

NOS ÚLTIMOS UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
CENTRO DE ESTUDOS LATINO AMERICANOS SOBRE CULTURA E COMUNICAÇÃO

## ***Selfie, a cultura do espelho: No espelho?***

Maria Cecília Falcão Mendes Cohn

Novembro de 2015

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos, sob orientação do Prof. Dr. Silas Nogueira.

# ***Selfie*, a cultura do espelho: No espelho?<sup>1</sup>**

**Maria Cecília Falcão Mendes Cohn<sup>2</sup>**

---

## **Resumo**

Este artigo pretende fazer uma breve reflexão sobre o *selfie* e o autorretrato, o uso do aparato tecnológico que o envolve, sua relevância nas relações interpessoais no mundo contemporâneo sob o aspecto da construção da imagem que o indivíduo faz a partir da própria visão de si mesmo e dos recortes que faz de sua identidade, criando um personagem hiper-real.

## **Palavras chave:**

*Selfie*, autorretrato, imagem, mundo virtual, cultura líquida.

---

## **Abstract**

This article intends to make a brief reflection about selfies and self-portraits, the use of the technological devices that surrounds them, their relevance in interpersonal relationships in the contemporary world in the aspect of image building made by the individual from his own sight of himself and the clippings that make his identity, creating a hyper-real character.

## **Key words:**

Selfie, self-portrait, image, virtual world, liquid culture.

<sup>1</sup> Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos, sob orientação do Prof. Dr. Silas Nogueira.

<sup>2</sup> Pós graduada em Recursos Humanos, Universidade Anhembí Morumbi, 1994.

## 1. Introdução

“A conduta é o espelho em que todos exibem sua imagem.”

(Goethe)

O internauta no século XXI, especialmente os nascidos após a década de 1990, dificilmente conseguem imaginar como o mundo funcionava sem a internet, todos os aplicativos existentes e sem as chamadas redes sociais.

O mundo de hoje é tecnológico, no qual existem possibilidades e recursos para uma liberdade de escolhas sem precedentes na história da humanidade, como afirmou Zygmunt Bauman, na palestra magna que proferiu na segunda edição do Educação 360 – 2015, um encontro internacional que aborda temas pertinentes à educação realizado na cidade do Rio de Janeiro nos dias 11 e 12 de setembro de 2015.

Qualquer pessoa que tenha acesso a um *smartphone* ou *webcam* consegue fazer uma foto sua para ser postada na chamada rede social. Por haver essa liberdade em que o recurso tecnológico é o limite, existe cada vez mais a prática do “faça você mesmo”, se quiser ser fiel ao modo tradicional existem “*kits*” prontos disponibilizados no mercado para cada tipo de bolso, ou então, existe a possibilidade de customizar e criar sua própria versão, em praticamente todas as áreas da vida de uma pessoa. Da refeição a carreira profissional.

Nesse contexto, com o desenvolvimento e barateamento das tecnologias de reprodução de imagens, como os *smartphones*, *webcams*, e a facilidade de aprender a utilizá-los, a fotografia de si mesmo, o autorretrato, agora é chamado de *selfie* quando postado nas “redes sociais”, invadiu a internet, e não é raro alguém ao nosso lado, nas situações mais inusitadas, estar tirando e enviando uma foto dessas.

O *selfie* é uma prática atual, um comportamento que permeia todas as camadas da sociedade. As pessoas fazem *selfie* de cenas de seu cotidiano, sozinhas ou com outras pessoas.

Todo *selfie* e a circulação do mesmo, devido a velocidade que se propaga, alcança todos os contatos do seu autor de forma instantânea, basta estar conectado, e de uma forma viral, alcança o mundo.

O *selfie* parece uma obsessão do homem pós-moderno, quem não posta fotos na rede pode não existir. As pessoas querem ver e sobretudo serem vistas. Através do *selfie* a pessoa pode construir sua imagem, criar um personagem, uma nova identidade, mesmo que virtual, faz recortes de fatos e situações, e dispara aquilo que deseja expor sobre si e seu cotidiano.

Através da prática do *selfie*, as interações pessoais foram alteradas.

Não há possibilidade de refletir sobre o *selfie* sem passar pela fotografia e a necessidade do homem de deixar marcas de seu cotidiano em diferentes aspectos, mas sempre sob o recorte de seu olhar para a realidade.

Seja em uma pintura ou na fotografia, a imagem retratada do objeto não é o próprio objeto, apenas um aprisionamento do fato, que passará a ser eternizado enquanto dure o objeto midiático.

O homem desde os primórdios da sua história tem deixado suas marcas, registrado a si mesmo e ao seu cotidiano através de imagens, de certa forma immortalizando a si mesmo e aos momentos que vive.

Não há exatidão sobre datas quando se fala de pré-história, “*Ignoramos como a arte começou, tanto quanto desconhecemos como se iniciou a linguagem*” (GOMBRICH, 1981: p.18).

O termo pré-história é questionado por muitos historiadores, pois baseia-se no fato de que as sociedades do período assim conceituado eram ágrafas. Soa discriminatório e preconceituoso pois deixa margem para a discussão de que se não existia escrita, não havia história, mas como dizer que onde houve vida humana não existiu história e cultura?

Retrocedendo na história, temos as pinturas rupestres, o homem nas primeiras organizações sociais humanas, usa o registro de imagens de si e de seu cotidiano, distinguindo “*a coisa e sua imagem como manifestações diferentes da mesma energia de espírito. Dai advém a suposta eficácia das imagens para propiciar e ganhar controle sobre presenças poderosas*” (SONTAG, 1977: p 87) uma ideia analógica do poder das imagens e dessa forma percebemos a função mágica e o valor de culto, *que parte da premissa que não se deve expor o que é sagrado.* ( BENJAMIM, 2014: p187 - 188 ) que era atribuído ao registro pictórico nesse momento da história.

Esse homem primitivo pintava a cena de uma caçada antes dela acontecer, os caçadores e suas lanças feriam de morte o animal na imagem desenhada na pedra e de alguma forma essa cena se concretizaria na realidade. A pintura era feita dentro de cavernas, não exposta aos olhos de outros homens, apenas aos olhos dos espíritos uma vez que sua função era ritualística e o sagrado tem um aspecto de intimidade, o seu acesso deve ser restrito.

Esse fato descrito acima demonstra uma das mais antigas crenças universais do homem sobre poder: o de produção da imagem.

O registro de uma imagem parece ter o poder de apreender a realidade.

Dessa forma, seja através da pintura ou da fotografia, se eternizam as pessoas, os momentos e até objetos. Ainda que estes desapareçam, o fato de terem sido capturados sob a forma de imagem perpetuará sua existência, não permitindo que ele caia no esquecimento, mas o traz a vida pela memória que evoca.

Há discussões sobre a origem da palavra *selfie*, que é a derivação da palavra inglesa “*self-portrait*” (autorretrato), abreviada.

O Dicionário Oxford aponta sua aparição pela primeira vez, para designar esse tipo de fotografia, num Fórum na Austrália em 2002. No *Urban Dictionary*, no ano de 2005.

O autorretrato como pintura era algo demorado, caro e só poderia ser feito por alguém que dominasse uma técnica pictórica, em toda a sua abrangência, portanto era uma prática restrita.

Com o surgimento e aperfeiçoamento, da máquina fotográfica, e, em 1888 com a abertura da Kodak e seu *marketing* de incentivo ao uso da máquina fotográfica sem a necessidade de um fotógrafo profissional, a fotografia passou a ser produto de consumo entre aqueles que podiam pagar por essa tecnologia tão nova.

Desta forma tem-se a popularização ou a democratização dos recursos tecnológicos e a liberdade de se expressar através da autoimagem. Dia-a-dia as barreiras do *apartheid* tecnológico vão caindo e começa a haver uma homogeneização na construção individual da própria imagem por mais paradoxal que isto possa parecer.

O indivíduo contemporâneo faz seu autorretrato/*selfie*, posta no *ethos* midiático para ter vida no *bios* virtual, locais novos criados pelo homem moderno e suas tecnologias que fazem parte do cotidiano deste tempo e do qual se pode dizer, parafraseando Vinícius de Moraes, no que tange a imagem/*selfie* postada na rede “Que seja imortal posto que é chama. Que seja infinito enquanto dure”, mesmo que apenas por alguns segundos até ser substituída pela nova fotografia.

