



Espetacularização do Eu e #selfies: um ensaio sobre visibilidade midiática¹

Issaaf Karhawi²

Universidade de São Paulo

Resumo

O presente artigo faz uma revisão bibliográfica para compreender quais os motivos que levam o sujeito contemporâneo a expor-se, cotidianamente, em *selfies* – autorretratos postados nas redes sociais digitais. A hipótese sustentada é de que as *selfies* são um caminho pelo qual o sujeito contemporâneo passa para consolidar seu próprio Eu. O trabalho baseia-se nas teorias dos regimes de visibilidade e discussões acerca dos regimes disciplinares, da sociedade do espetáculo e da visibilidade midiática. Nos apontamentos finais, em oposição à compreensão das *selfies* como patologia psicológica, apreendemos o fenômeno como marca de nosso tempo – como possibilidade de exibir um Eu construído em uma sociedade sem regras definidas e em que a mediação é feita por imagens, ou seja, onde apenas o que se mostra existe. Não se trata, portanto de um sujeito em busca de atenção, mas de um sujeito que acredita ter prosperado no seu processo de subjetivação.

Palavras-chave: sujeito; mídia; selfie; visibilidade; espetáculo.

As *selfies* já são marca de nosso tempo. Em 2013, a palavra foi acrescentada ao *Oxford English Dictionary* e ganhou o título de palavra do ano pelos especialistas da publicação.³ O Google, por exemplo, estipula que só no ano de 2014, os donos de celulares Android tiraram cerca de 93 milhões de *selfies* por dia⁴. E, apesar de lermos diariamente pesquisas que associem o número de *selfies* à autoestima ou narcisismo, as pesquisas na área de Comunicação não tem ido por esse caminho. No mais recente

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 6 – Comunicação, Consumo e Subjetividade do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

² Issaaf Karhawi é doutoranda em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA-USP) e mestre pela mesma instituição. É pesquisadora do COM+ (Grupo de Pesquisa em Comunicação e Mídias Digitais) e bolsista do CNPq. E-mail: issaaf@gmail.com

³ Disponível em <<http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>> Acesso em 19/07/2015.

⁴ Dados disponíveis em <<http://www.bizjournals.com/sanjose/news/2014/06/25/google-divulges-numbers-at-i-o-20-billion-texts-93.html>> Acesso em 15/07/2015.



dossiê sobre o assunto, editado pela revista *International Journal of Communication*, os editores afirmam que

Talvez o argumento mais óbvio contra a conceituação das *selfies* como meros atos de vaidade ou narcisismos é o fato de que, como um gênero, as *selfies* consistem em muito mais que apenas o estereótipo de jovens garotas fazendo *duck faces* no banheiro. Quando as pessoas posam para *selfies* políticas, *selfies* de deboche, *selfies* relacionadas a esportes, *selfies* de fãs, *selfies* relacionadas a enfermidades, *selfies* de soldados, *selfies* relacionadas a crimes, *selfies* em funerais ou *selfies* em lugares como museus, nós precisamos de uma linguagem mais precisa do que aquela herdada da psicanálise do século XIX para falar o que as pessoas acreditam que estão fazendo e quais reações elas estão querendo provocar (SENFT; BAYM, 2015: 1590, tradução nossa).

Para as autoras, a compreensão da prática de fazer autorretratos e postá-los nas redes sociais não se restringe ao psicologismo. A prática é parte de uma engrenagem comunicacional; que vai desde a inserção em grupos, construção de reputação na rede e até posicionamento político. O projeto *Selfie City*, coordenado por Lev Manovich analisou 3.200 *selfies* publicadas em uma semana de 2013 no Instagram em cinco diferentes cidades do mundo – Bangkok, Berlim, Moscou, Nova York e São Paulo. Depois disso, as imagens foram analisadas gerando dados quantitativos como sexo e idade das pessoas que postaram as *selfies*, o humor das fotos (sorridentes, com semblante sério), ângulos e poses mais comuns, etc.⁵

A pesquisa reforçou alguns estereótipos: são as mulheres as que mais tiram *selfies* e são os jovens os primeiros da lista de fotógrafos profissionais de si mesmos. Senft e Baym, a partir da teoria de Stanley Cohen, afirmam que uma retórica baseada na patologia geralmente é resultado de um “pânico moral”, ou seja, um medo gerado quando “[...] uma mídia, ou uma prática midiática em particular, é adotada por jovens, mulheres ou pessoas de cor” (SENFT; BAYM, 2015: 1592, tradução nossa).

