

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE LICENCIATURA EM ARTES VISUAIS

NAMÍBYA AICK DE MATOS

A *SELFIE*: DEBATE SOBRE VALORES CULTURAIS DA FOTOGRAFIA
DIGITAL DOS ALUNOS DO CENTRO DE ENSINO ESTADO DA
GUANABARA



SÃO LUÍS
2018

NAMÍBYA AICK DE MATOS

**A *SELFIE*: DEBATE SOBRE VALORES CULTURAIS DA FOTOGRAFIA
DIGITAL DOS ALUNOS DO CENTRO DE ENSINO ESTADO DA
GUANABARA**

Monografia apresentada ao curso de Artes
Visuais da Universidade Federal do Maranhão
como requisito parcial para obtenção do título de
Licenciado em Artes Visuais.

Orientador: Prof. Dr. Pablo Petit Passos Sérvio.

SÃO LUÍS

2018

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Núcleo Integrado de Bibliotecas/UFMA

Matos, Namíbya Aick de.

A selfie : Debate sobre valores culturais da fotografia digital dos alunos do Centro de Ensino Estado da Guanabara / Namíbya Aick de Matos. - 2018.

73 p.

Orientador(a): Pablo Petit Passos Sérvio.

Monografia (Graduação) - Curso de Artes Visuais, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2018.

1. Cultura Visual. 2. Jovens. 3. Selfie. I. Sérvio, Pablo Petit Passos. II. Título.

NAMÍBYA AICK DE MATOS

**A *SELFIE*: DEBATE SOBRE VALORES CULTURAIS DA FOTOGRAFIA
DIGITAL DOS ALUNOS DO CENTRO DE ENSINO ESTADO DA
GUANABARA**

Monografia apresentada ao curso de Artes Visuais da Universidade Federal do Maranhão como requisito parcial para obtenção do título de Licenciado em Artes Visuais.

Orientador: Prof. Dr. Pablo Petit Passos Sérvio.

Aprovada em: ___ / ___ / ____

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Pablo Petit Passos Sérvio (Orientador)
Universidade Federal do Maranhão

Prof. José Murilo Moraes dos Santos (Avaliador 1)
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Adriano Damião Kilala (Avaliador 2)
Universidade Federal do Maranhão

Aos meus pais, que incentivaram e presentearam-me com o bem mais precioso que eu poderia ter, a educação.

RESUMO

Diante da era da informação, faz-se importante compreender sobre o que os jovens têm produzido nesses novos espaços virtuais. As fotografias ganharam novos desdobramentos e se fizeram mais presentes no cotidiano das pessoas através das *selfies*, fotografias de si compartilhadas no ciberespaço. O objetivo dessa pesquisa é identificar e analisar os valores e funções dessa produção fotográfica contemporânea feita pelos jovens do ensino médio do Centro de Ensino Estado da Guanabara. Através de um grupo focal com esses jovens, em uma pesquisa exploratória e uma abordagem quali-quantitativa, foram aplicados questionários individuais e em seguida um diálogo dentro do grupo sobre suas produções fotográficas compartilhadas. O resultado da análise dos questionários e cruzamento de informações promovidas pelo diálogo em grupo, levou-me a observar alguns padrões sobre o que motivavam e sobre o que esperavam esses jovens em retorno a suas produções. Seus referenciais no ciberespaço lhes indicam um padrão de uma aparente retratação do que são, mas uma retratação pré-editada que seleciona, para ser compartilhado, apenas o melhor momento de si. Suas motivações giram em torno de uma aparente aceitação nesses espaços, materializadas por curtidas, comentários e seguidores. Esses retornos, em parte, refletem-se em futuras produções e, conseqüentemente, na eliminação das produções que não os agradaram. Outros pouco não são afetados por esses retornos, pois compartilham para satisfazer a si mesmos. Dessa forma, não há um resultado generalizado, mas que apontam uma preocupação que a educação de uma Cultura Visual vem tendo sobre o que nos alertam essas produções feitas por esses jovens. Baseadas nessas reflexões e resultados, são esboçados algumas recomendações e implicações para futuras pesquisas.

Palavras- chave: Selfie. Jovens. Cultura Visual.

ABSTRACT

In the face of the information age, it is important to understand what young people have produced in these new virtual spaces. The photographs gained new developments and became more present in the daily lives of people through selfies, photographs of themselves shared in cyberspace. The objective of this research is to identify and analyze the values and functions of this contemporary photographic production made by the high school youth of the Guanabara State Teaching Center. Through a focus group with these young people, in an exploratory research and a qualitative quantitative approach, individual questionnaires were applied and then a dialogue within the group about their shared photographic productions. The result of the analysis of the questionnaires and the cross-information promoted by the group dialogue led me to observe some patterns about what motivated and about what these young people expected in return for their productions. Their benchmarks in cyberspace point to a pattern of an apparent retraction of what they are, but a pre-edited retraction that selects, to be shared, only the best moment of self. Their motivations revolve around an apparent acceptance in these spaces, materialized by tanned, comments and followers. These returns, in part, are reflected in future productions and, consequently, in the elimination of productions that did not please them. Others few are unaffected by these returns, because they share to satisfy themselves. In this way, there is no generalized result, but they point out a concern that the education of a Visual Culture has taken on what these productions made by these young people alert us. Based on these reflections and results, some recommendations and implications for future research are outlined.

Keywords: Selfie. Young. Visual Culture.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Sudão (1993) - Kevin Carter	36
Figura 2 - A Agonia de Omayra (1985) - Frank Fournier.....	37
Figura 3 - Photography In Abundance (2011) – Erik Kessels – FOAM Amsterdã, Holland.....	43
Figura 4 - Selfie feita na escola.	54
Figura 5- Selfie compartilhada e legenda.	58
Figura 6 - Selfie compartilhada.....	58
Figura 7 - Selfie compartilhada e legenda.	58
Figura 8 - Kéfera Buchmann.....	59
Figura 9 - Selfies Tumblr.....	60
Figura 10 - Edição com filtros do Instagram.	61
Figura 11 - Edição com clareamento na imagem.....	61
Figura 12 - Edição com filtro de cor.....	61

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Porcentagem do uso de redes sociais entre os jovens entrevistados.	55
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 CULTURA VISUAL, VISUALIDADE E IMAGENS.	13
2.1 EDUCAÇÃO DA CULTURA VISUAL: DOS ANTECEDENTES AO CENÁRIO CONTEMPORÂNEO.	18
3 A ERA DA INFORMAÇÃO E A MUDANÇA DO PAPEL DO SUJEITO NO CIBERESPAÇO.	27
3.1 A FOTOGRAFIA: USOS, MANIPULAÇÕES, REPRODUÇÃO E FOTOGRAFIAS DE SI.	33
3.2 PERFORMANCES E LINGUAGENS VISUAIS DOS JOVENS NO CIBERESPAÇO E A CULTURA DA VAIDADE.	47
4 PRODUÇÕES DE <i>SELFIES</i> PELOS JOVENS: FUNÇÕES E VALORES CULTURAIS.	52
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.	65
REFERÊNCIAS	68
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS.	72
APÊNDICE B – PLANO DE CURSO.	73

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa se faz com base em provocações que me foram feitas ao longo do curso de Licenciatura em Artes Visuais. Aliando essas provocações ao cenário contemporâneo, percebo o quanto a *selfie*, como fotografia digital acessível, tem feito parte do cotidiano dos jovens. Dessa forma tal objeto de estudo implica reflexões que podem auxiliar o arte-educador a compreender de que forma os alunos tem produzido fora do âmbito escolar e aliar essas informações a um repertório de aprendizagem.

Em 2016, no projeto de extensão “Salada de Frutas: Arte e Interdisciplinaridade”, coordenado pela professora Dr.^a Viviane Rocha, pude pensar de que forma aliar a arte contemporânea com o ensino das artes visuais. Naquele ano, a temática do projeto foi: “O espelho de Narciso: o corpo como memória e identidade cultural nas artes visuais contemporâneas do Maranhão”. Das experiências do projeto ressalto a palestra do filósofo e professor Agostinho Marques, cujo tema era: “o Narciso e o Nascimento do eu: a partir de Freud e Lacan destacando a relação entre olhar e criação”. Essa palestra me fez mais sensível a observar aspectos culturais que envolvem a sociedade atual através das noções de subjetividade e narcisismo.

Tais temáticas ressoaram em minhas reflexões sobre fotografia. Perguntei-me de que forma as produções fotográficas contemporâneas poderiam refletir essas questões. Naquele momento, o contato com esses autores e estudos me fez atentar a um filme que por acaso assisti: A vida secreta de Walter Mitty. Nele há uma cena que me chamou a atenção, o diálogo entre Walter Mitty (Ben Stiller) e o fotógrafo Sean O’Connell (Sean Penn) quando encontram-se em uma montanha no Himalaia. O’Connell buscava um leopardo das neves e depois de uma longa espera atrás da câmera, que já estava preparada, encontra o raro animal e então decide não fotografá-lo. Ele diz: “Se eu gosto do momento, não gosto de ser atrapalhado pela câmera, eu só quero ficar nele”. Para mim, esta cena refere-se à imagem que surge antes que o ato de captura fotográfica seja efetivado, quando o seu autor olha uma cena e tem a escolha de fotografar ou não. Diante disso, passei a me questionar o que se pensa e o que motiva o fotógrafo a registrar alguma coisa ou alguém em tempos de produção

fotográfica em massa? O quanto a temática da subjetividade narcisista explicaria a motivação de fotografar hoje em dia?

Estas reflexões me trouxeram ao tema que pretendo investigar a partir desse projeto de pesquisa, funções e valores culturais da fotografia digital, especificamente das *Selfies* veiculadas em meios de comunicação online. A *selfie*, segundo o Dicionário Oxford (2013), é definida como a “fotografia que se tira de si mesmo, geralmente com *smartphone* ou *webcam*, para *upload* em mídia social ou *website*”. Sua definição oficial não fala somente das formas de captura de imagem, mas também do seu uso, destacando o compartilhamento como um aspecto muito importante. Devido ao seu rápido desenvolvimento, se tornou a palavra do ano em 2013. Como objeto de pesquisa, decidi trabalhar com essas fotografias produzidas pelos jovens do ensino médio. A pesquisa de forma exploratória parte do seguinte problema: quais funções e valores culturais das *selfies* na vida de alunos do ensino médio do Centro de Ensino Estado da Guanabara, em São José de Ribamar?

A atuação como professora de artes, para mim sempre foi uma função de muita responsabilidade que causava certo receio, a princípio. Isso porque acredito que a formação dos alunos deve se basear em suas individualidades, o que não é algo fácil de ser efetivado. Porém, é preciso lembrar que os alunos não são apenas afetados por uma cultura, eles também constroem cultura. Eles não são apenas depósito dos conteúdos escolares, são também produtores culturais e tem seus próprios valores e sensibilidades. Cabe ao professor conhecê-los. Percebi que entender seus interesses e de que forma se comunicavam por meio de imagens poderia ser uma ferramenta de aproximação do aluno com a arte.

Faz-se importante, portanto, compreender como esses jovens se relacionam com a fotografia. A fotografia traz consigo questões muito maiores do que apenas o resultado fotográfico físico, a foto; discutir todo esse processo ou ato fotográfico é necessário para entender, não apenas o objeto, mas as questões acerca da sua escolha, como o autor por trás da imagem e seu contexto histórico/ social. De acordo com Dubois (1993), se é desejado conhecer o que constitui a originalidade da imagem fotográfica, é necessário ver o processo desse ato, muito mais do que seu produto.

Deixamos para trás uma época em que produzir fotografias era um privilégio para poucos, e o resultado final, a foto, exigia longos processos que implicava tempo. Hoje notamos certa facilidade em fazer e reproduzir essas imagens, com o

desenvolvimento do digital, câmeras cada vez mais acessíveis e a velocidade de compartilhamento obtida pelas redes de comunicação *online*. Contudo, a facilidade de produzir tais imagens não implica necessariamente em uma compreensão crítica sobre elas. Sendo assim, tal pesquisa se justifica ainda pelo fato de que cabe ao ensino de artes visuais também promover compreensões mais críticas sobre as imagens que nos cercam. Fernando Hernández (2011, p. 38) questiona-se sobre “(...) como favorecer a mudança de posicionamento dos sujeitos de maneira que passassem a construir-se de receptores ou leitores a visualizadores críticos”. Esta é uma das inspirações desta pesquisa. Desse modo, pretendo investigar de que forma a cultura e as produções visuais dos jovens em meios não escolares, afetam suas vidas. E de que forma, também, poderiam se aliar ao ensino das Artes Visuais para compor um maior repertório de aprendizagem.

Logo essa pesquisa tem como objetivo geral, identificar e analisar os valores e funções da produção fotográfica digital contemporânea, especificamente, as *selfies* feitas por jovens do ensino médio em São José de Ribamar, cidade em que resido atualmente. E por objetivos específicos, investigar o campo de estudos da Cultura Visual e como este pode auxiliar o ensino de artes na percepção crítica da produção fotográfica digital atual; refletir sobre subjetividades contemporâneas e suas relações com imagens de si; dialogar e refletir sobre as produções fotográficas (*selfies*) veiculadas em redes sociais feitas por jovens do ensino médio do C. E. Estado da Guanabara.

A investigação atingiu seus objetivos através de uma abordagem qualitativa e de forma exploratória. Foi realizada em um grupo focal com oito alunos do terceiro ano do ensino médio, que no primeiro momento foram submetidos a um questionário individual e em seguida, a um diálogo coletivo que pretendia cruzar histórias advindas das diferentes subjetividades. A intenção dessa pesquisa não é oferecer resultados generalizados sobre o tema, mas aproximar-nos da real intencionalidade dessas produções feitas pelos jovens nesse contexto e espaço específicos.

Dessa forma, no segundo capítulo apresento os referenciais que embasam uma Educação da Cultura visual, que partem de antecedentes críticos à uma educação mediada por imagens presentes no cotidiano dos jovens. O terceiro capítulo mostra o contexto contemporâneo, tomado por uma chamada, era digital. Nele

destaco a fotografia e os desdobramentos tomados por ela até o surgimento da *selfie* e ferramentas de interação social que as tornaram cada vez mais parte de uma configuração social. No quarto capítulo, utilizo as narrativas dos jovens para compreender de que forma as *selfies* estão presentes em suas vidas. E por fim, as considerações finais do quinto capítulo, mostrarão o que elas têm a nos falar sobre quais funções e valores culturais carregam além da imagem em si.

2 CULTURA VISUAL, VISUALIDADE E IMAGENS.

Neste capítulo, tentarei traçar um caminho com base em investigações sobre esse campo tão amplo e interdisciplinar que é a Cultura Visual. Buscarei compreender através dos Estudos da Cultura Visual, de que forma ele poderá auxiliar o ensino das artes na percepção crítica das produções de imagens.

Para discutir este campo, parto do seu objeto de estudo, a visualidade, ou seja, as experiências visuais com sua dimensão cultural. A visualidade vai além da visão como fenômeno físico e fisiológico. A bagagem histórica do sujeito, as interações sociais, a cultura, ou seja, todo o contexto, influi nas formas de percepção. Destacarei características das experiências visuais contemporâneas, o fato de que são cada vez mais mediadas por imagens. O cenário em que vivemos hoje é marcado por tecnologia de produções e distribuições imagéticas. Assim questiono de que forma estamos lidando com elas?

A partir da diferenciação dos conceitos de visão e visualidade, se tornara mais claro onde quero chegar com os estudos visuais. Esses dois termos compõem o que Hal Foster (1988) chama de “visual”. Embora aparentem se referir a uma mesma ideia, apontam para aspectos particulares. Para Campos (2007, p. 44) “a visão está fundamentalmente relacionada com as capacidades fisiológicas humanas para olhar o que nos rodeia. A visualidade remete para a forma como o olhar é construído, de acordo com o contexto histórico, social e cultural.”

A visão é entendida como a parte fisiológica da experiência visual. Através dos olhos percebemos o que está ao nosso redor. Mas “se vemos da maneira como vemos, é porque o cérebro atua sobre as informações que nossos olhos conseguem codificar” (SÉRVIO, 2004, p. 197). Sobre isso, sabemos, por exemplo, que nem toda informação enviada pelos nossos olhos é processada de forma consciente pelo nosso cérebro. O que pode ser exemplificado pela Gestalt, estudo da percepção humana. As leis da Gestalt explicam que nossa visão é capaz de traduzir e interpretar o mundo convertendo-o a formas mais simples. Também não vemos estímulos isolados, mas um todo. Importa compreender os aspectos fisiológicos que determinam a experiência visual. Deste estudo já compreende-se que não apreendemos a realidade da forma como ela é, mas de uma forma específica condicionada pela nossa fisiologia. Ainda

que muitos entendam que a visão é o sentido mais poderoso, pois por ela adquirimos muitas informações, é preciso compreender que a visão não é uma janela transparente e neutra para o mundo.

Por outro lado, a Cultura Visual investiga outro aspecto do visual. Para este campo:

Todo e qualquer conhecimento sobre uma característica que se suponha biológica do olhar será sempre insuficiente para ajudar-nos a compreender casos específicos se não somarmos a tais conhecimentos influências históricas que caracterizam a cultura na qual se localiza o fenômeno que desejemos entender. (SÉRVIO, 2004, p.200)

A percepção visual como fenômeno fisiológico por si só não é o foco da cultura visual, já que princípios fisiológicos não seriam suficientes para abraçar mudanças culturais, históricas que tem sofrido o olhar. Daí podemos partir para o outro conceito sobre a experiência visual. A visualidade aponta para a dimensão social e histórica da experiência visual. Assim, contextualiza-se a visão (PAULO KNAUSS, 2006). Esse conceito lembra que as experiências visuais sofrem modificações que estudos históricos sobre fisiologia não são capazes de explicar. “A visualidade é o resultado de uma ação coletiva que visa atribuir sentido ao mundo” (CAMPOS, 2007, p. 44). Sendo assim, não se propõe um modelo universal de explicação da percepção visual. Ela está sempre atrelada a um contexto. “A percepção não é, portanto, um mero mecanismo de natureza fisiológica, pois está imersa num processo cognitivo, emocional e mental complexo, em que diferentes fatores internos e externos ao indivíduo participam” (CAMPOS, 2007, p. 44).