Para isso, os conceitos de Bauman, Thompson, Barthes e Sodr  sobre a cultura p s-moderna, a constru o de novas regras e formas de ser e de existir assim como os novos espa os e par metros nas rela es interpessoais, sua velocidade de distribu o e substitu o

e o impacto destas imagens na sociedade atual serão usados como recurso analítico para a elaboração deste artigo.

De acordo com Bauman, em seu livro *A cultura líquida no mundo moderno*, vivemos em um mundo líquido-moderno, no qual a obsessão e a compulsividade não permitem que nenhuma forma consecutiva de vida social se mantenha com o mesmo aspecto por muito tempo e, ele ressalta também o conceito de que o homem gerencia a “política da vida” de cada indivíduo, já que cada um tem a liberdade e a responsabilidade por suas próprias escolhas.

Por que espelho?

“O espelho é, na História humana, a prótese primitiva que mais se assemelha ao *medium* contemporâneo...traduz reflexivamente o mundo sensível... o *medium*, por sua vez simula o espelho...por ser também um condicionador ativo daquilo que diz refletir” (SODRÉ, 2002: p.21).

Sodré no livro *Antropológica do Espelho*, faz uma análise do mundo midiático e de como os novos espaços, o *ethos* midiaticizado e o *bios* virtual, possibilitaram novos parâmetros para a construção das identidades pessoais e de que forma, devido a esses novos parâmetros, as relações interpessoais foram afetadas.

Thompson, em *Ideologia e Cultura Moderna*, faz a análise cultural através do estudo das formas simbólicas em relação a contextos estruturados, fala de como as regras dirigem ações e interações em vida social e que, mesmo não que não tenham sido formuladas, passam a integrar o cotidiano de uma sociedade.

Roland Barthes em seu livro *A Câmara Clara*, reflete sobre a análise da significância de diferentes tipos de fotografias, discorrendo sobre suas categorias e o tipo de sensação que causam em quem as vê, uma vez que toda fotografia traz em si uma mensagem.

## 2. As novas tecnologias e o mercado

As novas tecnologias e os equipamentos aos quais se tem acesso hoje em dia são aparelhos bem menores, mais fáceis de transportar e de manipular também. A qualidade das fotografias tem sido aprimorada e os recursos desenvolvidos pela indústria tecnológica são cada vez mais sofisticados e ao mesmo tempo facilitam seu uso.

Os processos fotográficos de captação, armazenagem, impressão e reprodução das imagens sofreram uma simplificação que está diretamente ligada ao ambiente digital. Pode-se armazenar um número gigantesco de imagens em álbuns no computador ou na rede, organizando-os em pastas, compartilhar uma foto ou um álbum, reproduzi-los sem custos pela internet. E armazenar tudo isso em um objeto bem pequeno. As fotografias não ficam mais amareladas pelo tempo.

A prótese tecnológica impulsionou a expansão mercadológica, derrubando os muros e democratizando a comunicação, porém esta ciberocracia criou novas fronteiras, virtuais e perigosas, centralizando mais ainda o poder econômico.

Com as facilidades percebe-se que mais pessoas tem acesso a divulgação de sua imagem em rede social, o que de certa forma permite um *status* de celebridade no contexto social no qual estão inseridas. Aparecem “no ‘espelho’ o que favorece a aproximação aparente com um grande número de pessoas mas que ao mesmo tempo provoca a distorção da realidade original.” (SODRÉ, 2002: p.154)

A internet, observa Bauman, foi criada a partir de duas ações que são as mesmas que a mantém: conectar e desconectar e isto dá ao indivíduo a sensação de domínio e poder. Se ele alimentar sua rede ela existe, caso contrário ela deixa de existir. Também cria uma zona de conforto e é abrigo uma vez que do mundo *on-line*, não é preciso conviver com o outro que é frontalmente discordante, como acontece na vida *off-line*, a vida real, concreta.

“O “espelho” midiático não é simples cópia, reprodução ou reflexo, porque implica uma forma nova de vida, com um novo espaço e modo de interpelação coletiva dos indivíduos, portanto, outros parâmetros para a constituição das identidades pessoais. Dispõe, conseqüentemente, de um potencial de transformação da realidade vivida” (SODRÉ, 2002: p. 23).

Essa nova forma de vida social, tem como consequência um novo tipo de pensamento, de percepção e de possibilidades que são ditadas pelo poder econômico estabelecido: A ciberocracia, ou como diz Munis Sodré o “quarto *bios*”. (SODRÉ, 2002: p. 21)

“*Conexão* é aí uma palavra chave. Em vez do *self* psicologicamente essencializado, a relação tecnológica ou a conexão desponta como um tipo particular de entidade voltada para o ser tecnicamente relacional, para o indivíduo concebido como um lugar de interseção nas conexões que constituem as redes sociais, para alguém sistematicamente fora de si mesmo.” (SODRÉ, 2002: p.159).

A internet deu às pessoas acesso ilimitado a lugares e conhecimentos que antigamente não poderiam alcançar. Num átimo de segundo, o indivíduo tem milhares de informações sobre o assunto que deseja saber. O problema é saber quais são confiáveis.

Observa-se que ficou mais fácil para as populações dos centros urbanos comprarem e aprenderem a utilizar smartphones, webcams e outras tecnologias que foram por muito tempo inacessíveis a boa parcela da população devido ao seu alto custo. Atualmente essa diferença é bem menor, houve uma redução nos preços, o que não significa que todos, sem exceção tenham em mãos essa tecnologia, ou mesmo que não existam aparelhos mais restritos a um pequeno público, privilegiado por condição financeira e também conhecimento do uso desse aparato tecnológico.

“Enquanto Europa e América do Norte tem 64% de internautas, a América Latina fica com 6% e a África e o Oriente Médio com míseros 2%. Segundo o Relatório sobre o Desenvolvimento Humano de 2004, elaborado pelo (...) PNUD. 80% dos habitantes do globo sequer tinham ouvido falar de Internet (...) Um entre 250 africanos estava conectado...” (MORAES, 2006: p.43)

De acordo com a União Internacional das Telecomunicações, órgão vinculado à ONU em pesquisa divulgada no primeiro semestre de 2015, são 3,2 bilhões de pessoas conectadas a internet. A Europa tem a maior porcentagem de casas com conexão à rede (82,1%) e o Continente Africano tem o menor percentual (10,7%), segundo dados retirados do site globo.com.

Atualmente as pessoas fazem uso de mais do que apenas um recurso tecnológico e, de preferência simultaneamente. Celulares, *smartphones*, *tablets*, *laptops* e o que mais de novidade o mercado vier a oferecer no futuro. Bauman, na conferência Educação 360, Rio de Janeiro, setembro de 2015, observa que nestes dias o ser humano é multitarefas, faz várias coisas ao mesmo tempo.



O fato é que a moderna tecnologia e seus recursos, fornece inclusive os meios de avaliação para a idade dos objetos e pinturas antigos traçando assim, um panorama cultural de cada época e sociedade, permitindo que o homem tenha cada vez mais um conhecimento real de suas origens.

## 2.2 A fotografia

Muito antes do francês Joseph Nièpce com suas heliografias e de seu conterrâneo Louis Jacques Daguerre, e a sociedade entre os dois em 1829 que buscava aprimorar as técnicas já desenvolvidas, ou dos estudos sobre fotografia, de 1940, do inglês Fox Talbot ou ainda do processo fotográfico criado pelo francês radicado no Brasil, Hèrcule Florence em 1833, havia o conceito de câmara escura, do qual Leonardo da Vinci e outros artistas dos séculos XVI, XVII, XVIII se utilizavam para fazer esboço e perspectiva de suas pinturas. Esse conceito foi descrito por Giovanni Baptista Della Porta no ano de 1558 em uma publicação como auxílio no desenho e na pintura e também para observar eclipses, mas o conhecimento de seus princípios óticos é atribuído a Aristóteles (350 a.C.) “ *Por muitos séculos, estes conhecimentos (creditados aos gregos) foram resguardados no Oriente. Um erudito árabe, Alhazem (físico e matemático) descreveu a câmara escura em princípios do século XI*” (<http://repositório.utfpr.edu.br>)

Após a morte de Nièpce, Daguerre continuou com as pesquisas que haviam começado pois como pintor que era, buscava uma “imagem satisfatória” e por acaso contorna o problema de nitidez e fixação na gravação das chapas metálicas.