Em nosso artigo não compartilhamos desse “pânico moral”, nem da retórica da patologia. Nossa hipótese é a de que os jovens que postam *selfies* diariamente nas

⁵ O projeto pode ser conhecido no site <http://selfiecity.net/#> onde todos os dados coletados estão disponíveis, assim como textos resultantes da pesquisa.



mídias sociais digitais não o fazem por mero narcisismo ou como reforço para a autoestima (mesmo que existam casos que corroborem essa hipótese, afinal, toda generalização é improvável). Nossa hipótese é que as *selfies* são frutos de um tempo em que a visibilidade midiática é imperativa, em que os jovens consomem mídia e fazem parte dela ao mesmo tempo. Período em que “a mídia da qual somos o alvo, mas que não nos inclui, não merece ser tolerada” (SHIRKY, 2011: 187). Foucault alega que “[...] não se pode falar de qualquer coisa em qualquer época; não é fácil dizer alguma coisa nova” (2014a: 54), transpondo a afirmação do autor para um âmbito além do discurso, entendemos que nada emerge em qualquer época. Ou seja, um fenômeno midiático só é possível segundo as relações sociais, de poder, discursivas de um período em particular. É por isso que as *selfies* são marca de nosso tempo e não de outro qualquer. E nosso artigo pretende entender que tempo é esse. Como a prática de se auto fotografar e postar no Facebook ou Instagram é possível hoje? Quem é esse sujeito contemporâneo que vê na imagem de si uma forma de posicionamento, forma de garantir-se como um ser mais completo e bem sucedido?

Regimes de visibilidade: quem nos vê?

É importante compreender como chegamos até um momento social em que a imagem de si passa a ser valiosa. A evolução do homem e seu reconhecimento como ser dotado de particularidades é um longo processo na História já que “o ‘eu’ nem sempre foi soberano” (DE SANTI, 2009: 14).

Nas pesquisas de Bruno (2013) sobre vigilância, tecnologia e subjetividade, a autora esclarece que cada período é definido por um regime de visibilidade específico. Se hoje somos interceptados por *selfies* diariamente é porque os regimes de visibilidade mudaram. Assim,

se cada época tem seu regime de visibilidade próprio, ele não pode ser deduzido nem dos atributos ou atos de um sujeito universal da visão nem dos dados empíricos de um mundo em si mesmo visível. Um regime de visibilidade consiste, antes, não tanto no que é visto, mas no que torna possível o que se vê (BRUNO, 2013: 15).



A autora baseia-se em “[...] dois importantes vetores do regime de visibilidade moderno, com implicações fundamentais para a subjetividade: a disciplina e o espetáculo” (BRUNO, 2013: 53). Nesta breve digressão, daremos um passo atrás a fim de buscar outros regimes de visibilidade aos quais o homem teve que se submeter no processo da construção de seu próprio eu. Para começar, a Idade Média.