Foster lembra que ambos não se opõem, “a visão é também social e histórica, e a visualidade envolve corpo e psique”, a divisão entre estes conceitos é arbitrária e só se aplica por motivos analíticos. Essa pesquisa alia visão e visualidade na busca pela compreensão dos caminhos trilhados pela Cultura Visual. Como sugere Martin Jay (1994, p.8-9), aproximando visão e visualidade:

Ao contrário dos outros sentidos, olfato, tato ou paladar, parece haver uma relação próxima, ou complicada, entre visão e linguagem, que desenvolvem-se aproximadamente no mesmo momento de maturação. Como Robert Rivlin e Karen Gravelle notam, “a capacidade de visualizar algo internamente está intimamente ligada à capacidade de descrevê-lo verbalmente”. Descrições verbais e escritas criam imagens mentais muito específicas... A ligação entre a visão, memória visual e verbalização pode ser bastante surpreendente. (...)As implicações deste último ponto são muito importantes para o problema mencionado anteriormente: a permeabilidade da fronteira entre o componente “natural” e o “cultural” no que chamamos de visão. (...)Como resultado, a universalidade da experiência visual não pode ser

automaticamente assumida, se esta experiência é em parte mediada linguisticamente. A própria ciência natural, portanto, sugere a possibilidade de variáveis culturais, pelo menos em algum grau. Implica, em outras palavras, o entrelaçamento inevitável da visão e do que tem sido chamado de "visualidade" – as manifestações históricas distintas da experiência visual em todos seus possíveis modos.

Dessa forma, compreendo que a dimensão cultural do olhar é a principal preocupação do campo de estudos da Cultura Visual. O contexto, como parte de um universo cultural, influência de forma direta na maneira como nossa percepção visual se dá. Por isso, este campo toma como fundamental compreender como se interligam experiências visuais e cultura.

A definição mais genérica de “cultura” é a de Edward B. Tylor¹ (1920), que seria “todo complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, a lei, os costumes e todos os outros hábitos e capacidades adquiridos pelo homem como membro da sociedade”. Porém, tal conceito vem sendo problematizado e reformulado constantemente, sendo assim um termo de complexa definição e que pode ser associado a pares conceituais como cultura/ sociedade, cultura/ personalidade, cultura/ civilização etc.

Pode-se dizer que:

A cultura visual é um campo interdisciplinar que investiga como se interligam cultura e experiências visuais (MITCHELL, 2002). Por um lado, discute o modo como nossa dimensão cultural influencia como vivenciamos as experiências visuais e como predispõe certas formas de organização da vida social através da consolidação e da regulação dos eventos visuais. Por outro lado, põe em questão o papel destas experiências visuais, enquanto práticas que por sua vez produzem significado e modos de subjetivação (SÉRVIO, 2017, p. 154).

Feita esta definição quero focar em um ponto específico bastante destacado por autores ligados à cultura visual. Estudos em Cultura Visual focados em fenômenos contemporâneos ressaltam que as nossas relações sociais são estabelecidas cada vez mais dependentes de experiências visuais com o protagonismo da imagem. Por isso a importância da análise das imagens nos estudos visuais.

Para Knauss (2006), há duas maneiras de delimitar os estudos sobre cultura visual, uma mais abrangente e outra restrita. O que caracteriza a definição abrangente é o interesse de pensar diferentes experiências visuais ao longo da história, a

¹ Citado em *Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, language, art and custom*. London, 1920.

diversidade de processo de visualização. Já o sentido restrito se refere a como a cultura visual traduz a cultura dos tempos atuais, marcado pelas imagens virtual e digital, e o domínio da tecnologia (NICHOLAS MIRZOEFF, 1999).

É importante ressaltar que essa escolha pela análise da experiência visual mediada por imagens na contemporaneidade, é feita aqui nesta pesquisa pois melhor se adequa a seu objeto de estudo. Ressalto que nem todos os autores da Cultura Visual se preocupam exclusivamente com as imagens. Diferente dessa abordagem, alguns autores como Mitchell (2002), Stuart Hall e Jessica Evans (1999), Ulpiano Meneses (2005), Jonathan Crary (2012), Sérgio (2014), se baseiam na ideia de que as imagens são apenas parte do objeto de estudo do campo da Cultura Visual.

Sempre acreditei que as imagens tinham muito a nos dizer. Durante todo o processo acadêmico no curso de Licenciatura em Artes Visuais, algumas disciplinas me deram essa certeza. A imagem faz parte dos vestígios mais antigos da existência humana. Como diz Paulo Knauss (2003, p. 99-100):

Desse modo, desprezar as imagens como fontes da História pode conduzir a deixar de lado não apenas um registro abundante, e mais antigo que a escrita, como pode significar também não reconhecer as várias dimensões da experiência social e a multiplicidade dos grupos sociais e seus modos de vida. O estudo das imagens serve, assim, para estabelecer um contraponto a uma teoria social que reduz o processo histórico à ação de um sujeito exclusivo e define a dinâmica social por uma direção única

A importância da imagem é vista quando percebemos o processo de aprendizagem de uma criança. Ela enxerga e reconhece antes de falar. Como lembra John Berger (1972), a visão vem antes da palavra. Fernando Hernández (2011) considera as imagens e outras representações visuais mediadoras e portadoras de significados e posições que contribuem para pensar o mundo e a nós como sujeitos. Portanto, discutir as imagens que nos cercam é fundamental, não somente para entender a forma como as pessoas veem as imagens. Assim o campo da Cultura Visual nos leva a investigar de que forma nossa relação com imagens constrói nossa percepção do mundo e de nós mesmos.

Mirzoeff, um dos autores que defende o foco restrito para os estudos visuais, ou seja, o foco nas relações sociais contemporâneas pautadas em imagens, acredita que o desenvolvimento recente da tecnologia digital é o que tem causado mudanças culturais importantes. Parto do pressuposto que tecnologia é todo aparato que é criado para satisfazer as necessidades de uma sociedade. Sibilia (2016, p.25), diz que “as

tecnologias são inventadas para desempenhar funções que a sociedade de algum modo solicita e para as quais carece das ferramentas adequadas”. Novas tecnologias, como internet, dispositivos moveis de comunicação e fotografia digital, são exemplos de aparatos criados para atender as nossas necessidades². Nessas tecnologias específicas, neste momento da história chamado era digital, as imagens são importantes protagonistas. Por meio dessas tecnologias é possível produzir e compartilhar imagens. Mirzoeff ressalta que esses “processos de visualização”, se destacam não apenas pelas imagens em si mas por revelarem uma “tendência moderna de figurar ou visualizar a existência”. Ou seja, “as tecnologias são cada vez mais visuais como uma consequência dessa tendência de figurar e visualizar a existência” (SÉRVIO, 2017, p. 208). Tais “dispositivos tecnológicos são frutos de certas mudanças históricas” (SIBILIA, 2016, p. 25). Mudanças que deram lugar à supremacia do visual em nosso dia a dia.

Para Sibilia, as tecnologias são apenas frutos dessas transformações que ocorreram historicamente em nossa sociedade:

“Não são os aparelhos que causam mudanças no modo de ser, como costuma se afirmar com excessiva irreflexão; mas, ao contrário, parece evidente que os artefatos técnicos são resultados de processos históricos bem complexos, que envolvem uma infinidade de fatores socioculturais, políticos e econômicos.” (SIBILIA, 2016, p.25)

Partindo desse pressuposto, as novas tecnologias não são as causas e sim os meios pelos quais se propaga uma mudança cultural. Podemos dizer que, através delas, encontraremos indícios para se entender o atual contexto de produções imagéticas em meios virtuais.

Só para termos uma noção sobre essas transformações tecnológicas que tivemos em, mais ou menos vinte anos, vamos recapitular algumas delas. Em 1990 a *world wide web* ingressa no mercado. Na virada do milênio surgem as primeiras redes sociais e *blogs online*. Em 2001 começam as vendas de câmeras digitais. Atualmente, é comum o uso de dispositivos móveis – telefones celulares, *iPhones* – não somente para telefonemas, mas para envio de mensagens, acesso à *internet*,

² Nesse entendimento, nos diz Andrew Clark, sempre fomos ciborgues, ou seja, sempre buscamos extensões para funções que já possuíamos. Citado em Revista observatório Itaú Cultural: OIC. – N. 19 (nov.2015/maio 2016). – São Paulo: Itaú Cultural, 2007.

compartilhamento, produção e *download* de imagens etc.³ Através da *internet* é possível haver conexão com milhares de pessoas no mundo inteiro. Essa conexão, possibilita com que cada vez mais, e de forma acelerada, se produza meios onde pessoas possam ter acesso a informações e se comuniquem. Tal comunicação, como já foi dito, é feita em grande medida com imagens. E essa tem sido uma necessidade dos novos tempos.

Mirzoeff fala especificamente das experiências visuais mediadas por imagens tecnológicas. Essa veiculação de imagens, como notamos, não tende a uma difusão qualquer de imagens, assim como o faziam as mídias tradicionais de massa, como a TV. Possibilita com que sua produção seja mais democrática, o que é notório, pois cada vez mais produzir imagens faz parte do nosso cotidiano.

Essa real possibilidade de conexão que adquirimos nos últimos tempos e que nos possibilitou acesso a diferentes culturas e a informações nunca antes imaginada, faz parte de um fenômeno maior, a globalização.

Ela se reflete em diversas áreas na sociedade, inclusive na forma como nos comunicamos. Alguns acreditam que ela leva a uma homogeneidade entre os povos. Outros, que trará a evidenciação dos sujeitos individuais. De toda forma, essa maior visualidade e conexão, afeta os modos de ser e estar no mundo. Daí o porquê importam para o campo da educação da cultura visual.

2.1 EDUCAÇÃO DA CULTURA VISUAL: DOS ANTECEDENTES AO CENÁRIO CONTEMPORÂNEO.

Para que se possa entender os rumos da Educação da Cultura Visual, devemos recorrer a atitudes tomadas por educadores e pesquisadores que resolveram inovar no ensino das artes. As mudanças sociais ao longo da história, se refletiram no ensino, os modelos hegemônicos da educação não satisfaziam mais uma sociedade que estava em constante transformação. Pensando nisso, se fez importante aliar ao ensino das artes, as produções visuais que ocorriam do lado de

³ PALFREY, John. Nascidos na era digital: entendendo a primeira geração dos nativos digitais. John Palfrey e Urs Gasses. Tradução: Magda França Lopes. Artmed: São Paulo, 2011.

fora das escolas. Uma mudança que passava também pela relação aluno/professor. O professor, um mediador, provocador de debates, que contextualiza conhecimentos, capaz de estimular o pensamento crítico nos alunos. O aluno não seria um mero receptor de um conteúdo, mas principalmente um sujeito com bagagem referencial que contribui para uma relação de aprendizagem. A educação da cultura visual possibilita uma aproximação de conhecimentos à realidade do aluno, sem, com isso, deixar de lado os conhecimentos artísticos adquiridos ao longo da história.

No que diz respeito à Cultura Visual:

Em sua vertente educacional, este campo vincula-se à pedagogia crítica, revisada pelo debate pós-moderno. Assim, busca identificar como discursos/saberes materializam-se em experiências visuais para moldar/modular como vivenciamos a nós mesmos, nosso entorno e como interagimos com o mundo; expor verdades naturalizadas inseridas nesses discursos e estimular o desejo de conhecer a sociedade e também de transformá-la (SÉRVIO, 2017, p. 154).

Partindo da relação entre estudos críticos e o ensino das artes percebemos que a educação da Cultura Visual possui antecedentes históricos, segundo Kevin M. Tavin (2008). Esses antecedentes podem ser vistos através de alguns autores e educadores, que marcaram significativamente o ensino da arte.

Vicent Lanier discutiu sobre a possibilidade de trazer a cultura popular para a sala de aula. Ele notava que as concepções de arte para os professores eram diferentes das do aluno, que por sua vez, possuíam outros interesses. Os professores se preocupavam em repassar um padrão artístico erudito. Lanier (1969) afirma que “quase tudo que fazemos no momento ensinando arte nas escolas de ensino médio é inútil... as aulas de arte são áridas e sem sentido para a maior parte dos nossos jovens” (LANIER, 1969, p. 314-315). Muitos desses ensinamentos refletiam sobre uma realidade distante, sem uma preocupação em contextualizar os conhecimentos traçando relações com as vidas dos alunos.

Lanier (1969, p. 316) notou que era preciso transformar o ensino, para que se tornasse mais relevante.

Ao escolher estudar [formas da cultura popular] que lidam com questões culturais controversas e ao encorajar os alunos a explorarem tais questões ao fazerem [seus próprios trabalhos], o professor de arte estará tornando a sala de aula relevante para a vida dos estudantes.

Dessa maneira, ele acreditava que a arte educação era um instrumento para implementar mudanças sociais. Preocupava-se com um ensino de arte que considerasse seu papel social como promotor de consciências críticas, uma educação

para a revolução social. Não com a intenção de apontar um caminho para que os alunos seguissem, mas de “desenvolver coletivamente várias maneiras de fazer nossa sociedade atuante e justa” (LANIER, 1969, p. 316). Trazer o cotidiano para dentro da sala de aula e não promover uma consciência crítica nos alunos, seria algo sem sentido. É o que nos mostra a arte educadora June King McFee, ela defendia que a arte não poderia estar separada da vida. Como parte da vida, deveria considerar as transformações nos meios de aprendizagem visuais que se instauravam fora da escola:

Considerando o impacto da televisão, dos filmes e de todos os outros meios visuais de aprendizagem sobre cultura, parece importante que as crianças percebam que todo esse aprendizado visual está acontecendo de modo que elas podem aprender a ser, discriminando o que elas aceitam... A análise crítica é necessária se uma versão realista, ao invés de uma visão exagerada da cultura deva ser mantida (MCFEE, 1961, p. 23).

Os estudos de McFee possibilitava o contato dos alunos, de diferentes cidades, com esses, que ela chama de, meios visuais de aprendizagem. Os alunos poderiam tecer suas contribuições sobre o que viam. Logo, ela concluiu que “estudar o meio-ambiente sem a inclusão de preocupações sociais, ou preocupações sociais sem a inclusão da consciência do meio não ajudará... as crianças devem se tornar preparadas para lidar com os problemas da cidade” (MCFEE, 1971, p.63). Essa consciência social devia ser motivada por professores capazes de promover esse pensamento crítico a partir de discursões que perpassassem por outras áreas do conhecimento. Tal interdisciplinaridade é um dos aspectos da Cultura Visual que veremos mais adiante. (FREEDMAN, 2003; DUNCUM, 2003; TAVIN, 2003).

Chapman, assim como os autores já citados, fazia questão do uso de imagens do cotidiano, entendendo que os alunos poderiam opinar sobre elas. Mesmo que houvesse resistência no ensino sobre o uso dessas imagens. O fato de elas não serem mencionadas, não as fariam sumir, muito menos deixariam de fazer parte da vida dos alunos. O jovem não é um mero expectador, mas um indivíduo capaz de contribuir a respeito das produções visuais de sua época. Dessa forma, como educadores de arte, “devemos estar dispostos a conversar com eles sobre a vida, não apenas sobre a arte” (CHAPMAN, 1978, p.15). Com isso, são necessários educadores também capazes de provocar e mediar esse aprendizado, que ocorre como via de mão dupla e precisa ser pensado para além das salas de aula. Segundo Laura Chapman (1978, p.94) “nossa autoimagem é formada, em parte, através da inter-relação visível com o

eu dos outros”. Portanto relações sociais constroem um repertório capaz de indicar a forma como um indivíduo se porta frente a um meio de aprendizagem visual. Esse repertório reverbera não só na forma como aprende, mas na sua individualidade ao produzir. Sobre isso, Brent e Marjory Wilson (WILSON, WIEDER & WILSON, 1977, p. 31) escreveu:

Crianças – todos nós – podem ser controladas por um período de tempo na sala de aula ou em outro lugar, mas quando a liberdade é readquirida, nós fazemos o que bem entendemos. Consideramos quão pouco das baboseiras que usamos para alimentar as crianças nos programas de arte nas escolas é realmente reaproveitado por ela quando fazem suas próprias escolhas. Elas escolhem o romance, o drama, o sangue e o trovão que veem na arte e na mídia.

Wilson e Wilson, já nos indicava um caminho, mostrando que os jovens, conscientes disso ou não, possuem bagagens de conteúdo que influenciam em suas produções visuais. Seus estudos buscavam mostrar que crianças não eram virgens graficamente, isso era visto quando elas tinham liberdade de se expressar.

Todos os autores já citados constituem o que se chamou de antecedentes para uma educação da Cultura Visual, segundo Kevin M. Tavin (2008). Em seu tempo, eles trouxeram discursões que se propagaram até os dias de hoje. A relevância do uso das imagens do cotidiano no aprendizado; a importância de envolver outras áreas de conhecimento para a formação de um pensamento crítico e a validação da opinião do aluno como parte de um meio social que também constrói seu conhecimento, são exemplos disso.

Marcado por tais pressupostos da pedagogia crítica, o ensino de artes visuais, inicialmente, preocupou-se em especial com as imagens de natureza comercial, as imagens da indústria cultural. A indústria cultural pode ser definida como um conjunto de meios de comunicação que formam um sistema forte e coerente entre si, com a finalidade de gerar lucros através da produção de bens de matriz cultural. Podendo ainda ser considerada como um sistema político e econômico. De acordo com Theodor Adorno e Max Horkheimer⁴, a Indústria Cultural é um retrato do capitalismo moderno, dado que também é a razão para a replicação da própria arte e para a influência dos meios de comunicação nas massas.

⁴ ADORNO, Theodor e Max Horkheimer. A indústria cultural – o iluminismo como mistificação das massas. In: Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

Essa pedagogia crítica pontuava que tais imagens não são inocentes ou ingênuas, pois por trás delas há interesses de manipulação, por vezes interesses de empresas globais. Imanoel Aguirre (2011, p.69) chamou essa mudança de “‘estetização’ da cultura, que seria ‘o implacável deslocamento estético do âmbito das artes para todos os cantos da vida cotidiana’”. Estas imagens do cotidiano e a cultura que a cerca, desempenha um papel pedagógico. Sendo assim, deveriam ser tratadas e observadas sempre com suspeita e os alunos deveriam também ser colocados a par dessas suspeitas.

Ressalta-se que essas suspeitas faziam parte de um cenário modernista em que a dualidade se evidencia em detrimento das intermediações que poderiam haver. Aqui as expressões visuais artísticas foram muitas vezes colocadas como produções incontestáveis, manifestações que representavam a essência humana. O que muitos não percebiam, é que todas as imagens, sendo elas do cotidiano comercial ou obras de arte, deveriam ser compreendidas como parte do ambiente visual do jovem, logo todas devem ser questionadas. Isso não significa deixar a arte de lado, mas torná-la parte de um leque de possibilidades para refletir sobre pesquisas no campo da visualidade.

Além desta consideração, mesmo que o pensamento crítico das mudanças pedagógicas que vimos anteriormente possua traços em comum com a educação da Cultura Visual, seus critérios universais de verdade não cabem mais para uma sociedade com aspectos pós-moderno. O que difere a abordagem pedagógica crítica modernista da pós-moderna na qual se fundamenta a Educação da cultura Visual? Como sugere Illeris (2012, p. 110):

A principal diferença entre as estratégias analíticas dos estudos de cultura visual e aquelas da arte educação crítica é que esta última não escapa de uma ontologia modernista que por trás de toda a influência artificial e de construções da sociedade capitalista reside algum tipo de reino de autenticidade natural – algum lugar onde a visão não é construída, mas imediata, um mundo onde incursões críticas serão dispensáveis porque tudo aparentará exatamente como é de acordo com o que se imagina ser o interesse humano essencial.