“Eis que, a certa altura, Daguerre conseguiu resolver este impasse, e ele próprio conta que foi através de um acaso: estando exausto e decepcionado por não conseguir obter resultados satisfatórios, jogou uma de suas chapas num armário e esqueceu-se dela. Alguns dias mais tarde, à procura de alguns químicos, abriu o armário e deparou-se com ela; só que havia uma imagem impressa nela, que antes não estava lá. Procurou a razão disso e desconfiou que havia sido por causa do mercúrio de um termômetro que havia se quebrado. Fez alguns testes e o resultado foi o daguerreótipo.” (<http://www.Mnemocine.com.br>)

A imagem registrada pelo daguerreótipo não permite cópias. Foram desenvolvidos os processos com chapa de vidro, de chapa seca e chapa úmida.

George Eastman, desenvolveu uma câmera fotográfica mais prática e assim, em 1888 a Kodak lançou comercialmente seu produto.

As pessoas por trás das primeiras câmeras fotográficas obrigatoriamente deveriam dominar as técnicas e conhecer muito bem o funcionamento de seus equipamentos, assim como era nas técnicas pictóricas, quando poucas pessoas tinham acesso a academia de Belas Artes. Porém, a fotografia não era considerada como expressão artística, dada a facilidade de reprodução em relação a uma tela.

“Aquela época em que tirar fotos demandava um aparato caro e complicado — o passatempo dos hábeis, dos ricos e dos obsessivos — parece, de fato, distante da era das cômodas câmeras de bolso que convidam qualquer um a tirar fotos. As primeiras câmeras, feitas na França e na Inglaterra no início da década de 1840, só contavam com os inventores e os aficionados para operá-las. Uma vez que, na época, não existiam fotógrafos profissionais, não poderia tampouco haver amadores, e tirar fotos não tinha nenhuma utilidade social clara; tratava-se de uma atividade gratuita, ou seja, artística, embora com poucas pretensões a ser uma arte. Foi apenas com a industrialização que a fotografia adquiriu a merecida reputação de arte. Assim como a industrialização propiciou os usos sociais para as atividades do fotógrafo, a reação contra esses usos reforçou a consciência da fotografia como arte.” (SONTAG, 1977: p.9)

A partir do daguerreotipo, outros pesquisadores foram desenvolvendo métodos próprios que contribuíram para melhoria da resolução de imagem e barateamento da produção de cada fotografia como por exemplo Frederick S.Archer, 1851 e Adolphe Disderi que em 1854 criou o *carte-de-visite*, colocando várias fotografias na mesma placa, com isso barateou custos e popularizou o *retrato*. O método de Archer foi substituído pelo método de fixação de imagens criado por Richard Maddox em 1871 que se utilizava de uma suspensão gelatinosa ao invés da emulsão coloidal úmida de Archer, dessa forma foram criadas as primeiras chapas secas para revelação fotográfica. Essa invenção propiciou o crescimento e a expansão do mercado dessa nova tecnologia porque as fotografias se tornaram mais acessíveis comercialmente.

Em 1861, James Clerck-Maxwell desenvolveu o primeiro método de fotografia colorida. Os irmãos Lumiere patentearam em 1903 os autocromos coloridos que eles inventaram, mas a fotografia colorida só foi realmente viável a partir de 1935 quando a Kodak lançou os *Kodachromes*. “sendo que esse tipo de filme é considerado um dos melhores métodos de captura da história” (<http://www.tecnomundo.com.br>). Mas as fotografias em preto e branco eram mais baratas até meados dos anos 60 e apenas na década de 70 as fotografias coloridas passaram a ser as mais tiradas pois essa tecnologia se tornou comercialmente viável para boa parte da população.

A Kodak de George Eastman se beneficiou do crescimento de mercado após a invenção de Maddox e criou em 1888 a sua primeira câmera fotográfica:

“Esta primeira máquina não era reutilizável, no entanto: depois que o rolo de papel fotográfico acabasse não era possível substituir por um novo. Modelos posteriores substituíram o papel por filme e foram ficando cada vez menores e portáteis, aproximando-se mais do que conhecemos hoje como uma câmera fotográfica analógica..”  
(<http://www.tecnomundo.com.br>)



THE KODAK CAMERA.

“You press the button, -  
- - - we do the rest.”

The only camera that anybody can use  
without instructions. Send for the Primer,  
free.

The Kodak is for sale by all Photo stock dealers.

**The Eastman Dry Plate and Film Co.,**

Price \$25.00—Loaded for 100 Pictures. ROCHESTER, N. Y.

A full line Eastman's goods always in stock at LOEBER BROS., 111 Nassau  
Street, New York.

Em 1975 a Kodak produziu um protótipo de câmera digital que pesava aproximadamente oito quilos e tinha um sensor de 100 x 100 pixels, ou seja com baixa resolução de imagem.

Em 1988, a Fuji apresentou uma câmera digital que tinha uma novidade: a tecnologia SRAM, o cartão de memória removível que foi desenvolvido em parceria com a Toshiba. Ela não chegou a ser vendida.

Em 1990 a Dycam, Inc., The Digital Camera Company, uma empresa sediada na Califórnia, Estados Unidos e líder em produtos para imagens digital, lançou a primeira câmera digital que fazia fotos apenas em preto e branco com melhor resolução de imagem (sensor de 376 x 240 pixels) em relação ao protótipo de 1975 da Kodak, mas também não chegou a atingir o mercado norte americano na proporção esperada devido a seu alto custo, sendo vendida especialmente para fins empresariais.

A Fuji no ano de 1993 inova mais uma vez e apresenta a Fuji DS-200F que utilizou a memória flash, nome que designa o armazenamento de conteúdo gravado sem necessidade de alimentação de energia.

A Apple cria em 1994 uma máquina digital, projetada pela Kodak e fabricada pela empresa japonesa Chinon. Com resolução VGA, a Apple Quick Take, que fazia imagens coloridas, foi a primeira desse gênero voltada para o consumidor porque tinha um preço acessível.

Em 1997 a Sony lança a câmera Mavica, sonho de consumo dos amantes de fotografia e tecnologia daqueles dias, a câmera fotográfica utilizava disquetes, aonde cabiam poucas imagens, para salvar as fotos que não tinham boa resolução e necessitavam de grande espaço de armazenamento.

No ano de 1999 a Kyocera, empresa japonesa produtora de aparelhos e componentes eletrônicos e pioneira em sistemas de uso da energia solar, comercializa em suas lojas no Japão o Kyocera VP-210, o primeiro telefone celular com câmera, armazenava até vinte fotografias e fazia transmissões de vídeo ao vivo.

A Olympus E-10 foi lançada no ano 2000 e usa o sistema DSLR, *digital single-lens reflex*, no qual tanto o sensor de imagens quanto o visor recebem luz na mesma lente, e resolução de 4 megapixels. “Ela foi a primeira DSLR a contar com um display de LCD para visualização de imagens em tempo real.” (<http://www.tecnomundo.com.br>)

Em 2002, com a Casio Exilim EX-S1/EX-M1, um equipamento compacto que “conseguiu integrar todos os componentes de uma câmera em um corpo minúsculo.” (Idem)

A camera GoPro Digital Hero 3, da empresa norteamericana GoPro, foi lançada em 2007. É uma *action cam* extremamente resistente e acessível. Para utilizá-la não é necessário ser fotógrafo profissional. É muito usada por praticantes de esportes radicais e aventureiros.

Em 2014 a empresa lançou a nova versão desse modelo que fotografa em 12 megapixels e filma em resolução 4K, tem Wi-Fi embutido, controle remoto a prova d'água e pode criar uma rede na Internet sem fio para se conectar a smartphones.

Os processos digitais trouxeram consigo vantagens sobre a fotografia tradicional porque não se utilizam de filmes, o limite para tirar fotos é a memória da câmera utilizada, o autor da foto pode vê-la e até retocá-la antes de mandar imprimí-la, e os custos dessa impressão são mais baratos do que os da revelação das fotografias feitas nas máquinas analógicas.

### 2.3 Apropriação e pertencimento através da fotografia

“Assim como as fotos dão às pessoas a posse imaginária de um passado irreal, também as ajudam a tomar posse de um espaço em que se acham inseguras” (SONTAG, 1977: p11).

Desde dezembro de 2014 nas Filipinas, há um projeto em andamento chamado *Art in Island*, conforme cita o *folder* de apresentação que tem como *slogan* “*Be Part of Art*”, Seja parte da arte. É um museu interativo baseado na *trick art*, a arte que engana o cérebro através de ilusões de ótica e 3D. A inspiração para esse museu está nas pinturas 3D na Europa.

Feitas por artistas gráficos e pintores, as cópias de obras de arte famosas estão espalhadas por 3.800 metros em dois andares, com 11 zonas: *Optical illusion, Aqua, Animal, Masterpiece, Central hall, European, Religion, Winter and Christmas, Love, Object art e Fantasy*.