Na era Medieval, “a possibilidade da crença na liberdade humana era muito restrita” (DE SANTI, 2009: 16) já que a ideia de um plano maior perfeitamente arquitetado por Deus era o que definia a vida humana. “[...] Cada ser formaria parte de uma grande engrenagem que seria a criação divina. Aí se encontraria o sentido de tudo” (DE SANTI, 2009: 16). Uma vez que o destino cabia a Deus, também era Ele o responsável por vigiar e punir. E assim temos um regime de visibilidade muito evidente: o homem está sob o olhar do Divino, da Igreja, da Bíblia. Portanto, aquilo que se mostra é mostrado tendo em mente esse olhar. Na Idade Média, em particular, não apenas o que se expõe está sujeito ao regime de visibilidade, mas também o que se decide guardar para si. “Na medida em que a onipresença e a onisciência são atributos de Deus, nada poderia ser mantido em segredo e nunca estaríamos sozinhos: pecar em pensamento já é pecar” (DE SANTI, 2009: 16). Fica claro que, à época, a noção de privacidade ou de *self* eram conceitos inconcebíveis. Parafraseando De Santi, o homem ainda não era um sujeito.

A passagem da Idade Média para a Idade Moderna também constrói um novo regime de visibilidade. Com o Renascimento, a sociedade começa a testemunhar o enfraquecimento da Igreja, “[...] Deus parece ter se afastado para o céu, deixando o mundo a cargo dos homens” (DE SANTI, 2009: 21). É o nascimento do pensamento Humanista; o homem como o centro do mundo e não mais como parte de uma engrenagem divina.

Começa a despontar a noção de individualidade que resulta dessa liberdade e ausência de referências externas. O homem toma a responsabilidade de sua própria vida. A busca por suas próprias verdade e respostas é a principal característica do



Humanismo no Renascimento. Mas ao mesmo tempo em que a liberdade é dádiva, ela é também angústia. Assim,

a nova valorização do ser humano e a imposição de que ele construa sua existência e descubra valores segundo os quais viver, aliada a toda a dispersão e fragmentação do mundo [...], levarão à tentativa de criação de mecanismos para o domínio e formação do eu (DE SANTI, 2009: 36).

Evidentemente, o Renascimento instaura novos regimes de visibilidade: as subjetividades não são mais construídas sob o olhar divino, mas sob o olhar do próprio homem. Esse olhar que molda os sujeitos é proveniente dele mesmo. Não mais de um olho divino que tudo vê. Recai sobre o homem a responsabilidade total sobre si mesmo, seu caminho, seu sucesso ou fracasso. E é nesse período de transição e descoberta da multiplicidade e autonomia humana que os regimes disciplinares encontram espaço para sua atuação – eles funcionam como uma tábua de salvação da liberdade irrestrita do homem, uma maneira de organizá-la, de delega-la a uma entidade maior que saberá como administrá-la pelo bom caminho.

Sociedades disciplinares

Há uma guinada paradigmática na modernidade que muda os vetores do regime de visibilidade, instaurando o regime disciplinar. Foucault explica que

o poder disciplinar é com efeito um poder que, em vez de se apropriar e de retirar, tem como função maior ‘adestrar’; [...] ‘Adestra’ as multidões confusas, móveis, inúteis de corpos e forças para uma multiplicidade de elementos individuais [...]. A disciplina ‘fabrica’ indivíduos; ela é a técnica específica de um poder que toma os indivíduos ao mesmo tempo como objetos e como instrumentos de seu exercício. [...] O sucesso do poder disciplinar se deve sem dúvida ao uso de instrumentos simples: o olhar hierárquico, a sanção normalizadora e sua combinação num procedimento que lhe é específico, o exame” (FOUCAULT, 2014b: 167)

Aquele mesmo sujeito antes confuso com sua liberdade e responsabilidade se vê sob um sistema que ao mesmo tempo em que o ampara, o cerceia e constrói sua subjetividade. Durante os séculos XVII e XVIII, as disciplinas se tornaram fórmulas gerais de dominação (Foucault, 2014b). Nas sociedades disciplinares, as instituições



são máquinas de ver que produzem subjetividades (Bruno, 2013). Foucault estudou essas sociedades ao esmiuçar o funcionamento de instituições disciplinares clássicas como escolas, prisões, hospitais e manicômios e percebeu que em qualquer um desses sistemas o olhar está voltado sobre quem o poder é exercido: poder normatizante do olhar. Em um sistema de vigilância hierárquica – como a dos sistemas mencionados – fica evidente que a arquitetura não é mais “[...] feita simplesmente para ser vista (fausto dos palácios), ou para vigiar o espaço exterior (geometria das fortalezas), mas para permitir um controle interior, articulado e detalhado – para tornar visíveis os que nela se encontram [...]” (FOUCAULT, 2014b: 169).

