a moeda dentro do Hotel.

1.1.1. Alguns encontros com a arte

Nessa primeira fase da Internet, ao existir uma comunicação, uma interação e uma socialização sem referentes físicos, era possível ver a rede como um “laboratório da identidade” (TURKLE, 1995) em que se quebravam estruturas da conformação identitária. A rede permitia aos indivíduos se transformar em presenças leves e fluídas nos jogos on-line ou salas de bate-papo, mas também podiam transitar pelo ciberespaço praticamente sem ser notados, sem que houvesse forma de saber quem é aquele visitante do site. A figura de um ser livre navegante nos fluxos informacionais que pode brincar em ser outra pessoa e se converter ele mesmo em informação, foi uma ideia que souberam captar propostas artísticas inseridas na própria Internet. Com a bandeira do anonimato, essas produções artísticas aprofundaram a experiência de ser um indivíduo que pode se desdobrar profusamente.

Esses modos de representação foram parte das inquietações de produções artísticas que acharam na Internet dos primórdios um campo de exploração estética com um espaço definido para as artes. Algumas das questões sob as quais se desenvolveram estes projetos tinham a ver com o corpo (ou a ausência deste), a exploração de identidades alternativas, os ciborgs, etc. Muitas delas se agruparam ao redor da tendência artística da net.art, que foi desenvolvida em webs específicas que hospedavam as programações e permitiam a interação com os navegantes. Gemma San Cornelio (2008), por exemplo, traça um percurso sobre as teorias dominantes da concepção da identidade na rede e explora as práticas artísticas ligadas à net.art que representam essa identidade.

Ao fazer uso das possibilidades da Internet, esses projetos artísticos criaram um espaço crítico sobre as condições em que se relacionavam os sujeitos: “A rede se identificava como um âmbito em que podia acontecer plenamente a mudança do descentramento típico do ‘eu’ pós-moderno, incluso sua deriva para a máxima provisoriedade e vacuidade” (PRADA, 2012, p. 147). O posicionamento da arte na década de 1990 seguiu fortemente a linha do apagamento das identidades propondo que, no anonimato das redes, a identidade perdesse valor e pudesse ser desconstruída com maior efetividade. A rede seria um espaço sem hierarquia e um modo de fugir das identificações corporais reais oferecendo a oportunidade de arquitetar novos discursos num diálogo aberto com os usuários.

Os artistas foram pioneiros na utilização dos recursos da Internet para procurar indagar sobre as possibilidades do visual ligadas a elementos interativos. Assim, surgiram trabalhos como *The construction of Natalie*³ (1997) da Natalie Bookchin e o Alexei Shulgin, que é um dos primeiros trabalhos na reflexão da identidade na Internet, convida a reconstruir o retrato da artista por meio de fotografias que recolhem fragmentos do seu corpo. Com uma estética muito simples e a incorporação das linguagens próprias da mídia, a imagem gira por volta da construção-desconstrução de uma identidade virtual dinâmica e colaborativa.

Outro projeto que pode exemplificar a questão da identidade anônima que, aliás, é um dos que ganharam maior reputação nessa época, é *Mouchette*⁴ (1996), um website de uma suposta garotinha de treze anos que vive em Amsterdam e afirma ser artista. As cores rosa e as imagens ingênuas contrastam com os sons eróticos, gritos, gemidos e uivos que aparecem com o click nos ícones interativos fazendo com que a experiência de percorrer a obra produza uma sensação desconfortável. O nome da autora da proposta foi guardado em segredo durante vários anos, só há pouco tempo foi atribuída a Martine Meddam⁵. Com essas ações simbólicas, incluído o anonimato da criadora, o projeto *Mouchette* faz evidente as questões envolvidas na manipulação da cyber-identidade.

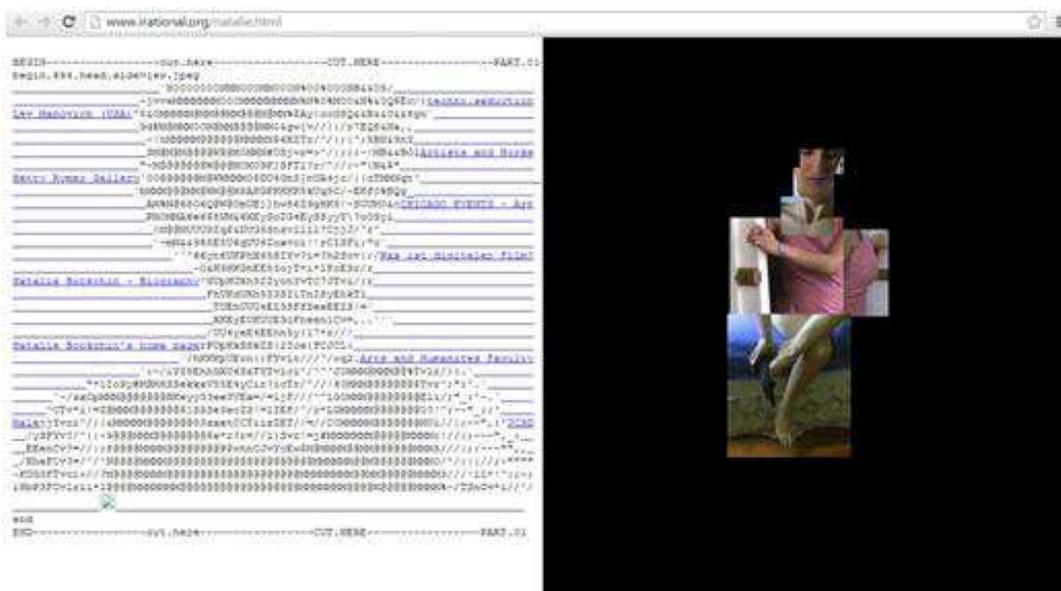


Figura 5 - *The construction of Natalie* (1997). Natalie Bookchin e Alexei Shulgin

³ <http://www.easylife.org/natalie/index.html>

⁴ <http://www.mouchette.org/>

⁵ <http://neddam.org/>



Figura 6 - *Mouchette* (1996). Martine Meddane.

1.1.2. A importância da arquitetura em rede como forma tecnológica

Para entender estes fenômenos é fundamental entender a tecnologia que se tem utilizado. Para não cair num determinismo tecnológico, é importante apontar como uma série específica de tecnologias possibilita ou constrange certas práticas. Nesta primeira fase da Internet, de seus inícios até o boom da Web na década de 1990, a arquitetura aberta, colaboração e interatividade entre os usuários já estavam na base das ferramentas de distribuição descentrada de informações e participação coletiva, que são os elementos chave usados na Internet da atualidade, isso não tem variado. É necessário sublinhar aqui, como analisado, que tais ferramentas da Internet pioneira (MUDs e MUVes) resurgiram com força no modelo 2.0 como parte de plataformas de redes sociais.

É a partir de 1995, quando a Internet se abre às empresas, que este design foi utilizado para criar um mercado globalizado suficientemente atrativo para capturar a atenção das pessoas. Os jogos de papel em todas suas variantes e as salas de bate-papo eram uma ínfima porção dos conteúdos existentes na rede e se converteram em sítios marginais, a respeito das páginas web que apresentavam conteúdos estáticos. Nesses sites, o uso mais estendido se concentrava em

“navegar” para chegar a portais na procura de informação, produtos ou serviços, sem que os administradores soubessem quase nada daquele potencial cliente.

Assim, as teorias e as produções artísticas que apontaram para uma caracterização da identidade na Web 1.0 foram se transformando simultaneamente com as modificações conceituais e tecnológicas da rede. Laura Robinson (2007) assinala que, quando o número de usuários de Internet cresceu e atingiu uma massa crítica, essa mesma diversidade de pessoas e interesses se viu refletida na diversidade de práticas e contextos de uso. Por conseguinte, o conceito de identidade “virtual” deixou de ter utilidade prática e um sentido para o estudo da Internet. Por sua vez, para o Barry Wellman, a partir de 2003, iniciou-se uma nova fase mais complexa sobre os estudos da Internet e, daí, o assunto da identidade tomou novos matizes que levam em conta que a “Internet está ajudando a cada pessoa a se transformar num nó de comunicação e informação entre pessoas, redes e instituições [...] a pessoa tem se convertido no portal mesmo” (WELLMAN, 2004, p.123).

1.2. Redes sociais e identidades expandidas: Web 2.0

É a partir da *Bolha da Internet* (2014) causada pela queda na bolsa eletrônica de New York, NASDAQ, que muitas empresas "ponto com" entraram em processo de venda, fusão, redução ou simplesmente quebraram e desapareceram. Nesse ponto, surge a ideia de uma “Internet Social”, de uma Web 2.0 na qual predomina um modelo baseado em criar plataformas de interconexão de usuários sob os princípios de participação coletiva aberta, compartilhamento, opinião e comentário. O sucesso da Web 2.0 está na possibilidade de “aproveitar o poder que a rede tem de tirar partido da inteligência coletiva” (O'REILLY; BATELLE, 2005, p. 9).

Embora uma grande parte dos discursos defina a Web 2.0 como uma “web social”, esta sociabilidade na realidade é fruto de uma complexa trama sociotécnica (BIJKER, 1994). De uma parte, a Web 2.0 procurou outras lógicas relacionadas com a identidade. Ela propôs conectar as pessoas não por meio de *avatars anônimos* em mundos fictícios, mas sim por meio de indivíduos reais que estabelecem laços aferivos e efetivos, na base de uma lógica mercadotecnicista.

De outra, foi se popularizando o uso de dispositivos móveis, aumentou a capacidade de transmissão de dados, foi desenvolvido um número importante de

plataformas de relacionamento, multiplicaram-se os pontos e formas de acesso à Internet, etc. Essa trama constitui novas configurações sociotécnicas, algumas das quais recuperam um conceito que foi desenvolvido no âmbito das ciências sociais modernas, transformando-o numa peça fundamental dos enunciados sobre a inter-relação de usuários na Internet: *Rede Social*.

Com base no *Oxford Dictionary* (OXFORD REFERENCE, 2014), uma rede social é definida como “padrões de relações interpessoais entre indivíduos baseados na interação cara a cara e/ou por comunicação mediada. Tais redes (baseadas nos laços mais do que nos indivíduos) emergem da interação e podem atravessar ou influenciar instituições; elas também podem amoldar comportamentos individuais”. De tal modo, as “redes não são, portanto, apenas uma outra forma de estrutura, mas quase uma não estrutura, no sentido de que parte de sua força está na habilidade de se fazer e desfazer rapidamente” (DUARTE; FREI, 2008, p.196).

1.2.1. O *social translucence* como base das Redes Sociais

Para contextualizar o termo de Rede Social e localizá-lo no terreno da tecnologia de comunicação digital, Thomas Erickson e Wendi Kellog (2000) tomaram aquelas características para pensar, do campo da engenharia de sistemas, uma maneira de transpor esses princípios de relacionamento em rede de um sistema social-físico para um sistema social-digital. “No mundo digital somos socialmente cegos”, dizem os autores, já que não se aplicam nem a sensibilidade nem as habilidades sociais por meio das quais comumente nos mostramos e atuamos em relações diretas pessoa a pessoa. Se a interação social física é compreendida como transparente, ao ser desenvolvida por meio da mediação de aparelhos se torna translúcida. Isto é, a ação dos indivíduos pode facilmente ser transgressora sem que existam consequências no mundo real.

Das pesquisas desenvolvidas por Erickson e Kellog, surge o *Social Translucence*, termo que define o processo de fazer a informação social visível dentro das redes de relacionamento mediadas por computadores em rede. Esse conceito, que é fundamental para compreender os comportamentos das pessoas e as formas de “ser visível” nas redes digitais, responde ao design de sistemas que tentam induzir tanto as atividades dos participantes quanto um comportamento coerente, na tentativa de emular as regras tácitas do convívio em comunidades

sociais. O desafio de suportar processos sociais on-line se concentrou então em gerar mecanismos para o autocontrole comunitário sob três propriedades: visibilidade, consciência e responsabilidade (ERICKSON; KELLOG, 2000, p. 60), que são o regulamento que está no transfundo de qualquer rede social. Para atingir esse objetivo, a solução técnica achada foi criar enormes bases de dados o suficientemente fortes para arquivar e manter disponíveis as intervenções e os materiais acrescentados por cada um dos membros da comunidade, com capacidade para ser autoadministrados e autorregulamentados. Dessa maneira, a experiência de pertencer a uma rede social mediada pela tecnologia implica “estar presente”, deixar um traço reconhecível, concreto e permanente de qualquer ação que se faça dentro da plataforma de relacionamento que possa ser aceita ou denunciada pelos outros membros. Assim cada indivíduo é autor de sua própria presença na Internet.

Talvez possa se afirmar que esses sejam os princípios que regeriam a Web 2.0. Sobre esta base, nasceram as redes sociais, com o objetivo de criar circuitos digitais entre pessoas reais com identidades concretas que são reconhecidas, com uma arquitetura centrada em bases de dados que facilitam o compartilhamento de informações, a colaboração e, o mais importante, a operacionalidade por parte do usuário. Uma das definições mais amplamente aceitas de rede social on-line afirma que são “serviços de web que permitem aos usuários: a) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema conectado; b) articular uma lista de outros usuários com os quais eles compartilham uma conexão; e c) ver e mover-se pela sua lista de conexões e pela dos outros usuários” (BOYD; ELLISON, 2008, p. 211). O que parece ser uma sociabilidade baseada no intercâmbio e na comunicação entre pessoas é na realidade uma sofisticada tecnologia algorítmica que conecta, sistematicamente, as aperturas de milhões de usuários em forma de posts, likes, tags, etc. Nesse panorama, a tecnologia é invisibilizada e se constitui como base de uma sociabilidade que captura a identidade e se centra na promoção do desejo de compartilhar.

1.2.2. A cultura do Eu compartilhado

O fato de a Internet se estabelecer com um meio de construção coletiva, põe ao usuário comum no centro da dinâmica informacional. Por causa disso, tem se estimulado multidões a se aglutinar ao redor de sites que permitem personalizar e administrar a própria informação. Assim, a cultura marcada por plataformas de relacionamento tão populares, como Facebook, Flickr, Twitter, Instagram, YouTube ou de Blogs, constitui um eixo complexo que mostra os desdobramentos sobre a construção dos sujeitos contemporâneos, justamente por estar centrada no potencial dos indivíduos interconectados.

Assim, a rede instou à participação, convidou a sair do anonimato e a demonstrar abertamente as opiniões, os compromissos, os interesses e as filiações. Sem dúvida, nesse modelo, os protagonistas são as pessoas, o que elas fazem, pensam e sentem, evidenciadas por meio de dados em fluxo contínuo. Daí que, em diversos artigos de imprensa de divulgação é assinalada a importância dos usuários, por exemplo, a *Revista Time* em 2006 nomeou os “usuários” como *personagem do ano* (GROSSMAN, 2005) e assinalou, em 2013, a emergência de uma *me me me generation* (STEIN, 2013). Porém, parece existir um fenômeno aparentemente paradoxal, pois os indivíduos não ganham presença por eles mesmos, mas por sua relação mais o menos permanente com outras pessoas. Este fenômeno crescente de interação e participação em rede coincidiu com a sofisticação, abertura para o mercado de consumo e menor custo dos dispositivos móveis nos quais se condensam as funções de envio, recepção e gestão de dados.

É claro que foi com a Web 2.0 que se deram estas mudanças nas aproximações teóricas preocupadas pela identidade. Nessa Web Social, prima a ideia de quem somos e como podemos apresentar a nós mesmos on-line. É o *Eu real* que se torna protagonista na Internet. Geert Lovink (2012) também localiza esta mudança entre 2003 e 2004 com a emergência da blogosfera, momento em que a Internet foi inundada com a autopromoção e, daí, a cultura da autodivulgação se estabeleceu por si mesma. Em breve chegaram as redes sociais que desencadearam uma “obsessão coletiva com a *gestão da identidade*”. O autor afirma que:

Em particular a grande aceitação do Facebook tem impulsionado uma crise na identidade de dimensões ainda desconhecidas, girando em torno das questões de quem somos e como nos devemos apresentar on-line. Na era da mídia social, não estamos olhando para exteriorizar outros possíveis eus, mas sim o verdadeiro Eu, bem no fundo. Mas esta não é uma busca na alma, aquilo que começou como um catálogo de endereços para localizar amigos perdidos e colegas de escola transformou-se num enorme exercício de autopromoção: "é incrível ser eu". Mas, exatamente, quem sou eu? (LOVINK, 2012, p. 38).

Embora Lovink critique a impossibilidade de ser alguém mais na Internet e a consequente pressão do "seja você mesmo" para sobreviver na rede, o *Eu bem definido* é agora o signo da identidade on-line. Essa situação tem dado lugar a um debate totalmente diferente acerca do conceito de Identidade no contexto da comunicação digital. Grande parte das atuais implementações tecnológicas na Internet procura precisamente se afastar da visão pós-moderna e convidar aos usuários a construir uma identidade concreta que se aproxima mais da ideia do Eu como "feito" ou "produzido" esboçado por Foucault nas tecnologias do eu:

[...] que permitem aos indivíduos efetuar, por conta própria ou com ajuda de outros, certo tipo de operações sobre seu corpo e sua alma, pensamentos, conduta, ou qualquer forma de ser, obtendo assim uma transformação de si mesmos com o fim de alcançar certo grau de felicidade, pureza sabedoria ou imortalidade. (FOUCAULT, 1990, p. 48).

Teoria que parece dar resposta de uma forma mais precisa as mudanças da identidade 2.0.

1.2.3. A identidade como marca

Retomando o dito sobre o Social Translucence, o design das plataformas das redes sociais on-line, além de procurar uma interação social eficiente entre os usuários, tem também o objetivo de gerar aplicações de fácil uso que façam possível a exploração econômica da experiência social e o contato entre as pessoas. Segundo Juan Martín Prada,

[...] a inclusão do maior número possível de usuários conformará a estratégia fundamental de geração de benefícios por parte das novas empresas, cujas plataformas atuarão como os principais lugares de gestão da nova sociabilidade digital e do que esta pode chegar a gerar e colocar em circulação. (PRADA, 2012, p. 35).

Os administradores, ao conseguir rastrear de maneira direta o comportamento dos usuários, os laços afetivos que geram, as informações, os recorridos e ações que desenvolvem, podem conhecer os hábitos e preferências de modo a identificá-los como *target*. Já não existe um indivíduo imaginário que navega e interatua na rede do qual se desconhecem os aspectos fundamentais e que se desvanece enquanto desliga o computador. De tal modo, a identidade passa a ser uma estratégia comercial, cada indivíduo é um potencialmente consumidor e, nesse sentido, o desafio da maioria das redes sociais é tanto oferecer de graça *personal profiles pages* com capacidade para suportar grandes volumes de dados íntimos e pessoais quanto adaptar produtos e serviços às particularidades do usuário.

A estreita dependência entre afetividade e interatividade, seguindo o pensamento de Prada (2008), é baseada no que supõe “entrar em contato”, uma vez que exige uma exteriorização do indivíduo, uma sintonia afetiva, um afeto conjunto, como eixos para uma verdadeira interação comunicativa. Esse “capitalismo afetivo”, como é chamado pelo autor, implica um Eu influído pelos discursos e as novas práticas econômicas que tentam produzir relações humanas numa muito rentável estratégia baseada na indistinção entre economia e comunicação:

O indivíduo será considerado sempre como *riqueza* em si mesmo, inclusive quando permaneça laboralmente inativo; seu valor produtivo no estará situado solo em seu potencial como força de trabalho, mas também sobre tudo em sua condição de possuidor de uma vida que deseja socialização, empatia, amizade, desfrute compartilhado” (PRADA, 2008).

Assim, a ideologia do *self branding* ou *personal branding* no âmbito da Internet foi retomada na etapa 2.0 pelas companhias que administram as plataformas de relacionamento e aplicada como princípio para convidar as pessoas a ganhar status, atenção e visibilidade por meio da criação de perfis e redes de contatos fortes e extensas que sejam alimentadas constantemente. Hearn (2006, p. 3) anota que esta ideia não é nova de modo algum, já que é baseada no conceito de *self branding*, o autopromoção (*self promotion*) esboçada por Wernick no contexto da era “post-fordiana”. No entanto, a ideia do Eu como marca ou *branded self* voltou à luz como modelo comercial na década de 1990, proposto para ser bem-sucedido em websites, usando comunicação personalizada, como e-mails e outros mecanismos que permitissem entrar em contato direto com o cliente, falar diretamente com ele e conhecer o que ele tem para dizer. A melhor promoção é

“achar caminhos para nutrir sua rede de colegas – conscientemente” (PETERS, 1997). Esta estratégia seguiu seu percurso na Internet, porém, aplicada à tecnologia da subjetividade na organização da vida social em rede somente é efetiva se os usuários expõem sua verdadeira identidade e fornecem a maior quantidade de informação pessoal possível de modo a gerar também maior interatividade com outros.

Mesmo com um fundo comercial-afetivo, as redes sociais despertaram uma participação entusiasta e massiva de milhões de pessoas. Cada uma delas, seguindo a nova escala de valor sobre a identidade promovida nestas plataformas, opera uma presença digital contínua que, aliada aos aparelhos de computação ubíqua, cria uma espécie de “trajetória do eu”. Assim, a identidade se transforma em uma espécie de *narração* não linear baseada no fato de compartilhar as experiências vividas, mas não no sentido marcado por Giddens que afirma que o Eu é um projeto reflexivo que se produz continuamente (GIDDENS, 2002, p. 32), a variante aqui está no espontâneo dessa construção, quer dizer, mesmo sendo uma identidade narrativa não responde a um processo de autorreflexão.

1.2.4. Identidade 2.0: reflexão das redes sociais

Mais do que tentar estabelecer um diálogo com abordagens filosóficas e sociológicas acerca da identidade mediada pelas redes sociais, o panorama traçado nesta pesquisa retoma algumas questões particulares do estado da arte que tem estado na agenda acadêmica desde o desenvolvimento da Internet no início dos anos noventas até a segunda década do século XXI e estão ligados com certos preceitos tecnológicos relevantes neste percurso.

Se bem que os estudos mencionados sobre a identidade 1.0 foram de grande influência, as correntes de pensamento pós-modernas desenvolvidas pelos pensadores, como Foucault, Deleuze e Guatarí, Goffman, McLuhan e Baudrillard, para mencionar alguns, foram usadas como plataforma teórica para explicar o fato da construção de uma identidade simulada, fragmentada e móvel em mundos virtuais. De outra parte, já na identidade 2.0, permanece o pensamento desses autores, mas de uma perspectiva mais complexa e de difícil abordagem entanto sai da tela e se mistura com práticas culturais estendidas relacionadas com a identidade real, de modo que são retomados autores como Debord, Bourdieu e Bauman que

auxiliam as buscas que tentam dar resposta ao que acontece com os indivíduos contemporâneos mediados pelas redes de relacionamento.

Este gesto investigativo dá relevância às questões fundamentais que têm se movido para um outro entendimento da identidade no cenário do aumento da interação graças à evolução tecnológica que proporciona maior capacidade de transferência de dados, aplicativos que permitem manipular e distribuir facilmente informações, assim como interesses econômicos cifrados nas possibilidades comunicativas dos usuários. Nesta identidade 2.0, conjugam-se a autopromoção dos indivíduos sob a abordagem do *branding* (posicionamento do Eu como marca) para ampliar os círculos de relacionamentos afetivos e, desse jeito, captar grandes quantidades de usuários, garantindo maiores bases de dados que podem ser intercambiadas no sistema comercial. De outro lado, está a fluidez para desenvolver uma narrativa pessoal e espontânea na rede como forma de compartilhar experiências, como uma subjetividade que se produz, se expressa e é completada na interação com outros.

Com todas estas fortes mudanças, os estudos ao redor da “identidade 2.0” parecem tentar responder à pergunta sobre o que as pessoas fazem com os meios, mas do que pensar o que os meios fazem com as pessoas. Gómez Cruz afirma que, se bem a questão da identidade segue sendo importante, o estudo de como é construída não contempla já unicamente à tela, mas também a relação de coconstrução entre os dispositivos usados na Internet e a esfera mais ampla da “vida real” (GÓMEZ CRUZ, 2007, p.101). Assim, parecem ter ficado atrás as referências à identidade pós-moderna on-line para passar a uma reflexão mais próxima de um Eu concreto que não acha dicotomias entre estar dentro e fora do espaço das redes. Ainda que a discussão seja muito recente e achar estudos paradigmáticos sobre a identidade mediada pelo software social não seja fácil, é notável a grande quantidade de produção acadêmica ao redor deste novo estatuto da identidade.

As pesquisas já realizadas especificamente sobre a identidade na Web 2.0 pertencem em sua maioria às consequências antropológicas, sociais e culturais que se desprendem de uma cultura digital amplamente incorporada no acontecer cotidiano. Grande parte das preocupações que estão na agenda de pesquisa se centra na corrosão da vida privada pelo uso permanente de uma identidade real, o

que apaga os limites entre o público e o íntimo. Por exemplo, Paula Sibilia (2008), seguindo ao Debord, conclui que a intimidade, como uma forma de identidade contemporânea, apresenta-se como um espetáculo. A autora faz uma leitura que gira por volta da exibição da vida íntima e o desejo que impulsiona “fazer-se visível”. Daí reflexiona sobre as diversas formas em que o Eu abandona o anonimato para entrar na dinâmica dos fotologs, blogs e redes sociais como um novo espaço público onde todos têm voz e, por suposto, audiência.

Outra via de exploração se concentra na extroversão e o narcisismo digital. Com base em estudos etnográficos (MATUCK; MEUCCI, 2005; NÓBREGA 2010; ONG et al., 2011; MCANDREW; JEONG, 2012; MCKINNEY; KELLY; DURAN, 2012) são sublinhadas as práticas para gerar conteúdos com vista à autoapresentação na Internet. Dessa forma, pode se concluir que o uso da personalidade para ganhar popularidade e as sensações de *ser visto* são as motivações que exigem o desenvolvimento de habilidades para se apresentar na rede, o que dá passo à extravagância, espontaneidade, humor e, em muitos casos, à exploração do atrativo físico. O que apontam todos estes autores é, de alguma maneira, uma reflexão sobre processos de construção de subjetividades diferentes daqueles achados na modernidade e na pós-modernidade.

1.2.5. A imagem como eixo de interação na construção da identidade

É seguro que mais de uma pessoa tem dado um “curtir” a um conteúdo postado que resulta mais ou menos indiferente, mas o que motiva a ação é o apoio à pessoa que publica. Essa peça emocional, que é parte de “estar em contato”, apela ao componente afetivo, que é parte fundamental da apresentação nas redes sociais massivas. Postar qualquer pensamento, qualquer imagem ou experiência sem maior pretensão do que fazer evidente o gozo da vida, gera sensações de prazer e bem-estar que vale a pena compartilhar. A maior parte dos conteúdos subidos à rede pode ser caracterizado por pertencer ao que se faz no tempo livre, nos momentos em que se pode explorar a personalidade e se é “si mesmo” publicamente.

Esta é uma experiência que leva a reconsiderar a ideia do tempo livre para o consumo passivo que tanto marcou a época dos massmedia e que foi entusiastamente criticada por Adorno, com a indústria cultural, e por Debord, com a Sociedade do Espetáculo (1967). Para este último autor, as pessoas não passavam

de ser meros espectadores alienados que quanto mais contemplam menos vivem, quanto mais aceitam se reconhecer nas imagens dominantes da necessidade menos compreendem sua própria existência e seu próprio desejo. A vida não era mais que um resultado “das condições de isolamento das *multidões solitárias*”. Agora, é um fato que, na Web 2.0, os consumidores não são mais passivos e passaram a ser produtores culturais, e aquela produção esta associada à vida mesma, a um sistema de ativação das *multidões interconectadas*.

O desenvolvimento e atualização das ferramentas de interação nas plataformas de relacionamento agem segundo o uso que delas fazem os usuários. Os aplicativos para arquivo, processamento e publicação de imagens paulatinamente vêm sendo sofisticados em curtos lapsos de tempo, são cada vez mais flexíveis de modo a serem operados desde computadores ou dispositivos móveis, como celulares e tablets, que, por sua vez, têm incorporado a câmera como uma de suas funções principais. Aquilo não pode significar outra coisa que um uso extensivo da imagem em grande escala. O compartilhamento de fotografias e vídeos, então, tem se tornado nos últimos anos a maior atividade dos usuários. A imagem digital como prática cotidiana é a expressão máxima das multidões, elas tornam a Internet um espaço socialmente dinâmico ao redor do visual.

Tudo acontece em torno de uma procura da imagem como registro fluido da vida de um ponto de vista pessoal. Um sintoma das sociedades contemporâneas é o indivíduo que fotografa em excesso, não se encontra satisfeito com apenas algumas imagens. Esse indivíduo muda constantemente seu foco de atenção, dá novos valores ao público e privado e cria uma acumulação de imagens para serem armazenadas e vistas na Internet. Este tipo de práticas ao redor da imagem digital tem sido objeto de estudo em relação com a construção de subjetividade e, por extensão, de identidades. É o caso de recentes publicações concentradas na antropologia visual que revisam os percursos que as imagens têm percorrido, desde suas condições análogas até suas potencialidades nos sistemas em rede (GÓMEZ CRUZ, 2012) e as lógicas do compartilhamento de imagens como uma chave de intercâmbio de capitais simbólicos (SCHWARZ, 2010). Além disso, por meio das ferramentas de atuação dentro das plataformas de relacionamento, emergem outras formas simultâneas de apresentação da identidade, enunciadas em alguns trabalhos

acadêmicos, que abordam os temas da ampliação da visibilidade das pessoas realizada pela conectividade (WILLEMS, 2010).

Dentro do âmbito fotográfico, o ponto de partida para o debate no modelo 2.0 discorre sobre a prática da fotografia digital como diferente da analógica porque muda as concepções de tempo e espaço ao convergir com outros dispositivos (telefones, redes, etc.) mais ligados à mobilidade e à ubiquidade nos quais “o rol e função de fotografia digital ocidental parece ter mudado substancialmente” (VAN DIJCK, 2008, p. 58). Se olharmos para trás, um dos primeiros trabalhos, e que agora é muito citado, é *Un Art Moyen*, realizado por Pierre Bourdieu (1965), conclui que a “fotografia corrente”, aquela do cotidiano, não é improvisada ou espontânea. Diferentemente, está guiada por uma série de convenções e regras que refletem “uma intensificação da vida doméstica e um reforço dos laços familiares.” (BOURDIEU, 2003, p.63).

A fotografia era uma ferramenta para a lembrança carregada de significados cerimoniais, seja de uma comunidade, seja de uma coletividade familiar. O que pode resumir aquilo que constituiu culturalmente a fotografia análoga. No entanto, as imagens escaparam dos rituais familiares e seus velhos álbuns fotográficos. Foram seduzidas por o registro de experiências individuais que são compartilhadas profusamente fora do círculo familiar. A imagem do indivíduo agora tem se afastado dessa função de testemunha e memória para tornar-se um elemento cada vez mais individualizado, libertado da solenidade social e cujo valor está na subjetividade.

“Este é o desejo que se detona na proliferação contemporânea dos nossos momentos Nokia, arrançados como estão em diários pessoais que aparecem para reconstruir e particularizar ao usuário como indivíduo” (SUTTON, 2009, p. 230), de modo que o uso intenso de câmeras para documentar e compartilhar momentos fúteis da vida cotidiana estão gerando outras narrativas da identidade. Com esta mudança radical, a fotografia digital em rede equivale a:

[...] considerar como fotografável cada momento da *própria vida* gerando um *olhar fotográfico*. Esta forma de ver fotograficamente, o manter um olhar constantemente fotográfico, dá lugar a novas visualidades, subjetividades e identidades. Quer dizer, a uma nova formação cultural. (GOMEZ CRUZ, 2012, p. 238).

A fotografia em rede, portanto, produz um significado diferente da imagem e do registro visual. No momento em que tudo é fotografável por ser uma experiência

que merece a pena dividir numa rede social, a imagem transforma-se em comunicação, em conetividade e em interatividade. Neste eixo, certas questões começam a habitar o universo visual contemporâneo e que valem mais por ser parte de uma performance permanente das vivências de milhares de pessoas, do que por seu valor estético ou de memória em longo prazo. Esse estímulo faz com que a Internet esteja lotada de imagens de gatos, comida, passeios, passagens, retratos e autorretratos. Complementando, e problematizando ainda mais esta situação, existe uma crescente hibridação própria das características da tecnologia digital, em que se geram tecnologias que misturam a fotografia e video num mesmo software, é questão de dar um toque nas telas e se pode obter uma imagem fixa ou uma imagem em movimento.

É inevitável que a sobreprodução destas imagens amadoras como eixo principal para a construção da identidade na rede seja um ponto da atenção para o campo da arte, mais quando as práticas net.artísticas perderam força com as novas características da Web 2.0. O fato de ter deixado de existir um terreno virtual no qual a identidade falsa e manipulável era predominante, orientou a análise artística para as dinâmicas multitudinárias de produção de imagens, como base da construção de uma identidade real nas redes sociais. Embora, esta seja uma discussão que se desenvolverá ao longo deste trabalho, basta dizer que, nas práticas artísticas, também foram dissolvidos os limites entre o virtual e o real. O olhar virou para a expressão dos indivíduos interconectados, os sentidos e as estéticas com que são dotadas as imagens do Eu, a gestão da identidade nas redes corporativas, as subjetividades emergentes e as novas configurações identitárias.

1.2.6. Identidades expandidas: apontando para uma definição

Depois de revisto o percurso da curta história da Internet, os dois momentos bem delimitados a respeito da construção identitária permitem vislumbrar ao passo de constituir-se a partir de ser um outro a um plano, maior e mais complexo, em que é composta não só a partir de quem somos realmente, mas também do que fazemos e de como nos relacionamos. Dessa forma, a identidade anônima na tela, que era assunto de uma interação delimitada pela ficção de mundos simulados, é o anúncio de uma identidade que perpassou a virtualidade e inseriu-se no cotidiano real

altamente mediado por dispositivos móveis e redes sociais de interação em grande escala.

Com a reconceitualização da Internet como uma Web Social, a informação, a colaboração e a geração de conteúdos por parte dos usuários se deram em condições para que grandes monopólios desenvolvessem plataformas de interação para criar redes sociais que, apelando para interesses comerciais, compreendessem as necessidades de socialização humanas, de amizade, relacionamento e contato. Com esses princípios, a identidade não poderia seguir sendo volátil, no entanto a base para criar laços sociais está no reconhecimento coletivo, e o sucesso, na exibição. A construção dos indivíduos nessas plataformas dirigiu-se para uma identidade concreta, com as responsabilidades e afetos do Eu real. Agora não só navega a rede, se vê na rede, se encontra com outros na rede, habita a rede.

A Internet em sua etapa 2.0 passou a ser uma plataforma socialmente dinâmica que sugere uma “obsessão coletiva da identidade” (LOVINK, 2012). Esta afirmação surge no meio de uma troca de foco que é dirigido para o indivíduo, que pode explorar e expor seu ponto de vista sobre o que acontece, sua vida, sua percepção, suas experiências, suas ações, quer dizer, comunica-se por meio do Eu. Desse modo, os materiais dispostos na Internet são produzidos e consumidos pelos mesmos usuários; isso permitiu que a ampliação das informações pessoais seja produto da interação com a comunidade. Considerando a confluência de linguagens digitais no âmbito da imagem e da comunicação, foi gerado um campo propício para que a fotografia se tornasse o meio de maior uso para narrar a identidade de forma mais eficiente e veloz. Nesse eixo, a narração de si mesmo, tecida no visual, está constantemente dirigida pela produção e atualização de informações para “serem vistas”. São as fotografias o maior eixo de interação na Internet atual.

Bem poderia ser dito que um dos elementos fundamentais para a construção da identidade tem a ver com a mediação tecnologia de interação e, especificamente, com as plataformas de redes sociais que estabelecem uns parâmetros e um marco de interação social que, como vimos, está baseado no dividir, em estender, no sentido McLunhiano, nossa identidade. Somado ao crescente papel do visual e o móbil, podemos nos pensar/vernos. McLuhan (1964) afirmou que as tecnologias eram “extensões do homem (sic)”. As lentes estendem a capacidade de ver, os carros a capacidade de locomoção, etc. Nessa linha e sob sistemas tecnosociais

mais complexos, as redes sociais estendem os processos identitários por meio de mediações tecnológicas cada vez mais visuais.

Toda esta informação amplia o conceito de identidade e o leva para outra dimensão. É neste ponto que a identidade expandida, proposta nesta pesquisa, está ancorada. A identidade expandida refere-se àquela identidade que é amplificada pelos dispositivos tecnológicos e ambientes digitais de conectividade social na Internet. Essa extensão proporciona aos indivíduos ter uma perspectiva aumentada de si mesmos e de seu cotidiano na imagem, embora não se trata de uma mera representação visual. Diferentemente, a imagem em rede se transforma no veículo que permite estender os limites da apresentação e definição individual. É parte integral do indivíduo e seu dar-se a ver no mundo. Em consequência, as redes sociais permitem aprofundar a exploração de si por meio da imagem e produzir-se visualmente para os outros.

A pergunta “quem sou Eu” nos sistemas de relacionamento na Internet necessariamente passa por essa identidade expandida conformada pela convergência de redes e visualidades. Agora, o exemplo paradigmático desta relação entre tecnologias em rede, visualidades e identidades é, sem dúvida, o chamado *Selfie*.

1.2.7. Selfies: quando a tecnologia, a visualidade e a identidade convergem.

Em 2013, o Oxford Dictionary, a principal referência da língua inglesa, escolheu o *Selfie* como a palavra do ano. Um dos motivos para esta escolha foi o fato de o vocábulo ter crescido 17.000% em popularidade em 2013, isto é, tornou-se uma das palavras mais procuradas no ano. A definição que aporta aquele dicionário, produto da redução do *self-portrait* em inglês, ou autorretrato em português, é a seguinte: “uma fotografia que uma pessoa faz de si mesma, tipicamente realizada com um smartphone ou uma webcam e que é subida às redes sociais”.