Todas as obras são interativas e o público entra na obra que quiser e faz seu *selfie*, nesse momento a pessoa é parte da obra que acaba virando cenário.

Tanto as paredes quanto o chão são usados como extensão das telas, então realmente os visitantes tornam-se parte da pintura durante sua visita. Desta forma se pretende aproximar a população da arte e mais, fazê-la apropriar-se dela.

## 2.4. O autorretrato

*“O Auto Retrato  
No retrato que me faço  
- traço a traço -  
às vezes me pinto nuvem,  
às vezes me pinto árvore...  
às vezes me pinto coisas  
de que nem há mais lembrança...  
ou coisas que não existem  
mas que um dia existirão...  
e, desta lida, em que busco  
- pouco a pouco -  
minha eterna semelhança,  
no final, que restará?  
Um desenho de criança...”*

*Terminado por um louco!” (QUINTANA, Mario, 1976)*

Ao fazer um breve histórico do autorretrato na história humana, encontramos no período paleolítico as pinturas rupestres e o registro especial da “caverna das mãos” na Patagônia, aonde há uma parede dentro da caverna com várias mãos sobrepostas.

No final da Idade Média, século XII e XIV, período do estilo Gótico, conhecido pela construção de catedrais monumentais e imponentes, em que o tema está especialmente ligado a religiosidade e tudo que lhe diz respeito, como a representação dos santos e também as batalhas das Cruzadas, iniciado na França por volta do século XI, se alastra especialmente para os países vizinhos que vão incluindo no estilo sua cultura e gosto regionais. Esse estilo chega até os países ao norte de Flandres, devido a ligação que os artistas tinham com a corte dos Duques de Borgonha.

Os artistas começaram a fazer seus autorretratos, individuais ou se colocavam como personagem na cena que estavam retratando. Ser retratado demonstrava quem a pessoa era na hierarquia social: nobreza, clero e burguesia..

Ambrogio di Bondone, (1266 -1337) ou Giotto como passou a ser conhecido que tem na pintura um substitutivo para a palavra escrita, iniciou um novo capítulo na história da arte

pois aprendeu a criar a ilusão de profundidade numa superfície plana, introduzindo o uso de perspectiva através do ponto de fuga que até então, no período Bizantino era alcançado através do tamanho das figuras representadas, quanto mais distante a figura menor seu tamanho mas como se fosse uma miniatura das figuras que estavam no primeiro plano. Ainda não havia o recurso geométrico do ponto de fuga, da perspectiva. Pinta o afresco O Juízo Final, na Capela dell’Arena, em Pádua, Itália, e se inclui retratado entre a multidão que está destinada ao Paraíso. Ele morreu enquanto fazia essa pintura.

#### **2.4.1 Jan van Eyck e o Casal Arnolfini**

Jan van Eyck (1390?-1441), pintor flamenco e um dos mestres do período Gótico, a quem é atribuída a invenção da pintura a óleo, “*uma nova receita para a preparação de tintas, antes delas serem postas no painel*” (GOMBRICH, 1981: p.178), exímio pintor de retratos, pintou em 1434 uma tela inovadora e revolucionária: uma cena do casal Arnolfini provavelmente de seu casamento, e se retratou, no espelho que está atrás do casal e ainda colocou uma inscrição onde diz que estava presente naquele momento. Tudo isso no meio da tela, emoldurado pelo casal protagonista da cena.

Gombrich afirma que não se sabe se foi ideia do pintor ou do solicitante da obra, o senhor Arnolfini, usar a pintura com uma testemunha idônea, tal qual hoje se faz uso legal de uma fotografia. Pela primeira vez na história o artista tornou-se a perfeita testemunha ocular, como disse Gombrich.

“representa um mercador italiano, Giovanni Arnolfini, que tinha ido aos Países Baixos em viagem de negócios, na companhia de sua noiva, Jeanne de Chenany (...) O quadro representa provavelmente um momento solene na vida do casal: seus esposais (...) Provavelmente o pintor foi chamado a registrar esse importante momento como testemunha, tal como um notário poderia ser chamado para declarar que esteve presente num ato solene idêntico. Isso explicaria porque o mestre após seu nome numa posição de destaque no quadro<sup>1</sup>, com as palavras latinas “*Johannes de eyck fuit hic*” (Jan van Eyck esteve presente). “ (GOMBRICH, 1981: p179).

<sup>1</sup> Ver anexo 2



Figura 1 - O casal Arnolfini (1434)<sup>1</sup>

“Comemorar as conquistas de indivíduos tidos como membros da família (e também de outros grupos) é o uso popular mais antigo da fotografia. Durante pelo menos um século a foto de casamento foi uma parte da cerimônia tanto quanto as fórmulas verbais prescritas. As câmeras acompanham a vida da família” (SONTAG, 1977: p10).

<sup>1</sup>Disponível em: <http://www.nationalgallery.org.uk/paintings/jan-van-eyck-the-arnolfini-portrait>



## 2.4.2 Leonardo da Vinci e Arcimboldo

No Renascimento, o homem era a figura central, então houve uma demanda de pintura de retratos de pessoas proeminentes na época. Esses retratos deveriam, tanto quanto possível ser fiéis à natureza, portanto, às formas anatômicas do retratado.

Leonardo da Vinci (1452-1519) artista escultor, cientista, naturalista e inventor italiano, para citar algumas de suas competências, fez vários estudos anatômicos e sua busca pelo entendimento das proporções do corpo humano resultou no desenho “Homem Vitruviano”, que foi fruto de seus estudos baseados nos escritos do arquiteto romano Vitruvio (século I a C.). Leonardo afirma que “ O homem é o modelo do mundo”, ele buscava na natureza conhecimento para sua arte e considera a pintura a melhor forma de obter o conhecimento científico da natureza

Giuseppe Arcimboldo, (1527- 11 de julho de 1593) artista italiano fez vários retratos e autorretratos incluindo a série As Quatro Estações seu autorretrato construindo sua imagem através de folhas, flores e frutos da estação do ano nas quais se representou.

“A majority of scholars hold to the view, however, that given the Renaissance fascination with riddles, puzzles, and the bizarre (see, for example, the grotesque heads of Leonardo da Vinci, a fellow Milanese), Arcimboldo, far from being mentally imbalanced, catered to the taste of his times.” (<http://www.giuseppe-arcimboldo.org>)  
 (“A maioria dos estudiosos sustentam a visão, no entanto, que, dado o fascínio da Renascença com enigmas, quebra-cabeças, e o bizarro (ver, por exemplo, as cabeças grotescas de Leonardo da Vinci, um colega do período milanês), Arcimboldo, longe de ser mentalmente desequilibrado, servia ao gosto de sua época.”).



Figura 2 – Arcimboldo - Verão (1573)<sup>2</sup>

Pode-se notar sua influência no século XX no movimento Surrealista quando seus múltiplos foram redescobertos por artistas como Salvador Dali.

<sup>2</sup>Disponível em: [http://www.giuseppe-arcimboldo.org/Summer-\(2\)--1573.html](http://www.giuseppe-arcimboldo.org/Summer-(2)--1573.html)

### 2.4.3 De Rembrandt a Frida Kahlo

No período Barroco, que compreende os séculos XVII ao XVIII, talvez esteja o pintor mais obcecado por autorretratos da história: Rembrandt van Rijn (1606-1669), artista holandês que fez aproximadamente 100 autorretratos registrando diferentes fase de sua vida bem como diferentes emoções e expressões. Fez uma crônica imagética ou uma autobiografia pictórica o que não era comum em seu tempo.



Figura 3 - Rembrandt: Autorretrato com sobancelha franzida (1630)

E assim até chegar aos nossos dias os artistas, passando por Van Gogh, Gauguin, Picasso, Dali, Rivera, Frida Kahlo, para citar alguns, tiveram com o autorretrato a liberdade de se expressarem e de mostrarem suas emoções por meio de suas pinturas.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.pinterest.com/pin/420101471464931122/>

Frida Kahlo (1907- 1954), começou a pintar aos 18 anos após um acidente de ônibus que lhe causou danos em vários ossos e na espinha dorsal, assim entrou em contato com vários artistas entre eles Diego Rivera com quem foi casada. A vida de Frida foi marcada por muitas perdas e ela encontrou na pintura uma forma de expor seus sentimentos e pensamento. *“luta por resgatar as raízes da arte popular do México, segura de que nelas se encontraria a identidade nacional. Por isso, em sua obra Frida se vale da influência de ex-votos, retábulos religiosos e milagres. Sua pintura vai do autorretrato às naturezas vivas”* (Museo Frida Kahlo).