Assim, inicia-se – dentro e fora de instituições disciplinares clássicas - um período em que a preocupação com os bons modos, a etiqueta e as regras de conduta é acentuada. Ao comentar a teoria de Norbert Elias, Bruno esclarece que a subjetividade passa a ser construída com base em “[...] uma série de cuidados e controles do comportamento, da conduta, do decoro corporal externo, das práticas de limpeza, de saúde e de beleza que se constituem inicialmente numa estreita atenção ao olhar do outro” (BRUNO, 2013: 56). A autora ainda esclarece que

o olhar público passa a ser associado à interdição e à norma, enquanto a esfera privada afirma-se como um lugar que pode escapar da penetração da ordem pública na vida cotidiana e como refúgio onde convivem intimidade e liberdade. O olhar do outro assume aqui uma forma superegoica, um olhar que encarna a lei, do qual ninguém se furta plenamente, posto que, segundo o diagrama moderno, não há indivíduo e subjetividade que se constituam fora deste olhar (BRUNO, 2013: 78)

Portanto, aqui, o olhar não está mais sobre os monarcas e seus rituais e celebrações; “as sociedades disciplinares inverterão esse foco, voltando-o [...] para aqueles sobre quem o poder é exercido. Para o indivíduo comum, mediano e, ainda mais, para o desviante e o anormal” (BRUNO, 2013: 58). Nesse processo, há uma “[...] interiorização do olhar vigilante, que assegura o funcionamento automático do poder e a passagem à autovigilância” (BRUNO, 2013: 62), quase como se ainda estivéssemos na Idade Média sob o olhar onipresente e onisciente de Deus. O regime de visibilidade disciplinar instaura no indivíduo essa sensação de ser olhado a todo



instante. A visibilidade passa a ser uma forma de controle, como afirmou Thompson (2008: 26). Dessa forma, a subjetividade moderna é concebida “[...] como o efeito, o desdobramento incorpóreo, porém extremamente real, deste mecanismo de adestramento, vigilância e observação dos corpos” (BRUNO, 2013: 63). A constatação de Bruno se apoia no que Foucault esclareceu sobre o exame:

O exame inverte a economia da visibilidade no exercício do poder: tradicionalmente, o poder é o que se vê, se mostra, se manifesta [...]. O poder disciplinar, ao contrário, se exerce tornando-se invisível: em compensação impõe aos que submete um princípio de visibilidade obrigatória. Na disciplina, são os súditos que têm que ser vistos. Sua iluminação assegura a garra do poder que se exerce sobre eles. É o fato de ser visto sem cessar, de sempre poder ser visto, que mantém sujeito o indivíduo disciplinar (FOUCAULT, 2014b: 183)

O resultado dessa sensação de vigilância constante, de ser observado por esse olhar superegóico que encarna a lei é “[...] assegurar a ordenação das multiplicidades humanas” (FOUCAULT, 2014b: 210) exatamente em um período em o que o sujeito acaba de descobrir que existem multiplicidades.

Sociedade do espetáculo

Como posto, Bruno (2013: 53) afirma que a disciplina e o espetáculo são dois vetores de visibilidade “com implicações fundamentais para a subjetividade”. Foi exposto até aqui que os regimes de visibilidade revelam mudanças importantes na constituição do homem moderno. O regime de visibilidade do espetáculo – o olhar espetacular sobre o sujeito – é o primórdio de um regime que vivenciamos na contemporaneidade, do qual somos produto, consequência.