O dicionário complementa esta definição indicando que o termo foi utilizado pela primeira vez por um australiano num fórum on-line:

Um, drunk at a mates 21st, I tripped ofer [sic] and landed lip first (with front teeth coming a very close second) on a set of steps. I had a hole about 1cm long right through my bottom lip. And sorry about the focus, it was a selfie.

(Estou bêbado na festa de um colega, cai e aterrissei com os lábios primeiro (com os dentes depois) numa serie de degraus. Tenho um buraco de 1cm bem no meu lábio de abaixo. E desculpem o foco, foi um selfie).

A espontaneidade deste relato prefigura claramente, desde a definição mesma, a estética descuidada e cheia de erros compositivos que caracteriza este tipo de imagens. O que interessa não é dar uma boa impressão de si, senão mostrar-se num instante qualquer e ser olhado no instante seguinte. Assim, a partir do reconhecimento da palavra *Selfie*, e suas peculiaridades visuais, por parte de uma instituição de referência e prestígio mundial sobre a linguagem, uma prática que estava amplamente documentada como uma das principais da fotografia digital amadora (VILLI, 2007; VAN HOUSE, 2009; VAN DYCK, 2008; etc.) se nomeou e com isso se expandiu como uma prática cotidiana. Desse modo, cada dia cresce como fenômeno social e como parte da agenda de pesquisa em diversas disciplinas.

Agora, costuma-se dizer que o selfie representa uma versão moderna do autorretrato artístico. Dessa maneira, o início de sua prática se situa com pinturas como *Autorretrato em um espelho convexo* de Parmiggiano (1524), e seu uso é estendido com a imagem técnica a partir do lançamento da câmera portátil Kodak Brownie em 1900. Segundo essas histórias que aparecem por milhares na Internet, quando a fotografia foi acessível às massas e com a possibilidade de ter o aparelho em casa, as pessoas comuns, além de poder fotografar momentos da vida familiar, tiveram a oportunidade de fazer seus autorretratos. No entanto, deparar-se com imagens cotidianas de duplo reflexo não é usual durante o século XX, assim este parece ser um argumento pouco convincente já que a prática não era algo comum na fotografia amadora.

No seu livro *Americans in Kodachrome, 1945-65* (2002), o historiador da arte Guy Stricherz (apud WILLIAMS, 2006) afirmou que teve de revisar mais de cem mil fotografias de famílias durante dezessete anos para compilar o corpo da pesquisa, mas encontrou somente cem autorretratos. Segundo Stricherz, “em 1960, uma pessoa simplesmente não iria bater uma fotografia Kodak Brownie de si mesma. Isso seria considerado demasiado autoengrandecedor”. Sem pretender exagerar, poderia ser dito que essa situação se estendeu ao longo da segunda metade do século XX.

Foi no campo da arte em que seu uso é notável como tecnologia para a exploração do Eu até hoje, e o campo no qual o jogo com as imagens lançou as

sementes no caminho à secularização definitiva do autorretrato. Assunto que será tratado no capítulo a seguir.

Com a emergência da tecnologia digital, parece acontecer uma mudança nas práticas fotográficas e isso tem a ver, entre outras coisas, com o uso de uma série de tecnologias com características diferentes às analógicas e que abrem outras possibilidades (GÓMEZ CRUZ; MEYER, 2012). Uma característica muito marcante dos dispositivos digitais, seja laptops, seja móveis, é que incluem uma câmera frontal que possibilita se observar a partir do ponto de vista de um outro em tempo real. Ao ser o usuário da fotografia digital quem tem o controle total sobre o processo completo de produção e circulação de imagens, somado ao custo zero, surgem práticas fotográficas que antigamente não estavam ao alcance de qualquer um.

De tal forma, a expansão da identidade em ambientes digitais chega, depois de um par de décadas, a ponto de a comunicação na Internet ser realizada por meio de interações mediadas visualmente. Embora seja impossível negar a relação entre os selfies e os autorretratos artísticos (seja de pintura, seja de fotografia), parece necessário assinalar que a fotografia digital tem gerado práticas radicalmente distintas na autoimagem, produto da socialização e a cultura das redes sociais. Nesse sentido, a comunicação mediada é cada vez mais visual e aquele anonimato da primeira Internet tem se transformado em uma identidade expandida por meio da produção e distribuição de imagens em ambientes digitais. Por conseguinte, os usuários da rede necessitam, para expressar sua identidade, produzir conteúdos: fotos para os perfis de Facebook, imagens para o folotog, conteúdos para Flickr, fotos para Twittpic, vídeos para Youtube, Vimeo, etc. Imagens para expressar emoções, para “ser” na rede. Os selfies, nesse sentido, devem-se tanto aos chats e aos emoticons como aos autorretratos na arte.

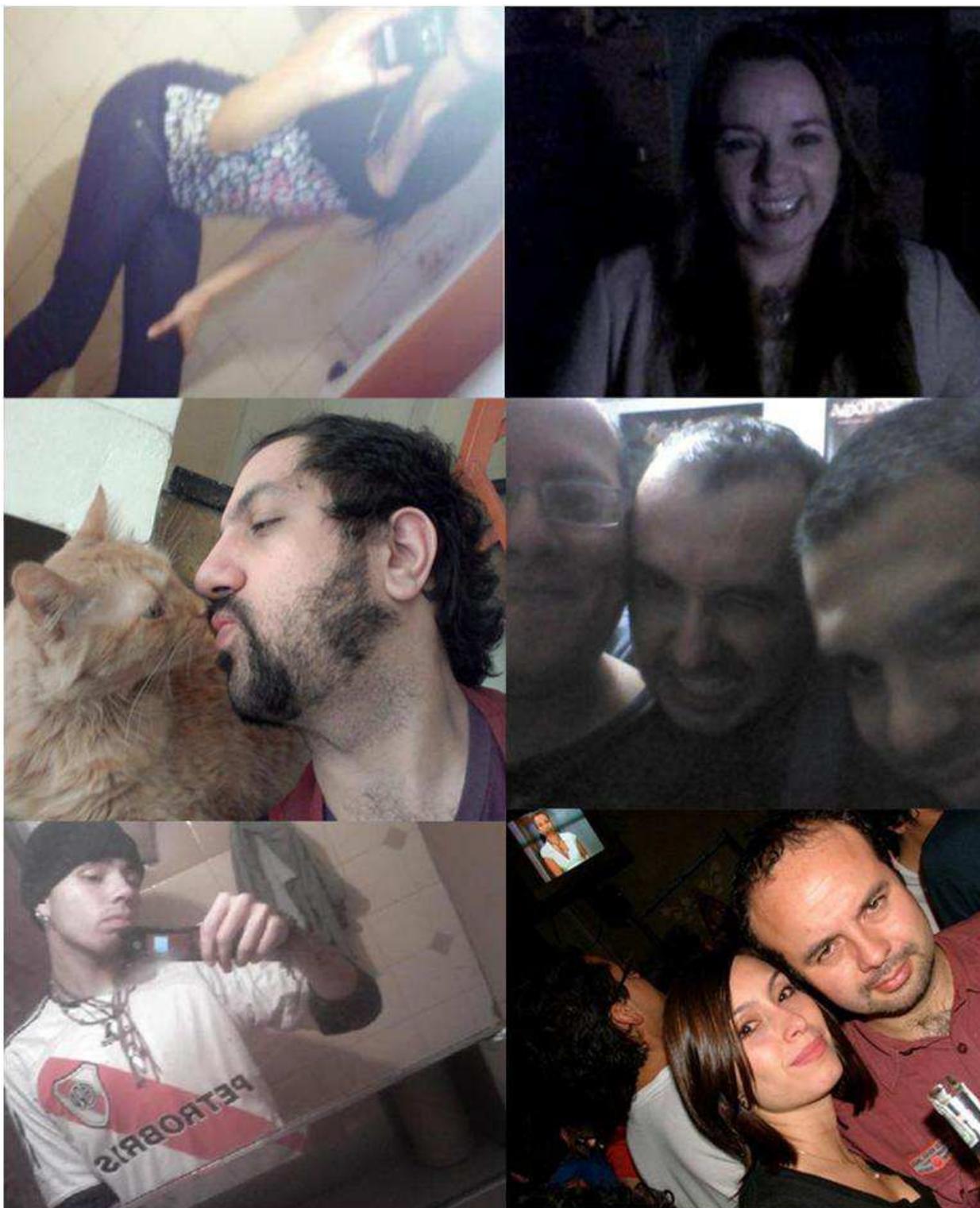


Figura 7 – Selfies postados no Facebook (2014).

CAPÍTULO 2

2. TRAJETÓRIA DOIS: AUTORREPRESENTAÇÃO E IDENTIDADES EXPANDIDAS

Se o espelho atua como mestre para a pintura, aceitaremos por inferência que para a fotografia devirá sua matriz. (FONTCUBERTA, 2010)

Como analisado no capítulo anterior, um dos elementos fundamentais das identidades expandidas são as imagens. Elas emergem como o pilar ao redor do qual se constituem subjetividades, e que, por meio de sua socialização, dão forma a essas identidades expandidas de caráter visual. A imagem tem um papel essencial como aquilo que é chamado de *sujeito*, em palavras de José Luis Brea (2003), não é outra coisa que o reflexo dos “atos de representação” por meio de diferentes práticas simbólicas visuais. Dessa forma, a identidade é produto da sucessão de representações do sujeito, posição que complementa as teorias pós-estruturalistas desenvolvidas por Derrida, que asseguram que os sujeitos são produto dos atos da linguagem em práticas simbólicas da fala⁶. Seguindo o pensamento de Brea, “poderíamos suspeitar que, no âmbito da produção visual “de qualidade” –, o antes chamado *campo artístico* - o gênero que por excelência permitiria reconhecer “a eficácia produtora de subjetividade nos atos visuais” é o *autorretrato* [...]” (BREA, 2003, p. 87).

É precisamente o autorretrato, e sua atualização, o *selfie*, o centro desta segunda parte do campo da identidade em que está inserida esta pesquisa, que, além de estar mediado pelas redes digitais de comunicação, está acentuadamente marcado no visual por aquele “ato de representação” como ação, junto com o “autorretrato”, como elemento expressivo e social daquele ato. Assim, os autorretratos e os *selfies* são o objeto desta segunda trajetória. De outra parte, propõem-se como ponto de partida as práticas de autorrepresentação na arte que tem estado ligadas à tecnologia, por meio das quais tem se indagado sobre como se

⁶ No artigo *Notas sobre linguagem e alteridade: a partir de Derrida, Leitor de Hegel, Husserl Et Al.* Alice Mara Serra desenvolve uma análise do pensamento de Derrida e afirma que, em termos do *Monolinguisme de l'autre*, os atos da linguagem poderiam ser estabelecidos ao perguntar: “Que linguagem é esta que ele fala ou se representa falando, enquanto perpassado pela possibilidade da ficção? Ele, o outro, a outra, o eu enquanto outra, ele, o gato, o judeu, o psicótico” (SERRA, 2013, p. 409).

estende, amplifica, massifica e expande à identidade individual. Esta reflexão da relação entre identidade, produção artística e imagem técnica tem sido amplamente explorada, desde muito cedo (historicamente), e é especialmente relevante a análise que propõe que a importância deste gênero está na capacidade da imagem para enunciar o *Eu*. Desta posição, é o criador artístico quem, num exercício de autorreflexão, colocou-se a si mesmo como imagem para ser contemplado. Isto é, o autorretrato é uma imagem que constrói um *Eu* reflexiva e conceitualmente.

Para ajudar a contextualizar o autorretrato é necessário estabelecer uma pequena genealogia que trace brevemente sua centralidade no campo artístico para, depois, como ponto de chegada, e em convergência com a trajetória abordada no primeiro capítulo, descrever o fenômeno do *selfie*. Os *selfies*, neste sentido, representam a massificação de uma série de elementos que escapam dos limites do campo da arte e relacionam, por uma parte, o uso das tecnologias para a produção de imagens e, por outra, a reflexão sobre um *Eu* expandido. O fundamento deste exercício é ressaltar alguns pontos que são chave para entender esse fenômeno.

Os *selfies* sintetizam, como descrito no capítulo anterior, os elementos constitutivos da cultura de Internet, como são a conectividade, rapidez, interatividade e *searchabilidade*, tanto quanto a individuação, crescente visualidade e socialização na rede sob os parâmetros da Internet atual. Mas, por sua vez, são também herdeiros de propostas artísticas que têm explorado a identidade a partir da autorrepresentação e têm preparado o imaginário popular sobre a imagem do *Eu*. Este capítulo se propõe chegar ao momento em que o *selfie* desafia as investigações estéticas do fotoconceitualismo, situação que servirá como contexto para uma discussão final sobre a resposta do campo artístico contemporâneo a respeito das práticas visuais próprias da cultura digital, da identidade expandida.

2.1. Os autorretratos na arte

Na introdução do livro *The self-portrait: a cultural history* (2014), o historiador e crítico de arte James Hall evidencia, de forma fluída e entusiasta, como o autorretrato, durante os últimos quarenta anos, tornou-se o centro de importantes coleções de arte, de exposições de grandes mestres, antigos e modernos, de trajetórias inteiras de artistas contemporâneos e, até mesmo, das autoimagens fotografadas ou filmadas que migraram da arte e agora preenchem a Internet.

Tem sido tal o impacto do autorretrato em épocas recentes que, dentro do campo da arte, não é mais considerado como um subgênero do retrato, e – de forma não consensual - está ganhando estatuto de gênero autônomo. Segundo o J. Hall, o autorretrato, por ter capturado a imaginação das plateias, virou “o mágico quinto elemento” entre os gêneros tradicionais (história, retrato, paisagem e natureza morta). É notável a presença de temas sobre a relação entre identidade e autorretrato na agenda de investigação. Mesmo o livro do J. Hall é um exemplo desse crescente interesse no campo da arte, fazendo uma leitura pormenorizada desde a origem na época medieval até os autorretratos modernos e contemporâneos, e enfatizando no mundo dos artistas para esclarecer por quê, como e em quais circunstâncias sócio-históricas eles decidiram se aventurar na imagem própria. Nessa lógica muito abrangente, a também crítica e historiadora Laura Cumming (2009) adiantou uma pesquisa aprofundada do autorretrato artístico durante seis séculos, ressaltando a evocação da performance por trás e no ato mesmo de representação que depois fica evidente na superfície da imagem. Seja a técnica que for usada, para Cumming, o autorretrato é uma “uma classe especial de verdade”.

Não é a intenção deste trabalho elaborar uma história do autorretrato em minúcias, textos como os de Hall e Cumming, fazem um trabalho sério sobre o tema. O objetivo deste capítulo é salientar alguns componentes importantes para compreender como o autorretrato como prática tem se misturado com elementos fundamentais das identidades expandidas. Será feito um percurso histórico analítico, nunca exaustivo, sobre o papel do autorretrato em três expressões artísticas: a pintura, a fotografia e a performance. Por sua vez, o eixo de análise será localizado em três linhas que acolhem a relação que se propõe entre identidade expandida e arte: tecnologias da visão, tecnologias da representação e estéticas geradas.

2.1.1. Autorretrato e pintura: O espelho como tecnologia da visão

Existe um elemento fundamental desde épocas antigas sem o qual não poderia ter se explorado a presença-imagem de um Eu fora do corpo: o espelho.

Mark Pendergras se pergunta como é possível que na Renascença⁷, num lapso de tempo muito curto, “milagrosamente os artistas começaram a pintar com uma precisão quase fotográfica” (PENDERGRAS, 2009, p. 131). Pendergras indica que uma ilustração de Boccaccio, incluída no livro *Lives of Famous Women* de 1403, pode dar uma pista para desvendar o mistério. A imagem é de Marcia, uma freira loira, de vestido rosa, sentada numa escrivaninha. Com a mão esquerda, segura um pequeno espelho redondo e, com a direita, está pintando seu retrato. O interessante da cena é que o autorretrato é quase idêntico a ela, enquanto o resto da cena é preenchida de imprecisões, por exemplo, as baldosas do piso e a mesa do lado não têm perspectiva e, nos detalhes, não existe intenção de uma aparência real.

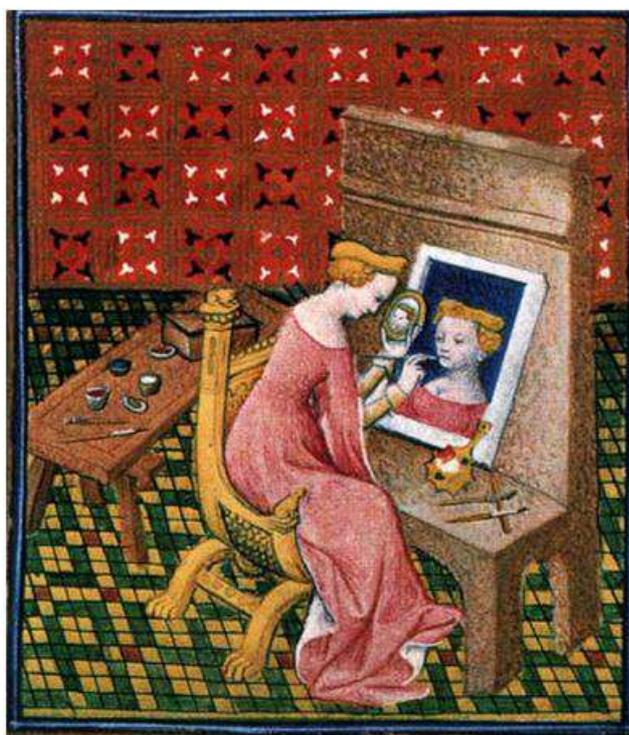


Figura 8 - *Marcia terminando seu autorretrato*. (1403).
Boccaccio
Do livro *Lives of Famous Women*.

Esta ilustração, sendo realizada mais de dez anos antes do desenvolvimento pictórico da perspectiva - que aliás, também foi experimentada com base nos espelhos-, já sugere a importância desse elemento para conseguir fazer um

⁷ Foi na Renascença que o autorretrato tomou forma e tornou-se um gênero entre os artistas e desatou o “mito do espelho”. No entanto, nas idades Antiga e Média foram desenvolvidas importantes tecnologias como as superfícies de metal polidas e os espelhos convexos que deram origem a alguns dos primeiros autorretratos na história.

autorretrato em detalhe muito próximo da realidade. Este mesmo período histórico é analisado por J. Hall, que é quem afirma que, por volta do ano 1500, nasceu o individualismo junto com os espelhos de vidro de boa qualidade, que permitiram às pessoas se ver nitidamente pela primeira vez (HALL, 2014, p. 8). Dessa perfeita tormenta cultural, surgiu a irresistível ascensão do autorretrato na Renascença. A ilusão ótica de figuras tridimensionais, contrária à planeza da arte medieval, abriu a possibilidade de experimentar com a representação, tal como foi feito pelo Giotto que se colocou discretamente dentro de três dos seus afrescos com uma habilidade que somente foi conseguida com a ajuda de uma tecnologia para “se olhar” claramente como imagem.

Assegura Pendergrast que a visão tridimensional proporcionada pelo espelho obcecou Da Vinci. Como artista, Leonardo considerou os pintores superiores aos escultores porque eles podiam representar as três dimensões numa superfície plana, dando à imagem a importância máxima como via de representação da realidade. Ele, fascinado com a experimentação com espelhos para compreender fenômenos naturais da luz e dos reflexos em suas mais diversas formas, quando escreveu em suas notas sobre a própria imagem, seu pensamento tomou um tom mais reflexivo, percebeu que “ninguém é definido em si mesmo no espelho; mas o olho quando se vê no espelho lhe põe limites” (PENDERGRAST, 2009, p. 138). Tais limites correspondem ao que contém o reflexo, e se o refletido é o Eu o espelho é uma moldura para o encontro consigo mesmo e não somente com uma imagem natural. O espelho, como uma tecnologia de visão, permitiu algo não possível até então, olhar(se) e pintar(se) no mesmo ato. Fontcuberta (2010) falando no espelho também lembra uma das frases mais famosas do Da Vinci: “o espelho de superfície plana contém em si mesmo a pintura mais genuína [...] Vós, pintores, reconhecereis, na superfície de um espelho plano, o vosso mestre”. Aqui colocar o espelho na posição de mestre é uma forma de advertir sua capacidade para catalisar o olhar. O autorretrato mais que tentar reproduzir o reflexo efêmero do espelho serve-se dele como dispositivo para mergulhar no próprio ser.

James Hall argumenta que é o espelho a tecnologia fundamental para compreender o desenvolvimento dos autorretratos visuais que persiste como uma imagem central na arte até nossos dias. Porém, é sem dúvida nesse período renascentista que cresceu o interesse em distinguir a personalidade e estilo

individual, e o veículo mais eficiente para coseguir criar uma personalidade artística foi autorretrato. Ele permitiu se autorrepresentar apelando à memória e a imaginação de si próprio, junto com elementos naturalistas da aparência vindos do retrato. Assim, é precisamente com o espelho que a identidade contou com um canal muito potente para sua extensão e foi criado o mito do indivíduo-autor de sua própria imagem que foi ganhando misticismo através do tempo. Para o Lewis Mumford, “o uso do espelho assinalou o início da biografia introspectiva no estilo moderno: isto é, não como um médio de edificação, mas como uma pintura do eu, suas profundezas, seus mistérios, suas múltiplas dimensões” (MUMFORD, 2010, p. 129). Foucault utiliza como pretexto uma análise das *Meninas* de Velásquez para discutir sobre a ideia do visível e o invisível e os paradigmas da dupla representação. No quadro, sugere Foucault, nós estamos na frente do espelho: “O quadro como um todo olha a cena para a qual ele é, por sua vez, uma cena. Pura reciprocidade que manifesta o espelho que olha e é olhado” (FOUCAULT, 2000, p.17).

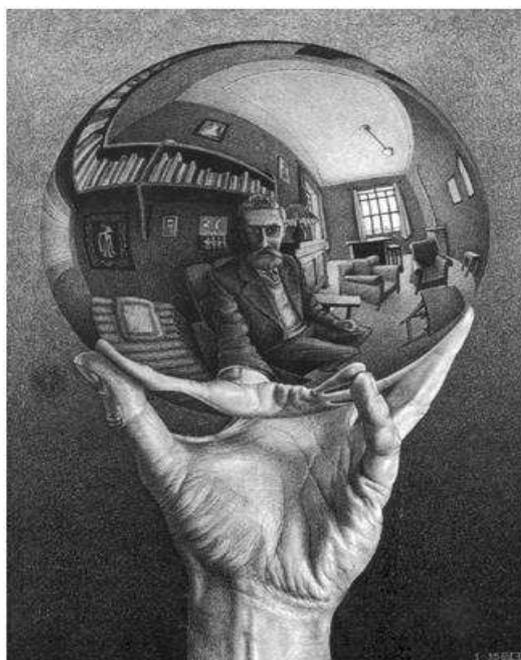


Figura 9 - *Mão com esfera reflectora* (1935) M. C. Escher

A relação autorretrato-espelho foi mantida ao longo da história da pintura, ora como assistentes para traspor as virtudes do Eu (inteligência, heroísmo, juventude), ora como metáfora em que os artistas fizeram deles mesmos, um espelho da sociedade e os problemas do ser (HALL, 2014, p. 49). Facilmente podem ser

achados estudos com grandes relatos sobre os autorretratos clássicos. Jan van Eyck, Velásquez, Escher fizeram visível o espelho nas pinturas em que aparecem autorretratados, mas também outros artistas, como Durero, Rembrandt ou Courbet, sem evidenciar a presença desse mecanismo de visão implicam sua presença. Embora as autoimagens sempre tenham sido estruturadas pelas condições sócio-históricas e os cânones estéticos imperantes, não acontece o mesmo com o espelho, pois este passou a ser uma tecnologia que persiste ainda hoje na autorrepresentação, uma vez que desencadeou um novo regime visual.

Até aqui é claro como o espelho estendeu a percepção de nós mesmos e foram os pintores que aproveitaram aquela nova tecnologia da representação para explorar o que significa se dispor ao olhar externo. Contudo, também interessa ressaltar que, neste contexto, a representação segue sendo restrita pela técnica da imagem final, neste caso, a pintura. No entanto, com a invenção da fotografia “se libertaram as artes plásticas de sua obsessão com a semelhança. A pintura era forçada, como depois foi visto, ao oferecer uma ilusão e esta ilusão foi suficiente para ser considerada como arte”. (BAZIN, 1980, p. 240). Assim sendo, o autorretrato em pintura tomou outros percursos nos quais foi mais importante a capacidade de gerar uma subjetividade do que o parecido com o corpo do artista.

2.1.2. Autorretrato e fotografia: a câmera como tecnologia da representação.

Jose Luis Brea propõe que aquilo que no final vemos num autorretrato em pintura é a evidência de uma identidade constituída em um “ato de visão” feito por meio da “própria singularidade irrepetível no modo da *escrita pictorial*”, uma energia identitária que impregna a superfície do autorretrato, diria este autor (BREA, 2002). Seguindo a reflexão do Brea, na fotografia, no traço, a ação da mão desaparece e a superfície da imagem torna-se plana, fria e impessoal. O autorretrato perde densidade, lembrando Walter Benjamin, perde a aura. Mas pode ser acrescentado que, se bem perde a aura, a imagem ganha velocidade, facilidade e mobilidade. Quer dizer, incorpora uma nova tecnologia da representação e, portanto, suas possibilidades estéticas também são transformadas.

Assim, a restrição do autorretrato, no sentido de estar reservado só àqueles que tinham as habilidades plásticas para realizar uma autoimagem, foi interrompida com a invenção da fotografia. Vale aqui trazer as palavras do escritor Oliver Wendell

Holmes quando, em 1859, descreveu as primeiras fotografias como “um espelho com memória” (BATCHEN, 2004, p. 8). Por isso, não é estranha a afirmação de Fontcuberta que diz que o único referente que dispunha a geração que assistiu ao nascimento da fotografia foi o espelho. Se o espelho possibilitou os autorretratos na pintura, a câmera liberou suas restrições técnicas, mas também impôs novos condicionamentos, que deram como resultado uma reestruturação da relação entre olhar, representação e imagem, possibilitando assim explorações emergentes da identidade. Neste processo, enquanto a pintura foi libertada da sua função representativa, a capacidade de capturar imagens extremamente realistas por meios mecânicos tomou para si a referência do espelho. De fato, as duas tecnologias de reprodução da imagem, sendo uma fixa e a outra especular, foram se popularizando simultaneamente em meados do século XIX.

Uma importante, e interessante, reflexão histórica sobre o autorretrato fotográfico foi desenvolvida por Susan Bright. A autora, dando relevância aos discursos, afirma que, na curta história da fotografia, houve momentos em que o autorretrato foi uma prática especialmente fortalecida e difundida (BRIGHT, 2010, p.15). Essa virada do século XIX para o XX foi um desses momentos, que coincidiu com os avanços técnicos nas máquinas de fotografias e nos sistemas de revelação e impressão das imagens. Outro momento identificado pela autora é, entre os anos 1960 e 1980, em paralelo com as teorias pós-modernistas, e nos anos 2000 quando muitos artistas acharam na fotografia o veículo para adiantar metáforas deles mesmos como indivíduos globalizados (BRIGHT, 2010, p.15). Esta leitura temporal da massificação do autorretrato tem outra perspectiva desenvolvida por Annateresa Fabris (2004), que fez uma trama que pode complementar a leitura de Bright. A pesquisadora realizou um extenso trabalho sobre o retrato e autorretrato fotográfico propondo linhas de conexão entre as práticas fotográficas dos primórdios da fotografia e projetos de arte contemporânea, tendo como hipótese que as modalidades de representação do indivíduo estabelecidas pelo século XIX permeiam ainda hoje a concepção do retrato, permitindo estabelecer um *continuum* entre os diversos momentos pelos quais passou a modernidade.

Também Mary Warner Marien na sua *Historia Cultural da Fotografia* (2002) dá um especial ênfase à tecnologia no desenvolvimento das estéticas fotográficas. Entrelaçando os usos científicos e artísticos, compreende a imagem fotográfica

como um filtro para “continuar refletindo e moldando nosso mundo” (MARIEN, 2002, p.3). Seguindo a linha do desenvolvimento tecnológico da fotografia, vale a pena mencionar que os designs dos aparelhos de captura dão forma às imagens, tanto como as práticas com a imagem influem na atualização dos aparelhos. Neste cenário, a ideia de “momentos” também é proposta por Gomez Cruz e Meyer (2012). Os autores propõem que distintas possibilidades estéticas se desprendem das capacidades técnicas dos instrumentos e práticas fotográficas. Eles argumentam que existem cinco momentos na história da fotografia e estes momentos e estes períodos não são lineares, mas pendulares: a) Invenção (século XIX); b) Massificação (1900-1930); c) Naturalização na vida cotidiana e exploração em múltiplos contextos (1930-1990); e d) Transformação digital (1990-hoje); e, finalmente os autores se aventuram a propor um “quinto momento” que acolhe a fotografia feita com celulares.

Neste panorama de arte e técnica, a figura do espelho e os jogos dos reflexos entre ele e a imagem fotográfica foram desenvolvidos de diversas formas, mas também houve um afastamento desse dispositivo para explorar o Eu por meio da fotografia, como uma fragmentação, uma construção individual e uma transgressão aos cânones de representação. No começo do século XX, embora a fotografia tenha demorado em ser aceita dentro dos circuitos artísticos, seu uso foi extenso por parte de artistas. Muitos deles viam na imagem fotografia possibilidades de experimentar técnica e conceitualmente por vias diferentes da estética pictorialista⁸ que se impôs nos primeiros, com isso cresceu também o interesse por explorar novas estéticas. Warner Mariem, assinala como, na primeira década do século XX, foi amplamente explorado o autorretrato fotográfico. A autora resenha, entre outros, os experimentos de Edgar Degas e Eduard Munch como desafios visuais promovidos pela invenção de placas secas, rolos de filme e câmeras portáteis. Degas parecia desfrutar resolvendo problemas estéticos e formais: “A luz do dia não tem problema, aquilo

⁸ Fotógrafos como Alice Boughton, Wilhelm Von Gloeden e Annie Brigman entre a última década do século XIX e a primeira do XX, desenvolveram uma estética particular que imitava tanto em temas quanto em texturas visuais à pintura. Aproveitando o grande recorrido e aceitação da arte, eles tentaram dar um novo status à fotografia afastando-a do referente naturalista e cru da produção mecânica da imagem. Na mesma via, Alfred Stiglitz advogou por criar uma fotografia artística, mas nesta proposta primava a ideia de pesquisar além do tema e a manipulação técnica, mas imprimindo uma visão pessoal e espiritual a imagem fotográfica. (MARIEM, 2006, p.184).

que eu quero é difícil: a atmosfera das lâmpadas ou a luz da lua” (MARIEN, 2002, p. 197).



Figura 10 - *Auguste Renoir y Stéphane Mallarmé* (1895). Edgar Degas
 Figura 11 - (Dir) Detalhe do reflexo do Edgar Degas no espelho.

Uma dessas experimentações noturnas é o retrato de Auguste Renoir e Stéphane Mallarmé realizado em 1895. Na imagem, estão os dois personagens com atitude sonolenta, mas no espelho por trás deles aparecem refletidos a câmera e o fotógrafo, cujo rosto se desvanece no brilho produzido pela luz da lâmpada que iluminou a longa exposição. Degas, assistido por um tripé, conseguiu se autorretratar diante de um espelho que, por sua vez, fazia parte da cena retratada. O fato de controlar a máquina no momento da obturação para se retratar permitiu obter uma autofotografia sem a mediação de um olho externo. O estranho autorretrato obtido conferiu à imagem de si uma estética e um significado diferentes, uma vez que é evidente o rastro da mediação mecânica de captura. Dessa forma, a câmera como tecnologia da representação mudou a relação do Eu com o espelho, no entanto a câmera também é autorretratada.

O artista norueguês Edvard Munch ao longo da sua vida criou a série *Fatal Destiny Photographs* a qual inclui um número importante de autorretratos. Se bem os artistas usaram a fotografia como instrumento para criar suas obras, de fato foi um elemento fundamental para as pinturas de dançarinas de Degas e mesmo para o trabalho plástico do Munch, no caso desta série de autorretratos foi também uma busca em si mesma, uma forma de fazer uma autobiografia visual. Resulta interessante em muitos dos autorretratos o enquadramento que se concentra no rosto aumentando e difuso, tanto quanto o corpo que se transparenta, que está em processo de desaparecer. Com essa experimentação com a técnica Munch, conseguiu transferir à imagem fotográfica os estados obscuros e melancólicos que o perseguiram a vida toda.

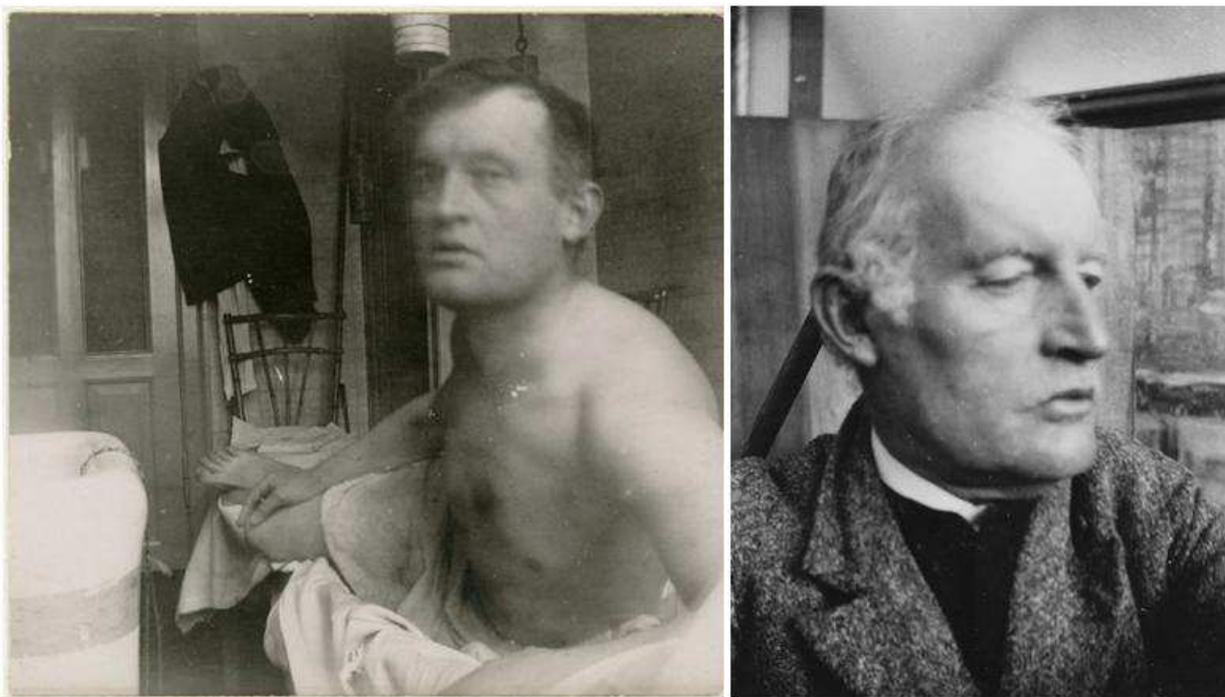


Figura 12 - Autorretratos da série *Fatal Destiny*. Edvard Munch

Se bem as aproximações fotográficas anteriores não supõem em estrito sentido trabalhos com intenções artísticas, o uso do autorretrato para documentar momentos da vida individual como proposta artística foi desenvolvido de forma recorrente.

Vale a pena mencionar explicitamente que o uso de espelhos e reflexos é uma metáfora comum utilizada pela fotografia propriamente dita. A frequência de espelhos em autorretratos pode ser lida como uma tentativa

de ver todos os lados do Eu e o desejo de captar algo mais pessoal do que uma mera semelhança. (BRIGHT, 2010, p. 21).

Autorretratos de fotógrafos como Diane Arbus, Lisette Model ou Helmut Newton expuseram seus corpos nus, reais, sem trucagem ante suas próprias câmeras. Utilizaram as tecnologias da visão e representação para indagar, esteticamente, sobre si mesmos. Nestes criadores, no diálogo introspectivo com a câmera, é ressaltada a condição humana, uma confrontação com a vida mesma e a fragilidade, aqui então o autorretrato é uma autoexposição, mas também uma autoexaminação, um encontro consigo mesmo em solidão.



Figura 13 - Autorretratos (De esquerda à direita) *Autorretrato grávida* (1945). Diane Arbus./ *Autorretrato 55* (1940) Lisette Model./ *Autorretrato durante um eletrocardiograma, Lenox Hill Hospital* (1973) Helmut Newton.

Explorar a experiência vital reflexivamente criando uma autobiografia colocou a identidade narrada no espaço da arte. Ao tornar-se um componente da vida interior, o autorretrato fotográfico associou a técnica à existência. Mas passada a metade do século XX, a narração da identidade foi se transformando junto com os discursos pós-modernos. De tal modo, parte das preocupações artísticas, desde meados da década de 1960, época em que as produções artísticas começaram a ser denominadas como “arte contemporânea”, achou na fotografia e no vídeo um potencial crítico. É nesse período que a teoria da identidade como construção individual e não como um fato dado socialmente é assumido nas práticas artísticas e, segundo Susan Bright, o autorretrato “tornou-se um importante veículo para

aqueles que começaram a considerar suas posições pessoais dentro de contextos políticos e criativos” (BRIGHT, 2010, p. 17). O uso da imagem técnica foi incrementado sensivelmente considerando sua capacidade de registro dentro de uma poética interessada em localizar o gesto artístico no espaço vital. Usando os próprios corpos e histórias de vida como instrumento para traduzir no cotidiano os conflitos identitários, as práticas artísticas exploram novos modelos visuais de autorrepresentação, ao tempo que discutem o caráter problemático e mutável do Eu.

Embeber o Eu na imagem técnica significou para a identidade se desdobrar em camadas. Das experimentações com a técnica e a estética (enquadramentos, capturas de luz, etc.), passando a usar a imagem como uma forma de introspecção nas profundezas da alma, até chegar à fotografia como uma forma de se posicionar na sociedade, o autorretrato, na arte em cumplicidade com os espelhos, deixou de ser um mero modo de representação em si mesmo para ser um registro de outra coisa além de sua própria materialidade. A fotografia transformou-se em produtora de conteúdo no autorretrato, ao ser uma “testemunha” daquilo que acontece na realidade com o indivíduo.