Para um debate pós moderno deve-se desconfiar “de qualquer modelo de interpretação que alegue revelar a verdade final, a essência de um texto ou de qualquer forma de experiência” (KINCHELEO e MCLAREN 2006, p. 291).

A educação artística crítica baseada na cultura visual deve ter como seu objetivo primário a análise crítica das chamadas “narrativas mestras” ou, utilizando a expressão de Lyotard, das “grandes narrativas”, que são

comumente apresentadas como naturais, universais, verdadeiras e inevitáveis” (CHARRÉU, 2012, p.51).

Tal debate se propõe a questionar não somente as imagens da cultura popular, do cotidiano, mas também as ideologias nas obras artísticas. Esses questionamentos significam uma recolocação do entendimento da obra de arte, como algo que pode carregar intencionalidades nem sempre divinas. Mudanças nas concepções de arte as coloca num mesmo acervo onde se encontra as imagens midiáticas, transformando-as em passíveis de serem questionadas.

Mas isso não descredita as experiências artísticas, mas discute a interação entre cultura e experiências visuais num sentido geral. Logo, a contribuição da Cultura Visual, como afirma Knauss (2008, p. 160), historiadores demonstram a importância de pensar a cultura visual, ao conceber a possibilidade de o “estudo de todas as imagens sem distinções qualitativas entre elas e o estudo de todas as imagens cujo valor cultural de distinção foi ou está sendo estabelecido, com o pressuposto de que o critério estético não deve existir fora de um contexto histórico específico”.

Os estudos da cultura visual contribuíram para repensar o ensino das artes visuais em um contexto cultural com debates pós-modernos. A pós-modernidade se refere ao pensamento que vai de encontro com certas tendências modernistas. Repensar as tendências que mantinham as relações binárias, a confiança cega na razão, como regra. Recusava os conceitos como objetividade, realidade e verdade. Por outro lado, o pós-moderno pode ser compreendido com o objetivo de enfatizar o informe, o subjetivo e o espontâneo.

O ‘pós-modernismo’, como o próprio nome sugere, é inconcebível sem o modernismo. Pode ser entendido como uma reação aos ideais do modernismo, como um retorno ao estado que precedeu o modernismo, ou mesmo como uma continuação e conclusão de várias tendências negligenciadas no modernismo. (...) Caracterizado de maneira variada como ‘uma descrença em relações metanarrativas’, ‘uma crise de autoridade cultural’ e ‘a mudança da produção para a reprodução’, (...) (ELEONOR HEARTNEY, 2002, p. 6-7).

Questiona-se aqui o ensino por meio de objetos artísticos que consistia em apregoar uma relação de poder, em que quem detinha um conhecimento legitimado podia definir como todos deveriam ver. Em oposição, valoriza-se o olhar cultural e os processos de construção de sentidos dos relatos visuais. Defende-se a geração de debates a partir do cruzamento de contextos diversos. Só assim acredita-se que pode-se “favorecer a mudança de posicionamento dos sujeitos de maneira que passassem

a constituir-se de receptores ou leitores a visualizadores críticos” (HERNÁNDEZ, 2011, p. 38).

Como nos diz Hernández (2011, p.34) “a cultura visual, quando se refere à educação, pode se articular com um cruzamento de relatos em rizoma que permite indagar sobre as maneiras culturais de olhar e seus efeitos sobre cada um de nós”. A importância dada a subjetividade dará a oportunidade de surgir a provocação de diálogos, reflexão e intercâmbios culturais.

A escola, então, precisa lidar com as vulnerabilidades e diversidades das experiências do ver e do ser visto, assim como a multiplicidade de sentidos, significados e usos dessa experiência, entendendo-a sempre entrincheirada em nossas subjetividades, identidades, contextos, afetividades e, também, delírios” (IRENE TOURINHO, 2011, p. 10).

Para Hall (2000, p. 109) as identidades têm a ver não tanto com as questões “quem nós somos” ou “de onde viemos”, mas muito mais com as questões “quem nós podemos nos tornar”, “como nós temos sido representados” e “como essa representação afeta a forma como nós podemos representar a nós próprios”. Essa identidade que o sujeito pós-moderno tem como característica a formação e transformação, continua em progresso. Isso se dá pelas diferentes formas de representação cultural a que estamos expostos. É um processo que ocorre inconscientemente a partir do nascimento e percorre toda a formação do sujeito.

As imagens têm um papel importante nessa formação. É notório que as manifestações visuais através de imagens, em redes sociais, têm ganhado força e estão cada vez mais presentes em nosso cotidiano. Tais imagens são produzidas de forma desenfreada. Irene Tourinho (2011) aponta para um consumo de mais de 18.000 imagens somente ao percorrermos nossos trajetos diários, ou seja, também consumimos imagens involuntariamente.

Em ambos os contextos, artísticos ou educacional, a justificativa para a importância de pensar com e sobre imagens do cotidiano pós-moderno é a mesma. Em primeiro lugar, a importância de pensarmos sobre nossas relações cada vez mais mediadas por imagens. Além disso, considerando que nos constituímos como sujeitos na relação com ambiente físico e social, fica evidente que precisamos discutir sobre imagens, quaisquer que sejam, desde que tem papel em processos de construção social de formas de perceber e estar/agir no mundo (SÉRVIO, 2016, p. 3005).

Particularmente para a educação da cultura visual importam investigar a respeito da representação dos sujeitos infantis e juvenis nas pedagogias culturais especialmente das mídias. Assume-se que é preciso compreender que “não vemos simplesmente o que queremos ver, mas o que nos fazem ver, e isso deve nos fazer

indagar sobre como viemos aprendendo a construir significados” (HERNÁNDEZ, 2011, p.34). Ou seja, somos compostos de referências, isso implica que o que vemos tem algum efeito sobre nós. Ele atua e articula individualmente na forma como construímos significados a partir do que somos levados a ver.

Todas essas relações e referências, também se refletem na forma como representamos a nós mesmos visualmente. Nos direcionando para a forma como a educação da Cultura Visual tem lidado com os novos dispositivos tecnológicos e seus modos de produção, distribuição, armazenamento e relação com as imagens, deve-se considerar que mudanças tecnológicas nos possibilitam maior possibilidade de produção de imagens. Essa relação de produção feita parte do cotidiano, não só dos alunos, mas também de professores. Incorporar esses aspectos culturais da visualidade do cotidiano às práticas escolares, como notamos anteriormente, pode ser indispensável para a educação.

O termo ‘cotidiano’, em um sentido amplo, seria um campo que “indica o tempo/ espaço dilatado no qual se dá toda vivência de um ser humano e a relação espaço-temporal no qual se dá essa vivência (BELIDSON DIAS, 2011, p. 23). Para diferenciar e adicionar as questões da visualidade referente as imagens que se tornaram produtos materiais essenciais para as nossas vidas, Dias (2011) usa o termo “cotidiano espetacular”. Refere-se às ideias de Debord (1995), “segundo as quais o espetáculo é a relação social, histórica e política entre as pessoas mediada pela visualidade” (DIAS, 2011, p.23).

Sobre este termo espetáculo, Garoian e Gaudellius (2008) caracterizaram dois sentidos, que importam à educação da cultura visual. O primeiro é uma forma de representação que constitui os objetos integrantes da cultura de massa, que fabricam e determinam nossos desejos e escolhas. O segundo, uma forma prática e democrática que possibilita o olhar crítico sobre os códigos visuais. De acordo com o segundo sentido, Garoian e Gaudellius (2008, p. 24-25), ressalta que:

Uma pluralidade da visão gera estruturas para uma democracia inclusiva que tem a possibilidade de permitir múltiplas perspectivas, discursos e entendimentos sobre a vida cultural. Sem essa pluralidade, a atração inegável do espetáculo cultural se torna uma forma de patologia narcísea.

Aliando o cotidiano e o pensamento crítico possível de se obter dos alunos, a educação da cultura visual busca transformar as aulas de arte em espaços

democráticos e plurais. Utilizando-se de suas produções para promover um debate sobre temáticas pertinentes a educação e formação de cidadãos críticos.

Partindo desse pressuposto, as novas tecnologias não são as causas e sim os meios pelos quais se propaga uma mudança cultural. Podemos dizer que, através delas, encontraremos indícios para se entender o atual contexto de produções fotográficas em meios virtuais. As *selfies* são exemplos de fotografias que mais tem circulados atualmente. Principalmente produzidas por jovens, que não necessariamente tem influencias de produção em seu meio escolar. Soulages (2016) defende que a *selfie* é uma segunda revolução da fotográfica, depois do surgimento do digital. Essa pratica tem se tornado tão comum, que em 2003 foi eleita a palavra do ano, pelo *Dicionário Oxford*. A partir de então, o mundo a reconhece não só como uma simples fotografia de si, mas como um “rito social”, e por que não “um instrumento de poder”?

3 A ERA DA INFORMAÇÃO E A MUDANÇA DO PAPEL DO SUJEITO NO CIBERESPAÇO.

É notório que as manifestações visuais através de imagens fotográficas, em redes sociais, têm ganhado força e estão cada vez mais presentes em nosso cotidiano. Tais imagens são produzidas de forma desenfreada. Todo esse protagonismo da comunicação visual fotográfica, corresponde a uma mudança que ocorreu em apenas algumas décadas. Um curto período de tempo, historicamente falando, quando se diz respeito a mudanças tão significativas. As transformações sociais que possibilitaram as mudanças tecnológicas, nos mostram reflexos no sujeito que as consome. Isso é um indício de como essas narrativas visuais nos afetam e de como as afetamos.

As mudanças tecnológicas a que me refiro são as que correspondem a era digital, um marco para meados do século XX e começo do XXI e que se desenvolvem até os dias de hoje. A codificação de informações para o digital, sejam elas textuais, sonoras ou visuais, possibilitou um maior armazenamento de dados em dispositivos. Esses dados ao serem codificados tornam-se passíveis de se reduzirem a unidades básicas de informações, pois a digitalização trata toda informação em linguagem binária. Logo, tornou possível o surgimento de aparelhos multifuncionais. Não apenas um aparelho equivalia a uma mídia, como tínhamos antes nas tecnologias analógicas, mas um só aparelho se tornou capaz de registrar facilmente qualquer módulo de mensagem visual, textual e sonora, simultaneamente. De acordo com Manovich (2001, p. 44, apud Moreno, 2013):

Se pensarmos que um dos traços marcantes da utilização atual das tecnologias de comunicação e informação consiste em carregar para várias plataformas disponíveis não só conteúdos novos mas também conteúdos previamente existentes em outros suportes – tornando assim digital a nossa memória coletiva que antes era analógica – concluímos que, para todos os efeitos práticos, a maior parte da nossa memória coletiva registrada tecnologicamente está hoje em formato digital.

As informações codificadas digitalmente, contribuíram para o aumento de espaço de armazenamento de dados que também poderiam ser facilmente compartilhadas entre dispositivos compatíveis. Como aponta Moreno (2013), “não só diferentes mensagens podem convergir num só aparelho, como diferentes tipos de conteúdo podem convergir numa mensagem”. Entendemos que essa fronteira desfeita

entre os meios, acaba alterando a “forma de institucionalizar socialmente a transmissão de informações”.

O mundo passa a ter um maior número de informações armazenadas, mas apenas isso não foi suficiente, novas possibilidades surgiram com o desenvolvimento da internet. Para Castells (2010, p.45, *apud* Moreno, 2013), a internet, entendida como a rede de ligação entre computadores, é talvez o “meio tecnológico mais revolucionário da era da informação”. A rede mundial de conexão e dados fez com que essas informações armazenadas, também pudessem ser compartilhadas rapidamente com qualquer pessoa em qualquer parte do mundo, que tivessem acesso à ela por meio de um computador. A internet e a digitalização de informações, passam a ser um marco para o que chamamos de era digital, ou era da informação.

O avanço das tecnologias nessa nova configuração digital, modificou não só as formas de armazenamento, mas também os espaços, que agora se tornavam virtuais. Os ciberespaços, como definido por Santaella (2007, p. 178), “é o espaço informacional das conexões de computadores ao redor do globo, portanto um espaço que representa o conceito de rede e no qual a geografia física não importa, pois qualquer lugar no mundo fica a distância de um clique.”

A nova configuração de espaço caracteriza transformações que consequentemente afetaram as formas de interação social. Que por sua vez, afetaram as formas de produção de conteúdo, modificando a relação entre produção e recepção. Esses ciberespaços se tornaram mais recorrentes a partir da difusão de equipamentos móveis como telefone celular, *laptop*, *palmtop*, PDAs (*Personal Digital Assistants*), conexões *Wi-Fi* (sem fio). Esses novos espaços ampliaram as possibilidades de conceitos como interatividade e globalização. A interatividade como consequência da digitalização, pode ser dividida em três níveis, segundo Moreno (2013): espaço, tempo e comportamento. A nível de espaço, se refere a possibilidade de uma comunicação bidirecional ou multilateral, onde pessoas interagem de qualquer parte do planeta, desde que estejam conectadas por meio da internet. A nível de tempo, diz respeito a interação que ocorre simultaneamente. Como exemplo, os aplicativos de mensagens atuais, em que respostas são dadas em uma velocidade que não seria possível em meios analógicos, a exemplo o *WhatsApp*. E, por último, a nível comportamental, que transforma o papel dos usuários das redes de conexão. Essa transformação se refere aos papéis de sujeito receptor e emissor, que facilmente

podem se inverter. Porém essa relação comportamental, assim como todas as outras, não podem ser vistas de forma generalizada, pois por motivos técnicos, ainda não alcançam a uma grande maioria de pessoas⁵.

Essa real possibilidade de conexão que adquirimos nos últimos tempos e, nos possibilitou acesso a diferentes culturas e a informações nunca antes imaginada, faz parte do fenômeno da globalização. Stuart Hall (2006) nos direciona a partir de:

Como argumenta Anthony Mc Grew (1992), a “globalização” se refere àqueles processos atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço/tempo, tornando o mundo, em realidade e experiência, mais interconectado. A globalização implica um movimento de distanciamento da ideia sociológica clássica da “sociedade como um sistema bem delimitado e sua substituição por uma perspectiva que se concentra na forma como a vida social está ordenada ao longo do tempo e do espaço” (GIDDENS, 1990, p. 64 *apud* HALL, 2006).

A globalização se reflete em diversas áreas na sociedade, inclusive na forma como nos comunicamos. Alguns acreditam que ela trará uma homogeneidade entre os povos. Outros, que trará a evidenciação dos sujeitos individuais, ou seja, essa maior visualidade e conexão, afetara os modos de ser e está no mundo. Para Sibilia (2016), as tecnologias são apenas frutos das transformações que ocorreram historicamente em nossa sociedade, como dito anteriormente.

Santaella (2007) nos fala que o ser humano é um ser inacabado, que desde a sua gênese busca por transformar a natureza de onde surgiu e também a cultura que o cerca. Esse constante movimento de transformação leva o homem a processos que ela chama de “processos cumulativos de complexificação”. Processos que, de certa forma, prepararam o sujeito à chegada da era digital e também para mudanças que possam ocorrer além dessas.

Foram esses processos que arrancaram o ser humano da inércia da recepção de mensagens impostas de fora, passando a buscar a informação e o entretenimento desejado, o que preparou sua sensibilidade para a chegada dos meios digitais cuja marca principal está na busca dispersa, alinear e fragmentada, mas certamente uma busca

⁵ MORENO, José Carlos. Do analógico ao digital: como a digitalização afeta a produção, distribuição e consumo de informação, conhecimento e cultura na Sociedade em Rede. Portugal: ISCTE-IUL, 2013. Disponível em: <
http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?pid=S164659542013000400006&script=sci_arttex&tlng=pt>
 (Acesso em: 3 de maio, 2018).

individualizada da mensagem e da informação (SANTAELLA, 2007, p.19)⁶.

Como vimos anteriormente, a possibilidade de interagir em ciberespaços modificou o posicionamento do sujeito no que diz respeito a sua atuação nesses meios. Tornou-se possível um protagonismo muito maior em relação as produções realizadas em meios virtuais, dando a ele um certo poder. Esse poder trouxe atrelado situações que se fazem muito presentes na realidade dos ciberespaços: a disponibilização e troca de conteúdo, a colaboração entre os espaços líquidos virtuais e a exposição de si (SANTAELLA, 2007)⁷.

A disponibilização se refere a conteúdos que ganham cada vez mais espaço nos meios virtuais. A possibilidade de interação através desses conteúdos tem mudado o caráter das configurações de linguagem. Contudo, essa disponibilização, e até as trocas feitas nesses ambientes, se intensificaram com a criação de sistemas de compartilhamento. Esses sistemas de compartilhamento permitem com que os usuários possam executar *downloads/uploads*, com isso, os usuários podem ser ao mesmo tempo fornecedores de informação (SANTAELLA, 2007).

As novas tecnologias desencadearam meios para criar oportunidades do sujeito se fazer presente nesse espaço virtual de conexões em rede. Um exemplo disso é a criação do *blog*, que possui diversas variações. Os *fotoblogs*, *vlogs*, *audioblogs* e os *movlogs* (atualizados por tecnologias móveis), trazem consigo a possibilidade de criações individuais. Esses espaços, de fácil e ágil atualização, são meios em que pessoas podem se expressar individualmente, seja por fotos, textos, áudios ou vídeos, e até simultaneamente com todas essas possibilidades. Dessa maneira, o caráter despojado e pessoal que o *blog* traz, conseqüentemente resultara em uma maior exposição de quem o manipula, imprimindo-o suas questões e gostos. Foi possível então, a construção de novos papéis, não de somente um telespectador/consumidor passivo, mas também de produtor de conteúdos para o ciberespaço. Contudo esses papéis são facilmente trocados ao longo das interações vivenciadas nesses novos locais. Os *blogs*, então, abriram as portas para o que hoje conhecemos como redes sociais em ciberespaços (SANTAELLA, 2007, p. 180-181).

⁶ SANTAELLA, Lucia. Adeus às fronteiras entre natureza e cultura. In: Revista Observatório Itaú Cultural: OIC. – N. 19 (nov. 2015/ maio 2016). São Paulo: Itaú Cultural, 2007.

⁷ *Idem*. Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus, 2007.

Essas redes sociais dizem respeito a espaços virtuais onde pessoas com interesses em comum podem se conectar. Derivando dos meios físicos de vivência, como: escola, âmbito familiar, comunidade etc. Como evidenciado nessa pesquisa, os principais protagonistas desses meios são os jovens. Uma geração nativa dessa era da informação. Jovens que nasceram e se desenvolveram em meio as configurações atuais da dinâmica do ciberespaço. Referente a isso, Aguirre (2014, p. 256) diz que “a internet lhe oferece um espaço para replicar e ampliar as oportunidades de aprendizagem ou comunicação interpares, porque permite um acesso fácil aos saberes especializados”. Esses meios são recheados de *sites* que facilmente se comunicam uns com os outros de forma simples, espaços que podemos chamar de “líquidos”⁸. A internet também é um espaço que possibilita a composição de referenciais que compõem o repertório dos jovens. Os novos espaços sociais são meios pelos quais eles também podem produzir conteúdo. O acesso cada vez maior a ferramentas tecnológicas de produção de imagens, audiovisual e textos, tem incentivado uma maior criação de conteúdos nessas redes sociais. Tendo em vista essa realidade cada vez mais latente em nossa época, a escola tem sido um instrumento aferidor dessa relação dos jovens com o ciberespaço. Inclusive para nos dizer como tem se dado e refletido na sociedade.