Foi Guy Debord o responsável por cunhar o termo Sociedade do Espetáculo em seu manifesto de 1967. O autor não especifica o período sobre o qual tece sua crítica, mas sabe-se que se trata da eclosão e consolidação dos meios de comunicação de massa, época em que o indivíduo comum passava a ter mais visibilidade do que em qualquer outro momento histórico. “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as



modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997: 13). Isso não significa que a sociedade do espetáculo é um conjunto de imagens, mas que as relações sociais entre as pessoas passaram a ser mediadas por imagens. Sendo assim, o natural e o autêntico se tornaram ilusões, representações, aparência.

O cerne do espetáculo é fazer ver. Debord explica que em um primeiro momento, com o avanço da economia sobre a vida social, houve uma degradação do ser pelo ter. Na sociedade do espetáculo, que é fruto de uma economia de acúmulos e de pseudonecessidades, há um deslizamento do ter para o parecer. “O espetáculo se apresenta como uma enorme positividade, indiscutível e inacessível. Não diz nada além de ‘o que aparece é bom, o que é bom aparece’” (DEBORD, 1997: 16-17).

Há uma mudança primordial entre o sujeito de uma sociedade disciplinar e de uma sociedade espetacular. Sob um regime disciplinar, há uma preocupação com o olhar do outro, mas esse olhar vigia o cumprimento ou não às regras e o encaixe em padrões de ação. O olhar do espetáculo também é um olhar do outro, mas dessa vez, que observa não como o sujeito se adequa às leis das instituições, mas como se constrói para ser visto.

A sociedade do espetáculo de Debord sofreu uma evolução com a chegada das novas tecnologias de comunicação. Bruno afirma que o olhar continua sobre o indivíduo comum, mas agora “[...] não mais no âmbito da máquina disciplinar, mas sim das tecnologias comunicacionais” (2013: 58). Como elucida Thompson (2008: 20), a visibilidade midiática “[...] está livre das propriedades espaciais e temporais do aqui e agora”. Uma nova forma de visibilidade mediada aumenta nosso campo de visão (Thompson, 2008) e se isso já era sentido por Debord, hoje, “[...] a mídia eletrônica gerou um tipo de visibilidade que caracterizava, ao menos por princípio, pelo que poderíamos chamar ‘simultaneidade desespacializada’” (THOMPSON, 2008: 23). Qualquer um pode se fazer ouvir em tempo real mesmo em grandes distâncias. Assim, o indivíduo começa a ser responsabilizado pela produção de sua



própria visibilidade: a internet é uma facilitadora nesse processo, oferecendo ferramentas para que se produza sua própria visibilidade. O sujeito torna-se, assim, ao mesmo tempo mais autônomo e mais sujeito à vigilância (Bruno, 2013). O preço que se paga parece alto – cisão do público e do privado, exibição da intimidade, vigilância constante – mas, mesmo assim

Nesta cultura das aparências, do espetáculo e da visibilidade, já não parece haver motivos para mergulhar naquelas sondagens em busca dos sentidos abissais perdidos dentro de si mesmo. Em lugar disso, tendências exibicionistas e performáticas alimentam a procura de um efeito: o reconhecimento nos olhos alheios e, sobretudo, o cobiçado troféu de ser visto. Cada vez mais, é preciso aparecer para ser. Pois tudo aquilo que permanecer oculto, fora do campo da visibilidade – seja dentro de si, trancado no lar ou no interior do quarto próprio – corre o triste risco de não ser interceptado por olho algum. E, de acordo com as premissas básicas da sociedade do espetáculo e da moral da visibilidade, se ninguém vê alguma coisa é bem provável que essa coisa não exista (SIBILIA, 2008: 111-112).