2.1.3. Autorretrato e performance: a imagem como tecnologia da ação

No artigo *Arte Conceitual e fotografia: um percurso crítico-historiográfico*, Annateresa Fabris (2008) segue com fluidez várias linhas de análise que têm se traçado, desde a década de 1970 até os primeiros anos 2000⁹, sobre o papel da imagem técnica, especialmente a fotografia, logo no início das posturas artísticas que propunham deslocar a experiência estética do objeto artístico para o processo reflexivo de criação. No marco da nova poética, ressalta o uso da fotografia como veículo privilegiado para documentar a ação como mero elemento documental, e não como o lugar em que reside o vínculo estético. Daí que o objeto resultante seja visto como pura documentação, como um produto tangencial, que auxilia o registro da experiência, que pode ser tanto o objeto material resultante do ato artístico ou o registro do processo de pensamento-ação. A partir dessa ideia, performances tão referenciadas como *Cut Piece* (1964), de Yoko Ono, *Interior Scroll* (1975), de

⁹ Ver este artigo para aprofundar no panorama das mais destacadas reflexões sobre a fotografia e a arte conceitual.

Carolee Schneemann, e *Relation in the space* (1976), de Marina Abramovich e Ulay, “lançam mão da câmera para produzir *fatos naturais*” (FABRIS, 2008, p. 21).

O período dos anos 1960 e 1970 inaugurou uma relação particular de documentação fotográfica. A imagem-documento é despojada de qualquer requinte compositivo ajudando a significar que a essência artística está em outro lugar. No entanto, afirma Philippe Dubois (1993) que, ao lado daquele radicalismo simples de achar a foto (assim como o filme e mais tarde o vídeo), uma simples operação de memorização da atuação do corpo num aqui e agora irrepetível, “vimos depressa se colocarem experiências de arte corporal de performance que apelavam deliberadamente para as práticas fotográficas” (DUBOIS, 1993, p. 289). Assim, as ações se concebiam integrando a fotografia como parte da ação artística, como foi feito por Roman Opalka na sua obra *Opalka* (1965/2011).

O projeto iniciado em 1965, que terminou perto da morte do artista em 2011, tenta materializar o passo do tempo “pintando” sobre um quadro números consecutivos começando pelo canto esquerdo superior e terminando no canto direito inferior como se fosse uma folha de papel. Uma vez finalizada a sequência diária (aproximadamente 380 números por dia), era tirado um autorretrato sempre sob as mesmas condições técnicas e de iluminação. Ao morrer, tinha chegado ao 5.607.249 e a uma ampla sequência de fotos do seu envelhecimento. O traço irreversível do tempo fixado pela ação da mão e a autofotografia em série não refletem sobre um Eu que se contempla a si próprio, mas a um Eu inacabado, em transcurso permanente, cujo rastro só pode ser visto por intermédio da ação deixada na tela e o registro simples feito pela máquina.

Estes tipos de propostas “em processo”, que incluem o autorretrato, levam a pensar que a existência do indivíduo pode estar ligada à mídia por meio da qual consegue se expressar. Dalton, num texto que revisa o uso de autorretratos na arte contemporânea, menciona que “estes artistas não são primariamente fotógrafos, mas conceitualistas que usam a fotografia para ilustrar suas ideias acerca da identidade” (DALTON, 2000, p.66). O importante nestas imagens, mais do que seu caráter “representacional”, é sua condição de “performance” em si mesmo. Assim, a imagem técnica não está separada da ação, é a ação em si mesma.

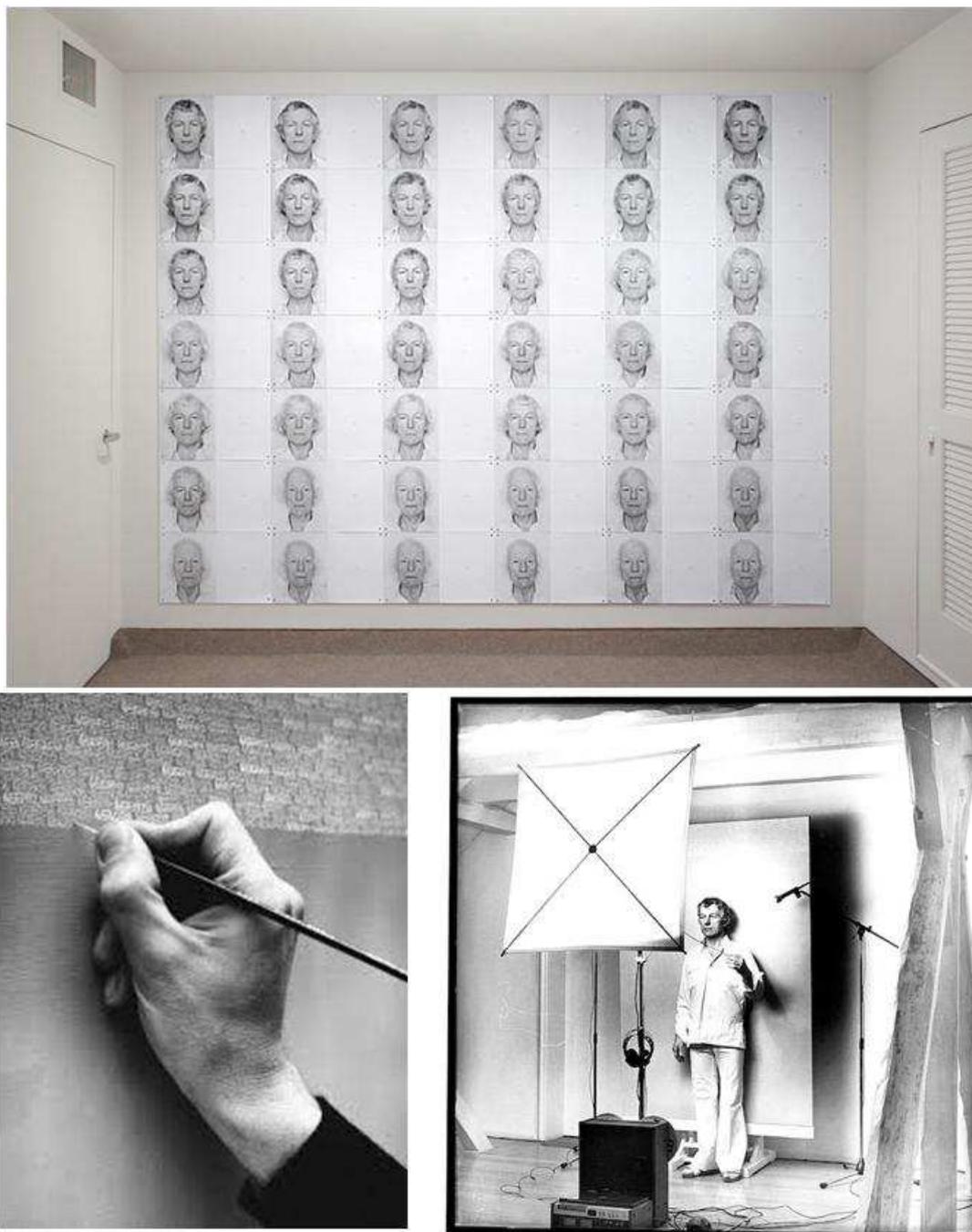


Figura 14 - *Opalka (1965/1-")*. Roman Opalka. 1965-2011

No prolongamento dessas experiências conceituais entre ação-performance e fotografia no cenário artístico das décadas 1980 e 1990, foram muitas as propostas que recorreram ao autorretrato deslocando para a própria fotografia o que acontece com o corpo, com a vida. Com imagem simples, quase tipo documento, estas produções tentam ser o mais próximos da realidade e da passagem do tempo. Destaca-se nesta linha, o trabalho de Tehching Hsieh, que realizou cinco performances, com duração de um ano cada uma, que implicaram absoluta

concepção da arte e a vida como processos simultâneos. Na primeira delas, *One Year Perform* (abril 11, 1980 – abril 11, 1981), Hsieh permaneceu confinado em uma cela em seu estudo, sem nenhum tipo de comunicação com o mundo exterior, e com o básico apenas para viver. Num relógio de ponto instalado no lugar, registrou cada hora de cada dia, seguido por uma foto durante os 365 dias do ano, assim cada hora ficou marcada num cartão e num autorretrato. Depois de finalizar a performance, o artista realizou um vídeo com todos os autorretratos batidos gerando um time-lapse de sua vida em autoconfinamento.



Figura 15 - One Year Perform (abril 11, 1980 – abril 11, 1981). Tehching Hsieh.

Não é casual que este trabalho, tanto trabalhos anteriores e posteriores tenham o vídeo como parte da obra. A vídeo-arte surgiu ao redor do ambiente da arte conceitual e das performance dos anos setentas, por ser considerada a mídia mais próxima para conseguir à prolongação temporal da ação e a extensão do indivíduo tão procurada nessas décadas. Rosalind Krauss caracterizou o meio como a *estética do narcisismo*, já que era claramente onipresente a figura do artista se filmando: “Nessa imagem de auto-observação é configurado um narcisismo tão

endêmico ao trabalhos de vídeo, que me deparo querendo generalizá-lo como a condição implícita à totalidade de seu gênero” (KRAUSS, 2008, p.145).

2.1.4. Autorretrato e arte contemporânea: A imagem como tecnologia da banalidade do Eu o encontro com a estética amadora na Internet.

De usar a fotografia como meio de representação, para depois compreendê-la como documento e, em seguida, passar a considerá-la como ação, finalmente, na década de 1990 e os anos transcorridos do século XXI, como conclui Dubois, “volta a própria fotografia como prática artística primeira, que por sua vez, tomará emprestados da lógica das artes de ação alguns de seus usos criadores” (DUBOIS, 1993, p. 290). Nesse panorama, Charlotte Cotton indica que vivemos um momento excepcional para a fotografia, nunca como agora houve tantos artistas fotógrafos nem a arte foi um território tão natural para imagem fotográfica (COTTON, 2004, p.7). Questão que, além, é complementada por Brighth ao afirmar que “o autorretrato é uma rica mina para a prática fotográfica atual que intensamente reflete assuntos pessoais e questões mais vastas do mundo” (BRIGTH, 2010, p.23).

Muitas das investigações artísticas em este âmbito, segundo Cotton, têm como estratégia a concepção de uma performance ou um happening que será fotografado. Se bem que essa é uma estratégia originada na fotografia de registro das performances da arte conceitual dos anos 1960, há duas diferenças notáveis. Uma delas reside em que dessa vez a experiência artística não está na ação, mas na fotografia em si mesma, ou seja, a ação acontece para a fotografia e é ali onde reside a experiência poética. A outra é o tema em si mesmo, que passa, além de ser uma reflexão crítica, a ganhar fluidez vasculhando na vida cotidiana.

One-minut Sculptures é uma proposta artística que demonstra que não é necessário um intenso trabalho de preparação prévio ou ter habilidades corporais especiais para fazer uma escultura vivente. Com base em interações sem sentido do corpo com objetos da vida cotidiana, num espaço qualquer, sem roupas especiais ou cenografia nenhuma, esta proposta do artista austríaco Erwin Wurm, irrompe com gestos banais na vida cotidiana inserindo a arte no dia a dia. Sem maiores pretensões do que fazer “esculturas engraçadas”, ele, ou qualquer um que aceite o convite, faz uma performance instantânea carregada de ironia e humor que é capturada por sua câmera e passa a fazer parte das séries iniciadas no final do anos

oitentas até agora. As esculturas, que na verdade são performances, são realizadas a partir de um pequeno roteiro de ações, que incluem posições insólitas com ajuda de objetos do cotidiano. Além de pessoas desprevenidas, a revista Vogue alemã, na edição de novembro de 2009, realizou uma matéria com a modelo Claudia Shiffer desenvolvendo as simpáticas esculturas de Wurm. Também a banda Red Hot Chili Peppers no vídeo oficial da música *Can't Stop* foi envolvida por essa estética do absurdo.

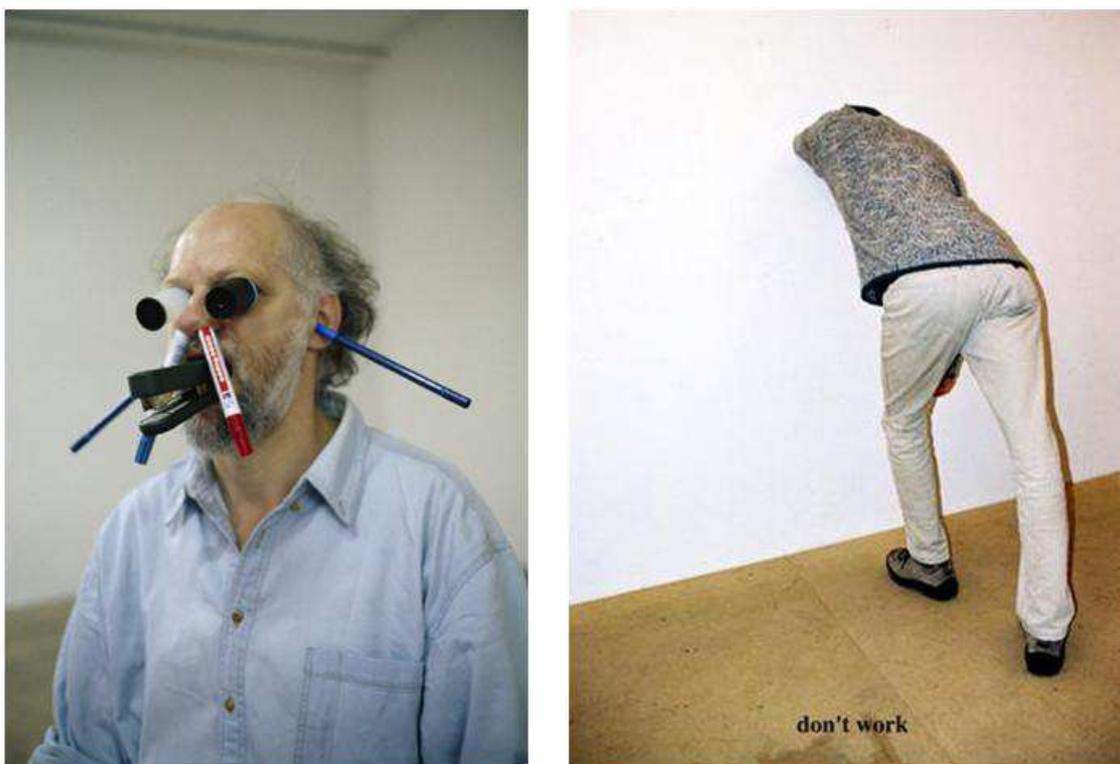


Figura 16- *One Minut Sculptures*. (1980 – hoje). Erwin Wurm

Nessa mesma linha, podem ser revisitados os trabalhos de Tatsumi Orimoto, que cobre seu rosto com grandes quantidades de pão e desse jeito realiza ações comuns dando vida a performance *Bread Man* (1996-hoje); e de Gilliam Wearing que pede a desconhecidos na rua que escrevam num cartazinho alguma coisa sobre eles mesmos para depois fotografá-los segurando seu próprio texto, imagens que são parte da série *Sings what say what you want them to say and not sings that say what someone else wants you to say* (1992-1993) Exemplos todos que são analisados por Cotton quem afirma que “o fotoconceitualismo tem a capacidade de

relaxar a superfície da vida diária por meio de atos simples” (COTTON, 2004, p. 27,32).



Figura 17 - *Bread Man* (1996 – hoje). Tatsumi Orimoto

Esse relaxamento é conseguido pela criatividade colaborativa em Internet, com estratégias e resultados muito similares. Iniciativas lançadas por qualquer um na rede, sem mais sentido do que serem brincadeiras, se tornam virais, inclusive epidêmicas, nas redes de relacionamento. Em breve, a resposta de milhares de pessoas cria um cúmulo de fotografias que segue o padrão de ações proposto para serem registradas em imagens logo postadas na rede. Uma das primeiras propostas nesta linha foi lançada por um usuário de uma plataforma de vídeo bate-papo em 2006. No meio da conversa, ele pediu a seu interlocutor que colocasse um sapato na cabeça. Velozmente a ação e a frase *Put Shoe on Head* se espalhou pela rede e centenas de pessoas começaram a postar fotografias com sapatos na cabeça. Outra proposta nessa linha é *Sellotape Selfie*, lançada no início de 2014 numa página do Facebook por Lizzie Durley, uma estudante de 21 anos da Universidade de Brighton, na Inglaterra. Inspirada numa cena do filme *Sim Senhor!* de Jim Carrey, a garota decidiu “desentediá-la” as pessoas com a mania do selfie e daí saiu o selfie com fita adesiva¹⁰.

)

¹⁰ A revista *Veja* online resenhou a matéria: *Selfies com fita adesiva viram mania no Facebook.* (SELFIES..., 2014).



Figura 18 - *Put Shoe on Head*. (2006). Meme.



Figura 19 - *Sellotape Selfie*. (2014). Meme.

Conhecidos com o nome genérico de *meme*¹¹, estes empreendimentos sem sentido nenhum são lidos por Prada como “um fenômeno social e multitudinário trasbordante de humor e criatividade que abre interessantes filões para um processo de “socialização” da prática da performance e da arte pública” (PRADA, 2012, p. 38).

¹¹ Para uma explicação mais aprofundada dos *memes na Internet* e seu comportamento na rede, veja-se (BAUCKHAGE, 2011).

Abordagem que coincide com Groys, para quem o crescente interesse em compartilhar experiências na conectividade digital tem criado um impressionante repositório de imagens que “não pode ser distinguida de qualquer trabalho de arte pós-conceitual” (GROYS, 2010, p.26) Em sentido amplo, trata-se da possibilidade que os meios de comunicação contemporâneos e redes sociais oferecem a populações globais para produzir e apresentar materiais cujos conteúdos nos fazem viver entre “massas de artistas” (GROYS, 2010, p.26).

É verdade o que afirma Cotton. Segundo ela, nunca como agora a fotografia tem sido tão utilizada como intervenção ou estratégia artística na vida cotidiana, mas também nunca como agora a fotografia tem sido parte da vida cotidiana. É agora que coincidem a vivência da experiência estética do banal proposta pela arte e a criatividade espontânea proposta pelas pessoas comuns. Ainda que o conteúdo visual das imagens resultantes do *Put Shoe on Head* não distam muito das esculturas de um minuto do Wurm, aquilo que é diferente está na motivação. Mesmo sendo o humor e a banalidade o ponto final, no caso do artista, o transfundo está no questionamento ao conceito tradicional de escultura; e, no caso do meme de Internet, é simplesmente a ação espontânea e a curtição acolhida, a atração e a satisfação por ser parte de uma proposta colaborativa.

Aquela coincidência somente pôde surgir no momento em que a fotografia achou um novo âmbito de existência nas redes de interação digitais e conseguiu ser produzida, manipulada e distribuída por qualquer um. Disse José Luis Brea (2002) que a máxima potencialidade de uma tecnologia somente é alcançada com um segundo dispositivo que a “localize em um cenário imprevisto”, pensamento que já era insinuado por McLuhan quando afirmava que toda mídia realiza unicamente a verdade de sua predecessora. Brea sustenta que, “sem um segundo dispositivo derivador, o primeiro apenas consegue ser – socialmente, antropologicamente-efetivo; nas tecnologias sempre convém a chegada de uma segunda invenção. No que diz respeito à fotografia é um segundo invento aquilo que fundamenta a possibilidade de universalização de seu uso e a converte em verdadeiramente revolucionária” (BREA, 2002). Esse “segundo invento” neste caso evidentemente é a Internet.

Nessa mesma linha, e pensando na identidade expandida, Bolter e Grusin explicam que “compreendemos uma mídia por meio das formas nas quais ela

desafia e reforma outras mídias, compreendemos nossa mediação como versões reformadas de mediações anteriores” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 232), aquilo é denominado pelos autores como “remediação”. De acordo com isso, a versão contemporânea do *eu* intermediado pela imagem digital foi aceita socialmente, pois envolve características da intermediação anterior, isto é, da fotografia analógica. Daí o trânsito para sistemas de redes digitais assume uma lógica igual. Compartilha-se a fotografia dentro de uma comunidade próxima, mas também a estende para um círculo maior de conhecidos e desconhecidos. Esse princípio de “remediação” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 21) pode ser usado para ver como se modifica a noção de identidade prévia na qual a mídia permitiu “representar o indivíduo por meio da imagem-objeto”, e se torna uma mídia que permite “produzir o indivíduo na imagem-interconectada”.

No campo da arte, essa revolução na imagem fotográfica, anotada por Brea, ou a remediação do *Eu*, de Bolter e Grusin, poderiam ser lidas desde a declaração de Joseph Beuys “todo homem é um artista”, postura que defende

a participação ativa do espectador na produção (fotos, vídeos, performance, etc.) em igualdade de condições com o artista, não só como forma para transformar a sociedade, mas também para transformar-se, para construir uma nova estrutura pessoal, aberta e, portanto, plena de significados – poética. (NOGUEIRA et al., 2013).

No entanto, no caso da identidade construída com fotografias nas mídias digitais (selfie – autorretrato) é tão contundente a transformação que é dispensada a figura de um “artista” que movimenta a ação do cidadão ao redor da produção de autoimagens.

2.2. Selfies, uma reflexão sobre o reflexo do Eu

Tal como visto, se o espelho possibilitou os autorretratos na pintura e a câmera abriu uma relação diferente com os autorretratos artísticos, o selfie representa uma síntese de ambos elementos somado às características próprias da comunicação mediada digitalmente. Já no terreno da produção estética, as duas formas mais comuns de selfies são aquelas que combinam precisamente a câmera e o espelho e as que usam a tela dos dispositivos eletrônicos como espelho na extensão do braço.

Embora com o autorretrato artístico já acontecesse isso, com frequência no exercício fotográfico do autorretrato no espelho não faz mais sentido o ritual associado à fotografia social. Sacrifica-se a pose estruturada, a vestimenta formal e a limpeza da cena das fotografias familiares, pela ficção pessoal da autoapresentação. Essas imagens potenciam uma memória individual, um momento de aparências e confrontações consigo mesmo tão pessoais como as imagens em si mesmas. A gama de práticas do registro do Eu na banalidade do cotidiano resultou numa explosão visual fragmentada dos indivíduos, cujo valor está no culto à subjetividade.

O que interessa nessas imagens não é dar uma boa impressão de si, senão mostrar-se num instante qualquer e ser olhado no instante seguinte. A obsolescência do tempo se faz sentir na estética modesta e descuidada, que faz sentido porque a imagem mesma perde importância num curtíssimo lapso. Se a fotografia “tem passado de ser o elemento que preserva a vivência para se converter na vivência em si”, o *feed* interminável das redes sociais se preenche com imagens sucessivas do indivíduo configurando uma nova cultura da apresentação social.

Assim, ser autor da própria imagem no espaço virtual do reflexo é uma prática significativa para produzir-se por meio do visual. O valor de uma imagem de si mesmo não está simplesmente em ser retratado, está no *potencial performativo da imagem*, na ação criadora no contexto da identidade (BUTLER, 1990; HALL, 2009). Ela pertence ao limiar da experimentação na busca de um encontro consigo mesmo, se afastando da mera representação, “o que se retrata não é nem um objeto do mundo, nem também num suposto “sujeito-preexistente” que o realizaria, senão esse sujeito-em-obra que é precisamente o produto performativo do próprio *ato de visão*” (BREA, 2003).

O fato de um indivíduo *ser imagem* por meio de *atos de visão* faz parte da consciência contemporânea da identidade. Essa concepção da identidade como produzida foi aprofundada com as mudanças nos procedimentos técnicos para obter fotografias: maior facilidade para fotografar, mais facilidade de manipulação da câmera, menor custo, dispensabilidade do suporte material e aumento na capacidade de armazenamento. Todas essas características, que fazem parte do mundo digital, em conjunto permitem uma experimentação constante que não

implica compromisso nenhum, nem relativamente a custos, espaços físicos ou pertencimento a uma memória perdurável específica.

As imagens processadas numericamente, e não quimicamente, outorgam um novo valor à fotografia: ela muda em suas características de tempo-espaço e daí se transforma numa aliada no processo de narração da identidade. Somado a isso, essas mudanças se imbricam, em termos de linguagem em código, com os novos sistemas de comunicação, de modo que são facilmente *compartilháveis* por meio da internet. Frosh explica que, no contexto da Internet, “a fotografia é entendida não como uma mera tecnologia de representação visual senão como um tipo de ação (visível) constituída dentro de um mundo social” (FROSH, 2001, p. 43). Nesse sentido, o uso da fotografia para a exploração da identidade individual, além de ser um ato performático da própria personalidade, é uma *chave de socialização*. O ato de mostrar-se por meio das fotografias dispostas nas redes digitais ganha importância na medida em que essa identidade captura uma audiência, ou seja, o valor dessas imagens está no quanto elas podem ser *consumíveis* e, em consequência, no quanto podem gerar interação social.

Não é estranho achar nas redes de relacionamento atuais milhões de autorretratos cuja finalidade é a experimentação espontânea perante a lente para demonstrar aspectos particulares dos indivíduos. É ali onde o espelho se configura como objeto predominante na encenação de si no cotidiano. Precisamente, parte do encantamento da relação do corpo com o reflexo e a câmera digital faz com que o corpo desenvolva uma performatividade diferente a respeito da captura de uma fotografia. Poses incomuns e íntimas, junto com ângulos complexos ou locais que apresentam dificuldades, são a maneira predominante de se projetar para a imagem fotoespelhada que vai ser exposta.

Se os autorretratos na pintura dependiam das habilidades técnicas do artista e o acesso à tecnologia do espelho, a tecnologia digital abriu a via para que qualquer pessoa pudesse ser produtor deles. A mediação de novas técnicas e a possibilidade de seu uso massivo têm fornecido ferramentas para explorar as identidades e desenvolver uma consciência do próprio corpo. A prática do autorretrato diante de superfícies refletoras e na extensão do braço ocupa um lugar relevante na história do processo de construção de uma identidade para ser olhada e é uma chave que liga o público e o privado (LASSEN; GÓMEZ CRUZ, 2009). Esse

laço tem implicado um interesse especial na exposição do corpo, que cria uma cisão entre a pura representação para demonstrar uma posição entre a sociedade e a performatividade expressiva individual.

A exploração artística no campo do autorretrato espelhado se arriscou a explorar a imagem pessoal como veículo para confrontar os usos tradicionais da fotografia, enquanto o autorretrato cotidiano abriu seus próprios caminhos na busca de novas encenações que resultam mais espontâneas e, além disso, com a digitalização da imagem e da comunicação, passaram a ocupar um lugar importante dentro da cultura visual contemporânea que leva alguns autores a abordar uma “cultura do narcisismo” (LASCH, 1991), efeito da individualidade e a necessidade de sair do anonimato experimentado nas sociedades modernas. Nesse sentido, o selfie cobra importância por ser um campo onde pode se observar claramente esta relação e suas transformações.

2.2.1. O autorretrato na era digital: a importância dos selfies.

Como revisto, a reflexão sobre a identidade tem utilizado ao autorretrato como dispositivo em longo de distintos momentos históricos, em que as estéticas imperantes se relacionam com o tempo e o espaço sociocultural, mas também com os dispositivos de visão e representação. Diferentes tecnologias tem se incorporado como elementos essenciais nesta relação. A partir do surgimento da tecnologia digital, incorporam-se novas formas de refletir sobre a imagem fotográfica. Michell (1996) argumenta que a imagem digital se relaciona mais com as técnicas da pintura por sua capacidade de ser manipuladas e moldadas. Porém, é com o desenvolvimento da fotografia digital com a Internet que se abre um novo capítulo na relação entre identidade-imagem do qual o autorretrato sai do campo artístico, explode como uma prática cotidiana em todos os níveis e adquire um novo significado ao se nomear como *Selfie*.

Embora exista um importante corpus de análise sobre os autorretratos artísticos, começa a crescer o interesse acadêmico sobre os selfies, problematizando sua relação acrítica com os autorretratos. Estas pesquisas ainda não estabelecem pontes ou leituras que levem em conta a superprodução de autorretratos digitais (selfies) que escapam das práticas artísticas e que estão moldando a cultura visual do Eu no século XXI. No entanto, com o círculo de

pensamento em que está apoiada esta pesquisa, pode ser afirmado que o autorretrato nesta época adquire maior importância, por ser um elemento que permite ver com clareza a relação com a identidade, mas também se nutre de uma trajetória diferente da artística.

Já no campo da arte, as tecnologias digitais e as redes sociais, ao permitirem um tipo de controle sobre a identidade, sugerem uma drástica transformação nas formas de expressão e reinscrições da subjetividade. A possibilidade de que qualquer pessoa não profissional no campo da imagem explore sua identidade por meio de produções visuais incluídas nas redes sociais digitais exige das artes um reconhecimento e um olhar dessas identidades expandidas: tanto da estética e do valor antropológico relacionado com as necessidades de expressão quanto da mediação tecnológica presente nas plataformas digitais de relacionamento.

O objetivo deste capítulo não foi elaborar uma história detalhada do autorretrato na arte ou na fotografia. O fim último foi elaborar uma trajetória da relação entre autorrepresentação e arte. Esta trajetória complementa a trajetória anterior porque os selfies são próprios da lógica digital e elementos fundamentais na expansão das identidades. A conjunção de ambas as trajetórias apresenta a base sobre a qual se pretende estudar a complexa relação entre identidades expandidas e seu diálogo com propostas artísticas emergentes, questão que será finalmente abordada em detalhe no capítulo a seguir.

CAPÍTULO 3

3. SELFIES E MÍDIA

O selfie das celebridades é mais potente do que um pseudo-momento pessoal, o selfie das não-celebridades é uma oportunidade para ganhar glamour, para mostrar um lado especial de si mesmo. (FRANCO, 2013)

As trajetórias analisadas nos capítulos anteriores, a tecnossocial e a artística, parecem confluir no selfie para o terreno em que as identidades expandidas podem ser observadas com clareza. Este fenômeno, cotidiano e onipresente em todas as redes sociais, tem sido capturado pela mídia tradicional e explorado, transformando ele, dessa maneira, em uma tendência cultural. De fato, com o uso dos selfies pelas celebridades e o eco dessas imagens na mídia se legitima uma prática que, no início, era considerada afastada de todo sentido estético, carente de interesse e realizada por adolescentes (TINKLER, 2008; LIVINGSTONE, 2008).

O presente capítulo se aproxima da prática daquele Eu construído na Internet de um âmbito mais amplo, o qual tem influenciado permanentemente a linha que divide on-line e off-line e atinge a cultura midiática, desde perspectivas tão diferentes como as personalidades da política, da ciência ou da religião até as microcelebridades, que surgem da dinâmica própria da imagem de si próprio na rede. Esta discussão se torna relevante devido à amplificação e normalização que as mídias têm gerado de um fenômeno particular de confluência entre a gestão pessoal na Internet e os autorretratos.

3.1. O selfie e as celebridades.

A fotografia mais compartilhada no Twitter até agora é um selfie. A imagem postada por Ellen DeGeneres, no dia da entrega dos prêmios Oscar, em março de 2014, chegou, em um tempo recorde de uma hora, a ultrapassar os dois milhões de *retweets*. A postagem, orquestrada pela apresentadora do evento, inclui um cúmulo de estrelas de Hollywood, entre elas, Jared Leto, Jennifer Lawrence, Meryl Streep, Bradley Cooper, Peter Nyong'o Jr., Channing Tatum, Julia Roberts, Kevin Spacey, Brad Pitt, Lupita Nyong'o e Angelina Jolie, sorridentes e saudando o imenso público global. Depois de ser extremamente comentado, deu origem a uma série de

imitações massivas, houve uma paródia do Matt Groening em que aparece Homer Simpson tentando entrar na foto, e um sem número de memes, como o de Leonardo DiCaprio, transformando-se, dessa maneira, em um ícone dos selfies. O que resulta relevante deste exemplo é precisamente o impacto e papel fundamental que, como prática, está tendo o selfie no *star system* mundial.



Figura 20 –. *Selfie do Oscar* (2014). Meme com Leonardo DiCaprio.

Sobre a cultura do consumo, que tem as celebridades como protagonistas Mike Featherstone (2010) assegura que, nesse contexto, a imagem do corpo é entendida como uma imagem mental que se oferece para os outros. Nesse sentido, a fotografia tem sido usada como um instrumento para demonstrar um status e aceitabilidade social que depende da aparência. No entanto, a muito cuidada estratégia da aparência pessoal das celebridades tem sido permeada pela identidade expandida e suas características de conectividade e imediatez da imagem transformada em comunicação, reproduzindo cuidadosamente essa espontaneidade própria dos selfies. Não quer dizer que aquela imagem produzida e estudada tenha desaparecido ou tenha sido substituída pelo selfie. O que pode ser percebido é que o “show do Eu”, mencionado por Sibilia (2008, p. 28), como nova forma de criação de subjetividades, atinge aqueles que, de fato, já estavam envolvidos na mídia. Se o selfie para qualquer pessoa é uma ferramenta de poder

por ser gerador de audiência, quando usado pelas personalidades das esferas do poder esse potencial é amplificado. Disse “o rei do selfie”, James Franco (ator, diretor e escritor), que:

Uma bem abastecida coleção de selfies parece obter atenção. E a atenção parece ser o nome do jogo quando se trata de redes sociais. Nesta época de muita informação em um clique, o poder de atrair os espectadores no meio do mar de coisas para ler e ver é um poder que não tem dúvida. É o que os estúdios de cinema querem para os seus produtos, o que os escritores profissionais querem para o seu trabalho, é o que os jornais querem. É o que qualquer pessoa quer: atenção. Atenção é poder. (FRANCO, 2013).



Figura 21 – Coletanea de Selfies (2013). James Franco

Porém, a atenção nos tempos das redes sociais implica desdobramento das estruturas com que eram associadas às celebridades na cultura tradicional do consumo cultural. A atenção para as celebridades estava marcada pelo âmbito profissional de desenvolvimento, seja a política, propaganda, religião, cinema, etc. Baudrillard anotava que “a celebridade não é mais do que uma versão de nós mesmos exaltada pela publicidade [...] colocada para ser imitada, tentando nos vestir como ela, de falar sua linguagem, de ter um aspecto semelhante” (BAUDRILLARD,

2009, p. 249). Embora essa leitura seja mantida, no momento em que as celebridades começam a usar o selfie também se faz visível outra faceta que cria um paradoxo: são elas que agora tentam imitar as pessoas comuns, ou simplesmente deixam ver intencionalmente seu lado comum. A estética do casual e natural do selfie passa a fazer parte do *mainstream*, do poder que se envolve de signos informais. Passa a ser um sinônimo de frescor e de humanidade. Isto é, a visão que as pessoas tem da cotidianidade dos famosos não é só produto de um olho externo que entra na vida privada, por exemplo, dos paparazzis que tentam fazer fotografias dessa vida comum e corrente.

Nas redes sociais, aquilo que produz interação é o indivíduo que se mostra a si mesmo, e com maior interação maior a popularidade. Sobre este ponto Marco Bohr (2014) indica que a popularidade está intrinsecamente ligada à celebridade que usa o selfie como meio de propaganda dela mesma. Daí, continua o autor, as atuações pessoais que estejam refletidas na Internet não são uma simples ação espontânea, elas estarão vinculadas a uma ordem econômica global, pois o status e valor social da celebridade serão incrementados, e por extensão, os produtos ligados a elas. Por exemplo, o selfie com que inicia este capítulo, foi uma ação de marketing organizada por Samsung para lançar o telefone celular *Galaxy Note 3*. De tal forma “o selfie de Ellen acabou sendo muito mais impactante do que os comerciais tradicionais. Você não consegue prever e pagar para que algo se torne mágico e viral”¹², afirmou Allen Adamson, diretor da *Landor Associates*, empresa que intermediou o acordo entre a Samsung e a ABC, donos dos direitos de transmissão da cerimônia.

Nesse sentido, não estranha que os selfies dos famosos agora sejam manchetes de jornais e capas de revistas, sejam resenhados na televisão e motivo de euforia nas redes sociais, não só pelas personalidades mesmas, mas também pelas estratégias de divulgação e merchandising que estão por trás. Assim, um tipo de imagem que começou como uma fotografia desafortunada de um garoto bêbado, segundo a origem da palavra selfie que dá o dicionário Oxford, é agora a tendência oficial das celebridades, sejam estrelas do entretenimento, papas, presidentes ou

¹² **Selfie do Oscar era ação de marketing da Samsung e teria custado R\$ 45 milhões.** 05/03/2014 - Época negócios online: <http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Acao/noticia/2014/03/selfie-do-oscar-era-acao-de-marketing-e-teria-custado-r-45-milhoes-samsung.html>

esportistas. Sem dúvida, este fenômeno é um dos tópicos de maior repercussão na mídia e tem começado a ser propostas listas dos mais influentes selfies. É só colocar na barra de busca no Google e aparecem milhares destas listagens.



Figura 22 - *Fotografia Four more years.* (2012). Campanha presidencial.

A presença do Barak Obama é uma das mais recorrentes. Ele tem sido pioneiro no uso das redes sociais para se aproximar por meio dos afetos a um âmbito de reconhecimento e respaldo político da população. A fotografia “Four more Years”, postada na conta do Twitter para comemorar o dia em que foi eleito por segunda vez como presidente dos Estados Unidos, foi a mais compartilhada na rede desde o ano 2012 até agora (justamente foi destronada pelo selfie dos Oscar). As campanhas políticas lideradas pelo atual presidente dos EUA são pioneiras no uso da tecnologia digital e os ambientes das redes sociais para potencializar as propostas de governo e engajar eleitores. Porém, Obama não está restrito ao processo de eleições, ele tem mantido sua presença nas redes de forma permanente. Portanto, é claro, também é um produtor de selfies.