Através de pesquisas como *Cultura juvenil na escola e os modos ver e ser visto nas imagens de celulares* de Clícia Coelho e Erinaldo do Nascimento (2014), podem ser identificadas as relações dos jovens com essas imagens que eles mesmo produzem através de celulares com câmeras. Entendendo que a produção de imagens fotográficas por esses aparatos tecnológicos, dizem respeito a materialização da visualidade, ou seja, transformação do repertório de conhecimento imagético em imagens representadas. Dessa forma, as imagens como representação (FREEDMAN, 2005, *apud* CHAUD, 2014), podem nos dizer muito mais sobre quem as produz. A pesquisa de Coelho e Nascimento (2012), em particular, se fez em torno das imagens armazenadas nos celulares dos jovens estudantes do 9º ano de uma

⁸ Para Bauman (2011, p.8), citado em Santaella (2007), líquido se refere ao que “se movem facilmente. Eles fluem, escorrem, esvaem-se, respingam, transbordam, vazam, inundam, borrifam, pingam, são filtrados, destilados; diferentemente dos sólidos, não são facilmente contidos – contornam certos obstáculos, dissolvem outros e invadem ou inundam seu caminho. [...] A extraordinária mobilidade dos fluidos é o que os associa a ideia de leveza”. Uma metáfora que serve tanto, para caracterizar a sociedade pós-moderna como os espaços virtuais.

escola no Macapá/ AP. Esse estudo foi feito a partir da coleta de conteúdo selecionados dos celulares dos jovens colaboradores. Eram analisadas as narrativas imagéticas através de entrevistas individuais, discussão em grupos focais e análises orientadas por enfoques da Educação da Cultura Visual. Buscou entender, através das imagens armazenadas nos telefones celulares dos jovens, de alguma forma elas teriam um potencial de “armazená-los”, ou seja, de dizer sobre os mesmos jovens.

A pertinência desse questionamento comunga com a ideia de que a imagem constitui-se por uma dinâmica cultural mediadora de poderes psíquicos e sociais sobre o sujeito. O uso metafórico do termo “armazenar” está associado com a noção de sujeito e de subjetividade” (CHAUD, 2014, p. 586).

Concluiu-se nessa pesquisa, que as imagens armazenadas não se referiam apenas às vivências dos jovens no âmbito escolar. Fica evidente que essas produções se fazem a partir das relações dos jovens com outros espaços, e são feitas de forma livre e particular. Logo, concorda-se com a ideia de que os sujeitos são produtores de saberes e, simultaneamente, subjetivados e objetivados pelos saberes que produzem (NASCIMENTO, 2005, *apud* CHAUD, 2014). Com isso, as escolas precisam ficar atentas a essas mudanças que dizem respeito ao papel do jovem como produtor cultural.

Esse exemplo de prática pedagógica só afirma essa mudança de papel pelo qual os jovens têm vivenciado. O ciberespaço pode propiciar inúmeras possibilidades. Aguirre (2014, p. 259) nos diz que:

(...) a internet não é para os jovens um simples lugar no qual achar referentes para suas imagens. A própria configuração de ferramentas e a forma como funcionam os motores da procura por indexação que esta oferece estão propiciando uma transformação nas formas de estabelecer relações com a informação, assim como na forma de explorar e aprender.

Diante de todas essas formas de conteúdo que estamos presenciando no ciberespaço, uma se sobressai: a imagem tecnológica. Essa imagem “é produzida através da mediação de dispositivos maquínicos, que materializam um conhecimento científico, isto é, que já tem uma certa inteligência corporificada neles mesmos” (SANTAELLA, 2007, p. 359). Um exemplo dessas imagens é a fotográfica, cujo o uso se dá de inúmeras maneiras e tem cada vez mais feito parte do nosso cotidiano, sendo os jovens um dos principais protagonistas criadores.

3.1 A FOTOGRAFIA: USOS, MANIPULAÇÕES, REPRODUÇÃO E FOTOGRAFIAS DE SI.

Um exemplo de tecnologia criada para ser a extensão de funções que o homem já possui, é a fotografia. Pode-se dizer que além de potencializar o olhar, ela permite que coloquemos nossas impressões sobre o que olhamos, permitindo com que outros também vejam. Sontag (2004) nos fala que a atividade fotográfica pode resultar na sensação de retermos o mundo em nossa cabeça, como uma coletânea de imagens que o decifra. Daí sua popularização, o que nos faz entender de que forma essa tecnologia foi aceita e passou a se desenvolver de tal maneira que atualmente tem feito parte do nosso cotidiano.

Ao longo da história, a fotografia tem se tornado uma forma de narrativa dos fatos bastante aceita pela humanidade. Sontag (2004) compara a nossa vivência com as imagens ao mito da caverna de Platão. Mais do que nunca, estamos rodeados por imagens que tendem a nos direcionar na maneira como apreendemos o mundo. Portanto, as novas possibilidades de produzir e disseminar fotografias tem alterado o uso que damos a elas. Sontag (2004, p. 13) ainda diz que a partir desse novo código visual a que nos deparamos por meio da fotografia, modificamos e ampliamos a ideia que temos sobre o que “vale a pena olhar e sobre o que temos o direito de observar”. Mesmo antes das mudanças para o que chamamos de ‘era digital’, a fotografia já vinha ganhando o seu espaço. Seus registros mais tímidos e restritos, não diminuía a sua relação com o mundo de capturar um instante real que certamente havia acontecido. “Fotografar é apropriar-se da coisa fotografada. Significa pôr a si mesmo em determinada relação com o mundo, semelhante ao conhecimento – e, portanto, ao poder” (SONTAG, 2004, p.14). A fotografia recorre a um dos sentidos que caracterizam a condição humana, a visão. E através dos registros visuais e escritos podemos apreender as informações sobre o mundo. Sobre essa relação dos registros visuais e escritos, Knauss (2006, p. 99) nos diz:

A imagem possui um registro abrangente, baseado em um dos sentidos que caracterizam a condição humana. A escrita surgiu a partir de um domínio especializado. As imagens dos escribas dos tempos antigos atestam isso. A leitura também foi, durante muitos séculos, um domínio restrito socialmente. Ainda em nossos dias, a leitura e a escrita, ainda que muito difundidas, não abarcam do mesmo modo todos os grupos da sociedade contemporânea. Assim como há grupos que se estabelecem mais a partir da expressão oral e visual, há grupos sociais que se

reconhecem mais pela expressão escrita. Mas mesmo nesses casos, o grande alcance da escrita não foi capaz, ainda, de alcançar todas as possibilidades da expressão humana.

Por meio da fotografia puderam ser retratados inúmeros temas, traduzidos em imagens. Protagonizando os conteúdos imagéticos de suas respectivas épocas. Com o tempo, com sua utilização em larga escala pela imprensa mundial e a publicidade, se fez necessário ter em mãos equipamentos mais leves e ágeis. Houve um grande investimento nesse setor, que provocou a atenção do público, possibilitando o surgimento de grandes fotógrafos, ainda analógicos. A fotografia digital surge no final dos anos de 1980. Com ela também aparecem inúmeras questões. Uma delas é a grande produção e veiculação de imagens fotográficas. Sontag (2004, p.18) nos diz ainda que:

Em época recente, a fotografia tornou-se um passatempo quase tão difundido quanto o sexo e a dança – o que significa que, com toda a forma de arte de massa, a fotografia não é praticada pela maioria das pessoas como uma arte. É sobretudo um rito social, uma proteção contra a ansiedade e um instrumento de poder.

Um dos usos mais comuns e antigos da fotografia, talvez seja a de registrar momentos em família ou em outros grupos de convívio. Casamentos, formaturas, jantar de natal etc. são ocasiões que indiscutivelmente pedem uma foto. Lembro que quando criança, em minha casa havia uma câmera analógica e mesmo com o trabalho que levava pra que os filmes fotográficos fossem revelados, depois de uma longa espera por completar todas as “poses” contidas nele, fotografar os momentos ímpares era uma espécie de rotina sagrada. Talvez fosse uma forma de manter presente, quiçá eterno, um instante que logo se tornaria passado. Sendo assim, “imagens fotografadas não parecem manifestações a respeito do mundo, mas sim pedaços dele, miniaturas da realidade que qualquer um pode fazer ou adquirir” (SONTAG, 2004, p.14).

Com câmeras cada vez mais portáteis, fotografar se torna uma forma de “democratizar todas as experiências ao traduzi-las em imagens” (SONTAG, 2004, p. 18). Isso nos leva a um outro uso que comumente tem sido feito da fotografia: os registros de viagens. O turismo ou os “mochilões”, como queira chamar, é uma atividade que tem crescido por todo o mundo. Tem sido bem mais comum o deslocamento de pessoas, ou grupos delas, para outros lugares por curto período de tempo. E apreender esses novos espaços em um registro fotográfico, é um ato bem mais comum. Logo, as fotos tiradas se tornarão provas incontestáveis da viagem feita,

comprovarão que aquele novo local foi desbravado. Em uma conversa recente sobre esse tema com um amigo, pude ouvir uma situação que o ocorreu. Devido à quase ausência de fotos feitas em uma viagem contou-me que as pessoas, para quem ele relata, não acreditam em sua ida para a Europa. A reação das pessoas sobre esse fato é semelhante a se depararem com um crime cometido: “como pode alguém viajar para a Europa e não fotografar a si e aos lugares por onde passou?” ou “como pode alguém viajar pela Europa e não postar suas poucas fotos feitas, em redes sociais?”. A resposta que ele sempre dava, era bem simples, dizia: “eu estava curtindo a viagem e as poucas fotos que tenho, são privadas”. Dessa forma Sontag (2004, p.20) nos diz que “um modo de atestar a experiência, tirar fotos é também uma forma de recusá-la – ao limitar a experiência a uma busca do fotogênico, ao converter a experiência em uma imagem, um souvenir”. De certa forma, se busca através do ato fotográfico uma participação sobre a situação, o momento e lugar onde ele ocorre. Ter uma câmera em mãos tornou das pessoas detentoras de poderes nunca antes tido, pois agora nada passa despercebido a elas.

Uma foto não é apenas o resultado de um encontro entre um evento e um fotógrafo; tirar fotos é um evento em si mesmo, e dotado dos direitos mais categóricos – interferir, invadir ou ignorar, não importa o que estiver acontecendo” (SONTAG, 2004, p. 21).

Sobre isso, Soulages (2010, p. 81) defende que “o fotógrafo não é um caçador de imagens, é um perseguidor de negativos, um *homo faber*. Não se tira uma foto, ela é feita”. Talvez um uso polêmico e cheio de controvérsias seja, retratar qualquer situação, sendo ela comum ou inusitada. Essa prática tem se tornado marcante em nossa época. Alguns exemplos a seguir, mostram situações em que se envolveu a fotografia e sobre como elas foram feitas.

A foto feita por Kevin Carter (1960-1994) intitulada *Sudão* (1993), mostra uma criança subnutrida – aparentemente acorada em agonia e fraca de mais para andar – numa paisagem devastada pela seca. Ao lado, um abutre que parece espreitá-la. O foco dessa fotografia está sobre a criança e o abutre. Ela foi tirada em 10 de março de 1993 e publicada no *New York Times* em 26 de março, o que rendeu um prêmio *Pulitzer* a Carter em 1994. A fotografia *Sudão* se tornou alvo de críticas relacionadas a ética do fotojornalismo, quando Carter admitiu não saber o que teria acontecido à criança logo depois. Mais tarde, o fotógrafo João Silva(1966), que acompanhou Carter ao Sudão em 1993, afirmou que a criança não foi vítima do abutre. De acordo com o que ele havia relatado, as mulheres da aldeia estavam por perto recebendo

alimentação da Operação Corda de Salvamento para o Sudão das Nações Unidas, e Carter teria enxotado a ave para longe⁹.

Figura 1 - Sudão (1993) - Kevin Carter



O fotógrafo francês Frank Fournier(1948), foi o autor de *A agonia de Omayra* (1985) premiada como fotografia do ano pelo *World Press Photo Premier Award*, em 1986. A foto é um registro dos últimos momentos de Omayra Sanchez, que foi vítima do vulcão Nevado do Ruiz, durante a erupção que atingiu o povoado de Ameroyo, na Colômbia em 13 de novembro de 1985. A fotografia mostra a garota de 13 anos presa em escombros até a cintura, no local em que morava, submersa quase que por inteiro sob lodo e água. Depois de três dias da erupção do vulcão Fournier registra a imagem que gerou debates por todo o mundo. Depois que a foto foi publicada, muitos já estavam a par da situação pelas câmeras de TV. Ele muito foi questionado sobre o porquê de não ter a salvado naquele momento. Fournier relata:

Quando tirei as fotos eu me senti completamente impotente na frente dessa menininha, que estava enfrentando a morte com coragem e dignidade. Ela podia sentir que a vida dela estava indo embora. Eu achei que a única coisa que eu podia fazer era retratar adequadamente a coragem, o sofrimento e a dignidade dessa menininha e esperar que isso mobilizaria as pessoas a ajudar aqueles que haviam sido resgatados e salvos.

⁹ Retirado do livro: **Tudo sobre fotografia**. Editora geral: Juliet Hacking; prefácio: David Company [tradução: Fabiano Morais, Fernanda Abreu e Ivo Korytowski], p. 446-447. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

Omayra veio a óbito horas depois desse momento ser registrado, e pouco mais de 60 horas em que estava naquela situação. Socorristas da Cruz vermelha relataram que foram obrigados a desistir de tentar salvá-la.¹⁰

Figura 2 - A Agonia de Omayra (1985) - Frank Fournier



Essas situações em que a fotografia esteve envolvida, são apenas algumas de muitas a que estamos presenciando na atual configuração social. Percebemos que as pessoas, independente de saberem ou não, a real motivação por trás da imagem, discutem sobre a ética em fotografar certos momentos. Agora que quase todos têm acesso a um telefone móvel com câmera, será que ainda há uma preocupação em relação a ética em registrar momentos controversos? Sontag (2004, p. 22) nos diz que “embora a câmera seja um posto de observação, o ato de fotografar é mais do que uma observação passiva”. Isso envolve também o interesse do seu autor pela coisa fotografada, pelo que merece e é digno de se manter permanente. Mesmo que a “dor e a desgraça de outra pessoa” esteja nesse mesmo foco de interesse (idem).

Fotografar pessoas é violá-las, ao vê-las como elas nunca se veem, ao ter delas um conhecimento que elas nunca podem ter; transformar as pessoas em objetos que podem ser simbolicamente possuídos. (...) as pessoas talvez aprendam a encenar suas agressões mais com câmeras do que com armas, porém o preço disso será um mundo ainda mais afogado em imagens. (SONTAG,2004, p. 25).

¹⁰ Retirado de BBCBrasil.com /Repórter BBC/ **Por trás da foto: A morte anunciada de Omayra Sanchez.**
http://bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2005/10/051010_worldpress1985cg.dhtml (acesso em: 5 de maio, 2018).

Tal comparação entre uma câmera e uma arma, defendida por Sontag (2004), corresponde ao aspecto de dissolução do tempo em que a foto testemunha. Assim como uma arma pode causar uma morte física, a foto atesta uma morte do instante e do que estava presente nele. “Tirar uma foto é participar da mortalidade, da vulnerabilidade e da mutabilidade da outra pessoa (ou coisa)” (SONTAG, 2004, p. 25).

Percebemos que ao se obter certa familiaridade com uma situação fotografada, o tempo se encarrega de a tornar mais comum. A medida que cada vez mais fotos similares são feitas. Talvez esse fato ateste uma perda de filtros éticos sobre fotografar situações que antes não eram objetos fotografáveis, como por exemplo a vida privada. O poder adquirido pelas pessoas através das câmeras, as tornaram vigilantes da desgraça, da injustiça no mundo e de qualquer que seja a situação que mereça atenção. Nada passa despercebido por um sujeito com um celular.

Isso me lembra uma animação de Steve Cutts, que pode ser encontrada no *Youtube*, com o título *Moby & The Void Pacific Choir – Are You Lost In The World Like Me?*¹¹ (Você está perdido no mundo como eu?). A animação mostra um personagem principal que caminha por entre situações envolvendo pessoas que parecem zumbis. Elas caminham distraídas com seus celulares, incapazes de perceber o que está ao seu redor sem serem mediadas por ele. Uma dessas situações é possibilitada por câmeras fotográficas em celulares que transformam em espetáculos situações como assaltos, exposição de pessoas em situações vexaminosas etc., como é observado. A animação ainda sugere um possível final trágico. O personagem principal acaba que tendo uma reação de espanto e desespero por estar em meio a esses acontecimentos. Situações contadas com certo exagero, mas que de certa forma expressam uma preocupação pelas transformações da era da informação. Essa animação, assim como filmes e séries atuais como: *Matrix* (1999), *Black Mirror* (2011); seriam resultados de provocações que são feitas pelas atuais formas comportamentais que tem sofrido a sociedade. Assim como as mudanças em relação ao uso das tecnologias de produção, manipulação e compartilhamento de fotografias.

¹¹ Moby & The Void Pacific Choir – Are You Lost In The World Like Me? (Oficial Video), YouTube: <https://youtu.be/VASywEuqFd8> (acesso em: 5 de maio, 2018).

Todos esses usos em que a fotografia está envolvida, nos mostra que de alguma forma ela nos dá uma informação acerca de quem a produz. Nos diz também sobre o fragmento de mundo que ele escolhe registrar, ou seja, o contexto. A aceitação e absorção da fotografia como parte importante na composição dos hábitos cotidianos dos indivíduos, cada vez mais os fazem protagonistas desse mundo. Sontag (2004, p. 34) fala que não seria errado dizer que as pessoas têm uma certa “compulsão em fotografar”. Afinal tem sido comum a conversão de experiências em fotos. Logo, “um mundo ainda mais afogado em imagens” (SONTAG, 2004, p. 25), é possível.

Compreendemos que as imagens fotográficas atuais revelam muito mais do que uma simples ideia sobre o seu autor. Hoje o próprio autor se faz presente na imagem que produz. Com a capacidade cada vez maior das fotografias serem aceitas como fontes de informação (SONTAG, 2004), as pessoas passam a se utilizar disso para dar informações de si mesmas. Porém não anulando a possibilidade de que talvez esse valor informacional seja usado e tido numa mesma ordem ficcional (SONTAG, 2014). Sobre isso Soulages (2010, p. 67) nos diz que “nosso sonho é ainda mais vivo e pertinente à medida que a foto se afirma como encenação, ao passo que, diante do real ou do real encenado, somos escravos do sentido a encontrar”.