Thompson nomeia esse contexto como sociedade da auto-promoção em que, mesmo a intimidade, passa a ser mediada. A compreensão do que é íntimo e do que deve ser tornado público sofre alterações nesse novo sistema social. Se em períodos anteriores a intimidade era entendida como o “[...] lugar do segredo e da verdade; um espaço dotado de certa opacidade, capaz de escapar e resistir ao olhar do outro, o que permitia a sua associação com uma esfera de liberdade e resistência ao olhar normalizar do coletivo” (BRUNO, 2013: 68), isso muda drasticamente nas práticas de visibilidade contemporâneas: a intimidade não está associada exclusivamente à vida privada, mas também à pública. E diferentemente da sociedade disciplinar,

ver e ser visto não implica apenas circuito de controle, mas também de prazer, sociabilidade, entretenimento, cuidados consigo e com os outros. Além disso, uma cultura confessional e terapêutica nos legou a ideia e a experiência de que a expressão de nossa intimidade é a via régia da realização de um eu autêntico (Rose, 1998). Tais heranças misturam-se e renovam-se nas atuais práticas de visibilidade, multiplicando as nuances de uma subjetividade cada vez mais alterdirigida [...] (BRUNO, 2013: 67)

Sibilia (2008) demonstra que mesmo que haja uma preocupação com o interior e a intimidade, há um abandono desse espaço em detrimento da exteriorização do eu.



A ideia é olhar para dentro de si, mas mostrar-se para fora. Sendo assim, “sua autenticidade não mais se esconde por trás de signos a interpretar, mas se constitui no ato mesmo de se fazer ver pelo outro” (BRUNO, 2013: 69).

Visibilidade midiática

O que representa o olhar do outro na cultura contemporânea para que ele seja tão requisitado? Essa questão foi formulada por Bruno (2013: 75), mas nos respaldamos na dúvida da autora para discutir, um pouco mais, a visibilidade midiática que influencia o regime de visibilidade da sociedade contemporânea. Para Thompson (2008), a visibilidade midiática liberta os indivíduos da imposição espaço-temporal; não há mais necessidade de uma co-presença para ver e ser visto. A interação passa a ser mediada, distendida do espaço e do tempo. Assim, parafraseando o autor, visível é o que pode ser visto midiaticamente, invisível é todo o resto.

Portanto, a visibilidade midiática é o elo entre o público e o privado: ou algo é visível midiaticamente ou não existe. Isso decorre, pois “a onipresença dos meios de comunicação de massa como mediação necessária da realidade social, política, econômica, cultural nos habituou a uma forma de existência que é intimamente dependente da sua visibilidade midiática” (BRUNO, 2013: 76). Essa visibilidade preserva as características do espetáculo uma vez que são os meios de comunicação que determinam o caminhar da sociedade espetacular. Portanto, há duas maneiras de exibição: uma inerente ao social e outra facilitada pelos meios. Se tudo era mediado pelas imagens, agora as imagens também são mediadas pela mídia. É o espetáculo midiático. E, evidentemente, o sujeito como ser em constante formação se vê compelido a fazer parte dessa engrenagem social.

E já que o indivíduo foi deslocado da sua intimidade para o espaço exterior, é justamente sobre a privacidade do eu que recai a visibilidade midiática. Não será posto à luz um sujeito capaz de reconhecer interditos, se autorregular e autovigiar, mas aquele que consegue construir sua intimidade e expô-la com sucesso. “Se seguirmos as mesmas pistas utilizadas para pensar o olhar público moderno, podemos



dizer que este olhar contemporâneo é regido não mais pelo superego, e sim pelo ideal de ego” (BRUNO, 2013: 79, grifos da autora). O superego do qual fala Bruno é aquele das regras e normas, dos interditos impostos pelos regimes disciplinares. Uma breve análise de nosso tempo mostra que a realização pessoal contemporânea em nada tem a ver com “encaixar-se na norma”. Pelo contrário, cada vez mais o indivíduo é incentivado a encontrar suas particularidades mais íntimas, que o afastam da uniformidade do mundo. Não há espaço para medianos ou para unidades estanques, nem há espaço para os que se adequam à norma; o bom aluno, o bom trabalhador. Nas palavras de Bruno,