Enquanto travava suas lutas com a dor: dos abortos sofridos, da infidelidade de Rivera, das consequências da poliomielite e do acidente e da saúde tão debilitada Frida luta também por seus ideais maiores do que suas batalhas pessoais, tanto que *“dias antes de morrer Frida participa de uma marcha de protesto que lhe provoca uma embolia pulmonar”* (Museo Frida Kahlo).

Em seus autorretratos pode-se ler sua trajetória de vida, suas paixões, amigos e ideais: Coluna Rota (1944) e Árvore da Esperança (1946) sua percepção de si quanto ao acidente de ônibus e o se manter em pé com o uso do colete ortopédico, Duas Fridas (1939).

Frida pinta o Autorretrato na fronteira entre México e Estados Unidos (1932).



Figura 4 – Árvore da esperança (1946)

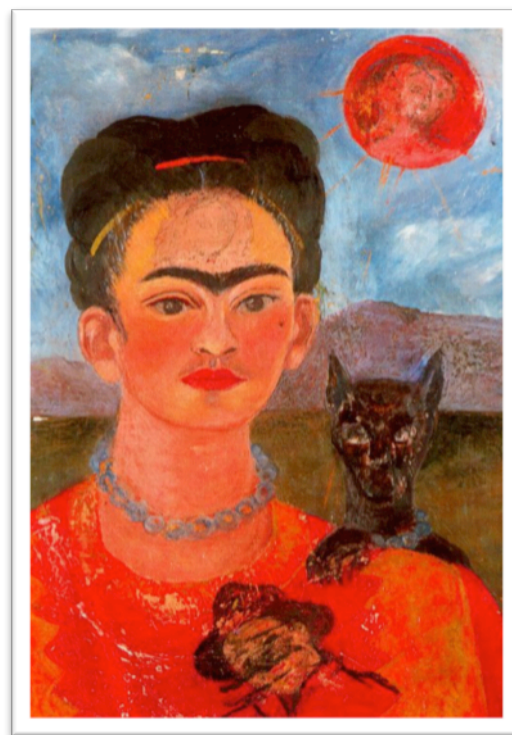


Figura 5 – O último autorretrato (1954)

<sup>4</sup> <http://www2.mcachicago.org/exhibition/unbound-contemporary-art-after-frida-kahlo/>

<sup>5</sup> <http://www.flickriver.com/photos/28433765@N07/4308931246/>

Em 1943 faz o autorretrato Diego em meu pensamento ou Pensando em Diego e em 1944 Diego e Frida 1929-1944 como presente para ele pelos 15 anos de casamento. O último autorretrato data de 1954, nele Frida se coloca com aparência jovem, retrata Diego no peito no lugar de seu coração.

### 3. A imagem e o consumismo estético

“ A verdadeira imagem do passado passa voando. O passado só se deixa capturar como imagem que relampeja irreversivelmente no momento da sua conhecibilidade”  
(BENJAMIM, 2014: p 243)

Pode-se falar que através das fotos e pinturas o ser humano tem feito uma crônica imagética do seu dia a dia.

Ao tirar uma fotografia, o autor transcende a realidade através de sua sensibilidade. Vê o que os outros não enxergam, capta um instante que o cativou seja por beleza ou feiúra, por originalidade ou banalização, por singeleza ou choque, de qualquer forma em um patamar que para ele é extremo e único por isso digno de ser registrado, memorável.

Não há como o indivíduo se esvaziar de seus conceitos e conhecimentos ao fazer uma escolha para tirar uma foto. Assim, exterioriza um pouco de si, sai da caverna, da sua intimidade para a exposição de seu próprio ser.

Walter Benjamin atribui alguns valores ao processo de reprodução das imagens reais: o valor de culto, o valor de exposição e o valor de eternidade quando reflete sobre a reprodutibilidade técnica de uma obra de arte.

O valor de culto seria o aspecto da magia usando imagens a seu serviço, o que exige que essas sejam mantidas em segredo, como observado na pintura rupestre.

O valor de exposição que atribuiu funções novas a obra de arte/imagem, criou na era moderna, com o cinema, por exemplo, uma segunda natureza que exige a exponibilidade “o filme serve para exercitar o homem nas novas percepções e reações cotidianas” (BENJAMIM, 2014: p.188), em contraposição ao valor anterior.

O valor de eternidade está intimamente ligado à perfectibilidade, a imagem que se busca deixar é a do que é considerado perfeito, a perfeita representação da realidade que se vê, por isso Benjamin afirma que “*o filme é, pois, a mais perfectível obra de arte*” (BENJAMIM, 2014: p.190)

### 3.1 O autor do *selfie* e seu contexto

“Quando eu me olho no espelho, só sei que não me vejo como os outros me vêem.”  
(Andy Warhol).

No *selfie* o autor da foto é o protagonista também da cena apresentada e, muitas vezes a cena é apenas um detalhe de seu corpo.

O *selfie* pode ser entendido como um fenômeno cultural de acordo com a concepção estrutural de cultura descrita por Thompson, pois foi contextualizado socialmente.

“o que define nossa cultura como ‘moderna’ é o fato de que a produção e a circulação das formas simbólicas se tornaram desde o fim do século XV, cada vez mais e de uma forma irresistível, parte de um processo de mercantilização e transmissão que é, agora, de caráter global” (THOMPSON, 1995: p167).

Ao fazer a análise cultural através do estudo das formas simbólicas (palavra, imagem, filme e outros) em relação a contextos estruturados, Thompson mostra como as regras que dirigem uma sociedade, mesmo que não tenham sido formuladas, passam a integrar seu cotidiano.

Sobre essas formas simbólicas aborda cinco aspectos:

a) Intencional - quer dizer algo, mas não é o seu autor quem diz e sim seu público.

Neste aspecto torna-se importante a compreensão que fica e não a que havia antes;

b) Convencional - segue uma norma, uma convenção. Existe um sentido que esses elementos constroem;

c) Referencial - refere-se a algo exterior a ela mesma, constrói imagens e sentidos;

d) Estrutural - tem uma estrutura interna para dar sentido na sua organização;

e) Contextual - está inserida em um contexto estruturalmente situado. (informação verbal)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Informação fornecida por Prof. Dr. Denins Oliveira em São Paulo, em 2014.

Quando outros contextos são construídos, também são construídos novos espaços.

Desta forma tem-se, por exemplo uma derivação/evolução do método tradicional de alfabetização com o método desenvolvido por Paulo Freire, em que parte-se de uma referência do aluno para a construção de um novo conhecimento, neste caso a alfabetização, criando assim um novo espaço, ampliando as fronteiras do saber.

No método de alfabetização tradicional, se utiliza a repetição visual e sonora da letra a ser aprendida, como por exemplo em “vovô viu a uva”, (a repetição da letra V para fixação da mesma) ignorando a possibilidade de o aluno jamais ter visto uma uva, ou até que no seu contexto familiar nem se mencione a existência de avós, portanto neste caso o aprendizado fica baseado no abstrato, em algo que transcende a realidade do aprendiz, ao contrário disto tem-se a Pedagogia do Oprimido.

Nesse método de alfabetização desenvolvido por Paulo Freire, a construção do conhecimento se baseia em referências anteriores do indivíduo a ser alfabetizado e também no conceito de emancipação através da educação, uma mudança na relação social e não na transformação do oprimido em opressor, pode-se perceber que dessa forma se constrói um conhecimento para além da alfabetização, constrói-se o pensamento crítico, pois as palavras trazem em si significados que transcendem as letras, então esse pensamento crítico desenvolvido leva o aluno a “ler nas entrelinhas”, enxergando o contexto no qual estão inseridas e a intenção que essas palavras carregam em si numa determinada frase o que o método tradicional, a cartilha, não permite.

Assim também acontece com a imagem. Na fotografia, no autorretrato a construção que cada um faz de sua própria imagem, revela o que o autor da fotografia quer que seja visto, como quer se dar a conhecer em determinado contexto, para determinado grupo no qual está inserido, mesmo que essa imagem não reflita sua realidade.

Do mesmo modo que no método Paulo Freire existem as palavras geradoras, identificadas como palavras-chave no vocabulário dos alunos, que estão relacionadas em aspectos do seu cotidiano e são significativas para eles, também a imagem pessoal do indivíduo no *selfie* mostra cenas do cotidiano do indivíduo e também situações significativas.