Figura 23 - Momento selfie do Obama no memorial do Nelson Mandela. (2013). Roberto Schmidt. AFP

No dia 10 de dezembro de 2013, durante o memorial a Nelson Mandela em Johannesburgo, na África do Sul, Barack Obama, presidente dos Estados Unidos, o primeiro-ministro britânico, David Cameron, e a primeira-ministra da Dinamarca, Helle Thorning-Schmidt, tiraram um selfie que virou muito famoso sem ninguém ter visto ele. Na mídia e nas redes foi viral a imagem do Roberto Schmidt, fotógrafo da AFP, que capturou o momento em que os três mandatários se juntavam descontraídos diante de um celular. A imagem entrou no *trending topics* mundial daquele dia e foi notícia e motivo de piadas e de indignação por tirar uma foto desse tipo durante um velório. No entanto, a atitude e o contexto virou moda (do tipo memes) e foi criada a página *Selfies at Funerals*¹³ no Tumblr.

A relevância deste exemplo se reside no fato de mostrar, com absoluta clareza, a “normalização” do selfie como prática que excede o âmbito dos adolescentes batendo fotografias na frente do espelho do banheiro. Mandatários de nações, em funerais de estado, fazem selfies. As imagens do Obama já são cotidianas na mídia. Mais uma que teve impacto na mídia foi o “sanduíche-selfie” em que Obama aparece no meio de dois cientista célebres, Bill Nye, professor de ciências e apresentador de televisão, e Neil DeGrasse Tyson, astrofísico que substituiu ao Carl Sagan na reedição da popular série *Cosmos* realizada por NatGeo.

¹³ <http://selfiesatfunerals.tumblr.com/>

Tirado em março de 2014 na Casa Branca, o selfie foi usado para ilustrar matérias sobre ciência e anunciar o retorno do programa de televisão. (STINSON, 2014).



Figura 24 - (Esq.) *Selfie do Obama no com Bill Nye e Neil DeGrasse* (2014). (Dir.) Fotografia de outra perspectiva da agência de notícias da Casa Branca

A partir deste exemplo podem surgir múltiplas interpretações que vão além dos limites deste trabalho, basta dizer que o marketing político tem percebido o potencial de uma prática que parece não só humanizar a quem a realiza, mas também o campo que representa aquele que se autofotografa. Nunca como agora tem sido tão evidente que os tempos e os objetos da fotografia amadora mudaram e ganharam novos usos. Se como argumentado por Bourdieu sobre os camponeses da França: “não se fotografa aquilo que se tem diante dos olhos todos os dias” (BOURDIEU, 2003, p. 72), em tempos da identidade expandida, essa prática vira para o lado contrário, já que o mais fotografado e difundido é, justamente, aquilo que temos ante os olhos todos os dias, a própria imagem.

Essa cotidianidade do selfie é o ponto atraente para ganhar presença midiática, primeiro nas redes sociais e depois nas mídias¹⁴. A cotidianidade das celebridades é compartilhada como é compartilhada a experiência diária de uma secretária de escritório. No entanto, o cotidiano de um famoso às vezes é surpreendente. Nesse sentido, pode ser destacado aquele que é considerado o melhor selfie feito atualmente, um feito no espaço.

¹⁴ É importante anotar que está começando a se dar o fenômeno contrário. Pela cobertura jornalística, alguns selfies viram famosos, como aconteceu no mais recente *Encierro de Pamplona*. (PLAUTZ, 2014).

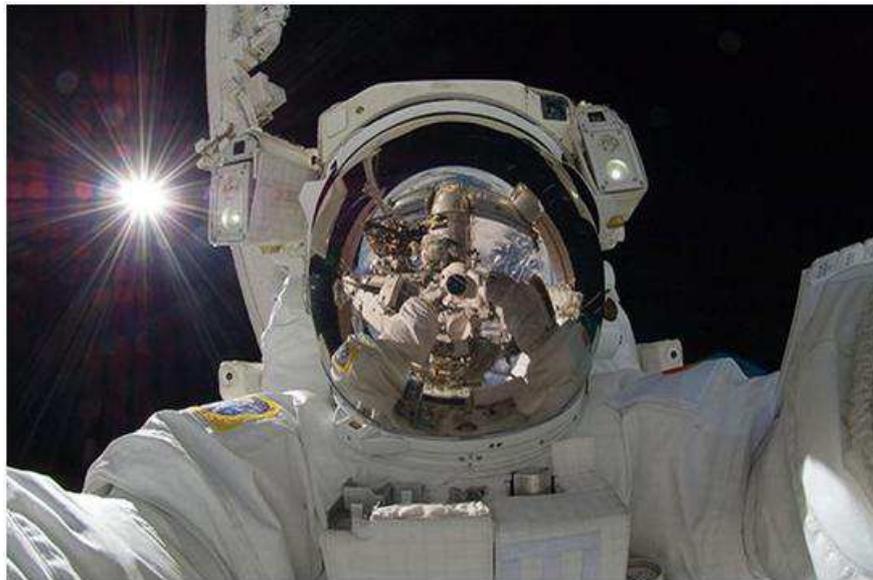


Figura 25 - *Selfie Akihiko Hoshide* (2012). Estação Espacial Internacional

O astronauta japonês Akihiko Hoshide da ISS (International Space Station) tirou um selfie durante uma caminhada espacial em 2012. A impressionante fotografia foi tuitada pelo repórter Andrew Kaczynski com a legenda: "*There are selfies, and then, well there are selfies*"¹⁵. A composição da imagem é maravilhosa, o céu do fundo de um preto intenso contém o sol resplandecente. O visor do capacete do Hoshide transforma-se em um espelho que reflete a câmera, a nave espacial e o planeta Terra. O momento sublime supera de longe a imagem tradicional do selfie, mas é um deles, tornou-se viral com mais de 3.000 retuites, e transformou-se no símbolo de uma experiência única com a qual agora convivemos.

Porém, o canadense Chris Hadfield tem sido muito mais arriscado em compartilhar sua vida no espaço nas redes sociais. Em 2012, nos perfis do Facebook, YouTube e Twitter, Hadfield publicou cenas de sua vida na Estação Espacial Internacional. Vídeos em que ele escovava os dentes, fazia lanches, lavava as roupas foram sucesso na Internet, mas o vídeo com o qual ficou conhecido mundialmente foi um em que canta a música de David Bowie *Space Oddity*, material que chegou à mídia simplesmente por postar registros do espaço que, em essência, são iguais as postagens de milhares de pessoas cantando suas músicas favoritas.

¹⁵ <https://twitter.com/BuzzFeedAndrew/status/402120112565534721>

As façanhas cotidianas do canadense foram assistidas por um elevado número de seguidores nas redes sociais e sua intensa atividade deu origem a uma interação pouco usual entre o espaço e a Terra. Inclusive, em dezembro desse ano o site brasileiro HypeScience resenhou uma interação que merece ser mencionada:

O ator William Shatner (que interpretou o Capitão James T. Kirk na Enterprise, na série original de Star Trek) perguntou a ele “você está tuitando do espaço?”. Hadfield, em homenagem à série, respondeu como um verdadeiro tripulante da Enterprise: “Sim, Órbita Padrão, Capitão. E estamos detectando sinais de vida na superfície”.

A resposta foi retuitada mais de 5 mil vezes e “favoritada” por 3,7 mil usuários. Pouco depois, “Sr. Sulu” (George Takei) entrou na brincadeira, comentando que não gostaria de ser enviado à Terra usando um uniforme vermelho – já que os tripulantes que usavam essa cor não sobreviviam por muito tempo na série. (SOUZA, 2013).

Desde então o número de selfies produzidos em ambientes de gravidade zero tem aumentado exponencialmente e gerado notícias descontraídas que vão além do científico. É claro que a experiência espacial só pode ser compartilhada por aqueles que conseguem estar mesmo no espaço, no entanto, selfies da cotidianidade de qualquer pessoa no planeta também viram símbolo quando feitos por uma celebridade. É o caso da Kardashian vestindo um maiô branco na sua casa. A imagem de Kim Kardashian, modelo e apresentadora do canal E! Entertainment, virou famosa por três pontos: em primeiro lugar porque foi o primeiro autorretrato postado depois de receber muitas críticas por ter engordado depois de sua gravidez; segundo, por ser tirado na casa de uma celebridade, situação que é de interesse e atenção pública. Terceiro porque foi legendado como #NoFilter e recebeu o comentário do seu namorado: “HEADING HOME NOW.”



Figura 26 - Selfie Kim Kardashian (2013)

Como centenas de milhões de fotografias na Internet, a pose é totalmente banal. Ela está explicitamente mostrando suas curvas voluptuosas e uma boa silhueta. Porém, o foco da imagem está no corpo seminua, os textos que acompanham a imagem são explícitos sobre um eventual encontro sexual, enquanto a decoração da sala está cuidadosamente bloqueada por biombos japoneses: “seu bumbum está intencionalmente no primeiro plano, mas ela não quer que se saiba como é seu sofá” (SALTZ, 2014). Este selfie é um exemplo de como a intimidade tem sido entendida contextual e historicamente, assim como a função que o visual tem nesse processo. O conceito de intimidade tem mudado e é mais íntima a decoração do que o corpo com poucas roupas. Assim, artigos acadêmicos dedicados a analisar a questão do íntimo e o privado, o narcisismo, a exibição dos corpos e os discursos feministas estão tomando como objeto de estudo o selfie da Kardashian (LOSH, 2014; VILMANTÉ; KETURAKIS, 2013). A intenção não é simplificar ou generalizar este tipo de performance na imagem, mas este selfie, por ter alta difusão mundial na mídia por ser de uma famosa, transformou-se em

referência e símbolo global dos selfies de mulheres sensuais seminuas que são tão populares na Internet.

Outro “momento selfie” sem precedentes é marcado pelo Papa Francisco, bispo de Roma, Vicário de Cristo, sucessor de São Pedro e Chefe de 1.200 milhões de católicos em todo o mundo. Ele participou do que é considerado o primeiro selfie em que aparece um Papa. O líder da Igreja Católica posou para uma foto no encontro de jovens peregrinos italianos na Basílica de São Pedro, que embora tenha sido postada nas contas dos adolescentes, virou mundialmente famosa em agosto de 2013 quando foi publicada no jornal papal *L'Osservatore Romano*.



Figura 27 - (Esq.) Selfie Papa Francisco e Jovens (2013). (Dir.) Fotografia de Fabio M. Rogona de outra perspectiva.

Um ato tão trivial como participar de um selfie pode ter um grande poder para definir uma personalidade na esfera religiosa. O simples fato de estar disposto a aparecer numa imagem fora do protocolo significa que o Papa Francisco tem um pensamento progressista. A evidência é um autorretrato digital.

Em outro âmbito do poder, desta vez o esportivo, o brasileiro Neymar tem sido identificado globalmente, não só por ser um superastro do futebol, mas também por sua paixão por bater e publicar selfies no Instagram. O portal *Yahoo Sports* fez uma galeria em que são grafadas as modalidades de penteados do sportista e momentos íntimos do seu dia a dia¹⁶. Durante a Copa de Mundo de Futebol, o mundo todo, desde os jogadores até os torcedores de cada um dos países

¹⁶ <http://sports.yahoo.com/photos/shameless-neymar-selfies-1403060258-slideshow/>

participantes, esteve armado com um smartphone. A quantidade de imagens e selfies tirados como suvenires on-line já foi motivo de muitas reportagens na mídia e, até mesmo, dentro dessa produção massiva, a afeição de Neymar pelo selfie foi notória. (RAMOS, 2014). A autoimagem tirada no vestiário com sua namorada, logo depois de ganhar uma das partidas do torneio, teve mais de um milhão de *likes* quando postada.



Figura 28 - *Selfie Neymar com sua namorada (2014).*

A excessiva prática do selfie, nas redes sociais e nas mídias massivas, que foi registrada durante a Copa, terminou na fotografia tirada no dia 14 de julho de 2014. A equipe campeã, no fim do jogo, recebeu, no vestiário do Maracanã, a Chanceler alemã, Angela Merker, juntos festejaram o triunfo e os selfies foram batidos incessantemente. O mais referenciado na mídia foi o do meio-campo do Real Madrid, Sami Khedira, que postou a imagem no perfil do Facebook. No selfie, aparecem o presidente da Alemanha, Joachim Gauck, junto com outros membros do plantel, como o capitão Philipp Lahm e o atacante Lukas Podolski, e também, é claro, aí está a Chanceler. Ninguém se alarmou pela presença de uma mulher no vestiário de uma equipe masculina, e também não por aquela mulher ser uma mandatária de estado participando alegremente de selfies.



Figura 29 - *Selfie Sami Khedira com Angela Merker e time campeão da Copa Mundo de Futebol (2014).*

O Facebook comunicou, no dia seguinte à final do torneio, que “a Copa do Mundo gerou mais ações do que qualquer outro evento na história”. (RAMOS, 2014). Em todo este processo, a participação da mídia é um eixo que ganha especial relevância pela dialética que implica que o selfie seja uma ação espontânea que compartilha desprevenidamente momentos vividos e, ao mesmo tempo, uma notícia que merece ser documentada, comentada e difundida. Muitas das autoimagens compartilhadas nas redes sociais pelas celebridades têm uma fotografia que captura aquele “momento selfie”, de modo que é tão importante o selfie quanto o registro da ação. Por exemplo, Saltz (2014) analisa esta situação retomando a fotografia do Obama no memorial fúnebre de Mandela:

Vimos apenas a fotografia do Roberto Schmidt, deles fazendo o selfie. Isso foi uma espécie de *Las Meninas* selfie - semelhante ao surpreendente retrato-real/autorretrato do Velázquez que ricochete entre os sujeitos a passagem de quem está olhando a quem e desde onde. Muito foi dito sobre o descaro e pomposidade do selfie do Obama. O terceiro significado, porém, é muito mais humano e coloquial: é o pensamento invisível flutuando sobre os sujeitos. “É totalmente incompreensível, mesmo para nós, ser nós,” eles estão dizendo: “somos nós, estamos aqui”. Esta foto de três pessoas famosas está relacionada com aquilo que Hegel chama de “imagem-pensamento.” Ou selfie-pensamento. (SALTZ, 2014).

A filosofia Hegeliana, embora referida a obras de arte, adverte que os pensamentos que nos vêm ao olhar uma imagem, de alguma maneira estão expressos nela, ao menos sob a forma de estímulos para o pensamento. Qualquer visão de uma imagem é um diálogo. Ela mesma é dialética. O conteúdo de uma imagem não é esgotado em uma única interpretação, ela é um interlocutor que oferece sempre novas respostas. O selfie-pensamento, como chamado por Saltz, tenta dar maior informação da experiência compartilhada por quem participa da ação e institui um jogo de olhares que se transforma em matéria nos jornais. Assim, por volta de dois anos em que o selfie tornou-se uma moda estendida, essa prática foi naturalizada com tal grau de aceitação que está mudando comportamentos e visões do mundo.

De uma parte, a amplificação das identidades das celebridades nas imagens em rede parece contar histórias em primeira pessoa, falando diretamente com cada um que está ligado na rede. A autopromoção no Facebook, YouTube, Instagram e Twitter alimenta o imaginário de ser partícipe de uma extrarrevelação por meio dos pequenos detalhes e as cenas desprovidas de protocolo. A partir da hipermediação e o uso estendido da imagem pessoal se “democratizaram” as celebridades as quais se tornaram acessíveis a qualquer pessoa. Qualquer um pode se sentir como parte do seu “círculo de amigos” e dividir seus momentos de descontração, emotividade e afetividade.

Mas também são instantes para ser estudados pela mídia outorgando novos significados. Com a legitimação e apropriação dos meios de comunicação, os selfies estão ganhando complexidade cultural. Aquela rápida ascensão, popularidade e notoriedade do selfie em diferentes âmbitos do poder permite a criação de novos símbolos e referentes tanto acadêmicos quanto populares. Não são só autofotografias tiradas na extensão do braço ou na frente do espelho publicadas em uma rede social. São a expressão de subjetividades além da representação de instituições de poder estabelecidas e normatizadas. “Alguns anos atrás qualquer pessoa respeitável estaria mortificada se fosse pega se checando no espelho. Agora literalmente a Internet está cheia de homens e mulheres alardeando com isso” (LIVINGSTONE, 2014, p. 21). A vergonha, de um comportamento não desejável, de dar uma impressão errada ou de demonstrar soltura, está desaparecendo tanto das

personalidades no âmbito do poder quanto das pessoas comum. E mais ainda, agora tem se normalizado como prática procurar ser famoso, precisamente fazendo selfies. As razões para as celebridades entrar na estética desprevenida e descuidada da imagem em rede são justificadas tanto pelo marketing, que entrou na onda da vida real das mídias sociais, quanto pela tendência crescente da identidade individual fortalecida. David Marshall, sobre esse ponto, argumenta que:

A cultura das celebridades articula uma forma de pensar sobre a individualidade e a produção individual através da opinião pública mundial. A longa trajetória histórica das celebridades como discurso pode serve para fazer um mapeamento para identificar o poder dos indivíduos no processo de produção cultural, bem como a importância ideológica de identificar o poder individual em uma era de capitalismo democrático. A nova dimensão deste discurso sobre a individualidade fornecido pelas celebridades é articulada com as demandas e exigências da cultura online, a qual opera como fonte expandida da apresentação cultural. Antigos discursos sobre as celebridades, com suas dimensões textual e, mais significativamente, extra-textual revelaram a interrelação entre o eu público e o eu privado, por causa disso tem servido como modelo para a produção do eu online. (MARSHALL, 2010, p. 46).

Cada uma destas imagens poderia ser analisada dentro do seu âmbito cultural, mas o que interessa para efeitos deste trabalho é como a autoimagem se desestabiliza por causa da hiperconectividade. As fotos de Obama, da Kardashian, do Hadfield, do Neymar ou do papa Francisco, ultrapassaram a fronteira da fofoca do tabloide. Dessa maneira, o selfie tem se transformado numa imagem muito influente e dá outros significados às esferas do poder.

3.2. Microcelebridades

Se por um lado os famosos parecem mais humanos e próximos quando são eles que se fotografam a si mesmos, por outro, pessoas anônimas¹⁷, por meio do selfie, conseguem sucesso nas redes sociais e são lançadas à fama pela mídia. Seguindo o pensamento de P.D. Marshall (2010), que, em seu artigo *The promotion and presentation of the self: celebrity as marker of presentational media*, explica que, por causa das redes sociotecnológicas, temos passado de mídias representacionais a mídias apresentacionais, o que deriva em uma série de transformações que exige reconsiderar o conceito mesmo de celebridade.

¹⁷ No sentido de não serem conhecidas fora do seu círculo imediato nas rede.

O sucesso nas redes sociais não é exclusivo das personalidades famosas, são incontáveis as pessoas anônimas que ganham adeptos nas redes sociais e começam a ser tratadas como estrelas. Os “rolezinhos” acontecidos no ano 2013 em São Paulo, que tiveram repercussão internacional, foram encontrados convocados pelos “famosinhos”:

Pessoas com milhares de seguidores nas redes sociais, que levaram seus fãs do Facebook aos shoppings. O objetivo era conhecer gente nova, ser visto, paquerar, se divertir e escutar funk ostentação, gênero musical que mistura batidas de funk a letras sobre consumo e marcas de luxo. (CUNHA, 2014).

Esta moda estendeu-se para o Brasil todo com uma série de requisitos para virar um famosinho, um deles disse que é preciso tirar fotos com pose de frente para o espelho e ter um aparelho celular de última geração. Parece que o campo da participação mediada tem ficado em aberto para fazer realidade o sonho impossível em décadas anteriores de conseguir reconhecimento e fama pública. Considerando que qualquer pessoa pode ser produtora e distribuidora de materiais nas redes sociais, também é possível que algumas delas desencadeiem um imparável sucesso por meio da atração que sua identidade exerce. O caso dos famosinhos merece destaque, uma vez que, além da popularidade dentro do mundo funk, a palavra em si mesma é um adjetivo bastante comum para descrever a qualquer um que tenha uma alta quantidade de seguidores e “likes” nas suas fotografias sem importar por que viraram famosos.



Figura 30 - *Selfies Yasmin*.(2014).Famosinha de São Paulo.



Figura 31 - *Selfies Juan*.(2014). Famosinho de São Paulo

Numa reportagem na televisão, foram entrevistados Juan, que começou se filmando enquanto dançava no seu quarto e acabou com 56 mil fãs, e Yasmin, que posta fotografias dela muito bonita e arrumada, e em janeiro de 2014 não conseguia saber quantos amigos possuía na rede: “Eu tenho 84 mil seguidores, 4 mil e quinhentos e alguma coisa amigos. Vou adicionando porque é bom ter bastante amigos”, mas ela também não pôde explicar porque virou conhecida: “Nunca foi minha intenção ser famosa na Internet e ser reconhecida na rua. Mas, aconteceu.” (A GENTE..., 2014). Muitos como Juan e Yasmin viraram famosos desde seu cotidiano, no entanto a busca de selfies em locais proibidos o em situações extremas são cada vez mais comuns e procuram ser, para muitas pessoas, o veículo para virar estrelas.



Figura 32 - *Selfies Kirill Oreshkin*. (2013).

Kirill Oreshkin também é um rei do selfie, mas dessa vez do selfie extremo. Este jovem russo, que agora conta com reconhecimento mundial, procura bater autofotos dos pontos mais altos e inacessíveis de alguns prédios. Seu reconhecimento com frequência é devido ao “impressionante” das imagens e pela “coragem” demonstrada.

Sem entrar nas considerações sociais que implicou o fato dos rolezinhos nos shopping no Brasil ou a dimensão psicológica de pôr em risco a vida para ganhar audiência, os selfies destes famosos espontâneos verifica a deslocação da cultura midiática, assim como a importância da criatividade amadora e o reconhecimento social de ser Eu nas redes. Contrastando as duas formas de ser célebre nas Internet, é possível vislumbrar que:

Os novos meios tecnológicos de comunicação e informação trouxeram uma latente ambivalência às atuais sociedades e culturas de massa que deles resultam: o diferendo entre a reserva de privacidade constitucional e a necessidade social de exposição pública. Hoje, mais do que nunca, o acesso à esfera pública tornou-se democratizado e virtual. Por esta circunstância, a esfera pública é o palco privilegiado de afirmações de falsas ou pretensas identidades privadas (isto é, de um “Eu social” conveniente e estereotipado), que almejam a celebridade instantânea, mas efêmera. Face a estas pretensões do “cidadão-mundo ciber-espacial”, a mediasfera serve para veicular tudo e todos. O protagonismo das notícias deixou de ser, por exemplo, apanágio de quem é objeto das mesmas (as celebridades, as figuras públicas, os políticos, etc.) ou de quem as produzia, os jornalistas, para se democratizar e se tornar acessível a qualquer pessoa. Verifica-se a expansão global do privado, através dos media (principalmente os media com ecrãs, porque a sociedade é iconófila) que tornam público o que é apenas banal (BARROSO, 2013, p.106).

A formação dessas celebridades instantâneas descritas por Barroso ou microcelebridades como são chamadas por Senft (2012), geralmente não é lograda por uma narração identitária reflexiva. São catapultadas graças às ferramentas integradas nas plataformas de interação para medir o sucesso, questão que se faz evidente na gestão de selfies e os copiosos comentários que são ganhos em cada um deles, mais uma vez a questão principal é a geração de energia comunicativa. O alvo é ter cada vez mais seguidores procurando ser novidoso, extravagante e oferecer estímulos de interação que resultam em exibição seja dos corpos, de talentos não reconhecidos como tais ou de cenas pouco habituais.

Esta tendência por se mostrar sem restrições e só com o intuito de ser visto por um grande número de pessoas deu origem à criação das *Selfie Olympics* (MOBILE, 2014), realizada por meio de um *hashtag* viral no Twitter. A proposta levou

a fascinação exibicionista do selfie a uma competência mundial. A primeira versão foi realizada em janeiro de 2013, e a alta participação demonstrou quão criativa, imaginativa, hilariante e estranha podem chegar a ser as pessoas quando desafiadas a bater autoimagens. É claro que os medalhistas foram aqueles que reportaram maior número de likes e retuítes. No entanto, a mídia fez suas próprias listagens dos 15, 25 ou 30 selfies mais bem ranqueados.

Essa tendência a votar e classificar conteúdos é um convite permanente na Web 2.0. A estrutura própria da Internet implica uma exigência à hierarquização em que é sempre comprometida a atividade do usuário. Prada, seguindo o pensamento de Baudrillard, argumenta que:

É precisamente por aquele aspecto julgador da multidão pelo que muitos verão um perigo na hegemonia cada vez maior do amador; chegando a considerar o modelo estético da Web 2.0 como o próprio de uma *oclocracia*, isto é, como de uma das formas específicas de degeneração da democracia, como um governo estético do 'povão' [...] Jean Baudrillard ofereceu, provavelmente, o melhor exemplo deste posicionamento quando afirmou que aquilo que as pessoas desejam profundamente é 'o espetáculo da banalidade [...] o obscuro espetáculo da nulidade, a insignificância e a planitude. (BAUDRILLARD, 2009).





Figura 33 - *Selfie Olimpíadas*.(2013). Autoimagens participantes da competência.

É agora que a população afeta pela banalidade e que discorre na repetição incessante por imitação o por sensibilidades virais, quem constitui a voz que determina o que quer honestamente e muitos querem virar famosos nesse contexto não profissional. Embora pareça uma superficialidade ser famoso nas redes sociais, o exercício criativo de se construir na rede insinua uma liberdade criativa para produzir e aceitar e aquilo é o que conforma a vitalidade do novo regime visual.

3.3. Fora das fronteiras das mídias

Esta evolução e influência do selfie é uma via de interesses que não só atinge a mídia. O 'National Museum of Selfies', inaugurado no ano 2013 em Londres, é o primeiro museu especializado neste tipo de autoimagens em rede. As curadoras Kyle Chayka e Marina Galperina não só escolheram imagens fotográficas mas também de vídeo – que, neste trabalho, são chamados de vídeo-selfies - realizadas por dezenove artistas norte-americanos e europeus. Mas vale a pena anotar que muitos daqueles selfies feitos por artistas são iguais aos selfies tirados ou modificados por qualquer um. A diferença está em que as imagens saem das redes, ganham conceitos reflexivos e são exibidas num influente espaço das artes. Uma das curadoras, Galperina afirma que o interesse da exposição inicial do museu esteve focado na visibilização do fenômeno selfie e como é assumido pelos artistas visuais:

Ele é cada vez mais autoconsciente. A pressão constante pela autopropaganda (self-branding) digital tomou a tradição dos antigos autorretratos e a colocou em um hipermotor (hyper-drive). A tecnologia democratiza. É menos sobre narcisismo - narcisismo é tão solitário! - E é mais sobre ser seu próprio avatar digital [...].

A maioria de selfies são tediosos e estáticos porque a maioria das pessoas são tediosas e estáticas. As pessoas que são boas escritoras enviam textos bem escritos, certo? Eu sinto como que os selfies são como isso – um meio muito comum de comunicação e catarse – e o artista visual, especialmente aquele que investe muito tempo trabalhando sobre o digital e vivendo on-line, é muito melhor comunicando alguma coisa além de si mesmo.(REZNIK, 2013).

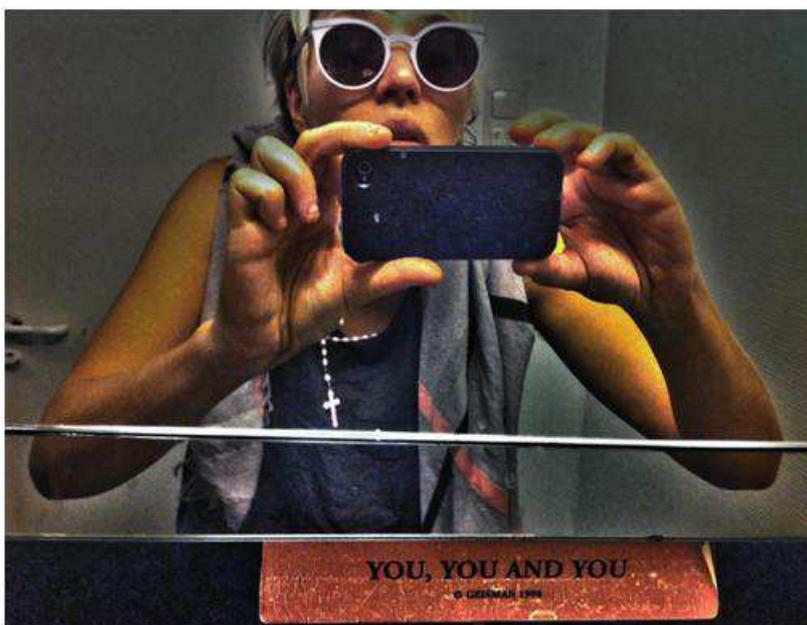


Figura 34 - *You, You and You* (2013). Jesse Darling.

Nota: Este selfie fez parte da instalação digital e performance apresentada na inauguração do Nation Museum of Selfies.

Porém, artistas, como Nan Goldin, estão resistindo a esta mudança da representação para a apresentação na construção da identidade por meio das imagens. Em uma entrevista concedida ao jornal inglês *The Guardian*, Goldin expressou sua preocupação: “todos tiram fotos; agora até os telefones podem. Toda a questão do digital é muito deprimente para mim; meu processo foi embora. Há todo tipo de coisas desconhecidas que poderiam aparecer em uma fotografia, coisas que você não teria visto até vê-las; agora tudo é plano” (PHILLIPS, 2011).

Em qualquer caso, com posições que concordam e outras que não, nunca foi tão evidente o controle sobre a autoimagem e nunca o mundo tem estado tão exposto a ela. Qualquer que seja o que representa o selfie de fato, como assegura Saltz, ele está numa fase Neolítica, é um gênero que ainda está mudando. Outra

forma para perceber como o selfie esta em constante reconceptualização pode ser observada no seu uso espontâneo como campanha social. A comunidade *No Make Up Selfie For Cancer Awareness*¹⁸ criada no Facebook incentiva às pessoas com essa doença a não ocultarem com vergonha sua aparência física, pelo contrario, convida a tirar autofotografias para elevar a autoestima e mudar preconceitos.

Este é só um exemplo que fala do impacto social de uma prática da qual não se vislumbra um momento para sua estabilização. De fato, o selfie esta ramificando-se e estendendo-se, pareceria que o conceito tem sido apropriado e arraigado tão velozmente que agora se fala de múltiplas tendências: *duckface selfies*, *funeral selfies*, *dronies selfies*, *groupies selfies* e um longo etcétera que vai sendo atualizado a cada semana. O fenômeno tem se desenvolvido a tal ponto que a agencia proposta pelo selfie, como um conceito que procura dar conta da relação entre visão-imagem de si mesmo, é ampliada para atuações não humanas. Desta forma, a imagem do *Rover Curiosity* no planeta Marte é considerada como o primeiro selfie feito por uma máquina¹⁹, devido a que o ângulo e enquadramento da fotografia são típicos dos autorretratos em rede: o rosto no canto inferior do quadro, a cabeça ligeiramente inclinada para um lado, distancia focal na extensão do braço e até uma expressão sorridente. Inclusive o “selfie” do robó explorador pode ser contemplado em 360° outorgando novas “dimensões” à autoimagem²⁰.



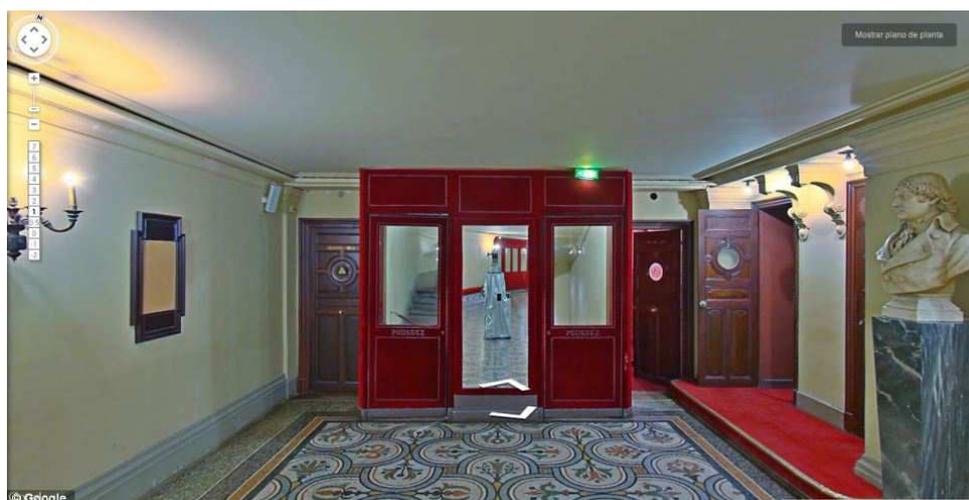
Figura 35 – “Selfie” do Rover Curiosity no planeta Marte (2014).

¹⁸ <https://www.facebook.com/OfficialNMUSFCA>

¹⁹ **Even NASA’s Rover takes a selfie before commencing work on Mars.** The Inquisitr. 3/05/2014 http://article.wn.com/view/2014/05/03/even_nasa_8217s_rover_takes_a_selfie_before_commencing_work_/

²⁰ <http://www.360cities.net/es/image/mars-panorama-curiosity-night#-303.11,9.56,85.0>

A muito recente categoria do *selfie robô* se transformou no projeto artístico do espanhol Mario Santamaría. *The Camera in the Mirror* ou *The Phantom of the Mirror*²¹ (2014) é uma coletânea de “selfies acidentais” que tirou a câmera trolley do Art Project do Google. Com a mesma tecnologia do *Street View*, Google filma em visão panorâmica o interior de museus e lugares emblemáticos da arte ao redor do mundo, com a intenção de criar um arquivo de imagens on-line e, além, levar uma experiência imersiva dos tesouros culturais mundiais para o público geral. No entanto, nas imagens finais há um elemento inesperado: aparece uma figura lânguida, geralmente coberta com um manto prateado, sozinha, que parece estar olhando fixamente. Aquilo é o reflexo da máquina se fotografando na frente das centenas de espelhos que estão nesses locais. Santamaría decidiu perseguir aqueles selfies maquímicos, que ao serem colocados em conjunto, produzem uma forte sensação de estranhamento.



²¹ A série pode ser visitada no *Tumblr The Camera in The Mirror*.



Figura 36 - *The Camera in the Mirror* ou *The Phantom of the Mirror* (2014). Mário Santamaría.

Os selfies representam uma confluência de percursos relacionados com a identidade, a tecnologia, a sociedade e a arte. As mídias amplificam esta confluência e são capazes de converter um fenómeno particular em uma prática natural. A identidade expandida tem se tornado a identidade normal, cotidiana, invisível, a tal ponto que, inclusive, é explorada por robôs. É precisamente essa normalização, esse existir da prática como algo assumido e integrado à cultura em geral, o terreno em que o pensamento artístico tem argumentos de análise muito ponentes. No capítulo a seguir, serão analisadas outras práticas artísticas emergentes centradas no selfie e a reflexão da identidade expandida que, a meu ver, são muito interessantes porque seu exercício estético não se confunde com a profusão da criatividade espontânea do Eu nas redes sociais.

CAPÍTULO 4

4. O EU EM REDE E PRÁTICAS ARTÍSTICAS EMERGENTES

Na virada do século 21, a arte entrou em uma nova era uma de produção artística em massa, e não só de consumo em massa da arte. (GROYS, 2010)

Os momentos de transição dos estatutos da imagem, como acontecido com o desenvolvimento do espelho plano no século XV, ou com o aparecimento da imagem fotográfica no século XIX, transformam os parâmetros da relação estética dos indivíduos com o mundo e, por extensão, com a arte. Agora é um novo momento de transição baseado no desenvolvimento da Web 2.0 e a massificação do uso da imagem digital, hoje refletida nos conteúdos de YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, entre outros que, além de fazer com que o Eu se torne protagonista na cultura on-line, tem também consequência no âmbito estético. Tal como visto nos capítulos anteriores, duas trajetórias confluem conformando um campo de ação que, graças à exposição e repercussão mediática da identidade 2.0, ésta se normaliza como prática cultural na sociedade. Isto configura um âmbito propício para a emergência de propostas artísticas que refletem sobre como a tecnologia digital tem expandido as identidades, e sobre o Eu construído por meio de mecanismos para a autorrepresentação visual.

A explosão de visibilidade e avassaladora presença de imagens pessoais que são geradas para serem trocadas nas redes sociais são parte fundamental desta nova cultura visual que se encontra diante de temáticas e estéticas amplamente desenvolvidas no campo da arte contemporânea, que giram ao redor da simplicidade da vida para refletir sobre um Eu cotidiano. A necessidade de compartilhar, inserida no design conceitual e no código de programação das redes sociais, permite que cada pessoa produza e distribua uma infinidade de materiais visuais, os quais começam a circular com a mesma intensidade que as imagens produzidas em âmbitos profissionais, um deles o campo da arte. Em pouco mais de dez anos, pode-se pensar que muitos dos discursos artísticos sobre a identidade foram diluídos entre milhões de fotografias e vídeos amadores que circulam pela Internet.

Este fato tem chamado a atenção de pesquisadores que têm proposto termos para identificar esta dicotomia da imagem visual amadora/profissional nomeando a

primeira de “criatividade vernácula” (BURGESS, 2008), “criatividade amateur” (PRADA, 2008) ou “produção artística em massa” (GROYS, 2010). Assim, estas novas práticas fotográficas amadoras, das quais tem se destacado nesta pesquisa o selfie -por ser aquela de maior discussão e assinalada como prática paradigmática da imagem em rede- tem imposto um desafio enorme às práticas artísticas, sejam aquelas desenvolvidas na Internet, sejam aquelas que trabalham com linguagens fotográficas ou de vídeo. Preocupação que Boris Groys tão eloquentemente lança na pergunta retórica: “Como pode o artista contemporâneo sobreviver a esse sucesso popular da arte contemporânea?” (GROYS, 2010, p. 126).