Se considerarmos o que hoje se entende como a vida do sucesso e da realização pessoal, veremos que ela está mais atrelada à superação de limites e à performance individual do que à aceitação de limites, a interdições superegoicas e adequação a normas coletivas. [...] Este ideal de realização é inseparável de um cuidado com a imagem e com o olhar do outro, que é menos da ordem da interdição (que limita ou impede de fazer o que se deseja) do que da ordem da performance (que incita à altura do seu desejo, do seu ideal) [...] (BRUNO, 2013: 79-80)

Quando Lipovetsky tratou das mudanças de direção na modernidade, o autor observou que houve uma “rápida expansão do consumo e da comunicação de massa; enfraquecimento das normas autoritárias e disciplinares; surto de individualização; consagração do hedonismo e do psicologismo” (LIPOVETSKY, 2004: 52). É sobre esse período que os autores reunidos aqui também tratam. O sujeito é supervalorizado e, mais do que isso, valorizado em sua caminhada isolada. Diferentemente do homem renascentista que se viu, pela primeira vez, dotado de uma liberdade com a qual não sabia lidar, o homem contemporâneo exige que sua liberdade seja deixada livre. Interferências são rejeitadas. Não à toa começamos a vislumbrar a falência de partidos políticos, instituições disciplinares e educacionais, religiões, conglomerados midiáticos etc. Qualquer dispositivo disciplinar ou de poder ou que de alguma maneira defina e delimite a liberdade humana é boicotado.

Lipovetsky afirma que, na contemporaneidade, [...] não há escolha, não há alternativa, senão evoluir, acelerar para não ser ultrapassado pela ‘evolução’ (2004:



57). Ou seja, o sujeito que vence a evolução é o que conquista sua própria trajetória, suas escolhas, sua dinâmica de vida, sua constante formação como ser autônomo. E todo esse processo bem sucedido deve ser documentado, mostrado e visto pela mídia ou através da mídia. Para Bruno (2013: 80), é “[...] diante deste olhar regido pelo ideal de ego que os meios de comunicação se tornam um lugar privilegiado de exposição da vida privada e afirmam-se como instâncias de legitimação social do íntimo”. A vida privada de um ser realizado é colocada para fora a fim de mostrar-se, a fim de encontrar um “[...] olhar que a reconheça e ateste a sua visibilidade” (BRUNO, 2013: 80).

Lipovetsky vê os sujeitos da contemporaneidade como indivíduos livres e iguais, calcados no imperativo do novo e na tradição da ruptura. Desde a modernidade já havia traços desse perfil, uma vez que passamos pela revolução individualista em que prevalecia a autonomia pessoal. Nesse contexto, existe uma vontade de personalizar radicalmente o indivíduo, “[...] de fazer nascer um homem novo, de proporcionar-lhe a vida verdadeira. O processo de personalização, cujo trabalho consiste em liquefazer as rigidezes e afirmar a idiosincrasia do indivíduo, manifestasse aqui” (LIPOVETSKY, 2005: 78). Ou seja, na contemporaneidade tudo é possível. O limite agora é privatizado. O indivíduo é condenado a acreditar que “a insuficiência é minha, o limite está em mim”. O sujeito passa a ser o único responsável por si uma vez que há um vazio de expectativas e títulos normativos por causa dos paradigmas super individualizados e pouco socializáveis, baseados em impulsos e desejos particulares, interiores.

É por isso que expor a sua rotina, sua *selfie*, seu almoço ou look do dia no Instagram é sinal de um indivíduo que, apesar da falta de padrões, conseguiu encontrar um caminho para seu próprio Eu, decifrou seu ideal de ego. Se as trajetórias individuais foram privatizadas, é sinal de sucesso aquele que consegue a partir da mediação de imagens espetacularizar sua vida, mostrar que se adequou bem: um eu realizado autenticamente precisa ser reconhecido. O que afirmamos é até um contraponto ao que Lipovetsky defende:



Quanto menos as normas coletivas nos regem nos detalhes, mais o indivíduo se mostra tendencialmente fraco e desestabilizado. Quanto mais o indivíduo é socialmente cambiante, mais surgem manifestações de esgotamentos e “panes” subjetivas (LIPOVETSKY, 2004: 84).