Desse modo, quando Muniz Sodré aponta o mundo midiático, o *ethos* midiaticizado, e o *bios* virtual, ele mostra como esse novo local para um novo *bios*, possibilitou novos parâmetros para a construção das identidades pessoais e de que forma, devido a esses novos parâmetros, as relações interpessoais foram afetadas.

“O conteúdo midiático – tanto na mídia tradicional quanto nas redes ciberculturais, na hipermídia – apresenta-se como um fluxo

heterogêneo, estilhaçado, de dados significativos da existência, mas sempre sob modalidades de discurso afins ou compatíveis com microuniversos da eticidade cotidiana” (SODRÉ, 2002: p.55)

Os *selfies* podem ser substituídos rapidamente. Há nessas imagens que são compatíveis com a velocidade de distribuição de informação do mundo atual e virtual grande volatilidade, fluidez, instantaneidade e descartabilidade. As fotografias podem ser rapidamente substituídas. Citando Bauman, Educação 360, 2015, o homem se move rapidamente e os *selfies* conseguem ser mais rápidos.

### 3.2 O *selfie* como esfinge

Norval Baitello Jr. observa em A Era da Iconofagia, que os meios de comunicação tem efeito sobre o “meio ambiente cultural”. Há uma espécie de antropofagia, na qual uma imagem devora a outra, devora o homem que devora a imagem, num ciclo sem fim. Assim, em imagens como os *selfies*, que são produzidas para consumo imediato, as emoções despertadas dificilmente ficarão retidas na memória de quem as vê.

O *ciber*-espaço permite esse tipo de ação, espera o retoque e a edição da foto e dessa forma um *selfie* pode apenas simular a realidade do indivíduo, sua imagem pública e distorcê-la.

“o *medium* pode constituir-se a partir da impregnação de esferas particulares de ação da sociedade nacional e mundial (estruturas políticas, tecnoburocráticas e outras) por tecnologias da comunicação, hoje predominantemente eletrônicas e cibernéticas. Por isso, o próprio indivíduo é suscetível em converter-se em realidade midiática.” (SODRÉ, 2002: p37).

O consumismo estético no qual uma parcela da sociedade atual mergulhou chega a beirar a loucura.

“ a cultura está imersa na lógica do lucro que preside a expansão da forma-mercadoria em todos os campos da vida social. Integrada, como as demais áreas produtivas, a esfera cultural torna-se componente essencial de lubrificação do sistema econômico...” (MORAES, 2006: p37).



O autor se refere à indústria do entretenimento, mas essa observação sob a ótica da economia pode ser aplicada a outras áreas que criam novos produtos para consumo, quase sempre frenético, “os modismos” sob a aura de um novo padrão cultural.

Em busca da forma corporal perfeita, nos moldes do padrão estético de nossos dias, qualquer produto que contenha a promessa de deixar músculos bem definidos, pele bronzeada, contornos perfeitos e aparência saudavelmente natural, ainda que muito suada para construir, é vendido sem muito esforço de seu fabricante.

De suplementos alimentares e dietas que turbinam o metabolismo até o *personal trainer*, passando pelas academias, nutricionistas, dermatologistas chegando ao cirurgião plástico, o culto ao corpo é um estilo de vida adotado por quem quer ser bem sucedido.

De acordo com relatório publicado em julho de 2015 pela *International Society of Aesthetic Plastic Surgery* (ISAPS), houve um aumento significativo de cirurgias plásticas e outros procedimentos estéticos.

As novas tecnologias permitem o que não se imaginava, ou parecia mágica. Por exemplo um creme facial que imediatamente atenua rugas e manchas, deixando a aparência mais jovem ou roupas íntimas que acentuam partes do corpo ou escondem formas não desejáveis. Vale tudo em busca da imagem socialmente aceita, que levará o indivíduo a ser identificado como pertencente a um determinado grupo social.

Nas noites frias durma sem cobertor para aumentar seu metabolismo e emagrecer, ensina a dieta Dunkan. “Tome este suplemento alimentar e crie músculos mais rapidamente quando você faz exercícios”. Como se percebe a crença universal no poder da produção de imagens que pode ser constatado na pintura rupestre, nos nossos dias transcendeu o religioso e místico para ser construído pelo homem e seu próprio poder.

O homem pós-moderno vive uma crise de identidade e como consequência também de imagem, porque ele é um ser com múltiplas facetas, e não aceita imposição de padrões pré-estabelecidos. A imagem que ele apresenta nem sempre o identifica realmente e menos ainda na sua totalidade.

A liberdade de se recriar, de se multiplicar confere a ele certa onipotência, onipresença e onisciência em relação ao mundo que o cerca, uma vez que ele tem o poder de escolha do que vai mostrar de si mesmo em um *selfie* que ainda pode ser retocado e editado,

bem como ver tudo que se passa no seu círculo social, no *ciber*-espaço, onde ele também está em vários lugares ao mesmo tempo.

Adorno e Horkheimer ao discursarem sobre a indústria cultural apontam para o fetichismo que há no produto de entretenimento, seu valor de troca, bem como no “ar de semelhança”, na padronização dos produtos gerados por ela. Que se entenda por produto tudo o que a sociedade moderna/pós-moderna consome de bens e serviços a ideias e pensamentos, mas não descartam a pluralidade dos bens culturais que reflete a aparência e não a realidade.

Houve na virada do século XX uma mudança na forma de comunicação que coincide e é apoiada pelo desenvolvimento de novas tecnologias, que foi possibilitado pelo investimento do capital na ciência, o que Marcuse, apesar da crítica reconhece e destaca como algo positivo uma vez que esse “*poderio tecnológico pode ser revertido na construção do reino da liberdade*” MARCUSE, H.<sup>1</sup>, (1964 apud ORTIZ, 1985).

Essas novas tecnologias propiciaram um aumento na velocidade do deslocamento e distribuição de informações. Muniz Sodré avalia que por informação o mercado compreende “*(filmes, notícias, sons, imagens, dígitos definidos em última análise como fontes de dados e economicamente caracterizados como produtos)*”. (SODRÉ, 2002: p12).

A imagem pessoal e a intimidade, tanto quanto o autor do *selfie* permite e deseja, passa a ser de domínio público, controlada tanto pelo protagonista da foto como pelo padrão social previamente estabelecido que poderá ou não aceitá-la e validá-la.

Parece que há uma espécie de valor potencial de mercado no indivíduo que ganha visibilidade através da crônica imagética que faz de sua vida através dos *selfies*. Uma vez na rede social, conforme o *status* da pessoa, fica difícil consertar uma foto que possa comprometer um atributo que deveria ser resguardado.

As novas tecnologias, seus meios e formas tem transformado a sociedade.

O desenvolvimento e barateamento da tecnologia tem quebrado barreiras, não apenas científicas como também sociais. A câmera fotográfica, quando surgiu era algo para uso da elite e de profissionais da imagem, atualmente os *smartphones* podem ser comprados por preços bem acessíveis a boa parcela da população, em dez vezes, se for necessário.

Os *selfies* ficam na superfície, não aprofundam emoções contidas, especialmente em momentos de tristeza, dor e perda. Registra-se um momento após o outro e, pode ser que algum deles vá cair no esquecimento.

<sup>1</sup> MARCUSE, H., Acerca del problema de la ideología en la sociedad industrial altamente desarrollada". In: Lenk, Kurt. *El Concepto de Ideología*, Buenos Aires, Amorrortu, 1971, Apud ORTIZ, Renato, 1985.

Por exemplo, o ator Dwayne “The Rock” Johnson fez 105 *selfies* em 1 minuto em maio de 2015 quebrando assim o recorde mundial até então. ([www.guinnessworldrecords](http://www.guinnessworldrecords)). O recorde está marcado mas, e a lembrança e o significado de cada um desses 105 *selfies*?

Em contraponto Frida Kahlo, por exemplo, se mostra de corpo e alma em seus autorretratos. Suas dores, sua paixão, sua luta, sua esperança, seus amigos e família, seu país, e na fauna e flora mexicana, paisagem na qual se misturou em suas telas.

### 3.3 O *selfie* e as relações interpessoais no mundo contemporâneo

Desde muito cedo na história da humanidade o homem fez o registro de sua imagem e, não há como afirmar com precisão suas intenções, mas é fato que nessa ação existe a imortalização do indivíduo naquele momento exato ali retratado enquanto aquela imagem existir.

*“Por meio de fotos, cada família constrói uma crônica visual de si mesma — um conjunto portátil de imagens que dá testemunho da sua coesão. Pouco importam as atividades fotografadas, contanto que as fotos sejam tiradas e estimadas”* (SONTAG, 1977: p.11).