“Fotos, que em si mesmas nada podem explicar, são convites inesgotáveis à dedução, à especulação e à fantasia” (SONTAG, 2004, p. 33). Diante disso, é importante retomarmos as produções de imagens de consumo que foram a base da comunicação e informação visual desde a era pré-fotográfica. Essa breve retomada nos trará novamente ao atual contexto de produção de imagens e às configurações da era da informação em que há novas possibilidades de fotografias de si. Levando em conta a ideia de reprodução e manipulação de imagens. Com base em Annateresa Fabris (1991), poderá ser entendido as repercussões e relações sociais das imagens de produção até a chegada da fotografia. Que por sua vez constituem a formulação da visualidade e o consumo fotográfico que viria a ocorrer futuramente.

A xilogravura (séc. XIII), a técnica de água-forte (XV) e a litográfica (séc. XIX) são técnicas de reprodução que marcam a história das imagens de consumo. A litografia, mais precisamente, marca o que seria a “raiz do consumo fotográfico” (FABRIS, 1991, p. 11). A mais de dois séculos atrás, o processo litográfico foi descoberto, por Alois Snefelder. Esse processo de impressão que tornavam as cópias

de imagens praticamente idênticas aos originais, foi antecedente ao advento da fotografia. Podemos dizer que naquele cenário de Revolução Industrial, a demanda de produção de imagens era bem maior em relação a contextos anteriores. Essa demanda só foi aumentando cada vez mais, com isso, a litografia foi sendo confrontada com as exigências da época: “exatidão, rapidez de execução, baixo custo, reprodutibilidade” (FABRIS 1991, p. 12). Podemos considerar também que na época, a informação visual buscava alcançar mais pessoas, devido ao analfabetismo. A política e as demandas comerciais tinham a necessidade de ampliar as informações a um número cada vez maior de pessoas. As imagens traziam essa possibilidade, o que então gerou ritmos de produção cada vez maior e a nível industrial. Devido a essa grande demanda por imagens, as pesquisas para melhorar técnicas de impressão e reprodução só aumentavam. Annateresa Fabris (1991, p 12-13) nos diz que:

Desde os fins do século XVII são feitas várias experiências na França e na Inglaterra para obter superfícies sensíveis à luz e para fixar imagens, graças ao emprego de sais de prata. Esses processos, associados à câmara escura, lançam as bases do princípio da fotografia.

Logo então surge o processo denominado Daguerreotipia. Daguerre e Niepce, motivados pelo crescente consumo de imagens, dão inícios a várias experiências que resultarão nesse processo que leva um de seus nomes. Fabris (1991, p.13-14) ainda nos diz a respeito do daguerreotipo sob a visão de Rouillé:

Rouillé analisa o entusiasmo despertado pelo daguerreotipo em termos de lógica industrial. O procedimento permite a decomposição e a racionalização da produção de imagens numa série de operações técnicas ordenadas, sucessivas, obrigatórias e simples. O ato quase místico e totalizador da criação manual da imagem cede lugar a uma sucessão de gestos mecânicos e químicos parcelados. O fotógrafo não é o autor de um trabalho minucioso, e sim o espectador de “aparição automática e mágica de uma imagem química”¹².

Contudo, ao mesmo tempo outros inventores afirmavam terem criado imagens com a ação da luz. Hyppolite Bayard e William Hery Fox Talbot se destacaram por conseguir reproduzir imagens em papel. A invenção de Talbot era uma imagem que gerava um protótipo no qual se poderia fazer reproduções, conhecida como Calótipia.

Tecnicamente, o calótipo não oferece a mesma nitidez de reprodução (os contornos não são bem definidos) e a mesma rapidez de produção do daguerreotipo, o que faz passar para um segundo plano a possibilidade de multiplicação da imagem. Apesar desses empecilhos, o calótipo traz em si a possibilidade de interpretação do real: sua sintaxe, feita da justaposição de zonas claras e zonas escuras, permitiria aos olhos

¹² A, Rouillé. *L'empire de la photographie*. Paris, 1982, p. 38-39.

selecionar os pontos sobre os quais se fixar, ao contrário dos valores lineares do daguerreótipo que determinavam um trajeto praticamente fixo, mas só poucos se dão conta desse fato (FABRIS 11991, p. 14).

O processo de calotipia não foi o bastante para tomar o lugar do daguerreotipo. Contudo, a velocidade com que se exigia por imagens, cada vez mais próximas do real e com maior facilidade em reprodução, fizeram com que os daguerreótipos perdessem espaço a partir de 1850. Logo em seguida essas exigências deram lugar as fotografias sobre papel. André Adolphe Eugène Disdéri, diferente de outros fotógrafos artistas que representavam de forma pictórica, propõe a utilização de protótipos industriais disposto a utilizar truques para atrair cliente. Porém, isso não agradava as classes mais abastadas, que preferiam as características e o status dos artistas para fazerem seus retratos. As ideias de Disdéri sugerem a produção de imagens menores “6x9, que permitem a tomada simultânea de oito clichês numa mesma chapa” (FABRIS, 1991, p. 20), conhecidas como *Carte de Visite* (cartão de visita). A partir daí, novas estratégias para atingir a um maior número de clientes, são formuladas.

Ao contrário das primeiras fotografias que se concentravam no rosto, Disdéri fotografa o cliente de corpo inteiro e o cerca de artifícios teatrais que definem seu status, longe do indivíduo e perto da máscara social, numa parodia de auto realização em que se fundem ao realismo essencial da fotografia e a idealização intelectual do modelo¹³. É por isso que não hesita em embelezar o cliente, aplicando a técnica do retoque. O “agradável”, ameaçado pela exatidão da fotografia, torna-se o grande trunfo do fotografo industrial, que pode oferecer à clientela sua imagem “num espelho” ... complacente” (FABRIS, 1991, p. 20-21).

Entra em voga as primeiras manipulações nas imagens fotográficas, com o intuito de agradar a pessoa fotografada, dando a elas uma imagem ‘ideal’ de si mesmas. Não demorou muito para que vários fotógrafos adotassem essa estratégia. A criação de um cenário para que se pudesse fotografar, deixava mais evidente o desejo das pessoas em serem o que não eram. Mas essas não foram as únicas manipulações feitas. Mais tarde, a intervenção na fotografia trazia cores e retoques a lápis feito por “miniaturistas e pintores de segunda linha” (FABRIS, 1991, p.22) orientados pelas informações recolhidas pelo fotografo, ao fotografar seus clientes. Na década de 1880, com o crescente número das câmeras portáteis, era de se esperar que aumentasse o número de fotógrafos. Essa pratica de manipulação

¹³ R, Gubern. *Mensajes Icónicos em la Cultura de Masas*. Barcelona, 1974, p. 35. Citado em: Fabris, Annateresa (1991).

artesanal, era o que diferenciava os profissionais dos amadores. Logo esse conceito de manipulação artesanal se tornou marginalizado, já que uma maior demanda não necessariamente estaria ligada a qualidade. Desde então os avanços na fotográficos ficam mais evidentes. É preciso sublinhar aqui, o caráter referente a produção e manipulação dessas imagens. É perceptível que a sociedade se faz cada vez mais a partir das informações visuais. O que parece atraente quando se trata de colocar a si mesmo como uma informação a ser publicada. Soulages (2010, p. 22-23) fala que:

Essa é exatamente a estranha função da polaroide que parece ser não só uma testemunha, mas, principalmente, uma prova nossa – transformando assim nossa vida banal e anônima em vida que merece ser vivida, dando valor ao mundo que não tem valor, dando sentido ao absurdo, pela simples “razão” de que essa vida se torna o objeto de uma representação objetiva.

A fotografia ganha esse espaço porque indiscutivelmente ela retrata pequenos espaços/tempo de realidade. Mesmo que esse recorte seja encenado, escolhido e manipulado por seu autor. Soulages (2010, p. 26) defende uma nova doutrina referente a fotografia, e em oposição a Roland Barthes, sobre o aspecto de não atestar a realidade, ele diz:

A doutrina do “isso existiu” de Barthes parece mitológica. Talvez fosse necessário substituí-la por um “isto foi encenado” que nos permitisse esclarecer melhor a natureza da fotografia. Diante de uma foto, só podemos dizer: “isto foi encenado”, afirmando, dessa maneira, que a cena foi encenada e representada diante da máquina e do fotógrafo; que não é o reflexo nem prova do real; isto se deixou enganar: nós somos enganados. Ao termos uma necessidade tão grande de acreditar, caímos na ilusão: a ilusão de que havia uma prova graças a fotografia...

Essa encenação que Soulages (2010) afirma existir, fica evidente quando observamos as atuais produções e configurações de circulação de imagens fotográficas. Ao longo do tempo temos visto que as mudanças da sociedade permitiram com que novos suportes de imagens fossem possíveis. Um deles é o suporte virtual, onde o caráter de reprodutividade se faz mais evidente e cada vez maior. A era da informação cria a possibilidade de uma demanda muito maior do que aquela que vimos anteriormente em meados do séc. XIX. Além de possibilitar essa reprodução em massa da imagem fotográfica, os suportes tecnológicos permitem manipulações mais precisas e até imperceptíveis. Há atualmente aplicativos que permitem, por exemplo, deixar a aparência muito mais jovem e saudável, criar cenários e aplicar filtros. Falo de aplicativos, que executam essas manipulações em celulares com câmeras, mas também existem programas em computadores que são capazes de criar infinitas possibilidades de retoques.

Para ilustrar e provocar discussões a respeito do impacto da reprodução em massa de fotografias e o quanto ela está presente em nosso cotidiano, um artista holandês monta uma instalação que reúne milhões de fotografias postadas em apenas 24 horas. O artista Erik Kessels imprimiu todas as fotos postadas em um site de compartilhamento de imagens no dia 4 de agosto de 2011. O resultado foi um amontoado de imagens, cerca de 6 milhões, que lotaram a sala do museu Foam de fotografia em Amsterdã. O objetivo dessa exposição, segundo o site da notícia, era “ilustrar como as tecnologias facilitam a fotografia e levaram a uma inundação de imagens na vida moderna”. A instalação é intitulada *fotografia em abundância*. Essas fotos dizem respeito a não somente fotos que retratam a vida pública, mas também situações que poderiam ser consideradas privadas. O artista, a respeito da instalação, diz que é “um mergulho em fotografias da experiência alheia”¹⁴.

Figura 3 - Photography In Abundance (2011) – Erik Kessels – FOAM Amsterdã, Holland.



Foto: Gijs Van Den Berg.

Soulages (2017) traça um parâmetro de comparação entre as mudanças a respeito da imagem fotográfica, desde a sua invenção até os nossos dias. Ele fala de um primeiro momento com a imagem estática, a fotografia; de um segundo momento com a imagem em movimento, o cinema e um terceiro momento, que é a imagem

¹⁴ Informação retirada da notícia: **Artista cria instalação com todas as fotos postadas no Flickr em 24 horas** – BBC Brasil > http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2011/11/111116_fotos_exposicao_pu&hl=pt-BR (acesso em: 16 de maio, 2018).

fluida¹⁵. Tais mudanças refletiram também na forma como lidamos com a fotografia, ele ainda nos diz que:

Passamos de uma lógica parmenidiana a uma lógica heroclidiana da fotografia. A lógica parmenidiana é aquela do ser: “eu vejo, observo, suspendo. Eu contemplo”. Ou seja, tenho com a fotografia a mesma relação que meus antepassados tinham quando se punham a rezar e a adorar num templo na Grécia. Hoje não estou mais na contemplação. Estou na circulação. Torno-me eu mesmo uma máquina fluida. É isso que muda tudo. Antes eu podia muito bem fazer apenas uma foto, segundo a lógica de Leonardo da Vinci. Em toda a sua vida, Leonardo pintou apenas uma quinzena de quadros, não porque não tivesse tempo ou porque não soubesse fazer, mas porque a cada vez fazia “o” quadro. Não se trata mais disso. Antes fazíamos referência a constituição do sujeito, se posso dizê-lo. Hoje fazemos referência ao isto. É o isto multiplicado que está diante de nós. Essa soma de imagens que despejo sobre meus amigos, que eu posto.¹⁶

Essas novas relações que temos com a fotografia e seu aspecto fluido, no que diz respeito a distribuição, manipulação e interações com os outros e conosco, nos trazem ao cenário atual. Sibilia (2016, p.21), a respeito disso nos fala que:

A visibilidade e a conexão sem pausa constituem dois vetores fundamentais para os modos de ser e estar no mundo mais sintonizados com os ritmos, prazeres e as exigências da atualidade, pautando as formas de nos relacionarmos conosco, com os outros e com o mundo.

Relacionar-se consigo e com o mundo é o que caracteriza as novas fotografias de si, que abrem caminhos para que uma comunicação imagética em meios virtuais. A *selfie* passa a ser o tipo de fotografia que surgiu em meio a essas novas configurações. Depois do surgimento da fotografia e da virada do digital, Soulages (2016) diz que o surgimento das *Selfies* é uma nova revolução da fotografia. As câmeras frontais em celulares permitiram uma prática que antes não era tão evidente, porém já se poderia notar alguns indícios. Como já foi visto nos usos da fotografia, atestar a sua presença em um local e situação, ter em mãos um poder de registrar algo que queira tornar eterno, são evidências que caracterizam a *Selfie*. Fotografar a si, se tornou uma prática bem comum, afinal, que assunto é mais importante para as pessoas do que elas mesmas, quando se fala de sociedade pós-moderna?

¹⁵ Poderá ser adotado aqui o mesmo conceito de “líquido” proposto por Bauman, 2011.

¹⁶ Retirado da entrevista: SOULAGES E A ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA NA ERA DIGITAL – ZUM- ZUM. Disponível em: <<https://revistazum.com.br/entrevista/entrevista-francois-soulages-2/>> (Acesso em: 6 de mar. 2018).

A palavra *selfie* é uma nova palavra originada do termo em inglês *Self-portrait*, esse termo significa autorretrato. Segundo o Dicionário Oxford (2013), a *Selfie* é definida como “fotografia que se tira de si mesmo, geralmente com *smartphone* ou *webcam*, para *upload* em mídia social ou *website*”. Além das formas de captura, sua definição deixa evidente que compartilhar, através de *upload*, é também um aspecto importante em sua definição. Ou seja, não basta apenas fotografar a si mesmo, utilizar a internet e os suportes das redes sociais para compartilhá-las é também fundamental.

Com a facilidade técnica que esse dispositivo proporciona na captação mimética do instante, ainda mais após a popularização dos telefones portáteis munidos dessa função, a câmera serve para documentar o que somos de um modo extremamente realista. Esses aparelhos permitem registrar a própria vida sendo vivida e, nesse gesto, oferecem a possibilidade tanto de se ver vivendo (para si) como de se mostrar vivendo (para os outros) (SIBILIA, 2016, p. 60).

A *Selfie* foi tão aceita e difundida nos últimos anos que em 2013 se tornou a palavra do ano¹⁷, e desde então tem se tornado uma prática comum em nosso cotidiano. Soulages (2016) ainda diz mais:

Poderíamos dizer que o desenvolvimento da selfie é o que salva a fotografia. A fotografia é relançada com a selfie, de uma maneira muito forte. Por que? Porque é o retorno do ego no mundo globalizado. Cada vez mais as pessoas existirão, ou terão o sentimento de existir, sob a necessidade de criar práticas que lhes deem a sensação, ou a ilusão, de existir. Então de certa maneira, o efeito da globalização é o desenvolvimento da selfie¹⁸.

As pessoas veem nas fotografias de si, denominadas *selfies*, um potencial para retratar o melhor que podem ser e se fazerem existir nos espaços em que decidem publicá-las. A possibilidade de controle em uma dinâmica ensaio-erro, criada pelos desdobramentos da era da informação, deram a esse estilo de fotografia um lugar de destaque nas produções atuais. Podemos completar com Sontag (2004, p. 21) quando diz que “a fotografia tornou-se um dos principais expedientes para experimentar algumas coisas, para dar uma aparência de participação”. Ou seja, ver-se através das *selfies* atesta uma aparente existência. Isso contribui para que ela cada vez mais faça parte do cotidiano das pessoas que participam ativamente dessa nova dinâmica social, a globalização.

¹⁷ THE OXFORD Dictionaries word of the year 2013 is 'selfie'. Disponível em <<http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/>>. Acesso em: 21 mar. 2018.

¹⁸ Idem.

Inúmeras situações diariamente são noticiadas envolvendo *selfies*, sejam elas engraçadas ou trágicas. “Segundo jornais britânicos, mais pessoas morrem tirando *selfies* do que atacadas por tubarões”. Em uma reportagem da BBC Brasil em 2015, é citado algumas situações perigosas envolvendo *selfies*. A morte de um turista japonês em setembro desse mesmo ano no monumento Taj Mahal, na Índia, que caiu das escadas da entrada ao tentar fazer uma *selfie*. E esse não foi um evento isolado, nesse mesmo lugar são registradas nos últimos anos, mortes de pessoas que caíram enquanto turistas faziam esse tipo de fotografia. Outros fatos que se tornaram comuns, são as *selfies* em edifícios altos e outros lugares perigosos. Como exemplo, o caso de uma universitária de 21 anos, que caiu de uma ponte na Rússia. Também na Rússia, um jovem cai de um edifício enquanto fotografava em seu ponto mais alto. Referente a esses casos, o governo da Rússia cria campanhas para alertar a população para o risco que esse tipo de fotos em locais perigosos podem causar. “Nem um milhão de ‘likes’ nas redes sociais valem tanto quanto a sua vida e seu bem-estar”, disse o Governo russo depois do crescente número de mortes no país por causa das *selfie*¹⁹.

Esse foram exemplos de casos mais extremos envolvendo essa forma de fotografar. Mas o que leva as pessoas correrem riscos fotografando a si mesmas em lugares e situações inusitadas? Seria a busca por curtidas e comentários em redes sociais na internet, ou talvez para provarem a si mesmas alguma coisa. Isso atesta sobre até que ponto as pessoas são capazes de chegar para conseguirem uma “curtida” nas redes sociais. Sibilia (2016, p.21) nos fala que “esse fenômeno dá conta da triunfante junção entre visibilidade e conexão”, e os “telefones inteligentes” dão conta de materializar esses dois recursos. Essa visibilidade cada vez crescente, possibilitada pela conexão, tem feito das *selfies* um instrumento de espetacularização encenada por pessoas diariamente. Maria Rita Kehl (2004, p. 142) diz que “estamos vivendo em uma sociedade regulada majoritariamente não mais pela política ou pela religião, nem pela repressão imposta pelas diversas pedagogias, mas pelo espetáculo”. Já dizia Guy Debord (1997, p.16 *apud* DUCATI, 2017), em seu livro “a

¹⁹ Informações retiradas de: **As formas absurdas de morrer ao fazer um ‘selfie’** – BBC Brasil. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151006_mortes_selfies_rm (Acesso em: 7 de maio, 2018).

sociedade do espetáculo”: “O espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana – isto é, social – como simples aparência”²⁰.