No entanto, “por ser uma prática profundamente ligada às demais esferas sociais, a arte é capaz de sintetizar, avaliar e comunicar uma série de experiências que dizem respeito à vida coletiva, mediante uma problematização do mundo vivido” (DA ROLT, 2010, p. 41). Isto é, a arte, ao deter a sensibilidade de uma época, que neste caso está cifrada na sobreabundância do corpo-imagem-expressão na Internet, tem a capacidade de articular novos discursos deslocando seu foco de atenção para os milhares de subjetividades postas na imagem em rede, tanto quanto às complexidades da identidade convertida em eixo de socialização. É neste novo cenário da identidade 2.0 o lugar em que se dá um progressivo aumento no uso da imagem, em que vão se desenvolvendo novas possibilidades que são assunto de emergentes propostas artísticas que serão revisadas a seguir.

O desafio, ao que se enfrentam as práticas artísticas, está em dar luz a esse lugar de indeterminação da identidade, distanciar-se e concentrar a atenção no que as pessoas estão fazendo na Internet, pois “O pensamento artístico mais eficaz não se limitaria só a fazer parte da multidão produtora, senão a gerar as mais intensas evocações da infinita riqueza e diversidade que conforma a multidão conectada que subjaze em cada sujeito singular que a compõe” (PRADA, 2008, p. 10). Ao instalar a argumentação de Prada na prática da fotografia digital, além de ser um desafio, transforma-se também numa potente ferramenta de investigação e observação global. Prada assegura que:

As condições que caracterizam esses territórios informáticos nos que tem lugar as praticas principais de produção de vida globalizada são um dos grandes temas da arte atual, bem como as complexas confluências entre liberdades e dominação que definem essencialmente o estado de hiperconectividade generalizada do qual “desfrutamos” em nossas sociedades (2012b:73).

Na descrição do autor, aqueles “territórios informáticos” podem ser chamados de Redes Sociais. De tal forma, dois grandes temas da arte atual confluem: o Autorretrato e as Redes Sociais. Estes dois temas, que foram analisados nesta dissertação, são, no final das contas, a identidade expandida. Agora bem, neste contexto, um importante grupo de práticas artísticas está se preocupando com as condições da nova identidade e fazem dela um potencial campo de apropriação. Seja pela captura, rastreio, descontextualização, reinterpretação, modificação, interação ou troca das autoimagens espalhadas por multidões de usuários na rede, é gerado um conjunto de reflexões poéticas e críticas sobre a massiva autodocumentação do Eu e a interação no ambiente da Web 2.0. Portanto, estas produções abrem rotas inexploradas que, numa tentativa de descobrir a invisibilidade escondida num mundo digital superpovoado de imagens fotográficas de milhões de pessoas, se aproximam à relação entre tecnologia, redes, visualidade e identidade.

Nesta quarta seção do trabalho, pretende-se elaborar um panorama que dê conta destas produções emergentes e como as pessoas estão respondendo, examinando e dialogando com este fenômeno sociocultural. Algumas têm maior profundidade conceitual do que outras, mais dão pistas sobre as questões suscitadas pela imagem em rede e a identidade. Partindo da análise de uma série de propostas que utilizam como elemento fundamental as imagens pessoais postadas nas redes sociais e, em especial, o selfie, apresentam-se três blocos, a maneira de mapa crítico em progresso.

As propostas artísticas aqui resenhadas e analisadas não pretendem oferecer um panorama exaustivo das novas práticas artísticas preocupadas com a identidade expandida, e também não pretende ser uma taxonomia de elementos excludentes já que várias das obras tomam diferentes rotas para desenvolver suas propostas e podem estar em qualquer dos blocos que são propostos. Porém, esta organização do tema representa uma primeira análise sobre um conjunto de intenções sugestivas que tem a ver mais com as dimensões sociais e culturais da construção da identidade na segunda fase da Internet do que com a especificidade tecnológica da rede como campo de atuação artística.

De tal forma, um importante número de trabalhos se distancia da rede e se concentram em extrair materiais visuais, conceitual ou fisicamente, das plataformas de interação social para reconstruir visões sobre a identidade midiaticizada por meio de diversas linguagens off-line, como a fotografia, o vídeo, a pintura ou a instalação. De outra parte, alguns trabalhos acham seu cenário de produção e circulação on-line para mergulhar no jogo das identidades digitais e oferecem estruturas e conteúdos alternativos aos esquemas que preestabelecem as redes.

Embora, como visto nas duas trajetórias traçadas, o ponto de maior confluência e em que pode se apreciar com clareza o tema da identidade é o selfie. No entanto, ele representa apenas uma das diversas práticas da fotografia em rede que são preocupação da arte. Por isso, tem se incluído nesta análise um apartado com algumas propostas que também estão no vértice da tecnologia, visualidade e identidade, mas sua investigação não está fixada no selfie propriamente dito. Com isso, pretende-se deixar em aberto o tema tratado nesta pesquisa porque são inúmeras as possibilidades e urgentes as tarefas das práticas artísticas ao redor do que significa a imagem e a identidade em nossos dias de extrema mediação tecnológica.

4.1. Post-fotografia: Estéticas apropriacionistas de acumulação e reciclagem digital

Uma declaração que parece sintetizar muitas das práticas artísticas atuais ao redor da imagem amadora na Internet é o manifesto *From Here On* (CHÉROUX et al., 2011) dos artistas, curadores e teóricos Clément Chéroux, Joan Fontcuberta, Erik Kessels, Joachim Schmid e Martin Parr:

Agora, somos uma espécie de editores. Todos nós reciclamos, colamos e cortamos, remixamos e postamos. Nós podemos fazer imagens do nada. Tudo o que precisamos é um olho, um cérebro, uma câmera, um telefone, um laptop, um scanner, um ponto de vista. E quando não estamos editando, estamos fazendo. Estamos fazendo agora mais do que nunca, porque nossos recursos são ilimitados e as possibilidades infinitas. Temos uma Internet cheia de inspiração: de profundidade, de beleza, de perturbação, de ridículo, de trivial, de amador e de íntimo. Nós temos umas câmeras baratas que gravam a luminosidade mais luminosa, a obscuridade mais obscura. Este potencial tecnológico tem criado consequências. Tem mudado nosso sentido do que significa fazer. Resulta num trabalho que se sente como se estivéssemos brincando, um trabalho que vira velho dentro do novo, eleva o banal. Um trabalho que tem um passado, mas se sente absolutamente

atual. Nós queremos dar a este trabalho um novo status. As coisas serão diferentes de agora em diante... (CHÉROUX et al., 2011).

NOW, WE'RE A SPECIES OF EDITORS.
 WE ALL RECYCLE, CLIP AND CUT, REMIX AND UPLOAD.
 WE CAN MAKE IMAGES DO ANYTHING. ALL WE NEED IS
AN EYE, A BRAIN, A CAMERA,
 A PHONE, A LAPTOP, A SCANNER, A POINT OF VIEW.
AND WHEN WE'RE NOT EDITING, WE'RE MAKING.
WE'RE MAKING MORE THAN EVER,
 BECAUSE OUR RESOURCES ARE LIMITLESS AND
THE POSSIBILITIES ENDLESS.
 WE HAVE AN INTERNET FULL OF INSPIRATION:
 THE PROFOUND, THE BEAUTIFUL, THE DISTURBING,
 THE RIDICULOUS, THE TRIVIAL, THE VERNACULAR AND THE INTIMATE.
 WE HAVE NEXT-TO-NOTHING CAMERAS THAT RECORD THE LIGHTEST LIGHT, THE DARKEST DARK.
 THIS TECHNOLOGICAL POTENTIAL HAS CREATIVE CONSEQUENCES.
 IT CHANGES OUR SENSE OF WHAT IT MEANS TO MAKE. IT RESULTS IN
WORK THAT FEELS LIKE PLAY,
 WORK THAT TURNS OLD INTO NEW, ELEVATES THE BANAL.
WORK THAT HAS A PAST BUT FEELS
ABSOLUTELY PRESENT.
 WE WANT TO GIVE THIS WORK A NEW STATUS.
THINGS WILL BE DIFFERENT
FROM HERE ON...

Figura 37 - *Manifesto From Here On* (De agora em diante). 2011

Este manifesto, que foi dado a conhecer na versão 2011 do festival de fotografia *Les Rencontres d'Arles*, recolhe claramente a filosofia e o procedimento de um grande número de propostas artísticas que apelam para a apropriação, reciclagem e acumulação digital para dialogar e fazer uma releitura poética das condições por trás dos milhões de fotografias e vídeos que circulam pela rede.

De fato, um dos autores do manifesto, o catalão Joan Fontcuberta, vem trabalhando há muito tempo com a ideia de que os artistas em lugar de produzir mais imagens deveriam dar um sentido novo àquelas que estão circulando,

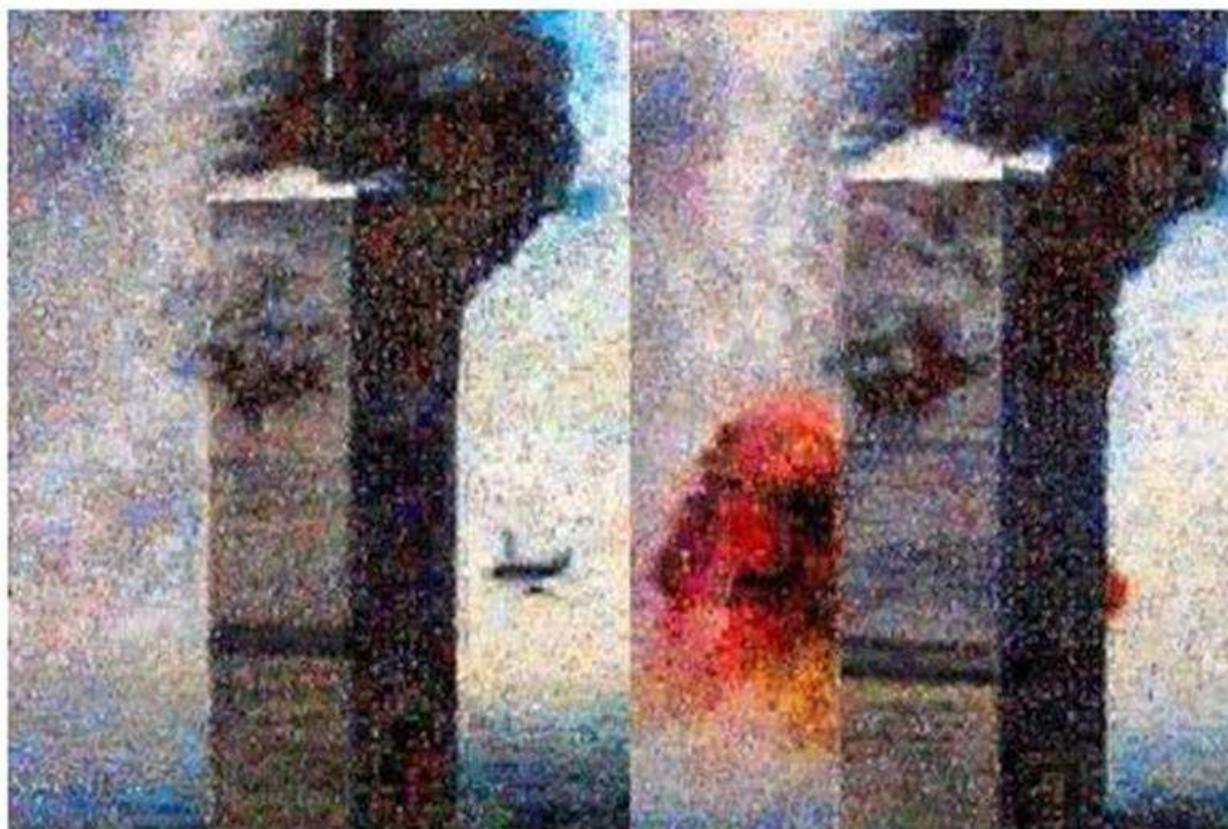
premissa que condensa no seu livro *A Câmera de Pandora: A fotografi@ depois da fotografia* (2014) - originalmente publicado em espanhol em 2010. No texto, o autor chama de pós-fotográficas as imagens feitas de pixels que lhes outorgam uma fluidez extrema para entrar e habitar todos os cantos da vida de todos e, por isso, se transformam numa linguagem natural ao ser humano: “vivemos na imagem, e a imagem nos vive e nos faz viver”.

O conceito de pós-fotografia tem sido trabalhado desde a década dos 80s até hoje por autores como Tomas (1988), Robins (1996) e Ritchin (2008), trazendo somente alguns nomes que tem desenvolvido reflexões importantes. Estes autores coincidem em argumentar que as práticas da fotografia digital estão mudando o campo cultural mesmo da fotografia. Assim como o significado da pintura mudou quando inventada a fotografia, agora a fotografia esta mudando por causa da imagem digital e seu extenso uso cotidiano. Ritchin argumenta que:

Consciente e inconscientemente, as imagens emergentes vão ajudar as pessoas a entender o universo através de estratégias que eram relativamente inacessível à fotografia analógica, incluindo várias perspectivas espaciais e temporais, histórias não-lineares e relativista, pontos de vista culturais contrastantes, espaços internos como os do corpo, a mecânica quântica, a vida artificial e a genética. A nova imagem será lida e entendida de diversas maneiras à medida que as pessoas compreendam que ela não descende da mesma lógica representacional da fotografia analógica ou da pintura que a precedeu (p. 144).

Portanto a pós-fotografia pode ser entendida como uma época na qual o uso de aparelhos para manipular e distribuir imagens fotográficas é o âmbito que lhe corresponde. Nesse sentido, Segundo o autor, a fotografia em ambientes digitais implica uma reconfiguração da imagem em um mosaico de milhões de pixels intercambiáveis, que além de estar relacionada com a aparência das coisas, serve como um registro inicial, um roteiro preliminar, que pode preceder uma rápida e fácil reorganização de seu conteúdo. Desta forma o fotógrafo digital potencialmente desempenha “uma visão pós-moderna tipo disc jockey” (p. 18). Todas estas mudanças são refletidas do âmbito da arte por Fontcuberta no *Decálogo Postfotográfico* (Ver Anexo 2, pag. 180) texto que define qual deve ser o posicionamento do artista diante da produção e circulação excessiva de imagens na Internet, considerando que “a pós-fotografia não é mais do que a fotografia adaptada a nossa vida on line”.

Estas ideias começaram a ser desenvolvidas com o projeto *Googleramas* (2005), um dos primeiros realizados por o fotógrafo catalão com a utilização da imagem sob o conceito de fluidez, que marcou o início da sua reflexão sobre “como a realidade se transforma em imagens” (FONTCUBERTA, 2010). Utilizando um software²², ele elabora imagens-mosaico a partir da busca de uma palavra determinada no Google. Com esta ferramenta recria imagens jornalísticas muito recorrentes na mídia. O resultado é uma imagem construída por milhares de outras pequenas imagens, que passam a cumprir a função de pixel por suas características de coloração. Este trabalho já deixa entrever questões de procedimento importantes do seu trabalho posterior no qual a quantidade de imagens tiradas da Internet é o material utilizado para suas obras.



²² Estes softwares são de graça e podem ser usados livremente. Aqui um link de um programa muito parecido com aquele usado por Foncuberta: <http://click7.org/image-mosaic-generator/?create>

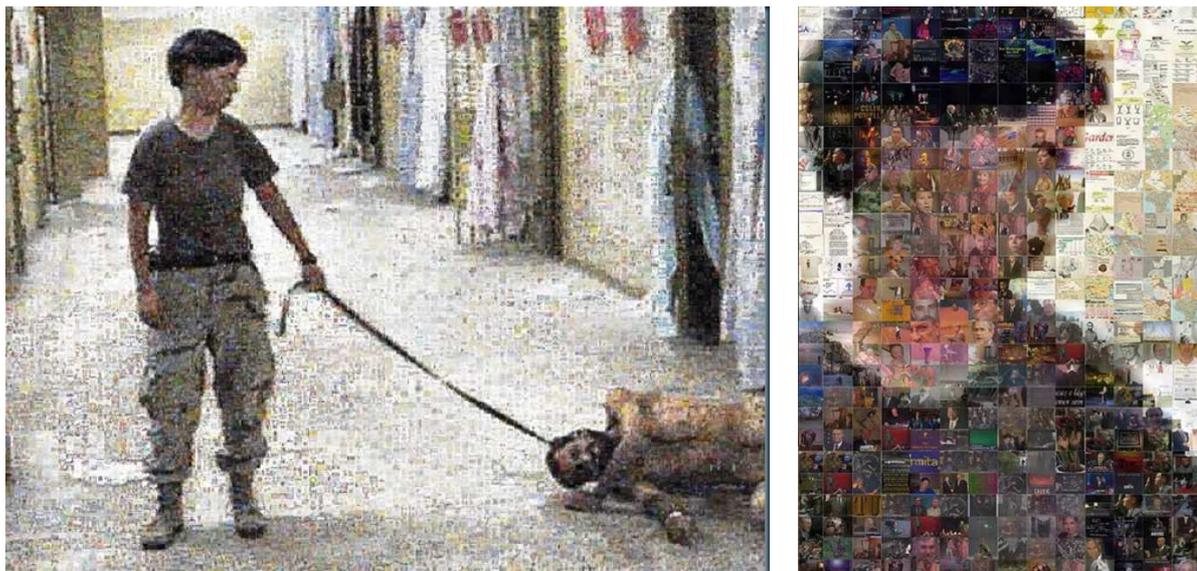


Figura 38 - Imagens do projeto *Googleramas* (2005). Joan Fontcuberta.

Nesta mesma via trabalha Penélope Umbrico, artista americana em 2011 apresentou a obra *Sunset-portraits*, uma mistura entre fotografias e autofotografias retiradas do Flickr dispostas em uma sequência reticular. Todas as imagens foram identificadas por seus autores como *Eu* ou *Nos* no anoitecer. A artista ao colocar todas as imagens juntas faz ver como as práticas fotográficas coletivas discorrem sobre os mesmos arquétipos, neste caso, as siluetas obscurecidas pela contra luz do pôr do sol. Estas imagens são sinônimo de momentos íntimos e de sossego que são repetidos incessantemente na Internet, produzindo uma estética particular. O trabalho permite compreender a função da imagem na construção dos indivíduos e as relações entre consumo e produção de imagens, temas que Umbrico revisa através de acumulações visuais. Os enquadramentos são geralmente os mesmos das fotografias publicitárias, porém, as pessoas desejam retratar por elas mesmas aquele momento especial para demonstrar que estiveram no lugar, operando uma personalização da visualidade estereotipada. Essa produção visual transfere outros valores às fotografias: elas são uma presença online que permite intensificar o compartilhamento de experiências prazerosas.

Mas a ideia de trabalhar sobre momentos do pôr do sol começou em 2006 quando Umbrico procurou o número de imagens registradas com a palavra “sunset” no Flickr e o resultado foram 541,795 fotografias. A artista cortou só os sóis dessas imagens e imprimiu uma grande quantidade sobre papel de tamanho 4x6 polegadas

para colocá-las em uma retícula. Para cada instalação desta obra, disse a artista²³, o título *Suns (From Sunsets) from Flickr*, é acompanhado por o número de imagens registradas nessa mesma plataforma o dia que faz as impressões. Assim os subtítulos das exposições do projeto tem sido:

2,303,057 *Suns from Flickr (Partial)* 9/25/07
 3,221,717 *Suns from Flickr (Partial)* 3/31/08
 4,064,589 *Suns from Flickr (Partial)* 9/02/08
 4,109,500 *Suns from Flickr (Partial)* 9/09/08
 4,786,139 *Suns from Flickr (Partial)* 1/14/09
 5,009,279 *Suns from Flickr (Partial)* 2/20/09
 5,083,088 *Suns from Flickr (Partial)* 3/06/09
 5,332,272 *Suns from Flickr (Partial)* 4/22/09
 5,377,183 *Suns from Flickr (Partial)* 4/28/09
 5,537,594 *Suns from Flickr (Partial)* 5/30/09
 5,858,631 *Suns from Flickr (Partial)* 7/26/09
 5,911,253 *Suns from Flickr (Partial)* 8/03/09
 6,069,633 *Suns from Flickr (Partial)* 8/27/09
 7,626,056 *Suns from Flickr (Partial)* 7/17/10
 7,707,250 *Suns from Flickr (Partial)* 7/30/10
 8,146,774 *Suns from Flickr (Partial)* 10/15/10
 8,309,719 *Suns From Flickr (Partial)* 11/20/10
 8,313,619 *Suns from Flickr (Partial)* 11/21/10
 8,730,221 *Suns from Flickr (Partial)* 02/20/11

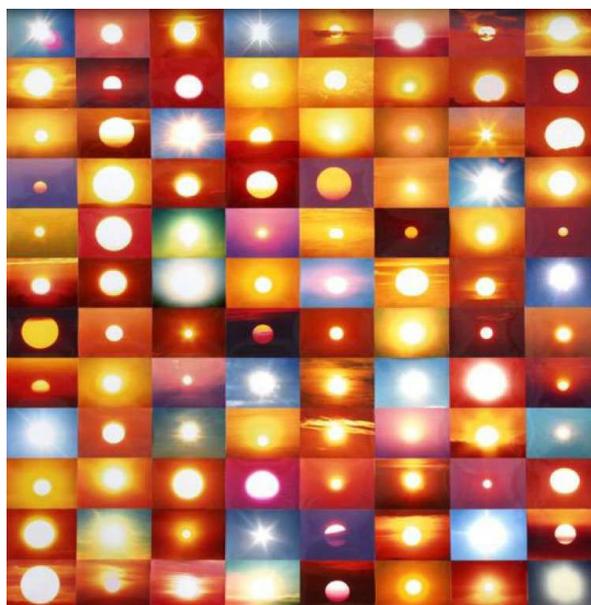


Figura 39 - *Suns (From Sunsets) from Flickr* (2006 – atualmente). Penelope Umbrico.

Durante as exposições Umbrico percebeu que as pessoas batiam muitas fotografias na frente dos sóis, daí surgiu *People with Suns from Flickr* que é a fase mais recente do projeto. Exposta desde 2011, esta nova serie é composta por retratos e selfies, também extraídos do Flickr, que tem como fundo à instalação *Suns From Flickr*. Desta forma as duas obras, *Sunset-Portraits* e *Suns (From Sunsets) from Flickr* terminam interligadas tendo como eixo o desejo das pessoas de estar perto do sol. Uma em ambientes naturais e a outra através de reproduções de imagens digitais, mas o que interessa é demonstrar “eu estive aqui” “eu estou vivendo esta experiência”.

²³Site de Penelope Umbrico: http://www.penelopeumbrico.net/Suns/Suns_State.html



Figura 40 - *People with Suns from Flickr* (2011). Penélope Umbrico



Figura 41 - *Sunset-Portraits* (2011). Penélope Umbrico.

O crítico Clemént Chéroux assegura que, esse desejo por estar presente que dá como resultado milhões de imagens, “desde um ponto de vista dos usos, trata-se de uma revolução comparável à instalação de água corrente nos lares do século XIX. Hoje dispomos em domicílio de uma torneira de imagens que implica uma nova higiene da visão”²⁴. Esta afirmação explica tanto a estética da obra de Penélope Umbrico, quanto as recentes produções de Fontcuberta, quem após o projeto *Googleramas*, também incorpora-se à linha da identidade expandida e começa uma indagação que tem como objeto central os selfies. Seu ambicioso projeto *Através del espejo* é um trabalho composto por mais de duas mil imagens que coletou da Internet, de portais sociais de acesso livre, que batizou com o nome de *reflectogramas*, termo que se refere àqueles selfies que incluem uma superfície refletora que captura a imagem do indivíduo e da câmera. O artista, com as ações de tirar milhares de fotografias dos contextos iniciais, colocá-las adialogar de forma anônima e localizando-as como objetos de contemplação em uma instalação e em um livro impresso (FONTCUBERTA, 2010), torna visível e impactante um dos códigos expressivos mais populares que conformam os relatos da identidade contemporânea digital.

É surpreendente a quantidade de banheiros e dormitórios fotografados, tanto quanto poses eróticas, às vezes chegando a ser pornográficas, com uma câmera na mão. O objetivo da exibição dos corpos nos selfies no espelho expõe como agora qualquer um pode ser o modelo de sua própria erotização. São imagens carregadas de individualidade, que permitem ao indivíduo produzir-se a si mesmo, desenvolver um discurso visual pessoal cheio de simbologias. Em outras palavras, mesmo sendo parte de um repertório estético comum e repetitivo, as fotografias diante dos espelhos formam parte do desejo de construir-se a si próprio.

Este tipo de procedimento para se aproximar a grande quantidade de autoimagens nas redes sociais, é explicada por Fontcuberta assim:

O colecionismo tem se transformado também em um ato de criação (...). Temos que entender as imagens como entes maleáveis susceptíveis de cumprir diferentes funções. A fotografia, até agora, tem sido entendida como um texto e, cada vez mais, na era digital, temos que compreendê-la como uma palavra. Se encontrarmos uma palavra na rua, podemos utilizar ela em muitos contextos, em muitos registros, pode ser pronunciada de uma

²⁴ **Por un manifiesto pósfotográfico.** La Vanguardia. 11/05/2011.

<http://www.lavanguardia.com/cultura/20110511/54152218372/por-un-manifiesto-posfotografico.html>

maneira ou de outra. O que aqui acontece com a fotografia é muito parecido: as imagens são tratadas como palavras com as quais vamos articulando mensagens e modulamos a voz conforme as nossas necessidades²⁵.



Figura 42 – *A través del Espejo* (2010). Joan Fontcuberta.

²⁵ Entrevista ao Joan Fontcuberta no jornal El Periódico. 4/4/2013.

<http://www.elperiodico.com/es/noticias/dominical/joan-fontcuberta-nunca-creido-fotografia-2355976>

Mais um exemplo de projetos que se baseiam na apropriação de imagens da rede é *Faceless*, do artista alemão Frank Schallmaier. Esta produção consiste numa coletânea de imagens amadoras retiradas, desde o ano 2001 até agora, de redes de relacionamento dirigidas à comunidade homossexual. Este tipo de redes sociais com viés erótico sistematicamente tem encorajado os usuários a estabelecer comunicação por meio de imagens. Nos selfies compilados por Schallmaier, mais uma vez, o Eu expressivo da imagem está construído em relação com o ambiente social e os códigos que garantem sucesso dentro da comunidade na qual circulam, como são os corpos alinhados com a visualidade da sedução refletidos em espelhos. Porém, apresentam como padrão uma área da imagem branqueada pelo reflexo do flash que justamente coincide com os rostos.

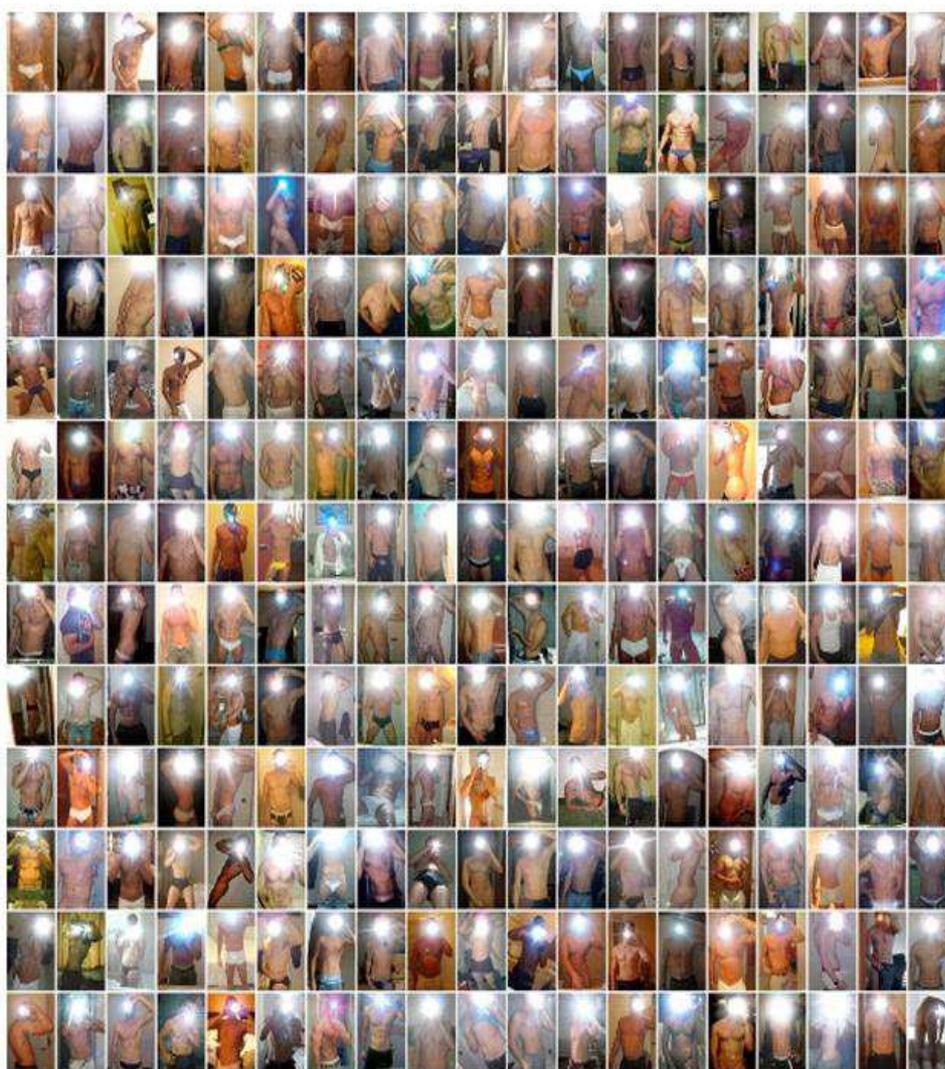




Figura 43 - *Faceless* (2001-em processo). Frank Schallmaier

Na proposta deste artista, dá-se protagonismo a outros elementos que participam da padronização dos indivíduos interconectados, já que a luz mecânica que constitui a iluminação da cena é, ao mesmo tempo, uma camuflagem intencional da identidade. Uma forma de ocultar o rosto do inevitável reconhecimento nas mídias sociais. A estratégia visual de se ocultar nos selfies por trás de um rastro mecânico é uma forma de fazer consciente o poder simbólico-social do olho, no qual persistem as desigualdades sexuais.

Outro relato visual que retoma os “erros do flash” e os espelhos é proposto por Jasper Elings que, entre 2008 e 2009, realizou a pequena animação *Flashing in the mirror*. O vídeo final, de apenas um minuto e vinte segundos, condensa centenas de fotografias encontradas na Internet com o som de um flash recarregável e um obturador automático. As imagens todas são de pessoas se fotografando diante do espelho, que devolve com força o reflexo do *flash*. Com a alta condensação de

imagens em um tempo tão curto perdem definição as cenas e os corpos retratados e ressalta a luz do flash. Esse “erro” tão recorrente nas selfies no espelho é transformado aqui em uma esfera luminosa que orbita o centro da tela e produz uma sensação hipnótica. Só a sucessão de imagens é pausada nos momentos em que aparece o som da carga do flash, gesto que assimila de forma sugestiva a recarga de um objeto mecânico com a recarga de selfies, no final a obra seria “uma imagem da circularidade, entendida como continuidade interminável do desejo de autorrepresentação, do se-auto-produzir do indivíduo como imagem com vista à socialização” (PRADA, 2012, p. 45).

Mais uma vez, é claro, o Eu expressivo da imagem está posto em relação com o ambiente social. Nas propostas desses artistas, dá-se protagonismo a outros elementos que participam da padronização. A luz que constitui essa continuidade interminável dá conta de uma relação com a imagem que subverte os cânones da “boa fotografia” e reforçam o impulso da obturação e compartilhamento imediato, que caracterizam as imagens da identidade nos ambientes digitais. O “erro” do flash no espelho visibiliza as ações simultâneas da máquina e do corpo. O que interessa nessas imagens não é dar uma boa impressão de si, mas mostrar-se num instante qualquer e ser olhado no instante seguinte. A obsolescência do tempo se faz sentir na estética modesta e sem pretensões, que faz sentido porque a imagem mesma perde importância num curtíssimo lapso. Se a fotografia “tem passado de ser o elemento que preserva a vivência para se converter na vivência em si” (FONTCUBERTA, 2010), o *feed* interminável das redes sociais se preenche com imagens sucessivas do indivíduo configurando uma nova cultura da apresentação no âmbito social.

Esta obra é um ponto interessante para pensar no significado da imagem em movimento dentro deste panorama de reciclagem e acumulação da imagem. Considerando que a temporalidade da imagem fotográfica é diferente da temporalidade da fotografia digital, o vídeo do Elings evidencia a transformação da linguagem mesma da prática fotográfica. Brea explica que, na fotografia análoga, primava o imaginário do *tempo-instante*, princípio que muda na fotografia digital para *imagem-tempo*, nesse sentido, “por o impacto da digitalização, a fotografia necessariamente se cinematiza” (BREA, 2002, p. 2). Embora nos dispositivos que contêm câmeras estejam distinguidos dentro do software os processos de captura

fotográfica e de captura do vídeo, Brea assinala que são o mesmo regime, “simplesmente o primeiro é um uso recortado do segundo, uma infrautilização sustentada. Digamos que a fotografia no aparelho digital de captura tem se convertido, de fato, em um vídeo de um único frame [...] um filme de um fotograma só” (BREA, 2002, p. 3). Seguindo esta lógica, diferente das propostas de Fontcuberta e Schallmaier, a obra do Elings localiza a “sensação” do tempo do registro por cima da representação. As fotos passam tão velozmente que são transformadas em fotogramas de um vídeo, e se, segundo Brea, cada fotograma é um filme em si mesmo, aquilo que vemos é uma referência à abundância de temporalidades individuais apresentada em forma cíclica por meio de um disparo de flash.

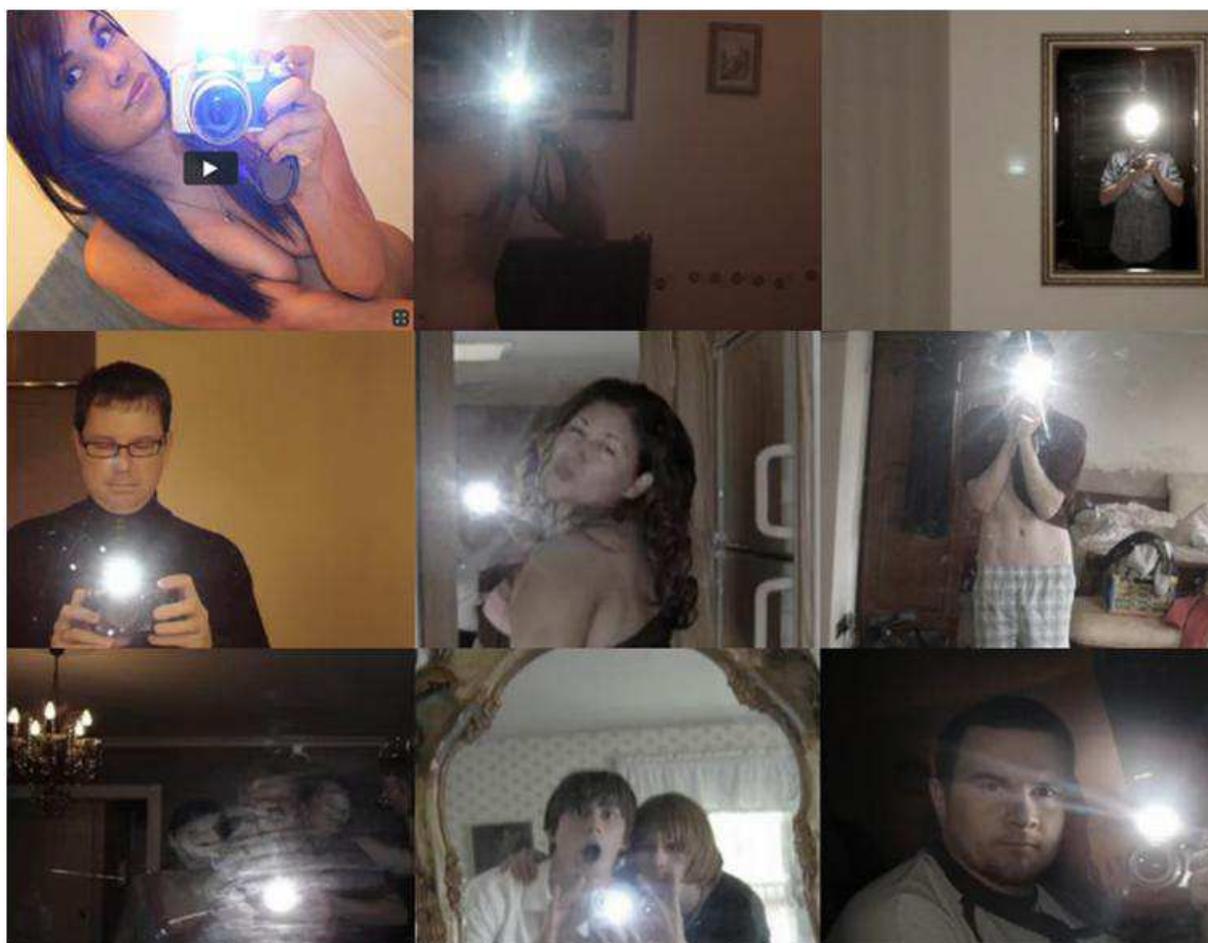


Figura 44- *Flashing in the mirror* (2008-2009). Japer Elings.

Dadas as possibilidades de hibridação entre fotografia e vídeo, as identidades expandidas também permeiam as práticas de produção de imagem em movimento, que é usada da mesma forma que a imagem fotográfica. Tal é o caso da proposta

Mass Ornament (2009), uma videoinstalação de Natalie Bookchin, inspirada nas ideias do ensaio do mesmo título escrito em 1927 por Zigmund Freud. Neste texto, são assimilados os movimentos sincronizados de uma fileira de dançarinas a um sistema de produção massiva na lógica econômica Fordista, consistente na implementação de linhas de produção matematicamente concebidas para a eficiência. Deste modo, Bookchin cria uma dança massiva que resulta da remixagem de centenas de vídeo-selfies coletados do YouTube de pessoas dançando sozinhas em seus lares. Na instalação final, a coreografia sincronizada dos dançarinos do YouTube reflete a era Post-Fordista, que é caracterizada pelo alinhamento da produção econômica, o consumo e as mídias de comunicação digitais. Ao usar a mesma lógica, a artista faz ver que não existe muita diferença entre a produção econômica da industrialização e a produção econômica nas redes sociais, em que as massas de pessoas trabalham incessantemente para as companhias que administram as plataformas digitais.