*“Podemos oferecer uma caracterização preliminar dessa concepção definindo a “análise cultural” como o estudo das formas simbólicas - isto é, ações, objetos e expressões significativas de vários tipos - em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados dentro dos quais, e por meio dos quais, essas formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas. Os fenômenos culturais, deste ponto de vista, devem ser entendidos como formas simbólicas em contextos estruturados”* (THOMPSON, 1990: p.181).

A realidade virtual criou um novo modo de interação e de relações interpessoais. Quem tem um perfil no ciberespaço, pode se relacionar com pessoas que nunca viu e assim participar um da vida do outro, como em um relacionamento sem tecnologia envolvida. Através das fotos pessoais do cotidiano, esses amigos virtuais podem opinar, sugerir, e assim interferir nas escolhas e decisões do outro tal é o grau de intimidade que o ciberespaço permite.

Para a parcela de mundo globalizada não se deve esquecer que ainda há lugares do planeta em que, por fatores diversos, não existe todo esse aparato tecnológico, e que por isso mesmo, existem pessoas que não se relacionam dessa forma.

De acordo com Herbert Marcuse são os meios de comunicação de massa que “trazem consigo atitudes e normas prescritas, determinadas reações emocionais e mentais, atando mais ou menos prazerosamente os consumidores aos produtores e através destes ao todo” MARCUSE, H.<sup>1</sup>, (1964 apud ORTIZ, 1985), ou seja é a própria práxis que assegura a reprodução social conforme afirma Ortiz.

É uma prática libertadora, uma vez que depende do olhar do autor o recorte a ser feito e as novas tecnologias, como a ausência do filme para fotografia e de sua revelação permitem que sejam feitas quantas fotos sejam necessárias na mesma cena, no mesmo instante.

Existe o *belfie*, que é o *selfie* das nádegas, existe o *nudes* que é o selfie de pessoas sem roupa e este até tem um jargão #mandanudes.

Ao mesmo tempo que revela esse caráter libertador e inovador revela outras faces da nossa sociedade: a volatilidade, a superficialidade e a instantaneidade, porque uma fotografia traz em si o registro de uma cena ou rosto para guardar na memória. De acordo com Roland Barthes a fotografia transforma o sujeito em objeto e por isso ainda que o objeto/homem da fotografia já tenha morrido ainda assim permanecerá vivo naquela cena capturada pelo fotógrafo. “*Tirar uma foto é participar da mortalidade, da vulnerabilidade e da mutabilidade de outra pessoa (ou coisa). Justamente por cortar uma fatia desse momento e congelá-la, toda foto testemunha a dissolução implacável do tempo.*” (SONTAG, 1977: p.14).

### **3.4 Identidade revelada através do próprio olhar**

“*No fundo, o que encaro na foto que tiram de mim (a “intenção” segundo a qual eu a olho) é a Morte.*” (BARTHES, 1980: p.23).

A imagem que uma pessoa faz de si revela sua identidade e identificações.

Stuart Hall, em seu livro, *A identidade cultural na pós-modernidade*, fala da crise de identidade pela qual os indivíduos passam no novo mundo social.

<sup>1</sup> MARCUSE, H., *Acerca del problema de la ideologia en la sociedad industrial altamente desarrollada*. In: Lenk, Kurt. *El Concepto de Ideologia*, Buenos Aires, Amorrortu, 1971, Apud ORTIZ, Renato, 1985.

Há uma fragmentação devido a mudanças estruturais na sociedade que implica em transformações profundas nas crenças e costumes antes estabelecidos e que formaram um padrão de comportamento que era a “lei social” vigente. Não há como retroceder nesse processo de mudança, o homem pós-moderno descobriu-se plural e por isso essa fragmentação. Ele pode e pertence a mais do que um grupo, ainda que isso possa em alguns momentos gerar um conflito interno. Não há mais espaço para um padrão rígido como o tradicional. Existe uma mobilidade, as estruturas sociais não podem mais ser estáticas e intransigentes, sob pena de desaparecerem junto a morte de seu último bastião.

Os sistemas culturais tem se multiplicado e assim o indivíduo contemporâneo se vê desafiado a criar novas identidades, porém temporais. O sujeito pós-moderno transita por diferentes identidades em diferentes momentos, assume o papel que deve assumir conforme o momento e o contexto social.

Esse homem pós-moderno faz *selfie*, que acredita-se, como prática/práxis, está se solidificando neste momento da história, mas este enquanto produto/produção é líquido, uma vez que o registro fotográfico deste momento logo será substituído por outro que também terá vida breve. Eles não deixam de existir mas ficam ultrapassados por um novo *selfie*.

Um *selfie* pode espelhar um momento real de uma pessoa ou ser o personagem criado para aquele dia ou para um propósito específico, nem sempre irá revelar algo que está interiorizado em uma pessoa.

A tecnologia alcança um nível de perfeição que homogeneiza a obra de arte criando um padrão que antes de sua criação não era permitido ao mais habilidoso pintor ou escultor alcançar com sua técnica e instrumental. Há uma uniformização técnica.

### **3.5 Autonomia moral**

Barthes afirma que cada indivíduo é o ponto de referência para uma foto. E é o ator social, o protagonista da crônica imagética de sua vida, que tem autonomia para fazer a escolha de uma imagem e o registro do momento a ser captado. Isto depende da intenção de seu autor que pode fazer intervenções/editar o conteúdo da fotografia, conforme padrões morais e sociais que regem o meio no qual está inserido e ao qual pertence.

Existe uma autonomia moral que “*foi desde os primórdios entendida como expoente da maturidade humana.*” (BRANCO, Lisboa, 2003).

De acordo com a Teoria do Desenvolvimento do Ego de Jane Loevinger, psicóloga norte-americana adepta da teoria de Jean Piaget, essa autonomia moral deve ser entendida “como resultado de uma dialética de separação-inclusão, favorecendo uma compreensão mais adequada deste fenômeno, enquanto manifestação de uma maturidade socioafetiva” (BRANCO, 2003) ou seja, tanto no seu discurso quanto em uma fotografia o que um indivíduo expõe sobre si é resultado da forma como se vê e também do meio em que vive.

Cada sociedade ou cultura, como hoje se entende, apesar da globalização, tem suas regras e valores e, o sujeito pós-moderno que é fragmentado, se reforma e se recria, participa de uma movimentação social, até mesmo de valores e crenças, como aponta Stuart Hall, a partir de suas referências primárias, engloba em seu universo, novas possibilidades que mescladas entre si indicarão o caminho a seguir. Dessa forma se multiplicam os sistemas culturais que confrontam o homem contemporâneo e o desafiam a criar identidades temporais.

### **3.6 A ilusão da liberdade de escolha e o novo *bios***

Evocando um dos axiomas da Escola de Frankfurt que diz: “ a consciência não pode ser livre na sociedade industrial” as reações já se encontram pré-moldadas, não é o comportamento e a preferência do ouvinte que faz o *hit parade*, ao contrário, é este que forma a preferência do ouvinte de acordo com Adorno (1942, p.135) e ao trazê-lo para os dias atuais, quando Sodré fala do ciberespaço e do *nomos* da modernidade sendo este uma derivação do verbo grego *nemeim* que significa apascentar, a forma de distribuição do rebanho no espaço e a mobilidade de Informação centrada na virtual anulação do espaço pelo tempo, (SODRÉ, 2002: p.14) pode-se pensar no espaço virtual como um novo curral em que os indivíduos pensam que são livres para fazer suas escolhas, que tipo de expressão facial ou corporal vou disponibilizar ao mundo hoje, através do selfie, mas na realidade estão presos a opções previamente selecionadas pelo pastor da sociedade pós-moderna: o mercado que conduz o homem pelos seus caminhos estabelecidos por sua necessidade de expansão e crescimento e o leva a agir em conformidade com o padrão estabelecido, engoliu o ritmo pessoal e particular de cada um. Por isso a celeridade no processo de distribuição.

Na visibilidade que o indivíduo tem no ciberespaço existe a criação de uma diferente dimensão da realidade, pois a forma de percepção e de reprodução da realidade é afetada pelo recorte que o autor/protagonista fará de sua vida para a exposição midiática. Como diz Sodré, há uma simulação: “*saber e sentir ingressam num novo registro, que é o da possibilidade de sua exteriorização objetivante, de sua delegação a máquinas*” (SODRÉ, 2002: p.17).