3.2 PERFORMANCES E LINGUAGENS VISUAIS DOS JOVENS NO CIBERESPAÇO E A CULTURA DA VAIDADE.

José Machado Pais (2006), nos dá uma pista de como essas novas adoções da fotografia em meio a era digital são efetivadas, principalmente, pelos jovens. A fotografia pode ser tomada como uma “expressividade cotidiana” que nos aponta para particularidades da cultura juvenil. Pais (2006, p. 7), nos fala que:

(...) entre os jovens, as transições encontram-se atualmente sujeitas às culturas performáticas que emergem das ilhas de dissidência em que se têm construído os cotidianos juvenis. Ou seja, as culturas juvenis são vincadamente performativas porque, na realidade, os jovens nem sempre se enquadram nas culturas prescritivas que a sociedade lhes impõe.

As configurações contemporâneas também significaram mudanças nas maneiras pelas quais os jovens aprendem a lidar com as dinâmicas sociais. Talvez de forma mais expressiva, as estruturas sócias marcadas pela fluidez, afetam os jovens em sua formação. Pais (2006, p. 8) fala dessas estruturas sociais e de como elas têm afetado os jovens com a “crescente inconstância, flutuações, descontinuidades, reversibilidade, movimentos autênticos de vaivém”. Os jovens aderem e absorvem os espaços virtuais com mais facilidade, porque talvez lhes permitam um protagonismo que não pode ter em sociedade. A vida em sociedade não os garante estabilidade. Ainda segundo Pais (2006) isso é marcado por uma “desfuturização do futuro”, em que o presente é priorizado. Ele faz uma comparação entre as formas com que as gerações mais velhas orientam suas vidas, através de caminhos traçados, rotinas e valores de segurança. Radicalmente os jovens preferem o oposto, as rotas de desvio e até rupturas com os padrões sociais. As relações sociais possibilitadas pelo ciberespaço surgem como um palco para que o jovem possa ser quem deseja ser. Isso se reflete em suas produções visuais, principalmente as fotográficas, o que pode

²⁰ Citado no artigo: **Eu: um estudo da Selfie como expressão narcisista na sociedade do espetáculo**. DUCATI, Carlos Rafael; MADUREIRA, Gisela. Intercom- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, 2017, p.11.

justificar o sucesso que a *selfie* tem ganhado nos últimos anos. A respeito das culturas juvenis e suas relações com os espaços virtuais que se assemelha aos “espaços lisos²¹”, Pais (2006, p. 14-15) ressalta que:

Tantas vezes designadas como “culturas de margem”, o que as culturas juvenis reclamam é inclusão, pertencimento, reconhecimento. Daí suas performatividades, que não por acaso se ritualizam nos domínios da vida cotidiana mais libertos dos constrangimentos institucionais – os de lazer e do lúdico (“espaços lisos”).

Como características, Pais (2006, p. 16) cita que o gosto pela ostentação e pela metamorfose, fazem parte das culturas juvenis quando dizem respeito a “ênfase visual, ritualização dos disfarces e as expressões transfiguradoras e excessivas”. Isso nos leva a crer que os disfarces indicam uma “busca de si”.

As farsas dos disfarces são uma cara da alienação (consumista), mas também dão à identificação, ao assegurarem expressividades de natureza identitária: de buscas de si através do outro. De fato, a consciência da identidade individual somente é possível pelo reconhecimento do outro. Muito do que está fora de nós pertence à essência do eu que se revela no outro (PAIS, 2006, p. 17-18).

Essa busca de si, tem se mostrado uma marca observada principalmente nos adolescentes, mas que também se estende a todo decorrer da vida humana. Também diz respeito a um certo reconhecimento diante dos outros. Logo, ao se investir na própria imagem, significa também, uma construção da própria identidade. O que “parecem ser” definem as suas relações com o mundo e até consigo mesmo. Pais (2006) chama isso de “farsa dos disfarces”, que abraçam, não somente a criação de imagens de si, mas as relações que essas imagens criadas têm com os outros. Essas relações através dos disfarces incitam a uma criação de “afetos virtuais ilusórios”:

Nos afetos virtuais o que conta é a imaginação delirante, uma ânsia de ligação a um outro idealizado que, simultaneamente, se torna objeto e fonte de desejo. Os afetos virtuais não são ilusórios apenas porque sejam virtuais. São ilusórios porque são também impulsionados pela idealização de um outro, de um outro que é dado pela representação que dele se constrói imaginariamente (PAIS, 2006, p. 20).

Parecer ser e criar ilusórias relações com os outros, caracteriza a busca da própria identidade. Pais (2006, p. 21) termina por dizer que “essa busca ocorre numa torrente de novas sensibilidades cuja existência parece fluir por entre duas margens: a da simulação (“pareço, logo sou”) e a da idealização (“desejo, logo existo”). A busca

²¹ Baseado na proposta de Deleuze, sobre a “dualidade primordial” entre “espaços estriados e lisos”, Pais (2006, p.7) caracteriza “espaços lisos” como sendo lugares que “abre-se ao caos, ao nomadismo, ao devir, ao performativo. É um espaço de *patchwork*: de novas sensibilidades e realidades”.

de si está pautada em algumas mudanças que remetem aos processos de construção da sociedade pós moderna. Uma dessas mudanças se refere a valorização social, que determina, pelo menos em parte um ideal de felicidade a ser alcançado. Essa valorização social é determinada por atitudes que dependem da vontade do indivíduo e de traços de personalidade inerente ao sujeito. Esses processos citados por Yves De La Taille (2009, p. 170), se refletem em nossa sociedade contemporânea de uma forma bem particular:

(...) hoje, procura-se mais compreender as pessoas do que julgá-las. Logo, assim como acontece em relação às atitudes, somos mais tolerantes do que no passado em relação à variedade de traços de personalidades. Somos mais acolhedores. Há, é claro, traços que são mais valorizados e adaptados ao convívio social que outros.

La Taille (2009) diferencia as atitudes e os traços de personalidade da seguinte forma: o primeiro depende da vontade do indivíduo; o segundo, parte da própria subjetividade, muitas vezes significando um doloroso rompimento quando se escolhe mudá-lo. Ele cita exemplo de atitudes que no passado passavam pelo crivo da valorização e recriminação, entre elas, a forma como se dividiam os papéis de homem e mulher na sociedade. O trabalho e o preparo para o casamento, respectivamente atribuídos ao homem e a mulher, significavam atitudes valorizadas socialmente. Enquanto a preguiça ou o ócio e a escolha por ser solteira, eram motivos de recriminação. Mas como defende La Taille (2006), essas atitudes dependiam exclusivamente de escolhas feitas pelos sujeitos.

Como a atitude é fruto da vontade, se alguma for desvalorizada pela sociedade, para uma pessoa ser julgada favoravelmente basta assumir outra. Logo, quem faz questão de ser “bem visto” por seus semelhantes, ser aprovado, por eles, tende a assumir as atitudes valorizadas socialmente (LA TAILLE, 2009, p.165).

La Taille (2009) afirma que em se tratando de atitudes, vivemos em tempos mais liberais. O que não se estende a traços de personalidades, que mesmo no tempo em que estamos, alguns ainda são menos valorizados socialmente. A exemplo, La Taille cita a introversão e a extroversão, ambos atribuídos aos sujeitos como traços que partem da personalidade, e que dificilmente se escolhe mudar. Mesmo com essas mudanças referentes a aceitação, “quando um ideal de felicidade se impõe, quase sempre se normatizam e se moralizam comportamentos a eles relacionados, fazendo-os entrar nas categorias de ‘certo’ e ‘errado’” (LA TAILLE, 2009, p. 168).

O que marca o cenário pós-moderno, segundo La Taille (2009), são os títulos de “vencedor” e “perdedor”. As pessoas adquiriram certo medo em ser inferiores a um

ideal de vencedor. La Taille (2009), fala que esse não é um ideal exclusivo da nossa época, mas que possui particularidades pós-modernas que os diferenciam dos outros tempos. A efemeridade das posições, condição própria do nosso cenário, que não garante um status permanente de vencedor ou perdedor ao indivíduo, podendo facilmente ser mudada em uma fração de segundo. A carga individual que se leva pela conquista ou fracasso, ambos com pesos diferentes, mas que caracterizam uma responsabilidade ao sujeito, que só diz respeito a ele. E por último, o grande desejo por ocupar o lugar de destaque, que acaba sendo priorizado pelos indivíduos (LA TAILLE, 2009, p. 172- 173).

Não é à toa que notamos um crescente aumento de profissionais que desempenham o papel de “conselheiros de carreira” e até “conselheiros de vida”, os *self coaching*²². O papel do vencedor tem atraído as pessoas, com isso ao se obter marcas que comprovem esse papel os garante auto confiança. Uma dessas marcas é a obtenção da aceitação alheia. Porém essa aceitação é obtida através da influência do juízo alheio, que La Taille (2009, p. 174) afirma ser um dos “traços da vaidade”. Como afirma Audard (1993, p. 184), citado em La Taille (2009, p. 175): “é preciso ser herói para continuar acreditando no próprio valor quando marcas exteriores do reconhecimento social desaparecem (...); a autonomia não passa de uma abstração se é prolongada pelo reconhecimento social”.

Como traços da vaidade, La Taille (2009, p.164), aponta alguns que o servirão como sinais que sugiram que “a vaidade é de fato forte característica contemporânea” (p.176). Esses traços falam da vaidade no plano moral, como algo inerente ao sujeito. “Uma pessoa vaidosa costuma ser aquela que atribui valor a aparência, não a virtudes”. “O vaidoso cuida do ‘espetáculo’ que pretende dar de si”. “O olhar e a admiração alheios são essenciais”, ou seja, uma dependência do juízo do outro. “A vaidade se associa, do ponto de vista semântico, à superficialidade, à frivolidade, à futilidade, à pequenez, à ilusão, à fraqueza”. “A pessoa vaidosa é, como se diz ‘cheia de si’, mas esse ‘si’ é, ele mesmo sem conteúdo, ou com conteúdo fútil”. Os traços que quero ressaltar e que ajudarão a compor uma linha que apoie essa pesquisa é: a aparência, a busca pela aprovação alheia e a vida como espetáculo. Todos esses

²² Não me estenderei na explicação sobre o conceito e os atributos do *self coaching*, por entender que esse termo viria apenas para ilustrar a busca cada vez maior que as pessoas têm por alguém que os incentive. Como dito por La Taille (2009), o homem precisa de aprovação.

traços movidos por uma busca pelo papel do vencedor, e que compõem, em parte, o que La Taille (2009) chama de Cultura da Vaidade.

Vimos anteriormente que a era digital e os desdobramentos que possibilitam conexão e visualidade nos indicam particularidades adotadas pelos sujeitos ao interagirem nesses novos espaços. Particularidades essas que remetem a uma criação de um personagem que deseja ser reconhecido em um ambiente que lhes proporcione liberdade e aceitação por parte de outros. Como nos diz Sibilia (2016, p. 27): “a experiência de cada um se vê fortemente influenciada pela interação com os outros e com o mundo; por isso, não se pode negar o papel primordial da cultura na conformação do que se é”. Assim como as fotografias têm ganhado espaço para que essa interação entre sujeitos se faça cada vez mais forte como formas de comunicação e informação.

Com ênfase na era digital, através da internet e da massificação do acesso aos smartphones, surge a selfie como a mais recente forma de se autorretratar que, pelo excesso de exposição da própria intimidade, transformou a autorrepresentação em um espetáculo do eu (DUCATI & MADUREIRA, 2017, p.1).

Jordi Pallarés (2013) em seu artigo *Dramas, comedias e incertidumbres de la propia existencia: documentos de adolescentes en la época de la fotografía líquida*, no livro: *Investigar con jóvenes: ¿Qué sabemos de los jóvenes como productores de cultura visual?* nos aponta que “é obvio que os jovens de hoje estão crescendo na sociedade da informação, e que nos obriga a ser especialmente atentos para o conteúdo deste, a forma como estes são emitidos e os canais utilizados para espessá-los” (Id., 2013, p. 246, tradução nossa). Mas o que de fato se busca quando os jovens produzem e postam imagens de si? O que significa o surgimento da *selfie* no cenário contemporâneo? Estamos realmente vivendo uma cultura da vaidade?

4 PRODUÇÕES DE *SELFIES* PELOS JOVENS: FUNÇÕES E VALORES CULTURAIS.

Essa pesquisa foi feita com jovens entre 15 e 17 anos, alunos do terceiro ano do ensino médio da escola C. E. Estado da Guanabara em São José de Ribamar/ MA. Com o auxílio da coordenadora pedagógica da escola, foram selecionados oito alunos para a aplicação do questionário individual e, em seguida, debate sobre suas produções fotográficas para a internet. Esses alunos serão identificados pelos seguintes pseudônimos: Alana, Beto, Ana, João, Neto, Pedro, Lúcia e Roberto. De forma exploratória e com abordagem qualitativa, esta pesquisa se fez através de um grupo focal. O objetivo foi facilitar o cruzamento de histórias e promover diálogos entre várias interpretações advindas de diferentes subjetividades, assim como propõe uma educação da Cultura Visual sugerida por Fernando Hernández (2011). A intenção dessa pesquisa não é oferecer resultados generalizados sobre o tema, mas nos aproximar da realidade das produções dos jovens no atual contexto e no local onde ela foi feita.

O primeiro encontro foi basicamente para apresentar o projeto aos alunos e definir prerrogativas para o próximo encontro. Nos reunimos em uma sala com cadeiras disponibilizadas em círculo, e logo começamos as apresentações. Perguntei inicialmente se eles produziam fotografias para *internet*, se às postavam em redes sociais com frequência. A resposta da maioria foi afirmativa. Porém, uma aluna me relatou que não tinha redes sociais ativas e que pouco fazia *selfies*. Outra aluna, sugeriu que ela desbloqueasse a rede social que possuía anteriormente para que tirasse de lá fotos antigas. Achei que seria interessante as reflexões a partir dessas imagens, que de certa forma, foram descartadas. Então reforcei essa sugestão da aluna, pois poderia levantar questões pertinentes à forma como as mudanças de percepções dos jovens podem refletir em suas produções atuais e passadas. Dessa forma, ficou combinado que no próximo encontro eles deveriam trazer suas *selfies* postadas na *internet*. Essas imagens serviriam também de mediação para que eles refletissem nas características sociais e culturais presentes nelas.

No dia seguinte, conversei com os alunos, apresentando-os um breve resumo sobre a pesquisa, que consiste em observar as produções fotográficas e debater sobre elas, buscando informações que possam estar contidas além das imagens. Em

seguida foi aplicado o questionário individualmente. A aluna que anteriormente afirmara que não tinha redes sociais e nem mesmo fazia *selfies*, não esteve presente nesse dia. Logo os alunos perguntaram se um outro colega poderia participar em seu lugar, e então o grupo focal de oito alunos foi restabelecido. Houve pouco tempo para conversar com todos, pois o horário concedido pela escola coincidia com as aulas de alguns dos alunos, pois foram selecionados alunos de salas diferentes do terceiro ano. Com os que permaneceram, pude conversar e observar interesses distintos em suas participações como produtores no ciberespaço. Como afirma Aguirre (2014, p. 248) sobre a importância de se ater a essas produções:

(...)sabemos que pesquisar sobre a produção da cultura visual consiste em explorar, para além das imagens que os jovens realizam, os sentidos e significados, as relações de aprendizagem, as práticas de distribuição e as formas de construção de subjetividade e identidade que sua atividade criadora gera.

Todos os jovens que participaram da pesquisa têm em comum a interação nas redes sociais *online*, sendo as mais frequentes o *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. Porém, alguns argumentam que se identificam mais com umas do que com outras plataformas. Por exemplo, Alana²³ afirma utilizar apenas o *WhatsApp*, pois oferece a ela mais privacidade e um controle maior sobre quem pode ver suas publicações. Já o Pedro utiliza as quatro redes sociais citadas, pois gosta de interagir com as pessoas e obter retorno sobre suas publicações. Ter acesso às informações sobre as publicações de amigos e assuntos de interesse, também o motiva a estar presente nesses espaços. As formas de interação no ciberespaço giram em torno de textos e imagens, e de ambos simultaneamente. Todos os entrevistados afirmaram que produzem *selfies*, o que diferencia é a frequência com que postam, os locais e a quem querem mostrar-se. Sobre isso Sibilía (2016, p 58) nos diz que:

Usar palavras e imagens constitui uma forma de agir: graças a elas podemos criar universos e com elas construímos nossas subjetividades, nutrindo o mundo com um rico acervo de significações. A linguagem não só ajuda a organizar o tumultuado fluir da própria experiência e a dar sentido à vida, mas também estabiliza o espaço e ordena o tempo, em diálogo constante com a multidão de outras vozes que nos modelam, coloreiam e recheiam.

Dessa forma é notório que o ciberespaço é um local democrático. Possibilita a todos uma oportunidade de interação com produções próprias e de pares,

²³ Os nomes aqui usados serão fictícios, para preservar a identidade dos alunos colaboradores dessa pesquisa.

aprendendo uns com os outros, sem as configurações de aprendizado e informação unilateral que muitas vezes se impõe na escola. Todos os jovens participantes da pesquisa afirmam publicar com mais frequência imagens de si. Essas imagens costumam colocá-los presentes em situações com amigos, familiares e locais em que realizam suas tarefas cotidianas, frequentes ou não. Dessa forma esses novos espaços surgem com a possibilidade de promoverem liberdade, ajudando-os a formar quem são e os fazendo perceberem-se e serem percebidos. Como afirmado por Chapman (1978, p. 94, *apud* TAVIN, 2008, p.16), uma das precursoras da Educação da Cultura Visual, “nossa autoimagem é formada, em parte, através da inter-relação visível com o eu dos outros”.

Figura 4 - Selfie feita na escola.



Fonte: arquivo do aluno

As diferentes redes sociais possibilitam também diferentes experiências na produção, circulação e interação a partir de imagens como representações de si. Santaella (2007) defende que qualquer imagem produzida pelo ser humano pode ser tida como representação, pois independente do suporte ou qualquer que seja ela, envolve algum tipo de codificação. Logo, as imagens postadas representam o seu próprio autor, “o que nos leva a inferir também, que a imagem é a materialização da visualidade, ou seja, é a transformação do já visto e/ou pensado em imagens” (CHAUD, 2014, p. 586).

O gráfico a seguir nos indica quais as redes sociais mais utilizadas pelos alunos entrevistados. A partir dele poderemos entender o que buscam, o que os motivam e em quem se inspiram para publicarem fotos de si no ciberespaço.