Se para o autor vivemos essa pane subjetiva, exibir a sua intimidade, o seu ideal de ego, é mostrar que mesmo as barreiras impostas pela crise contemporânea não foram suficientes para impedir a construção de um ser autêntico e de sucesso.

Bruno conclui nosso raciocínio:

eis o que se dá numa ordem pública regida pelo ideal de ego: se não realizo o que desejo num mundo que anuncia ser quase tudo possível, a insuficiência é minha, o limite está em mim. É para este indivíduo que deve estar à altura de seu ideal que se dirigem todos estes produtos de capitalização do corpo, da beleza, da saúde, da vida psíquica (BRUNO, 2013: 83).

É para esse indivíduo que se oferece a visibilidade midiática e todas as mídias sociais digitais e aplicativos que nos permitem mostrar-nos a nós mesmos e aos outros. É nesse contexto histórico-social que as *selfies* tomam conta da internet e dos dicionários.

Alguns apontamentos finais

Ao falar de formações discursivas, Foucault afirma que para que algo exista, não basta prestar atenção ou tomar consciência do novo uma vez que um objeto “[...] existe sob condições positivas de um feixe complexo de relações” (FOUCAULT, 2014a: 55). O que isso significa para além dos estudos discursivos de Foucault? Significa que nada eclode socialmente alheio ao seu tempo. Como dito em nossa introdução, nada pode surgir fora de relações complexas, condições favoráveis. É por isso que optamos por um levantamento histórico-midiático do sujeito ao longo do tempo: para entender que sujeito contemporâneo é esse; quais são suas particularidades.

Fica evidente que o sujeito contemporâneo não é vítima de uma patologia psicológica, de uma tentativa desesperada de chamar a atenção. Uma *selfie* representa, pelo contrário, parte de uma dinâmica de visibilidade midiática. Postar uma foto de si



em um ponto turístico, na praia, fazendo atividades físicas ou do lado de uma celebridade é expor o melhor do seu próprio Eu. Um Eu construído em um período de ausência de regras, sem um olhar disciplinador determinando os caminhos de sucesso ou fracasso. O sujeito das *selfies* construiu-se sob um regime de visibilidade midiática espetacular em que ser visto é existir. Em que a vida é mediada por imagens. Em que a responsabilidade da vida é tomada pelo indivíduo e que ele, sozinho, deve encontrar o melhor caminho a ser seguido, de acordo com seu próprio Eu.

As *selfies* são um espaço em que o olhar do outro, aquele que legitima o sucesso do seu próprio Eu, pode ser usado a seu favor: com os melhores ângulos, os melhores cenários. A visibilidade midiática, o espetáculo e as *selfies* são, portanto, marcas de nosso tempo. Marcas de um processo de *subjetivação* do sujeito, de construção de sua singularidade que, quanto mais é vista, mais edifica índices de sucesso, de trajetória bem sucedida, de sujeito bem encaixado socialmente.

Referências

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo** – Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DE SANTI, Pedro Luiz Ribeiro. **A construção do Eu na Modernidade**. Da Renascença ao século XIX. 6. ed. Ribeirão Preto: Holos Editora, 2009.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do Saber**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014a.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: Nascimento da prisão**. 42. ed. Petrópolis: Vozes, 2014b.

LIPOVETSKY, Gilles. Tempo contra tempo, ou a sociedade hipermoderna. In: LIPOVETSKY, Gilles (com Sébastien Charles). **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. Barueri, SP: Manole, 2005.



SENFT, Theresa; BAYM Nancy. What Does the Selfie Say? Investigating a Global Phenomenon - Introduction. **International Journal of Communication**, v. 9, 2015. Disponível em <<http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4067/1387>> Acesso em 19/07/2015.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

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

THOMPSON, John B. A nova visibilidade. **MATRIZES**, São Paulo, v. 1, n. 2, 2008. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/82/124>> Acesso em 19/07/2015.