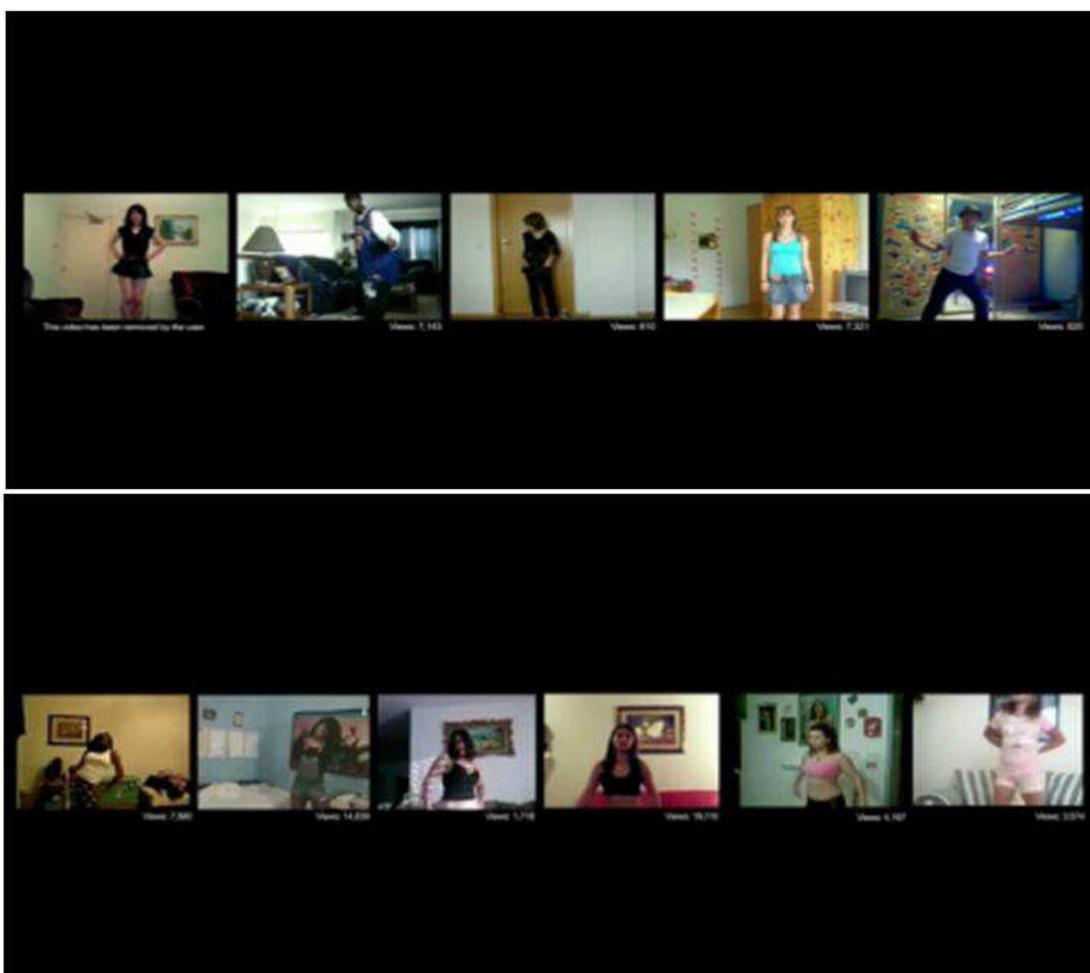




Figura 45 - *Mass Ornament* (2009). Natalie Bookchin.

Na instalação sonora e visual *Hello world! Or: how I learned to stop listening and love the noise* (2008), o artista americano Christopher Baker coleta mais de cinco mil vídeodiários da internet que são organizados numa retícula enorme e apresentados simultaneamente numa grande tela. Cada um dos vídeos escolhidos filmou um falante solitário na intimidade de seu lar, na frente da câmera do computador e apresentando-se a uma audiência imaginária. Esta visualização é acompanhada do som dos vídeos que foi organizado por meio de uma composição multicanal, de modo que a experiência sonora vai paulatinamente aumentando até chegar a uma cacofonia. O projeto medita sobre a promessa da democracia das mídias participativas e o desejo humano de ser visto e escutado.



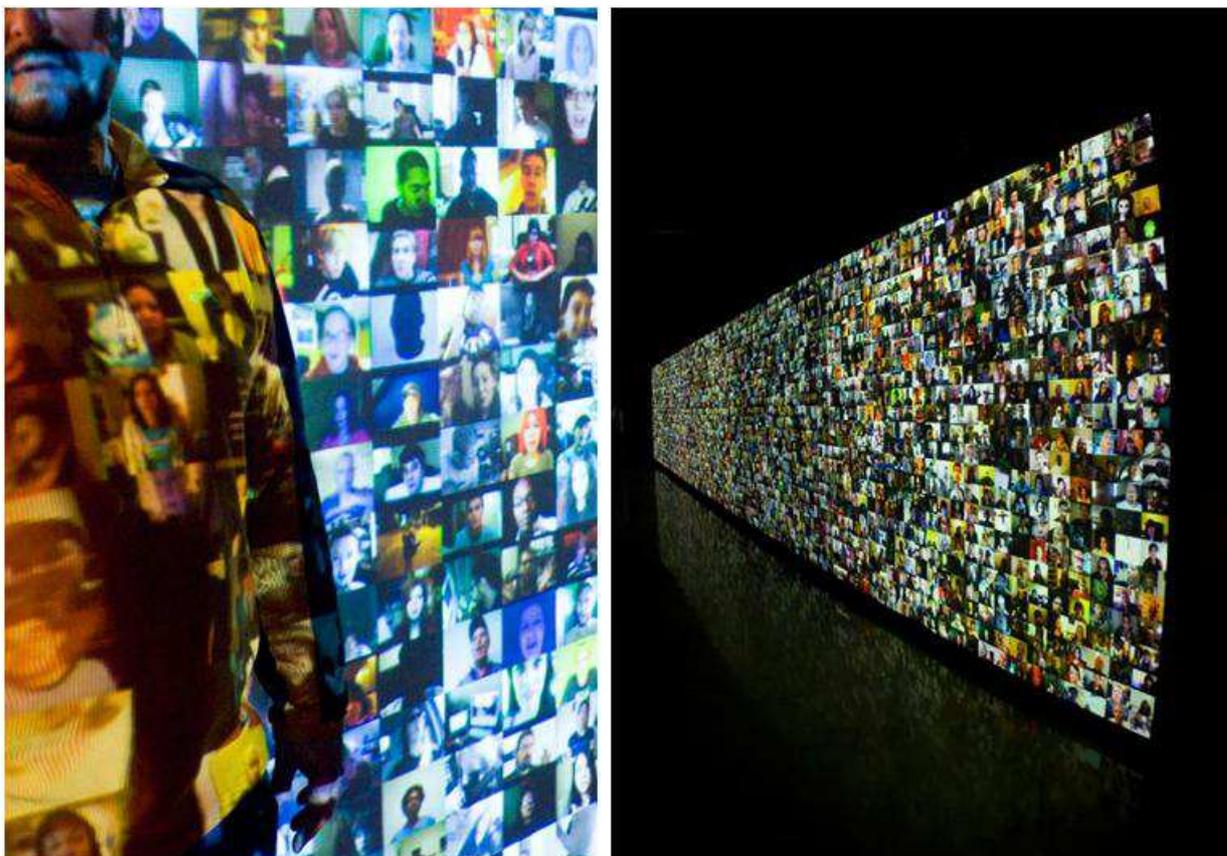


Figura 46- *Hello world! Or: how I learned to stop listening and love the noise* (2008). Christopher Baker

Aquele desejo de ser olhado e escutado leva também o desejo de ser reconhecido. Esta é a reflexão que propõe a obra *Guitar Solo Threeway* (2006), concebida pelo artista John Michael Boling. O material base da proposta são três vídeos baixados do YouTube em que amantes do rock se filmam enquanto demonstram suas habilidades com a guitarra elétrica interpretando solos. Boling aproxima essas destrezas, objeto dos selfie-vídeos, procurando “conectar” a interminável fantasia de ser um famoso, que se repete incessantemente nas redes sociais. O interessante deste trabalho é que quando um dos vídeos é deletado da Internet, ele é substituído por outro imediatamente. No entanto, o som final sempre é muito parecido demonstrando a repetição e planeza que acompanham as ilusões de ser uma estrela. Mais uma vez, com técnicas da colagem digital, está obra se aproxima da identidade que tentam ser curtida e admirada.



Figura 47 - *Guitar Solo Threeway* (2006). John Michael Boling.

Nos dois exemplos anteriores a vontade de ter audiência é evidente. Os vídeo-selfies que conformam as obras são o reflexo da necessidade dos indivíduos de ter sucesso nas redes sociais e, tal vez, chegar até ser reconhecidos na mídia. Porém, um contraponto interessante é proposto na obra *House and Univers* de Mark Callahan. O artista interveio quatro vídeo-selfies muito populares, que tem público permanente e são bem recebidos. A intervenção consistiu em deletar cuidadosamente a imagem das pessoas e o áudio. Desta maneira só ficaram o títulos dos vídeos e os interiores dos quartos em que foram filmados. Callahan dá relevância a esses cenários domésticos acidentais que aparecem nas imagens, que se tornam públicos no momento em que as webcams capturam e transmitem o que acontece à porta fechada.

O título da obra faz alusão ao capítulo sobre a casa em sua relação com o mundo/universo, do livro *A Poética do Espaço* do Gastón Bachelard. Nesse texto a casa é colocada em condição de não-casa, como um edifício isolado do mundo, e o Bachelard propõe que o lugar vira um espaço-sonho. No momento em que essa figura é localizada no entorno digital das redes sociais, ao filmar e postar imagens daquele espaço íntimo, também são transmitidos os elementos desse espaço-sonho que forma parte essencial dos indivíduos, pois o plano de fundo disse tanto do sujeito quanto seu corpo frente à câmera. A “ausência das pessoas” produz uma sensação de estranhamento, um vazio que acalma o barulho que apresentaram de forma tão o Backer e Boling em suas obras.



lonelygirl15: First Blog / Dorkiness Prevails



michellephan: Barbie Transformation Tutorial



juicystar07: Forever 21 Haul



beenerkeekee19952: Teenage Dream(with me)

Figura 48 – *House and Universe* (2011). Mark Callahan

Uma proposta que também captura imagens das redes sociais, porém, com um sistema tecnológico mais sofisticado, é a instalação *Face to Facebook* (2011), proposta pelos artistas italianos Alessandro Ludovico e Paolo Cirio como um “experimento social”, o trabalho é composto por um milhão de fotografias roubadas de perfis do Facebook. Para isso, eles desenvolveram um *software* de reconhecimento facial, especialmente de sorrisos, para logo extrair e organizar as imagens detectadas. Depois, as fotos são postadas automaticamente num site de encontros fictício, também criado por eles, que arranja casais segundo as características das expressões faciais, mudando completamente a função inicial das imagens por causa da descontextualização.

Estes artistas argumentam que a pergunta “Quem sou eu?” na atualidade pode ser respondida unicamente em relação ao uso das redes sociais e a ao perfil daqueles com quem se estabelece interação (família, amigos, colegas do trabalho, etc.), ou seja, a pergunta só tem resposta após ser verificada a lista de amigos no Facebook. Quanto maior a presença na rede, maior o número de interações, maior a exibição, maiores as possibilidades de ser público e, no final, todo aquilo conforma-se como as maiores ferramentas para dizer “quem sou”. Nesse sentido, a interação na rede se torna viciante porque disponibiliza o contato com pessoas do passado e presente, realizando de uma forma não reflexiva uma autobiografia, uma narração não linear da identidade. Esta biografia utiliza constantemente como dispositivo a

forma de autorrepresentação visual que é o selfie. No entanto, a segunda parte do trabalho, referente à recontextualização das imagens para outros usos, acompanha uma reflexão sobre o “crowdsourced targeting” frequentemente utilizado pelas plataformas de relacionamento on-line para usar essa informação autobiográfica dos usuários com finalidades comerciais.

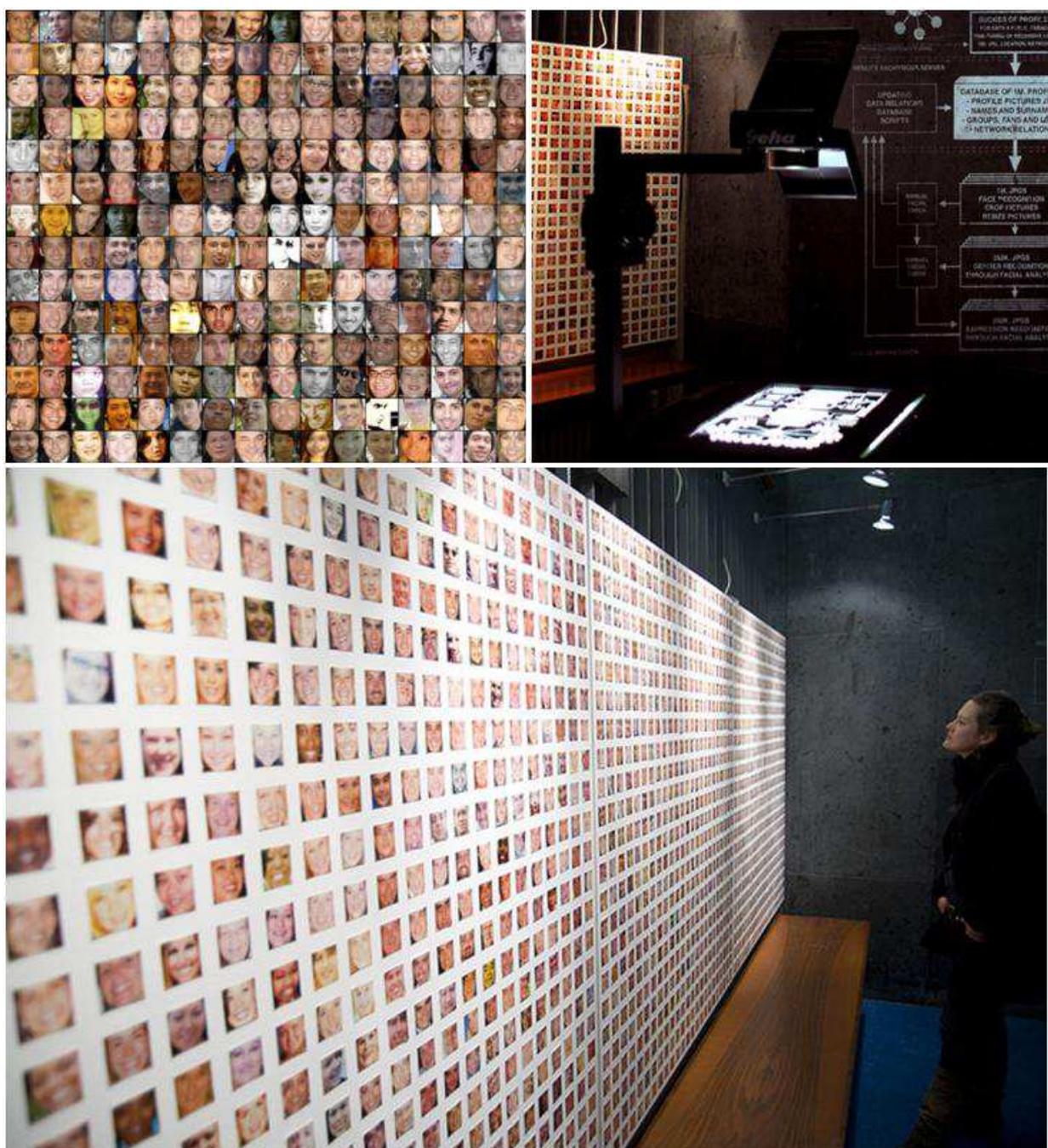


Figura 49 - *Face to Facebook* (2011). Alessandro Ludovico e Paolo Cirio.

Todos estes projetos têm em comum o fato de que se nutrem da visualidade amadora e constroem um conceito por volta do qual essa “curadoria” de imagens faz sentido como uma unidade. Tal como propõe o manifesto *From Now On*, estas propostas artísticas procuram refletir sobre a autoexposição nas imagens em rede e permitem ter uma noção acerca do emergente papel do artista nesta era de explosão visual da identidade expandida.

4.2. A performance do selfie

Existe outra tendência, que conforma este segundo bloco de obras, que é baseada na *performance do selfie*. Este grupo de propostas acha seu campo de atuação reinterpretando elementos técnicos das redes sociais ou na gestualidade visual para se construir em rede, considerando que a imagem mesma é lida como ação e não como mero registro do Eu. As produções a seguir, de alguma maneira “encenam” a expressividade dos corpos nas câmeras e telas para refletir sobre como os aparelhos são transformados em espelhos que desafiam as noções da visualidade do Eu em diferentes níveis.

Este que parece ser um terreno fértil para a criação artística implica a perda da densidade histórica das imagens para passar a uma autoinvestigação: “não existe um “eu”, e sim “uma sucessão de “eus” possíveis que se processam em condições específicas de tempo e espaço” (VILLAÇA, GÓES, 1998, p. 29). O ato mesmo de se autorretratar ao individualizou totalmente a imagem, conferindo elementos da subjetividade que só podem ser manifestados em um diálogo de si próprio. Nas produções a seguir se desenvolvem várias vias em que esta premissa é posta nos cenários das redes nas quais o autorretrato por si só propõe, realiza e dá vida a uma *performance visualdo Eu*.

O projeto *At arm's length* tem como centro de reflexão o processo de produzir selfies na extensão do braço. A artista digital Erin Ashenhurst e a atriz Lisa Fletcher realizaram em 2010 uma série de sketches sobre fotografia amadora usando três locações diferentes. O resultado alojado num site na web apresenta três imagens de mulheres com o típico enquadramento das fotos na extensão do braço e com uma expressão serena ou alegre que pode ser achada facilmente neste tipo de selfie. No entanto, o visitante do site pode clicar sobre as fotografias para abrir uma tomada ampliada do ambiente em que foram batidos os selfies. Recorrendo ao humor, as

ampliações mostram espaços desolados, sujos, impessoais ou bagunçados, mesmo quando elas posam felizes para suas câmeras. Enquanto as imagens iniciais parecem previsíveis, o conteúdo visual muda diametralmente quando a imagem da ampliação rompe os limites do selfie. Assim fica evidente que a ação de fotografar leva a uma experimentação individual confinada a seu próprio alcance: a extensão do braço. A performance nas imagens está restrita ao papel do indivíduo na fotografia, exibindo só aquilo que escolheu mostrar.

A imagem proporcionada se assemelha à imagem especular do espelho porque é dinâmica e a ação acontece simultaneamente entre o referente físico e a imagem na tela. De tal modo que as selfies na extensão do braço ou diante do computador são uma extensão das performances do corpo com os espelhos.

De uma parte, o projeto discorre sobre a solidão da construção das imagens identitárias on-line na quais o indivíduo atua para si mesmo, e, de outra parte, a confinção do selfie aos limites do próprio corpo, pois não existe o auxílio de tripés ou outros elementos (aliás, não são desejáveis) porque exigem maior tempo, dedicação e cuidado para cada tomada.



Figura 50 - *At arm's length* (2010). Erin Ashenhurst e Lisa Fletcher.

Este tipo de estética tão comum nos selfies (junto com aquela do corpo-câmera refletido no espelho), deu lugar ao projeto on-line *Selfeed* (2014) dos artistas Tyler Madsen, Erik Carter e Jillian Mayer. O coletivo artístico criou uma plataforma que reúne num só lugar todas as imagens que são postadas no Instagram com o hashtag #selfie em tempo real. Estas imagens não são retiradas dos contextos iniciais, como nas propostas vistas no bloco anterior, o sistema elaborado simplesmente cria uma rota instantânea que desvia as imagens para ser visualizadas na plataforma num único instante. Com uma discreta linha que informa sobre o projeto na parte de abaixo, o site deixa em tela cheia os selfies. Ao fazer maiores as imagens do que usualmente podem ser visualizadas na rede original, a proposta surpreende tanto no visual quanto na velocidade com que transcorre o intenso fluxo de selfies, que resulta hipnótico e muito atraente. Os milhões de imagens de rostos em primeiro plano nos mais variados estilos falam de maneira direta sobre a disposição dos indivíduos a criar, compartilhar e consumir autoimagens.

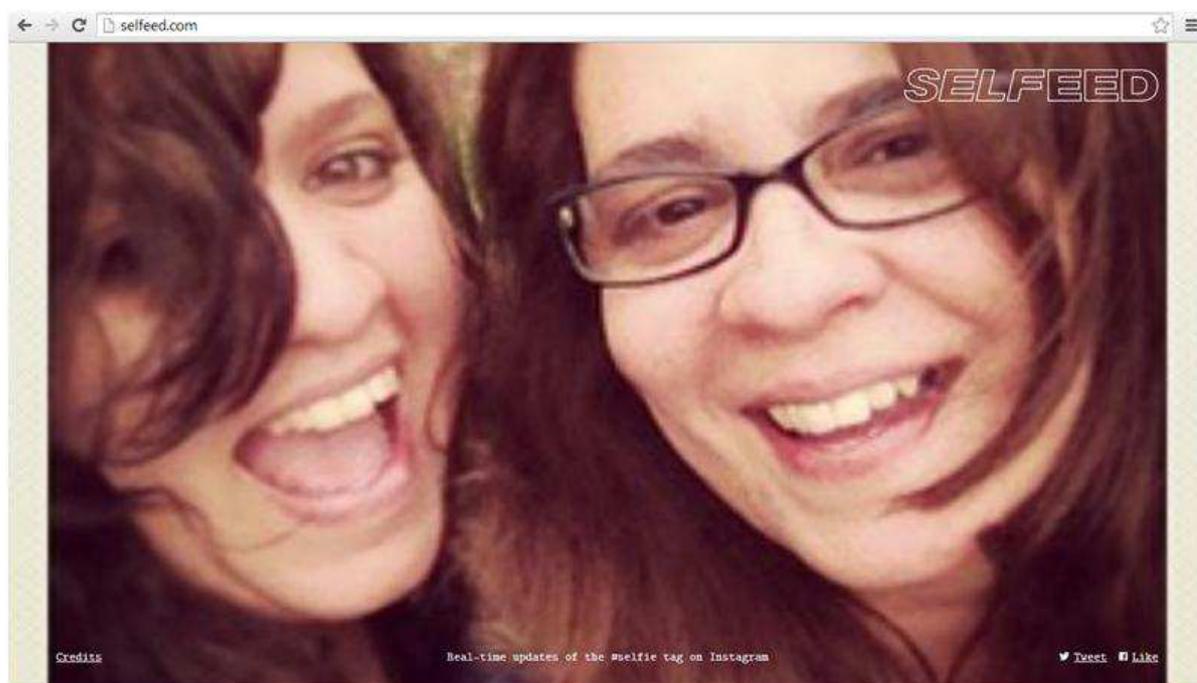
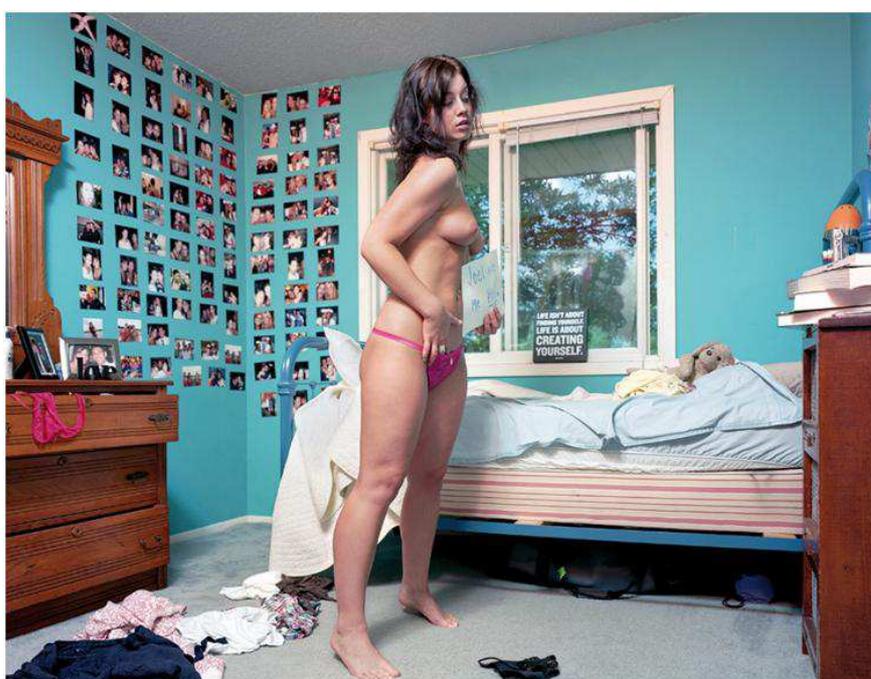




Figura 51 - *Selffeed* (2014). Tyler Madsen, Erik Carter e Jillian Mayer.

A experiência de tirar um selfie é abordada por Evan Baden por meio do projeto *Technically Intimate* (2010). Uma série de fotografias, encenadas e produzidas pelo artista, que retratam mulheres adolescentes com roupa íntima no momento de realizar selfies ou (talvez) tendo uma conversa por meio de iPhones, webcams ou câmeras digitais na intimidade de seus quartos. A obra mostra o processo performático que envolve poses eróticas com referentes claros à estética da sedução presente em filmes pornográficos ou em anúncios publicitários, mas

nesse caso, atuando sozinhas diante da câmera. As adolescentes elevam o bumbum para exibi-lo, têm um olhar lascivo e os dedos brincam com os lábios umedecidos, gestos que contrastam com os ambientes inocentes enfeitados com cores infantis, cartazes de ídolos pop e fotografias dos amigos do colégio. Uma das fotografias da série chama especialmente a atenção pela presença de um cartaz encostado na janela que diz: “Life Is About Creating Yourself”. Imagem com uma carga alegórica muito potente acerca da maneira como as tecnologias estão redefinindo a identidade neste momento histórico.



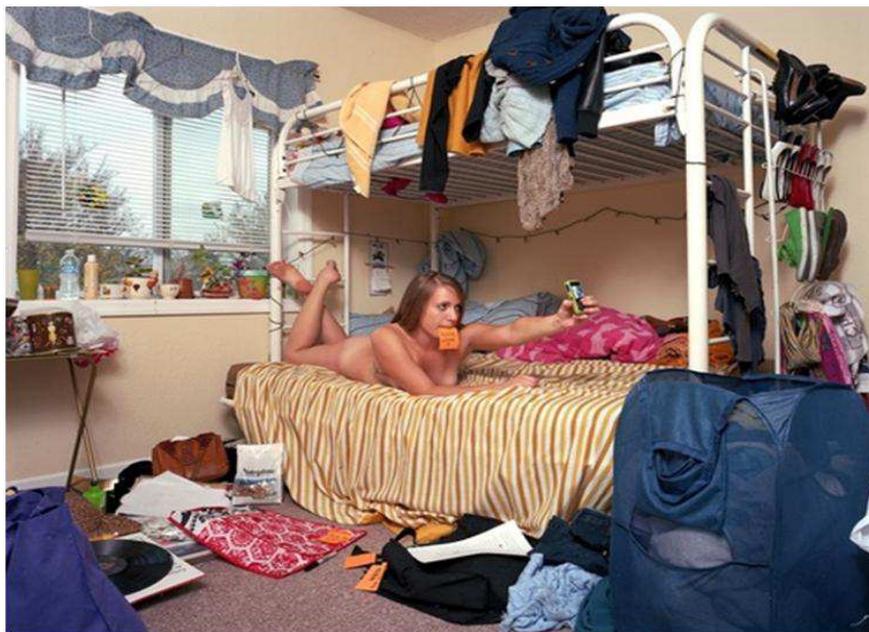


Figura 52 - *Technically Intimate* (2010). Evan Badem.

Como se pode “des-representar” a identidade e, ao mesmo tempo, fazer da pessoa um signo do humano no espaço virtual? Dessa pergunta, nasce a proposta de Intimidad Romero²⁶, artista colombiana que, desde 2010, atua diretamente no Facebook transformando seu perfil pessoal numa proposta artística. A iniciativa de Romero consiste em manipular os selfies fazendo maiores os pixels dos rostos. Dessa maneira, a artista apaga os elementos distintivos tentando “des-representar a identidade”. Essas imagens, postadas no seu perfil do Facebook, assimilam-se a um erro do sistema, sublinhando a relação entre as telas e a visualização digital e os nossos comportamentos.

A proposta de Romero apela à contradição do “ser visto” e propõe o desaparecimento de um Eu imediato exibido sem limites, convidando a refletir sobre o direito de mostrar a interioridade sem que seja preciso desvelar a intimidade. No entanto, as imagens têm uma garantia de “realidade”, ela não é um avatar ou uma pessoa ficcional ou anônima na rede. Atua por meio de um perfil, que se supõe, demonstrar a existência do humano.

É evidente que o nome da artista se converte em um gesto artístico que subverte as lógicas de gestão da identidade nas redes sociais vistas como o domínio que cifra, regula e marca o rosto da identidade na Internet. De outra parte, a artista

²⁶ https://www.facebook.com/intimidadromero?fref=ts&ref=br_tf

não concentra sua atenção só nos próprios retratos, ela adianta a mesma operação em todo seu ambiente social-virtual. Os amigos, os lugares, os desconhecidos que eventualmente aparecem são transformados em “linguagem digital”, porque a identidade não só está inscrita no corpo e na imagem própria, mas também é estendida ao espaço e tempo que é habitado.

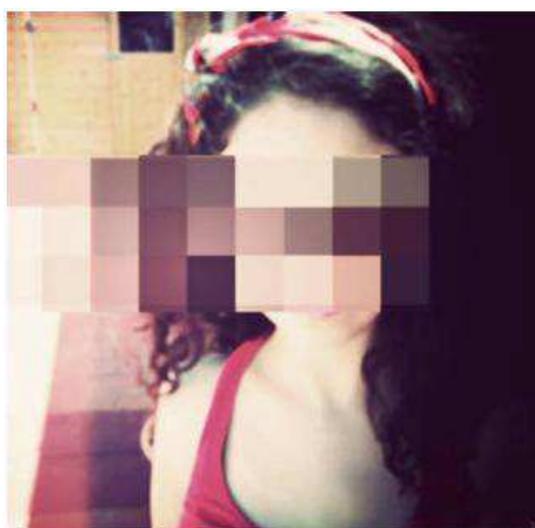


Figura 53 - *Intimidad Romero* (2010).

Em uma linha similar, a artista brasileira Laís Pontes usa a “crowdsourcing” (fonte de informações procedentes de uma multidão) no projeto *Born Nowhere*, iniciado em 2011, como objetivo de compreender como as mudanças nas características faciais (expressão, fisionomia, etc.) podem modificar a interpretação e percepção do observador diante da identidade. Sobre seus autorretratos, e com o auxílio de um software de retoque digital, a artista cria múltiplas identidades



Figura 54 - *Born Nowhere* (2011). Lais Pontes.

Este segundo bloco de projetos procura refletir, expondo, imitando e reproduzindo, em alguns casos quase de forma caricaturizada, os elementos que estão nos limites da autoimagem e têm a ver com a disposição dos corpos para a mediação tecnológica, que têm uma influência muito marcante, mas que, na velocidade da informação das redes sociais, estão se naturalizando: a nudez, a pose extrovertida, a participação dos outros no olhar. De tal forma, o elemento que pode ser nomeado como “estética selfie” é grifado nestas propostas que abordam uma discussão mais ampla sobre a forma que tem os indivíduos de se *espectacularizar*, perder os limites do íntimo e do privado. Estes projetos tentam deter o tempo, ou pelo menos, concentrar-se num fluxo só, seja da tomada fotográfica, seja da interação e circulação na Internet. Este duplo olhar, aquele dos indivíduos sobre si mesmos e da arte, que olha os indivíduos se olhando, detona uma agenda de possibilidades para pensar a função da arte na época atual.

4.3. A exploração da identidade visual além do Selfie

Para terminar, são trazidas aqui propostas que, se bem estão trabalhando o tema da identidade nas redes sociais, não têm como imagem central o selfie. Este terceiro bloco pretende abrir o tema abordado nesta pesquisa para outros materiais visuais dispostos multitudinariamente nas redes sociais. Em especial os retratos. Produções que problematizam as relações da imagem em rede como produzidas em comunidade e não solitariamente, como é o caso dos selfies, vislumbram outras reflexões muito pertinentes para abordar, por exemplo, a identidade cultural, âmbito que excede os alcances desta pesquisa, mas que deve ser apontado como uma

questão a ser trabalhada numa futura agenda de pesquisa.

Momentos especiais de grupos familiares, o aumento da visibilidade dado pela circulação de imagens tiradas por outros, *mastagueadas* nos perfis, a relação com memórias culturais de grupos subalternos ou mesmo o feminismo são só alguns dos temas que estão vindo à tona no cenário das práticas artísticas ao redor da identidade expandidas.

A seguir serão apresentadas algumas propostas interessantes que complementam o panorama traçado até aqui, começando com o trabalho *100 Special Moments*, que o americano Jason Salavon realizou em 2004, sendo esta uma das primeiras propostas baseadas em retratos de momentos especiais espalhadas pela rede. Cada uma das quatro imagens que conformam a obra (Recém-casados, Crianças com Papai Noel, O graduado e Pequenos jogadores) é produto da acumulação de cem fotografias comemorativas recolhidas da Internet. A imagem final é pouco nítida, mas deixa ver um tipo de enquadramento e composição estereotipados que respondem a um imaginário popular padronizado sobre a pose para os retratos. O que ressalta nestes palimpsestos de imagens é que as redes sociais, mesmo tratando que todas as pessoas exibam suas particularidades, não implicam que procurem uma diferença entre elas, quer dizer, permitem a repetição incessante do mesmo tipo de momentos especiais e comemorações vividas e compartilhadas pelos indivíduos, pois assim cada um deles está expressando sua individualidade.



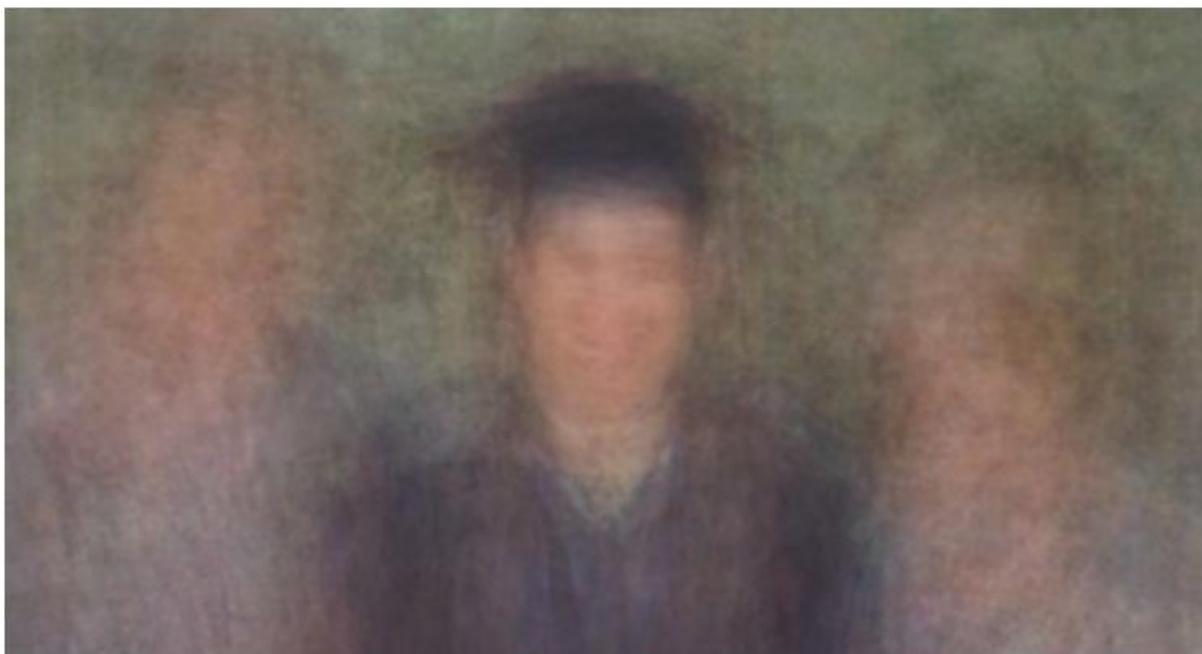


Figura 55 - *100 Special Moments* (2004). Jason Salavon.

Na obra *Hello World!* (2013), o artista alemão Aram Bartholl procura seu nome no Google e realiza uma captura de tela das imagens que aparecem relacionadas com o termo de busca. Após imprimir a imagem no tamanho 107x 172cm, Bartholl intervém a superfície com um marcador azul, fazendo rascunhos e comentários rápidos e bem-humorados. A proposta aponta uma reflexão sobre si mesmo por meio de imagens que nem sempre ele controla. De outra parte, também é uma crítica à cultura do Eu, por exemplo, com a frase que utiliza para a promoção da obra: “Show me your Google image search and I’ll tell you who you are”.