USO DE REDES SOCIAIS

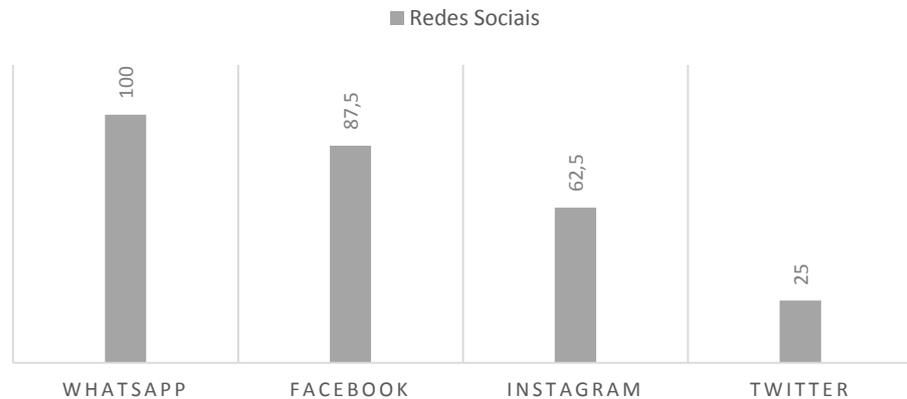


Tabela 1 – Porcentagem do uso de redes sociais entre os jovens entrevistados.

Através do gráfico percebemos que o *WhatsApp* é a rede social mais utilizada pelos oito jovens que participaram da pesquisa. Ela possibilita a troca de mensagens instantâneas com imagens, vídeos e textos e a ferramenta de *status*, em que as publicações duram 24hs. Nela também é possível criar *chats* que podem ser acessados simultaneamente. Sibilia (2016, p. 20) chama de aplicativo móvel genérico, “que acabaram convertendo as chamadas telefônicas em raridades quase obsoletas, substituindo-as por um diálogo permanente que se digita na tela do aparelho celular e costuma vir ilustrado com fotos, vídeos ou sons”. É uma rede social aparentemente restrita em que só os contatos dos usuários individualmente ou em grupos de interesse têm acesso às suas produções online. Dessa forma, o usuário escolhe com quem partilhar suas produções. A segunda mais utilizada (87,5%) pelos alunos entrevistados é o *Facebook*. Nessa rede social criada em 2004, é possível além de publicar conteúdos próprios, também compartilhar e ter acesso aos conteúdos de pessoas ligadas ao usuário e a seus assuntos e grupos de interesse. De certa forma, esse espaço social é menos restrito que o anterior, pois nele os comentários dos conteúdos postados são públicos a todos aqueles que fazem parte da rede de amigos. O *Instagram* (62,5%), terceira mais utilizada, segundo os jovens, possui ferramentas mais específicas para a produção de conteúdo. Os filtros nessa plataforma, proporcionam aos usuários um certo controle sobre as alterações com diversos efeitos nas imagens ou vídeos compartilhados. Um “perfil” aparentemente organizado e com belas imagens e seus filtros, atraem um maior número de curtidas, comentários e

seguidores. E por último o *Twitter* (25%), uma espécie de *mini blog* que possibilita o compartilhamento de conteúdo com até 140 caracteres, podendo ser *links* de vídeos, imagens e textos. Geralmente é utilizado como ferramenta de publicação de criações textuais.

A Alana utiliza com mais frequência o *WhatsApp*, e além dele, não utiliza nenhuma outra rede social. Ela defende que gosta da privacidade que o *WhatsApp* a oferece, em comparação aos outros espaços, nele ela escolhe com quem partilhar suas imagens. Sobre a busca de contatos, mesmo que mínimos, como o caso da Alana, me remeteu a Pais (2006, p. 18), quando fala que: “a procura de contato é também uma busca de si, uma vez que as identidades individuais se constituem como resultado de experiências individuais, embora surgidas de ritualizações próprias de identidades coletivas”. Ao ouvir o relato da colega, o João à questionou: “como tu vives apenas com o *WhatsApp*?”. João materializa em sua questão uma característica já citada por Pais (2006), em que a busca de si está ligada a um reconhecimento diante dos outros. E esse reconhecimento é tido por João com maior “facilidade” nos espaços virtuais que promovam maior visibilidades e retorno sobre as produções de seus usuários. Visualidade que não apenas o *WhatsApp* pode oferecer.

Mesmo que a pesquisa tenha sido realizada em ambiente escolar, percebi que as práticas de produção feitas por esses jovens, pouco estavam vinculadas as práticas desse meio. Ou seja, suas *selfies* tinham como referências, as produções que circulavam *online*. Aguirre (2014) mostra que existem linhas de pesquisas que se direcionam às relações entre as práticas de produções dos jovens com as mídias (LUNDBY, 2008; KAARE, 2012; SEFTON- GREEN; BUCKINGHAM, 1996). Fala também de como essa interação é crescente e se dá fora da escola, sendo assim a sua “linha de pesquisa pretende se concentrar nas práticas espontâneas de produções que os jovens realizam fora de todo contexto institucionalizado por mais aberto que este seja” (LANGE; ITO, 2008, *apud* AGUIRRE, 2014, p. 250). Assim como Aguirre, pretendo me ater a essa linha de pesquisa, sem ignorar as influências escolares que também podem haver nessas produções, mesmo que mínimas. “Estudar os comportamentos e as práticas de relação com a cultura visual dos jovens fora do âmbito escolar significa enfrentar um espaço híbrido, móvel e interafetado, escorregadio para a análise” (AGUIRRE, 2014, p. 254).

O meio de informação e influência mais forte entre os alunos, percebido através dos diálogos e questionários, tem sido a *internet*. Ela proporciona aos jovens, informações rápidas que podem ser acessadas com apenas um *click*. A exemplo disso, nos fala o Pedro ao ser questionado sobre o que mais costuma fazer na *internet* quando não está postando conteúdos próprios.

Pedro: Eu gosto de ler os comentários nas publicações de amigos e as que me interessam. Gosto de saber a opinião das pessoas sobre aquele assunto, dessa forma me mantenho informado. Quando eu sei sobre o assunto, comento também, mas não gosto muito de fazer isso. Prefiro saber o que as pessoas comentam.

Como foi falado anteriormente, houve uma mudança de papéis no que diz respeito aos produtores de conteúdos nos espaços virtuais. As novas tecnologias e mudanças na sociedade fizeram desaparecer a antiga relação de hierarquia que havia entre produtores e receptores. O que se percebe é uma interação entre iguais com as mesmas possibilidades de criação e voz, nesses espaços. Mesmo que, não com a mesma intensidade, esses espaços vêm se configurando com padrões organizacionais que estabelecem posições com diferentes níveis de participação. A fotografia ganha espaço nessa dinâmica ao ser uma espécie de atividade que identifica e vincula o jovem com o grupo ao que deseja pertencer (AGUIRRE 2014). A maioria dos alunos entrevistados mostram que se sentem confortáveis em compartilhar fotos de si, pois os espaços virtuais em que costumam interagir contam com essa relação entre iguais. Isso pode ser considerado uma motivação inicial para essas produções de *selfies*.

Diante do questionamento sobre o que os motiva a postarem fotos de si (*selfies*) nas redes sociais, percebi algumas regularidades. Compartilhar seus momentos, na grande maioria, felizes, parece algo comum entre todos os entrevistados. Para a Ana, interessa-lhe que as pessoas saibam o que ela está fazendo e também quando está fazendo algo novo, como uma viagem para visitar os parentes. Logo, o momento e a predisposição relacionada ao sentimento de felicidade, os estimulam a compartilhar suas produções com outros. Para o Beto, os momentos felizes devem ser compartilhados, isso o motiva, além de perceber que passou um bom tempo sem postar. Não se perceber nos meios sociais, por muito tempo, pode remeter a uma não existência. Talvez isso caracterize o que quis dizer Germaine Greer, citado em Zygmunt Bauman (2008, p. 21), “na era da informação, a invisibilidade é equivalente a morte”. Assim como para La Taille (2009), ao dizer que

a “invisibilidade é um martírio” para aquele que, de certa forma, dependem dos olhares para se fazerem presentes no ciberespaço. Isso pode se dar pelo fato desses meios sociais serem os locais em que os jovens passam mais tempo. A maioria dos entrevistados afirmaram que ao chegarem em suas casas, após a aula, acessam suas redes sociais para “distrair-se”.

Figura 5- Selfie compartilhada e legenda.



Figura 6 - Selfie compartilhada.



Figura 7 - Selfie compartilhada e legenda.



Fonte: acervo do aluno

É possível afirmar que o ciberespaço também lhes oferece informações que agregam em suas produções. Assim como o retorno (comentários e *likes*) em suas produções compartilhadas, as informações obtidas pelos jovens nesses espaços lhes garantem uma aprendizagem. Mesmo que muitas vezes seja imperceptível, essas informações se refletirão no papel do jovem como produtor de conteúdo. Como afirma Aguirre (2014, p. 251):

O ato de compartilhar o produzido contém também, em si mesmo, um ato de aprendizagem, tanto para quem obtém uma resposta ao que mostra quanto para quem observa o produzido por outros, e extrai disso, ensinamentos para suas próprias produções futuras.

A troca entre informação e produção, feita nesses espaços virtuais, partem das referências que os jovens escolhem para si. Através do questionário alguns dos jovens afirmaram não ter referências para realizar suas produções. Mas até que ponto isso pode ser verdade? Será que essas referências são imperceptíveis à eles? Parece impossível dizer que estamos em um ambiente e não somos afetados por ele, ainda mais quando se diz respeito a imagens que consumimos mesmo sem nos dar conta. Hernández (2011) afirma que não vemos apenas o que queremos ver, mas o que nos fazem ver. Logo, não estamos livres de uma influência em nossas subjetividades

materializadas, então, o que vemos tem algum efeito sobre nós. Como a internet é um grande palco para veiculação de imagens e é onde os jovens passam maior parte do tempo, mesmo que não percebam, eles estão sujeitos a suas afetações. Aguirre (2014, p. 260) aponta que:

(...)os jovens sabem que grande parte de seu imaginário se deve a seus passeios pela Internet, ainda que, às vezes, não consigam nos dizer em qual lugar e em qual momento depararam-se com aquela imagem ou em qual momento adquiriram algum dos saberes que põem em jogo em suas produções.

Aos que afirmaram ter referências em suas produções, citaram algumas que nos indicou uma preocupação estética que os impulsionam a, logo em seguida, publicar suas *selfies*. A primeira referência citada, são os seus amigos. O que garante com que eles sejam copiados é o sucesso que suas *selfies* fazem ao ser percebido um número maior de *likes* e comentários. Outras referências são os “blogueiros²⁴” e famosos. Um exemplo de “blogueira” citada por alguns dos jovens é a Kéfera, que surgiu primeiramente com *vlogs* para o *YouTube*, ou o que eles chamam de “*youtuber*”.

Figura 8 - Kéfera Buchmann



Fonte: <http://kakoi.com.br/tag/kefera/>

Os *blogs* foram surgindo desde quando foi possível se conectar através das novas tecnologias da era digital. São espaços que funcionam como uma espécie de diários publicáveis na internet. Sua característica mais intimista e suas publicações pessoais, atraem diversos seguidores, que tornam os criadores desse conteúdo em uma espécie de ídolos. O que atrai os jovens aos “blogueiros” é exatamente essa característica de familiaridade proporcionadas pelos tipos de conteúdo que eles publicam através de textos, fotos e vídeos. Alguns conteúdos são similares a realidade

²⁴ Termo citado pelos alunos para denominar os produtores de conteúdo dos *blogs*.

de seus seguidores ou, na maioria das vezes, realidades que almejam ter. Sibilia (2016, p. 20), ainda sobre os *blogs*, fala que trata-se de uma categoria que possui “propostas variadas, incluindo algumas experimentações estéticas, mas ainda parecem ser maioria aquelas que seguem o modelo do testemunho pessoal”. Analisando mais a fundo, essas publicações que defendem retratar um cotidiano, parecem na verdade, muito distantes disso. Em sua maioria recorrem a subterfúgios como filtros, poses que lhes favoreçam e situações, quase sempre, felizes. Isso pode ser um indício do que diz Machado (2007, p. 52-53, *apud* SÉRVIO, 2017, p. 157), “identificando-se com as personagens, o espectador converte a tela transparente em espelho onde ele vê projetado o(s) seu(s) ideal(is) e onde ele pode fazer um reconhecimento feliz”.

Um exemplo desses *blogs*, é o *Tumblr*, citado pelos alunos como modelo para criar suas *selfies*. Mesmo que os alunos afirmem não utilizar essa plataforma social, ela se tornou referência estética para a maioria de suas produções. O *Tumblr* nada mais é do que um modelo organizacional e de inspiração para edições em imagens, e além disso, uma referência em padrões estéticos que os jovens almejam alcançar ao se retratarem nas redes sociais. Fotografias com efeitos, contrastes, preocupação com cenários e poses, são características que ultrapassaram esse *blog* e chegaram nas redes sociais mais comuns. Não é à toa que vários outros *blogs* promovem tutoriais de como editar fotografias inspiradas nas produções feitas para o *Tumblr*.

Figura 9 - Selfies Tumblr



Fonte: <https://www.wefashiontrends.com/como-tirar-fotos-estilo-tumblr-com-o-celular-poses->

Esse foi outro questionamento feito aos jovens participantes da pesquisa, sobre as manipulações que suas *selfies* levavam. Todos utilizam em suas fotos

alguma ferramenta de edição para as torna agradáveis para si e para os outros. Alguns relatos nos mostram o quão específicas são essas manipulações. Como exemplo, o João que diz usar “filtros preto e branco e outros”, utiliza também o *VSCO* como aplicativo de edição e as vezes as edições do *Instagram*. O Neto afirma utilizar o *Cymera* para aumento da nitidez e brilho das suas fotos, melhorando o ambiente. A Alana usa o *Snapseed* para clarear algumas fotos. E ainda o Pedro que diz: “uso apenas filtros, não gosto muito de modificar meu rosto, gosto de mostrar como sou”. De que forma se imagina o “mostrar como sou”? Será que ao estar diante de uma câmera já não é motivo suficiente para se deixar de ser quem é, e encenar sua melhor pose para mostrar-se aos outros? Como defende Soulages (2010) ao sugerir uma outra doutrina, diferente da que defendia Barthes, que “isto foi encenado”.

Figura 10 - Edição com filtros do Instagram.



Figura 11 - Edição com clareamento na imagem.



Figura 12 - Edição com filtro de cor.



Fonte: arquivo do aluno.

Melhorar suas imagens antes de publicá-las, parece bem comum entre os jovens. É o que já foi citado por Sibilía (2016), ao dizer que esse fenômeno é um indício da junção entre visualidade e conexão, próprias da era da informação, materializados pelos “telefones inteligentes”, celulares. Mas o que buscam ao usarem desse artifício para melhorar as imagens que produzem de si? Os jovens afirmam que preferem ser eles mesmos ao produzirem suas fotografias instantâneas. Que os “blogueiros” que eles seguem, os cativaram justamente por “serem quem são” e por “retratarem”, em suas produções, o cotidiano. Ver-se no outro pode ser uma busca de si. Essa relação que se estabelece entre os jovens e os seus referenciais em

produções, pode nos levar ao que nos diz Pais (2006, p. 19-20), sobre essa admiração por um estranho que se torna familiar:

O estranho procura surpreender o outro desconhecido, exibindo créditos positivos. Outras vezes é possível dar conta de que o estranho, embora procure não se “desacreditar”, é um personagem “desacreditável”. É também frequente surgirem “retrospectivas em potência” que dão lugar, segundo Goffman, a uma identidade social virtual que não coincide, claro está, com a identidade real, baseada em atributos demonstráveis.

O fato de manipularem suas produções através de uma pré edição, pode nos indicar que tais jovens veem nesses espaços virtuais, liberdade para serem quem almejam ser. Assim como as referências que citaram, nos apontam um ideal a ser seguido, também reflete no que buscam os jovens através das *selfies* que fazem. Essa familiaridade que os jovens buscam em suas referências, parece indicar um desejo por serem o que essas aparentam, ou seja, ser como a aparência do outro.

Além de entender de que forma se dá essa relação com seus referenciais, produtores que atraem seguidores, é importante entender ainda sobre o que eles esperam de retorno dos seus pares após publicarem suas fotos.

O João, a, Lúcia, o Beto, a Ana e o Neto, esperam que as *selfies* postadas lhes tragam o retorno em curtidas e comentários favoráveis como uma espécie de elogio. O Neto, por exemplo, relatou que espera comentários do tipo: “lindoh”, “bonito”, “kero”; mostrando uma linguagem específica, adotada nas redes sociais. O Roberto espera que suas fotos agradem as pessoas que as visualizam. A busca por reconhecimento nesses espaços, percebidos entre os jovens participantes dessa pesquisa, pode nos direcionar ao que disse La Taille (2006) sobre o olhar alheio e a aparência. Ele defende que a “procura da admiração alheia não é mero meio para chegar ao reconhecimento do próprio valor. Para ele (o vaidoso), a admiração alheia é um fim em si mesmo” (LA TAILLE, 2006, p. 175). Entra aqui o conceito de vaidade já citado, que esse autor utiliza para denominar uma nova maneira de se portar na atualidade.

O corpo, suas vestimentas, os objetos de consumo, o se mostrar, o falar de si, o se dar em espetáculo, o apego às aparências, eis, creio alguns sinais inequívocos de que vivemos em uma “cultura da vaidade”, alguns sinais de que o olhar do outro está para ser cativado, impressionado, deslumbrado (LA TAILLE, 2006, p. 182).

O retorno esperado pelos jovens em suas publicações, refletem em suas produções futuras. Há sempre uma busca em melhorar suas *selfies*, quando não recebem o retorno, em curtidas e comentários, que gostariam. Claro que essa atitude

não é unânime, como o Neto, que afirma não se importar com qualquer tipo de retorno. Ele compartilha pois quer que suas fotos fiquem guardadas como em uma espécie de álbum virtual. Ainda diz que costumava apagar, mas que hoje, se as fotos o fazem se sentir bem, ele as guarda. A maioria dos jovens contou-me que as apagam e tentam melhorar suas produções em uma próxima vez. Ter uma boa foto com o retorno que gostariam é uma motivação para compartilharem cada vez mais suas produções.

Um outro conceito bastante presente na contemporaneidade é o efêmero. Percebemos isso através dessas mesmas *selfies* postadas pela maioria dos jovens, que aparentam ter um prazo de validade. Diferente de uma realidade vivida em uma época anterior, em que as fotos detinham a finalidade de produzir memória. Talvez pelas configurações analógicas para se fotografar, em que cada foto feita era única e que o único espaço para se compartilhar eram os álbuns de família.

Uma ferramenta que essas redes sociais adquiriram recentemente, e que possui diferentes nomenclaturas dependendo da plataforma, é a possibilidade de publicações que duram 24 horas. Os alunos colaboradores indicam utilizar essa ferramenta e que a acham útil, pois muitas vezes querem retratar apenas um momento. Além de um mundo cada vez mais tomado por imagens, surge agora a possibilidade de as descartar automaticamente. O Roberto conta que mesmo nesse intervalo de 24 horas, é possível que não goste mais da *selfie* que fez e a descarta. Essas postagens efêmeras têm ganhado espaços cada vez maiores, seu início se deu com uma rede social chamada *Snapchat*. E então se estendeu a outras redes sociais populares entre os jovens.