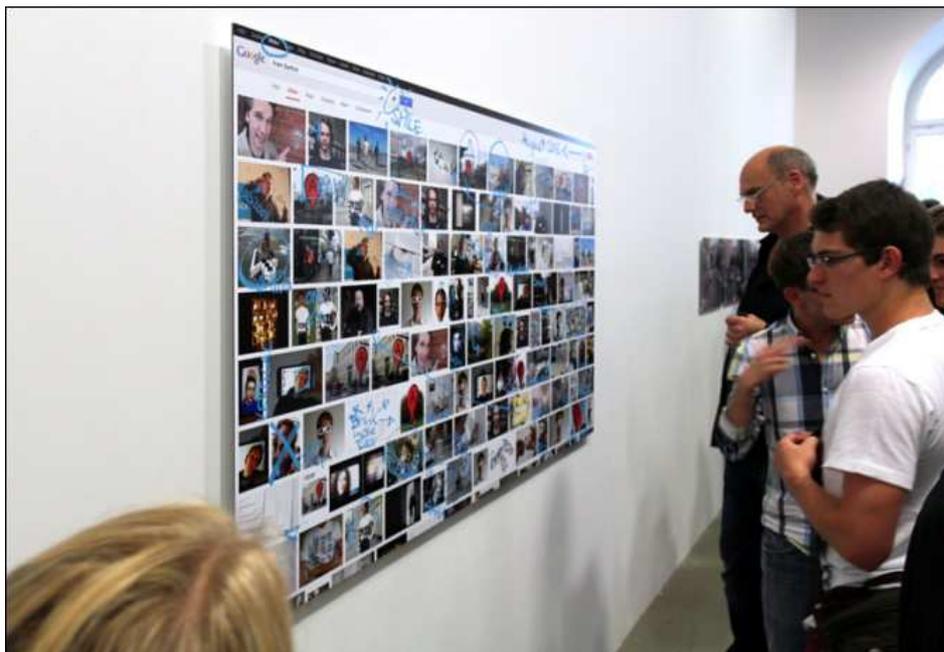


Figura 56 - *Hello World!* (2013). Aram Bartholl

Por meio de um livro-instalação, a peruana Daniela Ortiz expõe uma seleção de noventa e sete fotografias da classe alta peruana em situações cotidianas que extraiu do Facebook e estavam guardadas no seu “arquivo pessoal”. Todas elas, adequadas aos estereótipos de representação da felicidade familiar, foram organizadas em aparência sob critérios desprovidos de intenção, de forma linear e simples. Só depois de ver as 97 fotografias é que, no final, aparece o título do trabalho: *97 Empleadas Domésticas* (2010). Com esse gesto sutil, a narrativa visual proposta por Ortiz é resignificada, convida a revisitar de novo as fotografias das quais começa a “emergir” a presença de empregadas domésticas no fundo das imagens ou só como fragmentos do corpo que aparecem de forma casual.

Desta vez, no trabalho de apropriação de fotografias de Ortiz, manifestam-se questões de gênero, representação e exclusão dentro da classe trabalhadora num mundo virtual. São sublinhadas questões sobre a divisão de poder do visual dando relevância às diferenças de classe que se trasladam para as redes sociais que, supostamente, são “um mundo feliz” em que as pessoas compartilham a fruição da vida. De alguma maneira, a artista envolve o espectador no jogo da observação dos outros e do deciframento dos subtextos que podem estar embutidos nas imagens.



Figura 57- 97 Empleadas Domésticas (2010). Daniela Ortíz

Também na via de pensar no “outro”, o artista indiano Nandan Ghiya, com sua série *DeFACEBOOK* (2012), trabalha ao redor de uma nova geração de “índios híbridos”, que misturam tradições culturais com as identidades virtuais nas redes sociais. Com a mistura de colagem, pintura, fotografias e molduras, Ghiya se apropria da estética própria da imagem em rede e a contrapõe a materiais analógicos da linguagem artística e a retratos fotográficos antigos. Os objetos finais se assemelham às fotografias postadas nas redes sociais, mas com elementos associados a erros na imagem digital.

A proposta peculiar de reciclagem de tempos proposta neste trabalho propõe uma investigação sobre a representação visual tradicional vs a apresentação digital nova, que se bem tem sido trabalhado amplamente nas propostas artísticas da pós-modernidade, aqui são atualizadas dentro da ideia de conectividade que propõem as redes sociais. Assim, o artista cria grupos de afinidade imaginários criando cúmulos

de retratos de pessoas que desde suas tradições culturais entram no fluxo da apresentação na Internet.

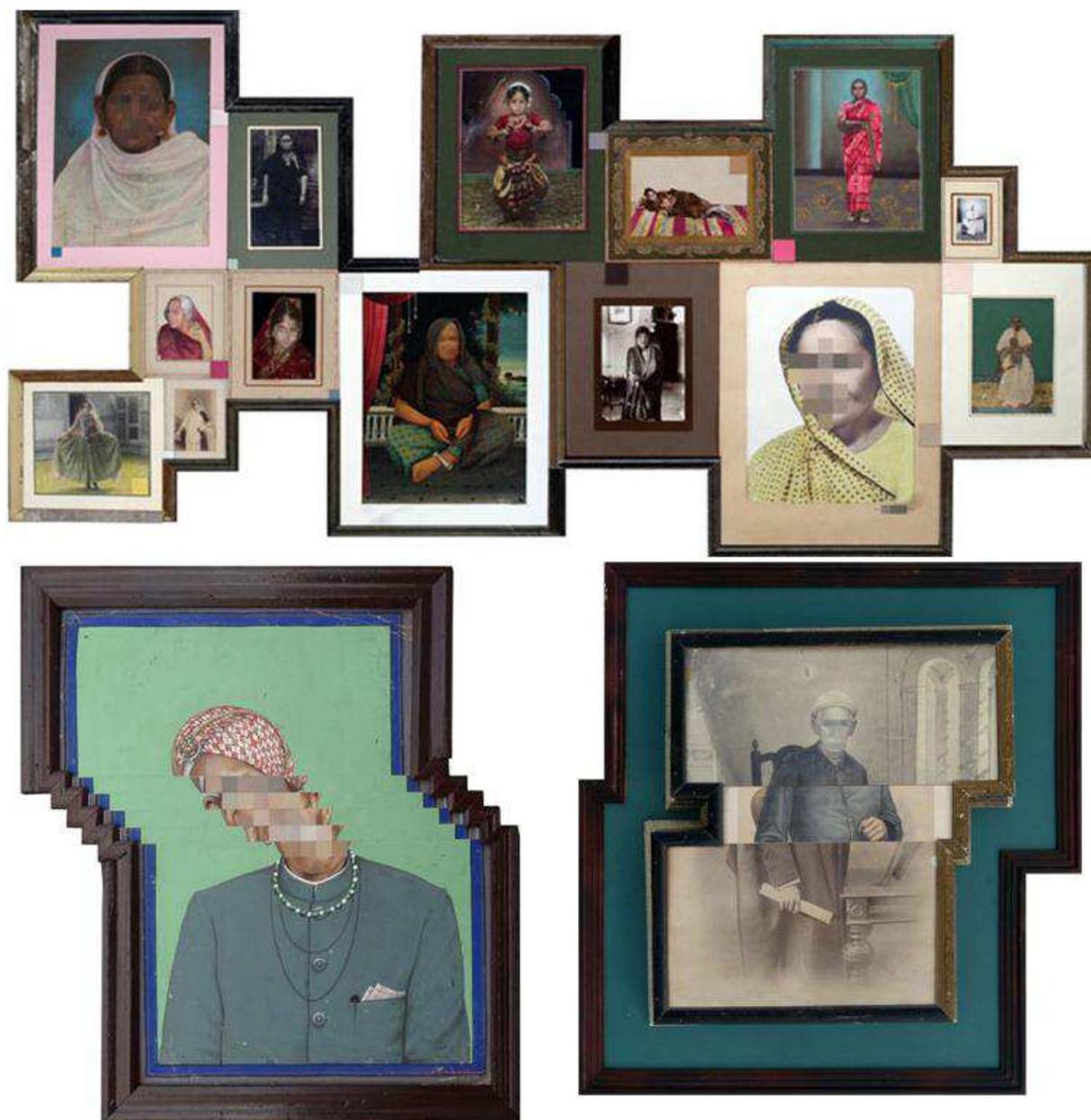


Figura 58 - *DeFACEBOOK* (2012). Nandan Ghiya.

Em contraste com os projetos que estão baseados no diálogo com o selfie, as produções aqui apresentados evidenciam a multiplicidade de práticas tecno-visuais que existem nas redes sociais, mas também que precisamente o selfie representa uma mudança no uso social da fotografia. Embora existam muitos autores que propõem que a fotografia digital tem transformado as práticas, momentos, objetos e economia das imagens domésticas (HAND, 2008; SAVRAS, FROHLIC, 2011), a

reflexão artística sobre este fenômeno resulta muito esclarecedora porque, como os projetos deste terceiro bloco mostram, a identidade cultural e social ainda é fundamental para a compreensão do Eu contemporâneo.

4.4. Alguns apontes sobre a ética

A maioria das produções aqui trazidas deixam aberta uma porta para discussões mais amplas sobre a ética no uso destas imagens, sua apropriação, recontextualização, reciclagem e usos alternativos com finalidade artística. Quando o Fontcuberta, um dos promotores mais insistentes deste tipo de procedimentos, é questionado sobre o assunto da utilização de imagens que estão alojadas em perfis das redes sociais, ele defende sua posição afirmando:

Não gosto de falar que me aproprio das imagens. O que eu faço é *adotar* elas. Adotar vem do latim *ad-optare*, escolher. Em inglês, *to choose*. Nunca digo que sou o pai das imagens. Sou o pai adotivo. Dou às imagens uma segunda vida. Já fiz isso com milhares delas. Os artistas que trabalhamos com imagens de outros não queremos ser os pais, mas é inegável que estamos dando uma nova oportunidade as fotos.²⁷

Por sua vez, Penelope Umbrico afirma no seu site que é um absurdo tentar etiquetar como “próprias” as imagens do sol, entanto a obra sintetiza narrativas coletivas que se tecem em torno dele. Parece que cada artista que retira e recontextualiza as fotografias e vídeos das redes sociais tem uma postura muito parecida com estes dois criadores, como no caso do trabalho de Boling em que é previsto do início que se algum vídeo extraído do YouTube de guitarristas aficionados fosse deletado (talvez porque o autor não quer ser exposto na obra) de forma automática é substituído por outro igual. O fato de ter livre acesso aos materiais, e as plataformas permitirem copiar, descarregar e colar sem que aquilo seja um ato ilícito o que precise forçar as medidas de segurança, implica que cada pessoa que posta imagens acede a que suas imagens passem a serem de domínio público, consentindo implicitamente sua reprodução, distribuição e reutilização.

No entanto, existem posturas acadêmicas que criticam essas possibilidades de apropriação livre das imagens e a compreensão da Internet como um simples repositório de matérias visuais. Além, das questões puramente técnicas que permitem a reciclagem das imagens, estes autores advertem que mesmo que o

²⁷

Google aglutine imagens que em aparência aparecem descontextualizadas, cada uma delas pertence a um site, um blog ou uma *Personal Page*. Esta postura é argumentada por Gómez e Ardèvol (2011), quem afirma que na Internet não pode simplesmente ser assumido que as fotos são carentes de contexto e, nesse sentido, possam ser abstraídas e colocadas em outras esferas de significado. Se bem, esta estratégia, como visto, é usada reiterativamente pelos artistas, os autores defendem que é preciso reconhecer que a fotografia digital apresenta desafios para sua compreensão em quase todos os âmbitos, em tanto o contexto das imagens forma parte de sua materialidade, quer dizer, a imagem não está desligada do lugar e da pessoa que fez a postagem:

As fotografias digitais não estão aí, misturadas, flutuando no ciberespaço, em um mar de ninguém; estão classificadas, indexadas, comentadas, formam parte de um projeto coletivo, de um grupo, de uma discussão, de uma proposta; em definitiva (...) formam parte de um `sistema de comunicação e um ritual de comportamento'. E isto não contradiz que, por sua vez, a pessoa coloque suas fotografias para ser divididas e remisturadas, mas não todas, nem de igual forma. (GÓMEZ, ARDÈVOL, 2011).

Esta discussão é trazida a esta pesquisa por quanto as práticas artísticas que emergem da cultura da Web 2.0 também merecem ser revisadas criticamente. Este é um campo muito recente e, por conseguinte, ainda muito debatido, não resolvido e em processo de legitimação. O certo é que as produções artísticas, e o papel mesmo do artista, devem ser muito cuidados em todas as perspectivas, incluída a ética, em tanto estão reelaborando materiais visuais que fazem parte da vida das pessoas, da construção da identidade.

4.5. Rumo a uma agenda de futuro

Para terminar, vale trazer de novo o pensamento de Prada, que propôs que a afetividade humana é um vínculo estético, por ser um vínculo que se gera com o mundo. Nesse sentido, sendo a afetividade o centro a dinâmica das redes sociais, cabe aos artistas se deparar com outras leituras que acompanhem os desenvolvimentos sociais e tecnológicos dos indivíduos interconectados, pois:

Situar o conceito de afetividade como eixo de análise e investigação criativa permitiria, provavelmente, achar algumas saídas para muitos dos problemas

de esgotamento vinculados a alguns temas-chave da estética e da política de nosso tempo, como é, por exemplo, a identidade, conceito cujo estudo quase sempre tem se abordado em negativo, quer dizer, no seu conflito. Pelo contrário, considerar a afetividade como eixo metodológico de análise faria possível um promissor estudo da identidade em positivo, em seu funcionar mais gozoso (PRADA, 2008, p. 73).

Com o panorama esboçado, é evidente que as duas tendências, em negativo e em positivo, têm se aberto para a reflexão sobre a identidade. É um campo tão complexo que ainda há questões a ser exploradas, mas, de um ponto de vista que abrange a produção da arte contemporânea, no entanto a questão da visualidade afetiva perpassou o âmbito das redes e está na vida cotidiana, é parte do nosso tempo.

Como em todo trabalho, são apresentadas mais perguntas do que respostas. Neste capítulo, tentou-se mostrar um panorama geral sobre como a criação artística está dialogando, refletindo e respondendo ao desafio apresentado pela identidade expandida. Uma identidade feita na tecnologia e na visualidade, uma identidade que segue em constante construção. São os artistas quem estão procurando incorporar nos seus afazeres, precisamente, os resultados produzidos pela sociedade em rede para gerar uma leitura aprofundada dos indivíduos expandidos.

Com isso, também indagam sobre si mesmos e suas ferramentas de trabalho. Nesse sentido, a arte, como a identidade, também é uma arte expandida. Continua a ser responsabilidade dos artistas refletirem criticamente sobre os rumos aos quais conduzem ambas expansões. É na arte, como campo produtor de conhecimento sensível, em que as diferentes trajetórias: sociais, tecnológicas, identitárias, visuais, devem achar o espelho para se olhar, para se pensar.

5. CONCLUSÕES

Este trabalho teve como objetivo refletir sobre as tecnologias digitais de interação e o uso estendido da imagem do Eu nas redes sociais. Esta reflexão procurou estabelecer a importância destes dois elementos na conformação de processos de subjetividade e formação da identidade contemporânea. A intenção deste texto foi se aproximar à leitura deste fenômeno em dois cenários fundamentais para compreender o impacto da identidade mediada tecnologicamente na cultura atual: as mídias e a arte. Enquanto que as mídias têm estandardizado e naturalizado a prática da autoimagem em rede, as propostas artísticas têm problematizado seu uso multitudinário de forma crítica.

Nesta época digital, em que a socialização em sociedades urbanas industriais é majoritariamente mediada pela tecnologia e crescente visualidade, esta pesquisa propôs que estamos ante a emergência de uma série de processos de socialização e individuação que contam cada vez mais com elementos para construir aquilo que denominei *identidade expandida*. Este termo, utilizado como conceito de trabalho, procurou dar conta daquela relação entre tecnologias digitais, a criação de subjetividades e a posta em cena de tais subjetividades em ambientes sociais mediados pelos dispositivos pessoais, a mobilidade e a visualidade. Mas também, foi percebido durante o percurso da investigação que os modos de se apresentar nas redes sociais têm componentes próximos aos usos das tecnologias de visão explorados historicamente no campo da arte para refletir sobre a identidade. Elementos todos que agora têm confluído na visualidade contemporânea do Eu e, dessa forma, transformam-se no alvo de interesse da mídia e de novos projetos artísticos que buscam dotar de sentido o resultado dessa nova experiência global de se construir em rede.

Para dar clareza ao entrelaçamento de todos estes vetores, o trabalho se estruturou em quatro capítulos, os dois primeiros concebidos como trajetórias que buscaram dar conta de duas genealogias distintas: uma da mediação tecnológica da Internet e outra da mediação da imagem técnica na arte. O terceiro capítulo se concentrou na mídia e os autorretratos em rede, para se aproximar das transformações da imagem própria amplificada pela opinião pública fora das plataformas mesmas de interação, tanto das celebridades quanto das microcelebridades surgidas da Internet. O quarto capítulo apresentou a confluência

de todos estes esquemas, ponto do qual se desprendem uma série de trabalhos artísticos que abrem outras questões sobre a identidade contemporânea. As trajetórias e os cenários de confluência, ainda que em aparência separadas, têm seu ponto de inflexão em um dos fenômenos em que se pode apreciar com maior clareza a identidade expandida: o *selfie*. De tal forma, o *selfie* foi o eixo articulador de toda a pesquisa apresentada ao ser o paradigma da identidade expandida.

5.1. Internet, Imagem, Identidade

Na primeira trajetória, como resultado das tecnologias participativas da Internet e os processos identitários, pode-se observar um percurso iniciado com a Web 1.0 em que os indivíduos tinham a liberdade de atuar e se apresentar no ciberespaço de forma anônima. E logo, com a transformação tecnológica e conceitual da Internet, estes processos identitários tomaram a posição diametralmente oposta na Web 2.0, caracterizada por uma sobreexposição do Eu real na Internet. Neste processo é de ressaltar a importância da imagem, já que, com as redes sociais e os dispositivos digitais, a intuição de Benjamin de que “a câmera se torna cada vez menor, cada vez mais apta para imagens efêmeras” (BENJAMIN, 1996, p. 107) tem ido muito longe. Desse modo, não é só que os aparelhos fotográficos sejam muito versáteis, é que o objeto fotográfico mesmo tem se transformado (OKABE; ITO, 2003; GÓMEZ CRUZ, 2012). Em tempos das redes sociais, o *selfie* sempre está em movimento e muda, se reproduz e conflui com a “searchabilidade”. A difusão das tecnologias digitais e sua presença cotidiana na rede fazem com que qualquer momento seja “fotografável”, não só o efêmero, mas também o banal, o cotidiano sem importância.

Por todos esses aspectos, pode-se dizer que a expansão do Eu nas imagens em rede perde densidade de representação, mas ganha conectividade e afetividade, é parte do desejo de compartilhar a experiência de viver numa corrente contínua de informações. Tendo em vista os aspectos observados do “capitalismo afetivo” (PRADA, 2008) e do “self branding” (HEARN, 2006) que estão no fundo deste cenário, o *selfie*, com sua potência simbólica e comunicativa, transformou-se na chave para a massificação da imagem como construtora de identidade. É importante sublinhar nestas conclusões, que o *selfie*, com sua estética desarranjada, é parte

das práticas de relacionamento espontâneo, é reflexo de condutas sociais que têm se normalizado na intercomunicação na Internet.

A imagem serve para descrever estados de ânimo, situações e opiniões, quer dizer, é a base para “ser” na rede. Os selfies, então, estão ligados à linguagem descontraída dos ambientes de intercomunicação, como os emoticons, mas também são o veículo para se construir procurando um modelo espontâneo de si próprio. Este conjunto de circunstâncias faz com que multidões de pessoas dividam autoimagens na procura de interação. Pode-se concluir que esta modalidade visual tão tremendamente popular evidencia um novo estágio da identidade, uma que se expande na circulação e nos fluxos contínuos das redes sociais, de forma eficaz e eficiente, sustentada na vontade de fazer públicos conteúdos da vida em qualquer nível (familiar, íntima, privada, etc.) e que é completada no *feedback*.

5.2. Imagem técnica, arte e selfie.

Na segunda trajetória, foi desenvolvida uma pequena genealogia do autorretrato, prática tradicionalmente relacionada com a arte, porque durante o século XX não fez parte do repertório de imagens domésticas. A linha para se aproximar das autorrepresentações artísticas foi definida nesta investigação pelas possibilidades das tecnologias de visão em vários momentos históricos, que, de alguma maneira, iam se somando com a sofisticação dos aparelhos. Assim, a relação dos indivíduos com a tecnologia sempre tem permitido reconfigurar as noções da identidade segundo a experiência que propõe cada nova mídia. No caso das tecnologias da visão, a aparência de um indivíduo refletida numa imagem, seja especular, pintada, fotografada ou digital, torna-se instrumento para transpor a consciência de si mesmo para um campo maior de sujeitos, é uma porta que abre ao indivíduo para ser completado no olhar externo.

Neste percurso, não parece ser casual o encantamento com a imagem técnica para a exploração de si próprio. A mediação de novas técnicas foi fornecendo ferramentas para explorar as identidades e desenvolver diferentes consciências do Eu. A prática do autorretrato ocupa um lugar relevante na história do processo de construção de uma identidade para ser olhada, porque implica um interesse especial em ser contemplado que cria uma cisão entre a pura representação para demonstrar uma posição entre a sociedade e a performatividade

expressiva da experiência individual. A exploração artística no campo do autorretrato se arriscou a explorar a imagem pessoal como veículo para confrontar os usos tradicionais da fotografia, criar consciência e crítica social, até chegar a usar a autoimagem como expressão da leveza do cotidiano e da banalidade.

No entanto a autoimagem agora é cotidianamente realizada por milhões de usuários na rede, fenômeno que representa dois aspectos fundamentais que merecem ser sublinhados. Por uma parte, Susan Brighth se pergunta se:

Estas imagens são realmente autorretratos ou simplesmente imagens que as pessoas tomam de elas mesmas. Os autorretratos nestes sites (MySpace e Facebook) adotam uma nova linguagem estilística com baixos níveis de produção. O fotógrafo na extensão do braço segura uma pequena câmera digital virada para ele, ou se auxilia de um espelho para capturar o reflexo (BRIGTH, 2010, p. 9).

Esta questão só reforça a autonomia do selfie, que de fato antes de ser legitimado como termo independente, já levantava dúvidas sobre se era o não um autorretrato. Assim, o selfie implica uma mudança epistemológica do autorretrato por quanto lhe são somadas funções comunicativas e conectivas, e é localizado num terreno totalmente digital, três elementos centrais para a expansão da identidade. De qualquer forma, não pode ser afirmado que os selfies são descendentes diretos do autorretrato artístico, mas pode ser concluído que tem muitas afinidades e lógicas muito próximas.

O outro aspecto a resgatar nestas conclusões é que esta pesquisa retomou o desenvolvimento do autorretrato para observar que algumas das aproximações do autorretrato na arte encontram eco nos selfies expostos nas redes sociais, sejam nos perfis individuais ou em estratégias de colaboração criativa como no caso dos memes. Dessa forma, foi traçado o panorama do encontro atual entre práticas profissionais na arte e práticas estéticas amadoras que, sem dúvida, criam uma série de circunstâncias que conformam um âmbito desafiador para algumas das mais representativas formas da arte contemporânea, como é o fotoconceitualismo. De tal forma, “os dramas fabulosos que vive a imagem em nossos dias –com o crucial assentamento de sua forma eletrônica – [...] afetam a extensão do campo e a forma de fazer o trabalho artístico” (BREA, 2006, p. 8) e, por conseguinte, a copiosa exploração do Eu em práticas cotidianas e imagens amadoras tornam-se agora um assunto relacionado com a prática e o estudo do artístico.

5.3. O selfie transformado pela mídia

Com a aceitação do selfie como referente para a abordagem de temas de interesse público, a mídia coloca este tipo de fotografia em uma dimensão universalizante. A relação da imagem em rede das personalidades relacionadas com o star system, a política, a religião e o esporte, transforma o significado de ser uma figura pública e permite que entrem diferentes fatores relacionados com a vida privada, a individualidade fortalecida e o relaxamento em âmbito de poder, que antes estavam associados a esquemas protocolares e atividades oficiais.

Os selfies que escapam dos círculos de amigos das redes sociais das celebridades permitem que aqueles, que antes eram espectadores passivos das vidas dos famosos, se sintam próximos deles. De tal forma são percebidos como mais humanos, mais relaxados e por extensão mais próximos do grande público. Assim, com a ilusão de estar por perto que gera uma identificação entre os famosos e as pessoas comuns, as ações íntimas e desprovidas de sentido das celebridades se transformam num veículo que as companhias publicitárias, por meio de sofisticadas estratégias mercantis, aproveitam, já que na era contemporânea é o selfie o gerador de públicos e modas.

De outra parte, mais um elemento chave, e que está estreitamente relacionado com o anterior, é o crescente fenômeno das microcelebridades (SENFT, 2012) ou celebridades instantâneas (BARROSO, 2013). Estas pessoas são cidadãos correntes que, por meio das suas imagens expostas nas redes de relacionamento, criam audiências em torno delas em número importante. Atualmente é identificável a tendência de procurar ser um famoso espontâneo, âmbito em que a mídia tem um papel a destacar, porque, além de gerar quantidades volumosas de seguidores na Internet, a mídia funciona como catalisador que legitima aquele sucesso.

Dessa maneira, o capítulo referente à mídia e ao selfie apresentou uma reflexão crítica, usando como exemplos diversos selfies que são fundamentais para se aproximar da dimensão deste fenômeno midiático, que passa assim, de estar localizado no âmbito das redes sociais, a permear o grosso da sociedade pela capacidade que as mídias têm de amplificar e visibilizar práticas cotidianas. O aporte da mídia mereceu destaque nesta pesquisa, porque, por meio dela, a identidade

esta sendo vista como um novo filtro cultural para desenvolver os temas de atualidade, quaisquer que seja o âmbito de visibilidade, capital e poder.

5.4. A consciência crítica da multidão interconectada

Com as mudanças técnicas da Internet também mudaram as práticas artísticas que se referem a ela. O interesse das artes não está centrado mais na exploração dos recursos técnicos para subverter as lógicas funcionais da rede (net.art), tanto como não é para a maioria dos indivíduos simplesmente um enorme repositório de informações. Se para as pessoas a Web 2.0 passou, de um espaço para achar conhecimentos, produtos e serviços, a ser um lugar que permite estender a experiência vital, é apenas lógico que para as práticas artísticas a Internet seja agora uma ferramenta de reflexão sobre os usos socioculturais massivos, focada nessa experiência de “ser” na rede. Se bem, é um momento em que é muito difícil estabelecer uma diferença entre o que é arte e o que não é arte, também é certo que a arte sempre tem a capacidade de encarar as mudanças e dialogar com seu momento histórico. Dessa forma, surgem projetos artísticos que dão resposta à superprodução de imagens amadoras postadas na Internet, mais do que “concorrer” com elas, porque o uso da fotografia e a exploração da banalidade do cotidiano não são mais um processo reflexivo exclusivo das artes, e também o interesse artístico na Internet não é um assunto que exige conhecimentos técnicos de sistemas digitais.

Considerando os antecedentes marcados nas duas trajetórias apresentadas, este trabalho de pesquisa se aproximou de uma série de produções artísticas que se relacionam com aquele novo estágio da identidade expandida na imagem interconectada. Agora é assunto para se maravilhar com o imparável entusiasmo e criatividade amadora que cada segundo enche a Internet de selfies, para descobrir a invisibilidade escondida num mundo digital superpovoado de imagens de milhões de pessoas, para deter o tempo e criar consciência crítica dos subtextos do Eu mediado pelas redes sociais. A prática artística se vale então da “objetivação” de milhões de “subjetivações” como uma forma poética de compreender as complexidades da identidade convertida em eixo de socialização. A prática da autoapresentação no âmbito da conectividade digital se transforma numa potente ferramenta de investigação e observação global.

Os mecanismos e estratégias metodológicas para a criação neste âmbito tentam “reconceituar” a imagem, como proposto no manifesto de Fontucuberta e outros. Com a apropriação, acumulação e reciclagem da imagem em rede, as fotografias se tornam, por sua vez, num “pixel” do conceito que somente ganha sentido com o trabalho de procura, organização, desdobramento e recontextualização de imagens dispersas pelas redes sociais. Esta outra estratégia de acumulação de imagens outorga outros sentidos a esses “selfies”, “reflectogramas” ou “ego-shots” e dota de valor suas qualidades plásticas, que poderiam ser só lidas como “erros”, mais na verdade são a estética das imagens que constroem o Eu na interação social. Pela observação de todos estes elementos e metodologias desenvolvidas nas produções artísticas, se faz evidente que o gesto duchampiano de achar um objeto e criar um novo pensamento para esse objeto tem mais uma reelaboração, pois o trabalho artístico vai além da mera recontextualização da imagem para se transformar em um diagnóstico da consciência contemporânea da identidade.

A outra via de exploração apresentada sobre a performance do selfie tenta recriar de forma crítica a expressividade dos corpos na hora da tomada fotográfica. Nessas propostas, também existe uma reflexão sobre o repertório de “individuações”, que, no final, são outra entrada do mesmo repertório repetitivo de se mostrar na rede. O ponto a ser observado está no lado de fora da rede, que dizer, aquilo que acontece antes do compartilhamento. As produções artísticas implicam o apagamento dos limites entre dentro e fora da Internet e discorrem sobre o processo contínuo de entrada e saída, que termina na perda, o talvez a mudança, na consciência entre íntimo e público.

Embora tenha sido analisado de forma geral o panorama da identidade expandida e como esta nova gráfica do Eu estimula práticas artísticas que refletem sobre os indivíduos, esta pesquisa é apenas um começo. Ainda é preciso oferecer uma análise mais robusta da relação da identidade visual na Internet e as aproximações críticas que estão se desenvolvendo no campo da arte. A partir dessa investigação, pretendeu-se estabelecer uma reflexão que traga conhecimento sobre novos modelos estéticos no âmbito da cultura digital e, desse modo, dar relevância à heterogeneidade das formas de pensamento artístico ao redor do tema. Nesse sentido, a ideia central que mobilizou a pesquisa *Identities Expanded: Arte e*

Redes Sociais na Internet foi contribuir ao conhecimento de um fenômeno cultural muito recente e que, justamente por essa razão, conta com bibliografia limitada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASHENHURST, E. Pixel perfect: performativity and self-portraiture. In: INTERNATIONAL SIMPOSIUM ON ELECTRONIC ART, 17, 2011, Istanbul. **ISEA 2011**. Disponível em: <<http://isea2011.sabanciuniv.edu/paper/pixel-perfect-performativity-and-self-portraiture>>. Acesso em: 23/03/2013.
- ASHENHURST, E.; FLETCHER, L. **At arm's length**. 2010. Disponível em: <<http://ashencreative.com/at-arms-length/>>. Acesso em: 30/07/2014.
- BAKER, C. **Hello world!** Or: how I learned to stop listening and love the noise. 2008. Disponível em: http://christopherbaker.net/projects/hello_world/. Acesso em: 30/07/2014.
- BARDEN, E. **Technically Intimate**. 2010. Disponível em: <<http://www.evanbaden.com/>>. Acesso em: 30/07/2014.
- BARROSO, P. A celebridade pós-moderna da solidão plural e da banalidade pública. **Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto**, v. 25, p. 101-118, 2013. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/11481.pdf>> Acesso em: 30/07/2014.
- BARTOLL, A. **Hello World!** 2013. Disponível em: <<http://datenform.de/hello-world.html>>. Acesso em: 30/07/2014.
- BATCHEN, G. **Forget me not: photography and remembrance**. New York: Princeton Architectural Press, 2004. Acesso em: 20/07/2014.
- BAUCKHAGE, C. **Insights into internet memes**. 2011. Disponível em: <<http://crowdresearch.org/blog/?p=1338>>. Acesso em: 30/06/2014.
- BAUDRILLARD, J. **La sociedad de consumo, sus mitos, sus estructuras**. Madrid: Siglo XXI Editores, 2009.
- BAUMAN, Z. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- BAZIN, A. The ontology of the photographic image. In: TRACHTENBERG, A. (Ed.). **Classic essays on photography**. New Haven: Leetes Island Books, 1980.
- BENJAMIN, W. A obra da arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: ADORNO, T. W. et. al. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- BIJKER, W.; LAW, J. **Shaping technology/building society: studies in sociotechnical change**. Cambridge: MIT Press, 1994.

CANTON, K. **Corpo, identidade e erotismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009. (Coleção de temas da arte contemporânea, 2).

CHANDLER, Daniel; MUNDAY, Rod (Ed.) **Dictionary of media and communications**. Oxford: Oxford University Press, 2013. Acesso em: 10/05/2014.

CHÉROUX, C. et al. **From here on**. Les Rencontres Arles Photographie, jul./set. 2011. Disponível em: <http://www.rencontres-arles.com/C.aspx?VP3=CMS3&VF=ARL_3_VForm&FRM=Frame:ARL_7&LANGSWI=1&LANG=English>. Acesso em: 15/05/2014.

CIRIO, P.; LUDOVICO, A.. **Face to facebook**. 2011. Disponível em: <<http://www.face-to-facebook.net/bio.php>>. Acesso em: 15/05/2014.

CORBIN, A. O segredo do indivíduo. In: PERROT, M. (Org.) **História da vida privada**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. v. 4.

COTTON, C. **The photograph as contemporary art**. London: Thames & Hudson, 2004.

CUMMING, L. **A face to the world: on self-portraits**. United Kingdom: HarperCollins, 2009.

CUNHA, C. **Rolezinhos: Jovens da "nova classe média" colocam em xeque modelo de inclusão social**. Portal da UOL, 07/02/2014. Disponível em: <<http://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/sociedade-os-rolezinhos-e-a-inclusao-social-pelo-consumo.htm>>. Acesso em: 29/07/2014.

DA ROLT, C. Intertextualidades: identidade e arte na pós-modernidade. **Cultura Visual**, Salvador, n. 13, p. 39-54, maio 2010. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/rcvisual/article/view/3782/3191>>. Acesso em: Acesso em: 02/07/2014.

DALTON, J. et al. Look at me: self-portrait photography after Cindy Sherman. **PAJ: A Journal of Performance and Art**, v. 3, n. 22, p. 47-56, Sept. 2000. Disponível em: <<http://collegewritingpapaspring2014.files.wordpress.com/2014/01/dalton.pdf>>. Acesso em: 02/07/2014.

DINIZ, C. R.; SILVA, I. B. **Metodologia científica: o método dialético e suas possibilidades reflexivas**. Natal: UEPB/UFRN, 2008.

DU GAYB, P.; EVANS, J.; READMAN, P. (Ed.). **Identity: a reader**. London: Sage Publications, 2003.

DUARTE, F. E.; FREI, K. Redes urbanas. In: DUARTE, F.; QUANDT, C.; SOUZA, Q. **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

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

ELINGS, J. **Flashing in the mirror**. 2008/2009. Disponível em: <<http://www.jasperelings.info/video/flash-player-camera>>.02/04/2013.

ERICKSON, T.; KELLOGG, W. A. Social translucence: an approach to designing systems that support social processes. **ACM Transactions on Computer-Human Interaction**, Nova York, v. 7, n. 1, p. 59-83, Mar. 2000. Disponível em: <<http://www.ics.uci.edu/~corps/phaseii/EricksonKellogg-SocialTranslucence-TOCHI.pdf>>. Acesso em: 25/04/2013.

FABRIS, A. Arte conceitual e fotografia: Um percurso crítico-historiográfico. **Art Cultura**, Uberlândia, v. 10, n. 16, p. 19-32, jan./jun. 2008. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/artcultura/article/view/1494/2749>>. Acesso em: 02/07/2014

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

FEATHERSTONE, M. Body, Image and Affect in Consumer Culture. In: **Body & Society**, v 16, n 1, 2010.

FONTCUBERTA, J. **A câmera de pandora: a fotografi@ depois da fotografia**. São Paulo: Editorial G. Gili, 2014.

_____. **Googlegramas de Joan Fontcuberta**. Youtube, 2010. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=SomAcjkgVrI&feature=youtube>. Acesso em: 02/07/2014

_____. **A través del espejo**. Barcelona: Oficina de Arte y Ediciones, 2010.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas, uma arqueologia das ciências humanas**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

_____. Tecnologías del yo. In: FOUCAULT, Michel. **Tecnologías del yo y otros textos afines**. Barcelona: Paidós, 1990.

FRANCO, J. The meanings of the selfie. **New York Times**. 26 Dec. 2013. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2013/12/29/arts/the-meanings-of-the-selfie.html?_r=0>. Acesso em: 02/07/2014.

FROSH, P. The public eye and the citizen-voyeur: photography as a performance of power. **Social Semiotics**, v. 11, n. 1, p. 43-59, Aug. 2001. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10350330123316#.U9V3F5RdVcA>>. Acesso em: 11/01/2013

A GENTE está aqui para se conhecer, tirar fotos, diz menina sobre rolezinho. Fantástico on-line, 19 jan. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2014/01/gente-esta-aqui-para-se-conhecer-tirar-fotos-diz-menina-sobre-rolezinho.html>>. Acesso em: 02/07/2014

GERGEN, K. **The saturated self: dilemmas of identity in contemporary life**. New York: Basic books, 1991.

GHIYA, N. **Nandan Ghiya's deFacebook Project**. Yatzar, 02 Dec. 2012. Disponível em: <<http://www.yatzer.com/Nandan-Ghiya-deFacebook-Project>>. Acesso em: 02/03/2013.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GOFFMAN, E. **La presentación de la persona en la vida**. Barcelona: Amorrortu, 2004.

GOMEZ CRUZ, E. **De la cultura Kodak a la imagen en red: una etnografía sobre fotografía digital**. Barcelona: Editorial UOC, 2012.

GOMEZ CRUZ, E. **Las metáforas de Internet**. Barcelona: Editorial UOC, 2007.

GÓMEZ CRUZ, E.; ARDÉVOL, E. Imágenes revueltas: los contextos de la fotografía digital. **Quaderns-e**, Barcelona, n. 16, p. 89-102, 2011. Disponível em: <[http://www.antropologia.cat/files/Quaderns-e16\(1-2\)_G%C3%B3mez-Ard%C3%A8vol.pdf](http://www.antropologia.cat/files/Quaderns-e16(1-2)_G%C3%B3mez-Ard%C3%A8vol.pdf)>. Acesso em: 22 /07/ 2014.

GÓMEZ CRUZ, E.; MEYER, E. T. Creation and control in the photographic process: iphones and the emerging fifth moment of photography. **Photographies**, v.5, n. 2, p. 203-221, Aug. 2012. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17540763.2012.702123#.U9V2K5RdVcA>>. Acesso em: 07/04/2014.

GROSSMAN, L. You - yes, you - are TIME's person of the year. **Time**, 25 Dec. 2005. Disponível em: <<http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>>. Acesso em: 17/12/2013.

GROYS, B. **Art power**. Cambridge: MIT Press, 2008.

_____. Camaradas do tempo. **Caderno SESC_VIDEOBRASIL**, São Paulo, n. 6, p. 119-127, 2010.

HALL, James. **The self- portrait: a cultural history**. London: Thames &Hudson, 2014.

HALL, Stuart. Looking and subjectivity. In: HALL, E.; EVANS J. **Visual culture: a reader**. London: Sage Publications, 2009.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

_____. Quem precisa de identidade? In: SILVA, T. T. (Org.). **Identidade e diferença**. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. The spectacle of the "other". In: HALL, E. **Representation: cultural representations and signifying practices**. London: Sage Publications, 2009.

HAND, M. **Making digital cultures: access, interactivity, and authenticity**. Hampshire: Ashgate, 2008.

HANSEN, M. **New philosophy for new media**. London: The MIT Press, 2003.

HEARN, A. **Variations of the branded self**: theme, invention, improvisation and inventory. Oxford: CRESO Conference Media Change and Social Theory, 2006.

HJORTH, L. Digital art in the age of social media: a case study of the politics of personalization via cute culture. In: BARTLE, Richard A. **Breaking new ground**: innovation in games, play, practice and theory. Melbourne: RMIT University, 2009.

JONES, S. **Virtual culture: identity and communication in cybersociety**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1997.

KRAUSS, Rosalind. Video: a estética do narcisismo (1976). **Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais UFRJ**, Rio de Janeiro, Ano 15, n. 16, jul. 2008. Disponível em: <http://www.ppgav.eba.ufrj.br/wp-content/uploads/2012/01/ae16_Rosalind_Krauss.pdf>. Acesso em: 09/08/2013.

LASCH, C. **The culture of narcissism**: american life in an age of diminishing expectations. Londres: W.W.Norton & Company, 1991.

LASÉN, A.; GÓMEZ CRUZ, E. Digital photography and picture sharing: redefining the public/private divide. **Knowledge, Technology & Policy**, v. 22, n. 3, p. 205-215, Aug. 2009. Disponível em: <<http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12130-009-9086-8>>. Acesso em: 12/03/2014.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1999.

LIVINGSTONE, S. Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. **New Media & Society**, v. 10, n 3, p. 393-411, 2008. Disponível em: <[http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_(LSERO).pdf)>. Acesso em: 02/07/2014.

LOSH, E. **Beyond biometrics: feminist media theory looks at selfiecity**. 2014. Disponível em: <http://d25rsf93iwlmgw.cloudfront.net/downloads/Liz_Losh_BeyondBiometrics.pdf>. Acesso em: 22/07/2014

LOVINK, G. **Networks without a cause, a critique of social media**. Cambridge: Polity Press, 2012.

_____. The practice of everyday (media) life. In: LOVINK, Geert (Ed.). **The video vortex reader**: responses to YouTube. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008.

MADSEN, T.; CARTER, E.; MAYER, J. **Selffeed**. 2014. Disponível em: <http://selffeed.com/> Acesso em: 29/07/2014.

MANOVICH, L. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación**: la imagen en la era digital. Barcelona: Paidós, 2005.

MANSFIELD, N. **Subjectivity, theories of the self from Freud to Haraway**. New York: New York University Press, 2000.

MARIEN, M. W. **Photography: a cultural history**. London: Laurence King Publishing, 2002.

MARSHALL, D. The promotion and presentation of the self: celebrity as marker of presentational media. **Celebrity Studies**, v.1, n. 1, p. 35-48, Mar. 2010. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19392390903519057#.U832AON5MrU>>. Acesso em: 22/07/2014.

MATUCK, A.; MEUCCI, A. A criação da identidade virtual através das linguagens digitais. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 2, n. 4, p. 157-182, jul. 2005. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/article/viewArticle/5128>>. Acesso em: 04/04/2013.

MCANDREW, F. T.; JEONG, H. S. Who does what on Facebook? age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. **Human Behavior**, v. 2, n. 6, p. 2359-2365, Nov. 2012. Disponível em: <http://www.academia.edu/1847203/Who_does_what_on_Facebook_Age_sex_and_relationship_status_as_predictors_of_Facebook_use>. Acesso em: 02/07/2014.

MCKINNEY, B. C.; KELLY, L.; DURAN, R. L. Narcissism or openness?: College students' use of Facebook and Twitter. **Communication Research Reports**, v. 29, n. 2, p. 108-118, Apr./Jun. 2012. Disponível em: <<http://people.uncw.edu/olsenr/courses/200/Articles%20and%20Worksheets/Articles/Narcissism%20Facebook%20and%20Twitter.pdf>>. Acesso em: 02/07/2014.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem (understandign média)**. São Paulo: Culturix, 1964.

MCNEILL, L. Social networking sites and posthuman auto/biography. **Biography: (Post)Human Lives**, v 35. n. 1, p. 65-82, 2012. Disponível em: <<http://muse.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/biography/v035/35.1.mcneill.html>>. Acesso em: 18/02/2013.

MITCHELL, W. J. T. **What do pictures "really" want?** Massachusetts: MIT Press, 1996. Disponível em: <http://culturevisuelle.org/genie/files/2012/11/mitchell_whatpictureswant.pdf>. Acesso em: 02/07/2014.

MOBILE, V. **25 people that won the selfie olympics**. BuzzFeed, 30 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.buzzfeed.com/virginmobilelive/people-that-won-the-selfie-olympics>>. Acesso em: 19/07/2014

MORLEY D.; ROBINS K. **Space of identity: global media, electronic landscapes and cultural boundaries**. New York: Routledge, 2005.

MUMFORD, L. **Technics and civilization**. Chicago: University of Chicago Press, 2010.

NEGRI, A. **El arte y la cultura en la época del imperio y en el tiempo de las multitudes**. Disponível em: <<http://www.edicionessimbioticas.info/El-arte-y-la-cultura-en-la-epoca>>. Acesso em: 23/01/2014.

NOBREGA, L. A construção da identidade nas redes sociais. **Fragmentos de cultura**, Goiânia, v. 20, n. 1/2, p. 95-102, jan./fev. 2010.

NOGUEIRA, C; SANTOS,P; FRIQUES, M. Arte e Política em Joseph Beuys: o Homem como obra de arte. **REDIGE 4** ,2013.Disponível em: <http://www.cetigt.senai.br/dcb/ead/redige/index.php/redige/article/viewArticle/219>. Acesso em: 31/07/2014.

OKABE, D.; ITO, M. Camera phones changing the definition of picture-worthy. **Japan Media Review**, n. 29, 2003. Disponível em: <<http://www.douri.sh/classes/ics234cw04/ito3.pdf>>. Acesso em: 02/07/2014.

ONG, E. Y. et al. Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on Facebook. **Personality and Individual Differences**, v. 50, n. 2, p. 180-185, Jan. 2011. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886910004654> >. Acesso em: 02/07/2014.

O'REILLY, T.; BATELLE, J. **What is Web 2.0.:** design patterns and business models for the nexts generation of software. O'Reilly Media, 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 15/06/2013.

ORTIZ, Daniela. **97 empleadas domesticas**. 2010. Disponível em: <<http://www.daniela-ortiz.com/index.php?/projects/97-empleadas-domesticas/>>. Acesso em: 06/09/2013.

OXFORD REFERENCE. **Social network**. Disponível em: <<http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100515317>>. Acesso em: 02/07/2014.

PENDERGRAST, M. **Mirror mirror:** a history of the human love affair with reflection. New York: Basic Books, 2009.

PETERS, T. The brand called you. **Fast Company**, n. 10, Aug. 1997. Disponível em: <<http://www.fastcompany.com/magazine/10/brandyou.html>>. Acesso em: 02/07/2014.

PHILLIPS, S. **Photographer Nan Goldin's best shots**. The Guardian, 24 jul. 2011. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/artanddesign/2011/jul/24/photograph-nan-goldin-best-shots>>. Acesso em: 29/07/2014

PLAUTZ, J. **Man's bull-running selfie in Spain is extreme - and illegal**. Mashable, 11 jul. 2014. Disponível em: <<http://mashable.com/2014/07/11/pamplona-spain-bull-running-selfie/>>.Acesso em: 30/07/2014.

PONTES, L. **Project Born Nowhere**. 2011-2014. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Project.Born.Nowhere>>. Acesso em: 02/02/2013

PRADA, J. M. La creatividad de la multitud conectada y el sentido del arte en el contexto de la Web 2.0. **Revista de Estudios Visuales**, n. 5, p. 66-80, 2008.

_____. ¿Capitalismo afectivo? **Revista EXIT Book**, n.15, p. 32-37, jul. 2011.

Disponível em: <http://estudiosvisuales.net/revista/pdf/num5/prada_20.pdf>. Acesso em: 01/10/2013.

_____. **Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales**. Madrid: Akal, 2012.

_____. **Outro tiempo para el arte: Cuestiones y comentarios sobre el arte actual**. Valencia: Sendema, 2012.

RAMOS, N. **Selfies: from Neymar to Merkel**. Cape Times, 2 jul. 2014. Disponível em: <<http://www.iol.co.za/capetimes/selfies-from-neymar-to-merkel-1.1712946#.U8wILuN5MrU>>. Acesso em: 29/07/2014.

REZNIK, E. Off your phone and on view: The National #Selfie Portrait Gallery. **TIME Magazine**, 16 out. 2013. Disponível em: <<http://lightbox.time.com/2013/10/16/off-your-phone-and-on-view-the-national-selfie-portrait-gallery/#ixzz38A FuEQbp>>. Acesso em: 29/07/2014.

RHEINGOLD, H. **The virtual community: homesteading on the electronic frontier**. Reading: Addison-Wesley Publishing Company, 1993.

RITCHIN, F. **After Photography**, New York: Norton & Company, 2008.

ROBINS, K. **Into the image: culture and politics in the field of vision**. London: Routledge, 1996.

ROBINSON, L. The cyberself: the self-in project goes online, symbolic interaction in the digital age. **New Media & Society**, v. 9, n. 1, p. 93-110, Feb. 2007. Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/content/9/1/93.abstract>>. Acesso em: 03/07/2014.

SALAVON, J. **Special moments**. 2004. Disponível em: <<http://salavon.com/work/SpecialMoments>>. Acesso em: 29/08/2013.

SALTZ, J. **Art at arm's length: a history of the selfie**. New York: News and Politics, Vulture, 2014. Disponível em: <<http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>>. Acesso em: 16/09/2014.

SAN-CORNELIO, G. **Arte e identidad en internet**. Barcelona: Editorial UOC, 2008.

SARVAS, R.; FROHLICH, D. **From snapshots to social media: the changing picture of domestic photography**. New York: Springer-Verlag, 2011.

SCHAFFER, K. The game girls of VNS matrix: challenging gendered identities in cyberspace sexualities. In: PHILLIPS, Kim M.; REAY, Barry (Ed.) **Sexualities in history: a reader**. New York: Routledge, 2002. p.434-452.

SCHALLMAIER, F. **Faceless**. 2001. Disponível em: <<http://www.facelessexhibition.net/frank-schallmaier>>. Acesso em: 29/05/2014.

SCHWARZ, O. On friendship, boobs and the logic of the catalogue: online self-portraits as a means for the exchange of capital. **Convergences**, v. 16, n. 2, p. 163-

183, May 2010. Disponível em: <<http://con.sagepub.com/content/16/2/163.short>>. Acesso em: 13/11/2013.

SELFIES com fita adesiva viram mania no Facebook; veja galeria. *Vírgula*, 24 mar. 2014. Disponível em: <<http://virgula.uol.com.br/inacreditavel/bizarro/selfies-com-fita-adesiva-viram-mania-na-internet-veja-fotos#image1>>. Acesso em: 29/07/2014

SENFT, T. Micro-celebrity and the branded self. In: BURGESS, J.; BRUNS, A. (Ed.). **Blackwell companion to new media dynamics**. 2012. Disponível em: <https://www.academia.edu/3775110/Micro-celebrity_and_the_Branded_Self>. Acesso em: 29/07/2014.

SERRA, A. M. Notas sobre linguagem e alteridade: a partir de Derrida, leitor de Hegel, Husserl et al. **Sapere Aude**, Belo Horizonte, v. 4, n. 7, p.398-412, 1º sem. 2013.

SHERMAN, T. Vernacular Video. In Lovink, Geert (Ed.). **The video vortex reader: responses to youtube**, Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008.

SIBILIA, P. **La intimidad como espectáculo**. México: Fondo de Cultura Económica., 2008.

SILVER, D. Internet/cyberculture/digital culture/new media/ fill-in-the-blank studies. **New Media & Society**, v. 6. n, 1, p. 55-64, Feb. 2004. Disponível em: <<http://www.bibsonomy.org/bibtex/96841b36074a2097de7f01b5cdf1c80c>>. Acesso em: 29/07/2014.

SOUSA, G. **Céu geek: Capitão Kirk e Spock trocam tweets com a Estação Espacial Internacional**. Hype Science, 2013. Disponível em: <<http://hype-science.com/ceu-geek-capitao-kirk-e-spock-trocam-tweets-com-a-estacao-especial-internacional/>>. Acesso em: 10/07/2014.

SLATER, D. Social relationships and identity online and offline. In: LIVINGSTONE, L. L. S. (Ed.). **Handbook of new media: social shaping and consequences of ICTs**. London: Sage, 2002.

STEIN, J. Millennials: the me me me generation. **Time**, 20 May 2013. Disponível em: <<http://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/>>. Acesso em: 01/07/2014.

STERNE, J. The historiography of cyberculture. In: SILVER, D.; MASSANARI A. (Ed.). **Critical cyberculture studies**. New York: New York University Press, 2006.

STINSON, M. Neil deGrasse Tyson and Obama on Cosmos Sunday. **Liberty Voice**, 09 mar. 2014. Disponível em: <http://guardianlv.com/2014/03/neil-degrasse-tyson-and-obama-on-cosmos-sunday/#ml47aKVYyM3VuEfZ.99>
<http://guardianlv.com/2014/03/neil-degrasse-tyson-and-obama-on-cosmos-sunday/>. Acesso em: 12/07/2014.

STONE, A. Will the real body please stand up?: boundary stories about virtual cultures. In: BENEDIKT, Michael (Ed.). **Cyberspace: first steps**. Cambridge: MIT

Press, 1991. Disponível em: <http://sodacity.net/system/files/Sandy_Stone_Will_the_Real_Body_Please_Stand_Up.pdf>. Acesso em: 03/07/2014.

SUTTON, D. **Photography, cinema, memory**: the crystal image of time. Minnesota: University of Minnesota Press, 2009.

TINKLER, P. A fragmented picture: reflections on the photographic practices of young people. **Visual Studies**, v. 23, n 3, 2008.

TOMAS, D. From the Photograph to Postphotographic Practice: Toward a Postoptical Ecology of the Eye. In: **SubStance**, 17, n.1, University of Wisconsin Press, 1988.

TURKLE, S. **La vida en la pantalla**: la construcción de la identidad en la era de internet. Barcelona: Paidós, 1997.

VAN DIJCK, J. Digital photography: communication, identity, memory. **Visual Communication**, v.7, n. 1, 2008. Disponível em: <<http://cmst458.drkissling.com/winter2011/wpcontent/uploads/2011/01/vanDijck2008.pdf>>. Acesso em: 03/07/2014.

VAN HOUSE, N. Collocated photo sharing, story-telling, and the performance of self. **International Journal of Human-Computer Studies**, v.67, n. 12, p. 1074-1086, Dec. 2009. Disponível em: <<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1645555>>. Acesso em: 03/07/2014.

VILLAÇA, N.; GÓES, F. **Em nome do corpo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

VILLI, M. Mobile visual communication: photo messages and camera phone photography. **Nordicom Review**, v. 28, n. 1, p. 49-62, 2007. Disponível em: <http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/247_villi.pdf>. Acesso em: 05/07/2014.

VILMANTÉ, L; KETURAKIS, S. **Reinventing one's identity and simulacra of private life in cyberspace**. 2013. Disponível em: <<http://www.interdisciplinary.net/criticalissues/wpontent/uploads/2014/04/vilmantecyberpaper.pdf>>. Acesso em: 03/05/2013.

WALKER, J. **Mirrors and shadows**: the digital aestheticisation of oneself. In: Copenhagen: IT University, 2005. Disponível em: <https://bora.uib.no/bitstream/handle/1956/1136/mirrorsandshadows-final.pdf;jsessionid=4CC6A75C711367A18A6C049715C4A359.bora-uib_worker?sequence=1>. Acesso em: 23/04/2014.

WELLMAN, B. The three ages of Internet studies: ten, five and zero years ago. **New Media & Society**, v. 6, n. 1, p. 123-129, Feb. 2004. Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/content/6/1/123.refs>>. Acesso em: 14/03/2014.

WILLEMS, B. Increasing the visibility of blindness: Natalie Bookchin's Mass Ornament. In: LOVINK, Geert, (Ed.). **The video vortex reader II: moving images beyond YouTube**. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2011. p. 293-305.

WILLIAMS, A. Here I am taking my own picture. **The New York Times online**, 19 Feb. 2006. Acesso em: 21/04/2013.

ANEXO 1

LISTA SISTEMATIZADA DAS OBRAS ARTÍSTICAS QUE DESENVOLVEM O TEMA DA IDENTIDADE NAS REDES SOCIAIS

O quadro apresentado a seguir é resultado da pesquisa e catalogação de obras que atingem a identidade expandida nas redes de relacionamento na Internet. Para a elaboração foram consultados acervos e portais online, artigos de imprensa, textos acadêmicos e sites de artistas. Cada fonte oferece um tipo de documentação diferente das obras, portanto, para completar a lista foram utilizadas varias fontes simultaneamente, com o objetivo de ter as informações mais completas possíveis de cada obra, no entanto, somente é citada a fonte principal. A lista, sistematicamente organizada, foi uma ferramenta metodológica que orientou as análises desenvolvidas na dissertação.

Nº	OBRA	PAÍS	ARTISTA	DATA	DESCRIÇÃO	FONTE
1	<i>SUNS (FROM SUNSETS) FROM FLICKR</i> Instalação com fotografias digitais impressas	EUA	Penelope Umbrico	2006 – atualmente	Fotografias de sóis no entardecer retirados de fotografias postadas no Flickr, impresas no tamanho 4x6 polegadas e dispostos numa retícula que cobre grandes superfícies.	http://www.penelopeumbrico.net
						

	<p><i>PEOPLE WITH SUNS FROM FLICKR</i> Instalação com fotografias digitais impressas</p>	EUA	Penelope Umbrico	2011	Fotografias e selfies tirados na frente das exposições da obra Sunsets From Flickr e postados pelas pessoas nessa plataforma. A artista se apropria destas imagens e as incorpora à instalação.	http://www.penelopeumbrico.net
2						
3	<p><i>SUNSET PROTRAITS</i> Fotomontagem digital</p>	EUA	Penelope Umbrico	2011	Fotografias e autorretratos retirados do Flickr e dispostos numa retícula formam esta obra. Todas as imagens se referem a um Eu ou um Nos no anoitecer. A luz do pôr do sol e as siluetas obscuras e pouco definidas são o ponto central desta obra	http://www.penelopeumbrico.net



A TRAVÉS DEL ESPEJO.
Livro.
Videoinstalação.

Espanha

Joan
Fontcuberta

2010

O trabalho é composto por dois mil seiscentos e dois "reflectogramas" (tipo de autorretratos que incluem a imagem da pessoa e da câmera numa superfície refletora) coletados da Internet, de portais de acesso livre. Trezentos e cinquenta e dois fazem parte de um livro e dois mil duzentos e cinquenta são projetados em uma instalação itinerante.

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

4



<p><i>FACELESS</i> Fotomontagem digital</p>	<p>Alemanha</p>	<p>Frank Schallmaier</p>	<p>2001 - atualmente</p>	<p>Fotografias retiradas de redes sociais gay são organizadas como um reticulado de imagens. O ponto padrão presente em todas as autoimagens é o reflexo do flash que cobre os rostos.</p>	<p>http://www.facelessexhibition.net/frank-schallmaier</p>
<p>5</p>					
<p>6</p> <p><i>FLASHING IN THE MIRROR.</i> Vídeo animação</p>	<p>Holanda</p>	<p>Jasper Elings</p>	<p>2009</p>	<p>Video feito com a combinação de centenas de fotografias encontradas na Internet com o som de um flash recarregável e um obturador automático. Todas as imagens são de pessoas se fotografando em frente do espelho, que devolve com força o reflexo do flash.</p>	<p>http://www.jasperelings.info/video/flash-player-camera</p>



*HELLO WORLD!
OR: HOW I
LEARNED TO
STOP LISTENING
AND LOVE THE
NOISE.*
Instalação sonora e
visual.

EUA

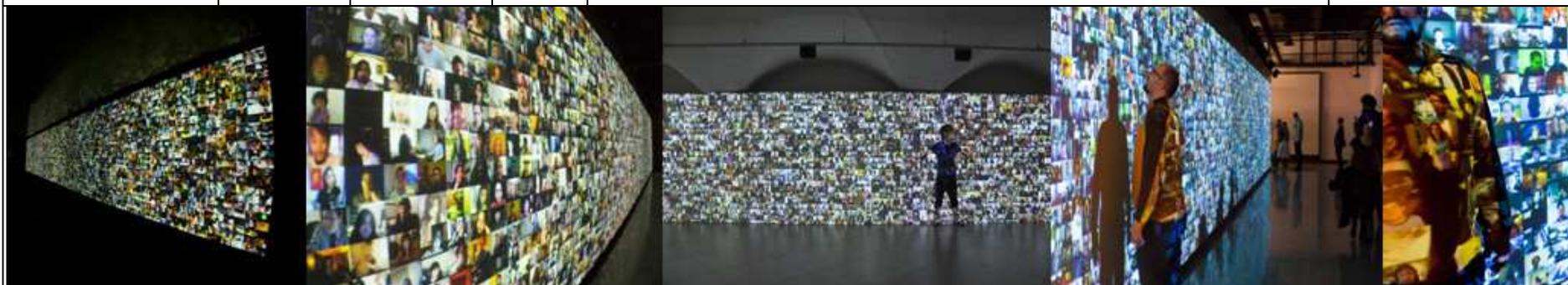
Christopher
Baker

2008

Mais de cinco mil vídeo-selfies retirados da Internet organizados numa projeção única são apresentados simultaneamente numa grande tela. Através de uma composição multicanal, o espectador ouve o som dos vídeos, que vai paulatinamente aumentando até chegar a uma cacofonia.

<http://christopherbaker.net/projects/helloworld/>

7





HOUSE AND
UNIVERSE
Video-selfies
modificados

EUA

Mark
Callahan

2011

Quatro vídeo-selfies muito populares foram manipulados pelo artista que conseguiu deletar cuidadosamente as pessoas da imagem. De tal forma, só ficaram vídeos de 30 segundos de locais vazios.

<http://mazamedia.com/house.html>

10



	FACE TO FACEBOOK. Instalação	Itália	Alessandro Ludovico e Paolo Cirio	2011	Um milhão de fotografias, roubadas de perfis do Facebook, são escaneadas com um <i>software</i> de reconhecimento facial. Depois, são postadas num site fictício de encontros que organiza casais segundo as características das expressões faciais	http://www.face-to-facebook.net/
11						
12	TECHNICALLY INTIMATE. Fotografia digital	EUA	Evan Baden	2010	A série de fotografias recria cenas de mulheres adolescentes seminuas no momento de capturar autorretratos com iPhones, <i>webcams</i> ou câmeras digitais na intimidade dos seus quartos.	http://www.evanbaden.com/



AT ARM'S LENGTH.
Fotografia digital

EUA

Erin
Ashenurst
e Lisa
Fletcher

2010

O projeto online concentra-se nas fotografias dos perfis das redes sociais. O autorretrato com dispositivos digitais leva a ação de fotografar à uma experimentação individual confinada a seu próprio alcance: a extensão do braço. As imagens apresentam o rosto e, com um clique, ampliam-se, revelando o ambiente.

<http://ashencreative.com/at-arms-length/>

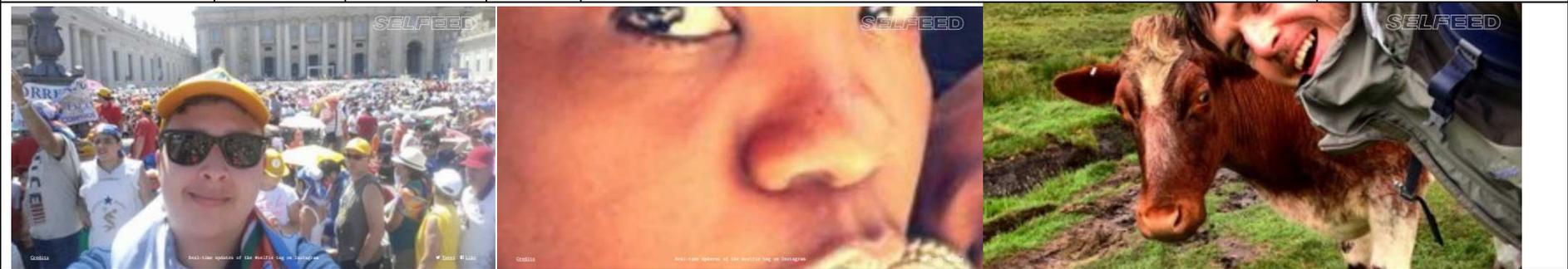
13

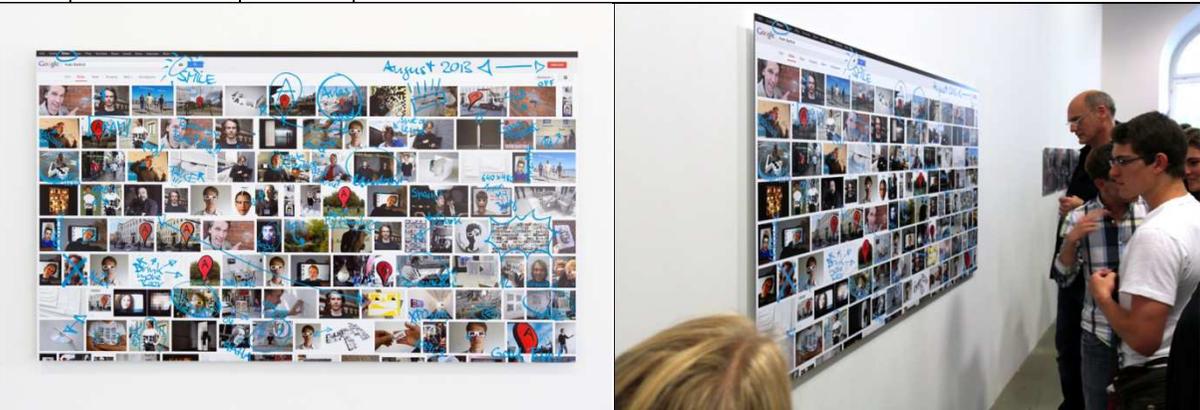


	<p><i>BORN NOWHERE.</i> Fotografia digital alterada num perfil do Facebook. (em produção permanente).</p>	Brasil	Laís Pontes	2011	<p>A partir de uma foto própria, a artista altera a fisionomia do seu autorretrato com ajuda do Photoshop. Assim, cria uma série de mulheres inexistentes transformando o mesmo rosto numa pessoa diferente. Esses retratos são postados num perfil de Facebook que convida os visitantes a criarem cada identidade.</p>	<p>http://www.facebook.com/Project.Born.Nowhere?fref=ts</p>
14						
15	<p><i>INTIMIDAD ROMERO.</i> Fotografias alteradas num perfil do Facebook (em produção permanente)</p>	Colômbia	Intimidad Romero	2011	<p>Romero manipular as imagens, próprias e de outros fazendo maiores os pixels dos rostos, a artista apaga os elementos distintivos das pessoas e dela mesma. Essas imagens são postadas no seu perfil do Facebook. A proposta de Romero inclui retirar, manipular e devolver fotografias de pessoas desconhecidas, não sendo fechada a seu círculo social no Facebook.</p>	<p>http://www.facebook.com/intimidadromero?fref=ts</p>



16	SELFEED Web Site	EUA	Tyler Madsen, Erik Carter e Jillian Mayer	2014	Através de um algoritmo de codificação um software pega as imagens postadas no Instagram com o hashtag #selfie. Em tempo real todas as autoimagens são apresentadas no site Seelfeed.com num fluxo permanente que muda de velocidade segundo a quantidade de postagens dos usuários.	http://selfeed.com/
----	---------------------	-----	--	------	--	---



17	<i>HELLO WORLD!</i> Fotografia digital	Alemanha	Aram Bartholl	2013	O artista com o auxílio da ferramenta de busca no Google por Imagens, procura seu nome e as imagens associadas a ele postadas por outras pessoas na Internet. Com uma captura de tela realiza uma fotografia que é impressa e depois alterada com uma caneta.	http://datenform.de/hello-world.html
						
18	<i>LONG STORY SHORT.</i> Documentário participativo. (em processo)	EUA	Natalie Bookchin	2013 - 2014	O documentário participativo interliga centenas de histórias de residentes nos Estados Unidos com dificuldade para se sustentar. Os participantes compartilham suas narrativas e oferecem soluções para resolver a crise de pobreza do país. Nesse caso, não são vídeos retirados da Internet. A artista decidiu fazer um convite para todos aqueles que desejassem compartilhar sua experiência em situações de pobreza. Até agora, o projeto recebeu duzentos vídeos, feitos com <i>laptops</i> e <i>webcams</i> , realizados por habitantes de Los Angeles, São Francisco e Oklahoma, que fazem um autorretrato falado da difícil situação que atravessam. (Meta autoria).	http://longstory.us/

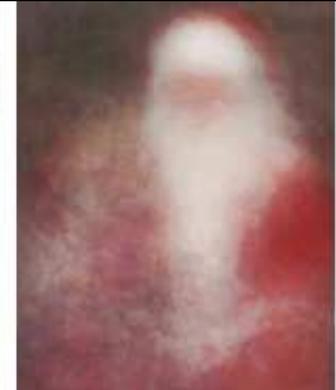


<p><i>NOW HE'S OUT IN PUBLIC AND EVERYONE CAN SEE.</i> Videoinstalação</p>	<p>EUA</p>	<p>Natalie Bookchin</p>	<p>2012</p> <p>A videoinstalação é composta por dezoito canais de vídeo simultâneos que mostram depoimentos de <i>vloggers</i> sobre escândalos midiáticos que envolvem homens afro-americanos. As diferentes narrativas mostram concordâncias e discordâncias sobre o tema, mas ressalta-se a frase "I'm not racist, but . . .". A obra explora a construção da identidade negra nas redes sociais, onde não existe uma verdade só, e evidencia a ideia que se tem do "outro" e os conflitos e tensões existentes sobre a raça nos Estados Unidos.</p>	<p>http://bookchin.net/projects/out-in-public.html</p>
--	------------	-------------------------	---	--

19



	<p><i>TESTAMENT</i> Videoinstalação (em processo)</p>	EUA	Natalie Bookchin	2009	<p>A obra é composta por uma série de vídeos e videoinstalações feitas com videodiários encontrados online. Na obra, um coro de falantes flui e se dissipa em correntes narrativas de autorrevelação através do espaço. O trabalho explora a expressão contemporânea do eu e as verdades que são construídas e compartilhadas em público. As pessoas dos vídeos são representantes de uma nova forma social composta por múltiplas expressões isoladas, mas que alimentam a ilusão coletiva de estar conectado, mesmo estando solitário na frente da tela.</p>	<p>http://bookchin.net/projects/testament.html</p>
20						
21	<p><i>100 SPECIAL MOMENTS</i> fotomontagem digital</p>	EUA	Jason Salavon	2004	<p>Cada uma das quatro séries de fotomontagem (Recém-casados, Crianças com Papai Noel, O graduado e Pequenos jogadores) acumula cem fotografias comemorativas recolhidas da internet. A imagem final, embora seja uma imagem pouco nítida, deixa ver um tipo de enquadramento e composição estereotipados.</p>	<p>http://salavon.com/work/SpecialMoments/</p>

					
97 EMPLEADAS DOMÉSTICAS. Livro instalação	Peru	Daniela Ortiz	2010	A artista extraiu do Facebook noventa e sete fotografias da classe alta peruana em situações cotidianas. No entanto, nas imagens, observa-se fundo (ou cortada pelo auto) a presença das empregadas domésticas, que aparecem de forma acidental.	http://www.daniela-ortiz.com/index.php/?projects/97-empleadas-domesticas/
22					

	<p><i>SERIE: DeFACEBOOK.</i> Colagem, pintura, fotografias, moldura.</p>	Índia	Nandan Ghiya	2012	<p>O projeto mistura suportes tradicionais, como pintura e fotografia, com elementos associados a erros na imagem digital. Os quadros finais se assemelham às fotografias postadas nas redes sociais. O artista menciona uma nova geração de "índios híbridos", que mistura tradições culturais com identidades virtuais.</p>	<p>http://www.yatzer.com/Nandan-Ghiya-deFacebook-Project</p>
23						
24	<p><i>I WILL MISS YOU.</i> Fotografia digital alterada num perfil do Facebook</p>	Argentina	Estaban Ottaso	2012	<p>O artista em um álbum do Facebook mostra imagens capturadas da tela no momento em que decidiu apagar seu perfil. A coletânea de imagens corresponde aos contatos que supostamente sentiriam saudade se ele desativasse sua conta. As imagens, com uma estética entre ficha técnica de arquivo e cartão fúnebre acompanhado da foto do perfil da pessoa, fazem pensar na manipulação afetiva que motiva a permanência dos usuários nas redes sociais.</p>	<p>http://www.facebook.com/esteban.ottaso/photos_albums</p>



24	<p>365 DIAS EN FACEBOOK.</p> <p>E</p> <p>100 IMÁGENES COMO FACEBOOK.</p> <p>Fotografia digital alterada num perfil do Facebook</p>	Argentina	Estaban Ottaso	2011	<p>As duas produções foram feitas através da atualização permanente de um perfil do Facebook. O primeiro trabalho explicita o tempo nas redes sociais no que se refere à experiência de vida pessoal. A cada dia, durante um ano, o artista tirou fotografias de espaços, coisas e situações cotidianas que foram postadas no perfil, criando um tipo de performance em processo contínuo. No segundo trabalho, as imagens se referem a pessoas, a um círculo de amigos, mas nas fotografias aparecem apenas as silhuetas dos retratados, de modo que a individualidade se esvazia e o anonimato se torna o protagonista. A alteração das fotografias nos dois projetos responde ao design do Facebook: cores azul e branca.</p>	<p>http://www.facebook.com/esteban.ottaso/photos_albums</p>

25	<p><i>PHOTO OPPORTUNITIES</i> fotomontagem digital</p>	Suíça	Corinne Vionnet	<p>2011</p> <p>A construção de <i>souvenirs</i> fotográficos é uma prática integral da experiência turística. Com essa premissa, a artista coleta da internet fotografias amadoras de monumentos turísticos tomadas por milhares de pessoas para realizar, com esses materiais, fotomontagens. Os enquadramentos são geralmente os mesmos das fotografias publicitárias. Porém, as pessoas desejam retratar por elas mesmas aquelas figuras canônicas para demonstrar que estiveram no lugar, operando uma personalização da visualidade generalizada. Essa produção visual transfere outros valores às fotografias: elas são uma presença online que permite intensificar o compartilhamento de experiências.</p>	<p>http://www.corinnevionnet.com/site/1-photo-opportunities.html</p>

ANEXO 2**DECÁLOGO POSFOTOGRAFICO**

Joan Fontcuberta

Publicado en el suplemento Culturas, La Vanguardia²⁸

Mayo 11 de 2011

¿Cómo opera la creación radical postfotográfica? Esta sería una propuesta plausible expresada de forma tan sumaria como tajante:

1º Sobre el papel del artista: ya no se trata de producir obras sino de prescribir sentidos.

2º Sobre la actuación del artista: el artista se confunde con el curador, con el coleccionista, el docente, el historiador del arte, el teórico... (cualquier faceta en el arte es camaleónicamente autoral).

3º En la responsabilidad del artista: se impone una ecología de lo visual que penalizará la saturación y alentará el reciclaje.

4º En la función de las imágenes: prevalece la circulación y gestión de la imagen sobre el contenido de la imagen.

5º En la filosofía del arte: se deslegitiman los discursos de originalidad y se normalizan las prácticas apropiacionistas.

6º En la dialéctica del sujeto: el autor se camufla o está en las nubes (para

²⁸ <http://www.lavanguardia.com/cultura/20110511/54152218372/por-un-manifiesto-posfotografico.html#ixzz38sRbQmX8>

reformular los modelos de autoría: coautoría, creación colaborativa, interactividad, anonimatos estratégicos y obras huérfanas).

7º En la dialéctica de lo social: superación de las tensiones entre lo privado y lo público.

8º En el horizonte del arte: se dará más juego a los aspectos lúdicos en detrimento de un arte hegemónico que ha hecho de la anhedonia (lo solemne + lo aburrido) su bandera.

9º En la experiencia del arte: se privilegian prácticas de creación que nos habituarán a la desposesión: compartir es mejor que poseer.

10º En la política del arte: no rendirse al glamur y al consumo para inscribirse en la acción de agitar conciencias. En un momento en que prepondera un *arte* convertido en mero género de la cultura, obcecado en la producción de mercancías artísticas y que se rige por las leyes del mercado y la industria del entretenimiento, puede estar bien sacarlo de debajo de los focos y de encima de las alfombras rojas para devolverlo a las trincheras.

Los puntos fuertes de este decálogo (nueva conciencia autoral, equivalencia de creación como prescripción, estrategias apropiacionistas de acumulación y reciclaje) desembocan en lo que podríamos llamar la *estética del acceso*. La ruptura fundamental a la que asistimos se manifiesta en la medida en que el caudal extraordinario de imágenes se encuentra accesible a todo el mundo. Hoy las imágenes están disponibles para todos.