Não se trata de obras de arte, não pretendem e nem sonham com ser isso, mas tampouco se propõem a demolir esse edifício com argumentos bombásticos. Apenas se apresentam como o que são: pequenos espetáculos descartáveis; de vez em quando, alguma pérola valiosa ou algum entretenimento enganoso sem maiores ambições, junto a um mar de puras bobagens (SIBILIA, 2006, P. 350).

Mas não somente atrair olhares, buscar ser reconhecido e admirado pelos seus iguais que circulam no ciberespaço. Além disso, Pedro nos mostra que quer que as pessoas entendam o que ele quer dizer através das imagens. Os jovens têm o que dizer em suas produções. Dizer sobre si, o que pensam sobre o que os rodeiam, sobre seus sentimentos em relação ao espaço onde vivem, sobre o tempo em que estão. Essa é uma característica própria das pedagogias culturais, que observam nos jovens, potenciais participantes da sociedade. E que acreditam que também há influências

culturais populares em suas produções nas redes sociais. O Pedro contou-me que gosta de literatura clássica brasileira e que Shakespeare tem sido o tema de suas aulas de arte, ele evidencia isso nas legendas das *Selfies* que compartilha. Sempre tentando relacionar o momento fotografado com citações referentes a suas buscas. O João cita músicas, textos e poesias que procura na internet para relacioná-las as suas fotos. Ele busca em autores e compositores famosos, palavras que desejaria dizer para que representasse o momento retratado.

Nem sempre com o mesmo peso que é retratar-se da melhor maneira possível, expressar subjetividades também é algo presente na produção das *selfies*. Elas acabam sendo um verdadeiro aferidor cultural na atualidade. É perceptível que produzir e compartilhar imagens de si, tornou-se uma nova ferramenta para que os jovens se percebam no mundo. Para que, mesmo aderindo a referências de outros e publicando o melhor de si, achem uma maneira de se comunicarem através de imagens que eles mesmos produziram.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.

A era da informação trouxe consigo tecnologias que conquistaram um grande número de pessoas, principalmente os jovens. Essas tecnologias, como visto anteriormente, às conectaram ao mundo inteiro, o que evidenciou uma característica humana cada vez mais latente, a necessidade de se sentir parte e importante no mundo. Tecnologias como as mídias sociais na *internet*, que se tornaram espaços onde seus usuários se afirmavam presentes também através de imagens de si, as *selfies*. Dessa forma surgiu o questionamento que motivou essa pesquisa: quais funções e valores culturais das *selfies* na vida de alunos do ensino médio do C. E. Estado da Guanabara, em São José de Ribamar?

A presente pesquisa se manteve atenta as produções feitas por esses jovens no ciberespaço. Produções, para eles, realizadas fora dos “espaços estriados” como o ambiente escolar. Realizadas em “espaços lisos”, lugares livres e aberto para individualidades (PAIS, 2006). Espaços identificados como sendo o *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, onde os jovens interagem com frequências e de maneiras diferentes. As *selfies* compartilhadas nesses espaços sugerem singularidades a ser percebidas que demonstram a intenção e o retorno que esperam esses jovens sobre as suas produções.

Fernando Hernández (2011) nos leva a acreditar em uma capacidade de autoria desses jovens e de que suas produções não estão livres de influências dos espaços que eles transitam. Imanol Aguirre (2014) mostra que esses espaços virtuais além de garantirem certa liberdade para a produção desses jovens, também são locais em que há um aprendizado. É notório que as *selfies* feitas referem-se a uma maneira que encontraram para perceberem-se em um espaço “democrático”. Mesmo com suas configurações próprias de hierarquia, ainda é um espaço que se encontra aberto para quem se dispõe a criar ou simplesmente copiar conteúdo.

Observei, com os jovens que participaram dessa pesquisa, que eles não percebem como objetivo principal o desejo de transformar suas performances fotográficas na internet em um espetáculo com o único objetivo de atrair visibilidade. O que indica o início do processo defendido por Sibilia (2016, p. 347), “(...) deslizamentos que acompanham a ascensão de um tipo de subjetividade cada vez

mais espetacularizada, o triunfo de um modo de vida baseado nas aparências e a transformação de tudo em mercadorias”. Percebe-se que eles próprios não têm consciência total da influência da cultura da vaidade na relação que estabelecem com fotografias e redes sociais. Esse público, por outro lado, tem fortes ligações diretas, não mediadas pela rede, com seus familiares, amigos de escola e da comunidade, que expressem outros valores que os distanciam dos aspectos mais explícitos do “show do eu” denunciado por Sibilia. Pode ser comum para outros jovens uma perda de pudores e um abandono do que se denominava privado, mas é certo que expor-se em qualquer situação não é uma característica adotada por esses jovens.

Mesmo que acreditem que os “blogueiros”, ou qualquer outro referencial, retratem suas vidas como são, as manipulações nas fotografias que fazem de si caracterizam algo oposto a isso. Não sei se inconscientemente, mas o fato é que esses mesmos jovens aderem para si essas manipulações e descrevem como sendo “um retrato do quem são”. Soulages (2010, p. 22-23) fala que “toda fotografia doméstica parece teatral, porque existe sempre mais ou menos uma tendência histórica ou pelo menos narcisista em cada homem”. Com isso, não é simplesmente “um retrato do que são”, mas o melhor retrato possível de se ter de si. Uma lógica que não é tão explícita no discurso desses jovens, mas que de certa forma começa a ser iniciada neles a partir do momento em que se fazem constantemente presentes no ciberespaço.

O fato é que o olhar do outro alimenta um constante compartilhamento de fotos de si nas redes sociais, defendido por La Taille (2009) como sendo característica própria de uma Cultura da Vaidade. A maioria afirma esperar desse ato, um retorno em curtidas, comentários e seguidores, mas não podemos esquecer que também há aqueles que só esperam que suas imagens sejam decifradas, como uma mensagem que queiram dar de si. Há aqueles que são influenciados em suas produções pelos comentários e *likes*, alguns até apagam as fotos que não tiveram um retorno esperado e então produzem outras que acreditam ser aceitáveis. Os que não esperam tal resultado, apenas publicam suas produções e as deixam como em um álbum *online*.

Dessa forma, entendo que o ensino de Artes, ao se fazer presente na formação desses jovens, contribui para que haja uma valorização de suas produções. O ensino de arte pode educar para que não só se produza espetáculos encenados de si, mas para que as produções dos jovens carreguem um olhar crítico sobre mundo e

sobre si mesmos. Hernández (2011) entende que uma mudança na educação com Arte pode “favorecer a mudança de posicionamento dos sujeitos de maneira que passem a construir-se de receptores ou leitores a visualizadores críticos”. McFee (1954, p. 79, *apud* TAVIN, 2008) defende que, “a arte não é uma entidade separada da vida. A arte é parte da vida”. Dessa forma pode ser um referencial que está formando para além dos espaços educacionais.

Tal pesquisa serve para afirmar que os estudos feitos nesse campo não devem ser tomados de maneira generalizada. Por isso vários pesquisadores, como os que aqui foram citados, escolhem abordagens distintas, levando em conta que os Estudos de uma Cultura Visual trazem diversas possibilidades e provocações. As subjetividades desses jovens permitem, mesmo que suas produções tenham algo em comum, ainda sim uma individualidade que reflete nas funções e valores culturais que impregnam suas *selfies* e qualquer que seja as outras formas de produção e interação no ciberespaço e fora dele.

REFERÊNCIAS

AGUIRRE, I. **Cultura Visual, política da estética e educação emancipadora**. In: MARTINS, R; TOURINHO, I. (Orgs.). Educação da cultura Visual: conceitos e contextos, p. 69- 112. Santa Maria: Editora da UFSM, 2011; p. 69-112.

_____. **Entornos da aprendizagem entre jovens produtores de cultura visual: traços e características**. Tradução: Inés Oliveira Rodríguez e Danilo de Assis Clímaco, p. 247- 274. In: MARTINS, R; TOURINHO, I. (Orgs.). Pedagogias Culturais. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2014.

AS FORMAS ABSURDAS DE MORRER AO FAZER UM ‘SELFIE’ – BBC Brasil. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151006_mortes_selfies_rm> (Acesso em: 7 de maio, 2018).

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CAMPOS, Ricardo Marnoto de Oliveira. **Pintando a cidade: uma abordagem antropológica ao graffiti urbano**. Dissertação de Doutorado em Antropologia – Especialidade Antropologia Visual, Universidade aberta, 2007.

COELHO, Clícia Tatiana A.; NASCIMENTO, Eivaldo Alves do. **Cultura juvenil na escola e os modos ver e ser visto nas imagens de celulares**. In: CHAUD, E. (Orgs.). Anais do VII Seminário Nacional de Pesquisa em Artes e Cultura Visual. Goiânia: UFG, FAV, 2014, p. 585 - 595.

DUCATI, Carlos Rafael; MADUREIRA, Gisela. **Eu: um estudo da Selfie como expressão narcisista na sociedade do espetáculo**. In: Intercom- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, 2017, p.11.

FABRIS, Annateresa. **Fotografia: usos e funções no século XIX**. EdUSP – São Paulo, 1991.

HACKING, Juliet. **Tudo sobre fotografia**. Editora geral: Juliet Hacking; prefácio: David Company. Tradução: Fabiano Moraes, Fernanda Abreu e Ivo Korytowski], p. 446-447. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

HEARTNEY, Eleanor. **Pós-Modernismo**. Tradução: Ana Luiza Dantas Borges. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

HERNÁNDEZ, Fernando. **A cultura visual como um convite à deslocalização do olhar e ao reposicionamento do sujeito**. In: MARTINS, R; TOURINHO, I. (Orgs.). Educação da cultura Visual: conceitos e contextos, Santa Maria: Editora da UFSM, 2011; p. 31 - 49.

KNAUSS, Paulo. **O desafio de fazer História com imagens: arte e cultura visual**. ArtCultura, Uberlândia, v.8, n. 12, p. 97-115, jan.-jan. 2006.

LA TAILLE, Y. D. **Formação ética: do tédio ao respeito de si**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

MOBY & THE VOID PACIFIC CHOIR – **ARE YOU LOST IN THE WORLD LIKE ME?** (Oficial Video), YouTube: <<https://youtu.be/VASywEuqFd8>> (acesso em: 5 de maio, 2018).

MORENO, José Carlos. **Do analógico ao digital: como a digitalização afeta a produção, distribuição e consumo de informação, conhecimento e cultura na Sociedade em Rede**. Portugal: ISCTE- IUL, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?pid=S164659542013000400006&script=sci_arttex&tlng=pt> (Acesso em: 3 de maio, 2018).

PALLARÉS, Jordi. **Dramas, comedias e incertidumbres de la propia existencia: documentos de adolescentes en la época de la fotografía líquida**. In: Edarte, Grupo de investigación (ed.). (2013). Investigar con jóvenes: ¿Qué sabemos de los jóvenes como productores de cultura visual? Pamplona: Pamiela – Edarte (UPNA/NUP), 2013.

POR TRÁS DA FOTO: A MORTE ANUNCIADA DE Omayra Sanchez - BBCBrasil.com /Repórter BBC/. <http://bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2005/10/051010_worldpress1985cg.dhtml> (acesso em: 5 de maio, 2018).

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

_____. **Adeus às fronteiras entre natureza e cultura**. In: Revista Observatório Itaú Cultural: OIC. – N. 19 (nov. 2015/ maio 2016). São Paulo: Itaú Cultural, 2007.

SÉRVIO, Pablo Petit Passos. **Bonecas, robôs, narcisos e fetiches: o esquecimento de si e a desumanização do outro.** Revista Brasileira de Pesquisa (Auto)Biográfica, Salvador, v. 02, n. 04, p. 153-175, jan./abr. 2017.

_____. **O que estudam os estudos de cultura visual?** Revista Digital do LAV, vol. 7, núm. 2, pp. 196-215, maio-agosto, 2014.

_____. **Sobre estudos críticos, arte e mercadoria:** duas obras de Eugênio Merino à luz da educação da Cultura visual. Anpap: 25º Encontro da ANPAP: Arte: seus espaços e/em nosso tempo. Porto Alegre, 2016.

SIBILIA, Paula. **O show do eu.** Coordenação: César Benjamin – 2. Ed., ver. – Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SOULAGES, François. **Estética da fotografia:** perda e permanência. Tradução: Iraci d. Poleti e Regina Salgado Campos. São Paulo: Editora Senac, 2010.

SOULAGES E A ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA NA ERA DIGITAL – ZUM- ZUM. Disponível em: <<https://revistazum.com.br/entrevista/entrevista-francois-soulages-2/>>. Acesso em: 6 de mar. 2018.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia.** Tradução: Rubens Figueiredo. – 1ª ed. – São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

PAIS, José Machado. **Buscas de si:** expressividade e identidades juvenis. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernando (orgs.). **Culturas Jovens:** novos mapas do afeto. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

TAVIN, Kevin M. **Antecedentes críticos da cultura visual na arte educação nos Estados Unidos.** In: MARTINS, R. (Org.). **Visualidade e educação.** Goiânia: FUNAPE, 2008.

THE OXFORD Dictionaries word of the year 2013 is 'selfie'. Disponível em <<http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/>>. Acesso em: 21 mar. 2018.

APÉNDICE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS.**QUESTIONÁRIO**

Nome: _____ idade: _____

1. De que forma você interage nas redes sociais? É mais comum a utilização de imagens ou textos?

2. Quais redes sociais você utiliza para compartilhar suas produções de imagens/ textos?

3. Sobre as imagens, é mais comum você postar imagens de si ou de amigos, familiares, lugares e objetos?

4. O que motiva você a postar fotos de si (*selfies*) nas redes sociais?

5. Você tem alguma referência para fazer suas *selfies*?

6. As *selfies* postadas levam algum tipo de edição? Quais?

7. O que você espera em contra partida, depois de postar uma *selfie* nas redes sociais?

8. De que forma os comentários e os *likes* influenciam em suas futuras produções?

9. O que acontecem às suas fotos quando elas não têm o retorno que você gostaria?

APÊNDICE B – PLANO DE CURSO.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
Fundação instituída nos termos da Lei nº 5.152, de 21/10/1966

DEPARTAMENTO DE ARTES

PLANO DE CURSO

Tema: Fotografia.

Título: O autorretrato da história: jovens como narradores fotográficos de sua época.

Descrição do público: alunos do terceiro ano do ensino médio, estudantes de escolas públicas do Estado do Maranhão.

Carga horária: 12 horas

Ementa:

Concepção da fotografia e suas primeiras manipulações. Passagem das fotografias analógicas com suas produções às fotografias digitais e suas veiculações em massa. Aspectos diferenciais e similares entre as fotografias apresentadas (antigas e contemporâneas). Debate entre os alunos, sobre as produções fotográficas contemporâneas produzidas por eles mesmos e por seus referenciais, nas redes sociais *online*. Debate sobre obras de artistas contemporâneos que refletem sobre fotografia em redes sociais, como Richard Prince e Amália Ulman. Produções e defesas de fotografias produzidas pelos alunos com temas que eles mesmos escolheram a partir do que foi visto em sala.

Objetivo Geral: auxiliar os alunos a refletir sobre o papel deles como produtores histórico/cultural de sua época.

Objetivos Específicos:

- Mostrar como eram feitas as primeiras fotografias com a temática retrato: o público retratado e o fotógrafo artista de sua época;
- Reconhecer as particularidades dessas fotografias e cruzar tais informações com as obtidas sobre as fotografias contemporâneas mais comuns em redes sociais;
- Desenvolver um debate sobre as fotografias contemporâneas compartilhadas em redes sociais virtuais.

Metodologia:

Aula expositiva dialogada com auxílio de slides e recursos audiovisual. Divisão de grupos de pesquisas responsáveis em colher as produções fotográficas contemporâneas. Debate mediado entre os alunos com o auxílio de fotografias retiradas das redes sociais virtuais, trazidas por eles, sobre seus referenciais e deles mesmos. Produção de fotografias individuais ou em grupos feitas com celulares para serem expostas em sala.

Avaliação:

Os alunos serão avaliados através do aproveitamento dos projetos práticos, os parâmetros envolvem a produção de relatório individual sobre o processo de criação da fotografia.

Cronograma

Aula	Conteúdo
01	Fotografia: origem e características. Sugestão aos alunos a começarem suas anotações para o relatório final.
02	Os fotógrafos artistas e manipulações características da primeira fase da fotografia.
03	Da analógica à digital. A era da informação e os usos da fotografia.
04	Assistir à série "Black Mirror" (2016), episódio 1 da terceira temporada, "Queda livre", dirigido por Joe Wright.
05	Levantamento de fotografias publicadas em redes sociais: divisão em categorias (fotografias de viagens, família/ amigos, comida, autorretratos, criativas, animais, na academia, poses e artifícios de beleza, filtros e edições).
06	As <i>selfies</i> e o que dizem sobre quem se retrata.
07	Edição de fotografias e repercussões sociais.
08	As referências na internet, quem são?
09	Debates sobre obras de artistas contemporâneos que debatem a fotografia em redes sociais, como Amália Ulman e Richard Prince.
10	Escolha do tema a ser retratado na fotografia final em grupo.
11	Entrega e defesa da fotografia feita e seu respectivo tema.
12	Exposição fotográfica em sala e entrega de relatório.

Bibliografia

AGUIRRE, I. **Cultura Visual, política da estética e educação emancipadora**. In: MARTINS, R; TOURINHO, I. (Orgs.). Educação da cultura Visual: conceitos e contextos, p. 69- 112. Santa Maria: Editora da UFSM, 2011; p. 69-112.

_____. **Entornos da aprendizagem entre jovens produtores de cultura visual: traços e características**. Tradução: Inês Oliveira Rodríguez e Danilo de Assis Clímaco, p. 247- 274. In: MARTINS, R; TOURINHO, I. (Orgs.). Pedagogias Culturais. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2014.

KNAUSS, Paulo. **O desafio de fazer História com imagens: arte e cultura visual**. ArtCultura, Uberlândia, v.8, n. 12, p. 97-115, jan.-jan. 2006.

MORENO, José Carlos. **Do analógico ao digital: como a digitalização afeta a produção, distribuição e consumo de informação, conhecimento e cultura na Sociedade em Rede**. Portugal: ISCTE- IUL, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?pid=S164659542013000400006&script=sci_arttext&lng=pt> (Acesso em: 3 de maio, 2018).

SIBILIA, Paula. **O show do eu**. Coordenação: César Benjamin – 2. Ed., ver. – Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. Tradução: Rubens Figueiredo. – 1ª ed. – São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

THE OXFORD Dictionaries word of the year 2013 is 'selfie'. Disponível em <<http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/>>. Acesso em: 21 mar. 2018.