Percebe-se então que no novo espaço de relacionamentos interpessoais, o *selfie* é uma forma de existência e cada foto pode ser tanto para registro simplesmente de um momento ou evento/local no qual o indivíduo estava como também pode ser uma foto dirigida e direcionada. Provavelmente tem um objetivo específico, um alvo a atingir, uma meta a cumprir. No Reino Unido, no ano de 2014, o alvo de 5.400.000 fotos foi causar inveja nos amigos, essa modalidade de *selfie* recebeu o nome de *braggie* algo como gabar-se.

As transformações profundas no modo de vida moderno estabeleceram e alteraram as formas de interconexão social. Essas regras novas criaram um novo tipo de gestão nas relações sociais:

“A palavra deve ser agora tomada como metáfora intelectual para um ordenamento cultural da sociedade em que as imagens deixam de ser reflexos e máscaras de uma realidade referencial para se tornarem simulacros tecnicamente autorreferentes, embora político-economicamente a serviço de um novo tipo de gestão da vida social” (SODRÉ, 2002: p.22).

Sodré ao discorrer sobre a midiática e virtualização que rege a sociedade moderna denuncia a existência de um “quarto *bios*”, o *bios* midiático, construído pela mídia que vem a ser uma nova forma de vida e que compete com os três *bios* indicados por Aristóteles (Ética e Nicômaco):

*Bios theoretikos* - Vida contemplativa

*Bios politikos* - Vida política

*Bios apolaustikos* - Vida prazerosa / sensações do corpo

Nesse ambiente digital também existem valores e normas institucionalizadas que regulam e validam as mediações (formas de se comunicar) e as interações (a comunicação entre partes) sociais.

Na midiática das interações sociais temos o *medium* “*uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível*”, (SODRÉ, 2002: p.21), o espelho midiático que:

“ ... implica em uma nova forma de vida, com um novo espaço e modo de interpelação coletiva dos indivíduos, portanto, outros parâmetros para a constituição das identidades pessoais. Dispõe, conseqüentemente, de um potencial de transformação da realidade vivida, que não se confunde com manipulação de conteúdos ideológicos” (SODRÉ, 2002: p.23).

Utilizando a hipótese de Lacan do “corpo do simbólico” na qual se entende que existe uma relação estrutural entre corpo e linguagem, compreendidos como extrasseres ou acontecimento. “*Nessa linha de pensamento, não seria absurdo conceber o self virtual como um extrasser (ou um 'ser de espírito', para usarmos a expressão de Morin) que acontece tecnologicamente na rede ou num dispositivo de visualização qualquer*”(SODRÉ, 2002: p. 157).

#### **4. Atores sociais no palco midiático**

O *selfie* pode ser visto como um teatro em que numa hora o ator é protagonista e em outro momento pode ser coadjuvante ou até mesmo cenário para outros, conforme a ocasião ou propósito.

##### **4.1 Barack Obama e Nelson Mandela**

Para Bauman, o sucesso das redes sociais é simultaneamente produto da sociedade líquida e a sua válvula de escape. Bauman observa que o indivíduo “*imerso na rede de relações on-line, ..., perde ou não adquire habilidades sociais que poderiam ( e deveriam) nos ajudar a extirpar as causas dos medos que vem do mundo off-line.*” (BAUMAN, Rio de Janeiro, 2015).

Na mesma conferência, Bauman aponta para as mudanças importantes que afetaram as relações interpessoais na sua forma de organização, dos últimos 30 anos até os dias atuais e se utilizando dos conceitos de Sposito “*comunitas*” e “*imunitas*” como a tecnologia cria a falsa ilusão de que o homem tem o controle do seu mundo em suas mãos.

*Comunitas* se refere a vida em sociedade com valores e regras estabelecidos a serem cumpridos pelo indivíduo pertencente a essa comunidade, já *imunitas* fala da retirada do indivíduo da sociedade, desobrigado de obedecer qualquer regra e aceitar qualquer valor que



não sejam do seu agrado. E Bauman observa que o homem contemporâneo escolhe seguir cada vez mais suas próprias regras, ou a ausência delas. Em seu ponto de vista essa liberdade exacerbada que se tem hoje em dia cria uma angústia de medo da solidão originada na sua total responsabilidade por suas escolhas e resolução de problemas, com toda limitação que um homem tem. Por mais recursos que uma pessoa tenha, somar recursos é vantajoso, mas isso se dá em comunidade.

Os indivíduos criam suas redes sociais, incluem e excluem quem bem entendem, escolhem com quem querem se relacionar. Criam conexões e desconectam também...

A exemplo dessa perda de habilidade ou, como fala Denis de Moraes em seu texto “A tirania do fugaz: Mercantilização cultural e saturação midiática” as pessoas ficam alienadas e indiferentes como prova o *selfie* que Barack Obama fez no funeral de Nelson Mandela.

Antes de falar do *selfie* de Obama e suas repercussões vale salientar o ‘*apartheid*’ tecnológico, uma brecha digital, conforme citado no texto de Denis de Moraes.

Em dezembro de 2013 no funeral de Nelson Mandela. Barack Obama fez um discurso onde falou sobre a vida, ideais, esperança, lutas e vitórias de Mandela se fundirem com a própria África do Sul e suas necessidades. Evocou a figura de Martin Luther King para compará-lo ao grande homem e estadista que foi Mandela, como voz para as reivindicações dos oprimidos de seu país, comparou-o com Abraham Lincoln por seu compromisso com a democracia, enfim, desfiou um panteão de líderes que fizeram diferença não apenas nos Estados Unidos mas no mundo e condensou-os todos na figura de Mandela, pois Mandela foi um gigante, falou de todas as realizações do homem e do presidente sul-africano, do senso de justiça de Madiba, como Mandela era chamado. Citou a seguinte frase dita por Mandela, "*(...)Eu estimo o ideal de democracia e sociedade livre em que todas as pessoas vivam juntas em harmonia e com oportunidades iguais. É um ideal que eu espero viver e alcançar. Mas se for preciso, é um ideal pelo qual estou preparado para morrer.*"

O presidente norte americano foi muito aplaudido.

Nesse mesmo evento solene cumprimentou com um aperto de mãos Raúl Castro, irmão de Fidel Castro o presidente cubano, o que dado o histórico de relacionamento entre os dois países, foi um feito para ser memorável, mas fez um *selfie* no funeral ao lado do primeiro ministro britânico, David Cameron e da primeira ministra dinamarquesa Helle T. Schmidt, todos muito sorridentes. E bem próxima, Michelle Obama, esposa do presidente norte americano estava com uma expressão nada amistosa.



Figura 6 – Obama faz selfie no funeral de Mandela (2013)

Ao procurar na internet algo sobre o funeral de Mandela sem citar Obama seja o presidente Barack ou sua esposa Michelle, aparecerão as opções com os nomes deles, em separado.

Esse *selfie* confirma a ideia de Baitello Jr. a respeito da iconofagia na atualidade. Essa foto devorou o discurso, o aperto de mãos entre Obama e Raúl Castro, e até mesmo o corpo do presidente sul africano morto, mas não roubou a grandeza de Madiba. Também revelou a alienação de três estadistas de conceituadas nações diante da tristeza da família, dos amigos, de toda uma nação e porque não dizer, toda uma geração mundial que mesmo de longe acompanhou sua luta e viu sua integridade e força, agora órfã da presença de um grande exemplo de conduta.

<sup>6</sup> <http://www.businessinsider.com/obama-selfie-mandela-memorial-service-david-cameron-helle-thorning-schmidt-2013-12>

## 5. Considerações finais

“...É que Narciso acha feio o que não é espelho...”

( Caetano Veloso, Sampa )

Para concluir, o homem através da sedução do poder da criação de sua própria imagem, e a partir dessa imagem criada, pode traçar para si uma história e também sua trajetória de vida. Dessa forma ele é senhor do seu destino, tem um ponto de partida que não foi ele quem criou, mas determina seu ponto de chegada e a paisagem e relevos que sua estrada terá.

Narciso, o jovem da mitologia grega que se apaixonou por sua imagem refletida na água, agora leva seu espelho d'água no bolso, na bolsa, por isso não fica parado se admirando, mas admira sua imagem e a compartilha na locação escolhida por ele.

Assim, nas pinturas de autorretrato o autor se coloca ou como testemunha ocular da História, a exemplo de Jan van Eyck, na pintura O casal Arnolfini, ou como personificação de seu estado emocional, como em alguns autorretratos de Frida Kahlo, e em qualquer situação eterniza sua imagem em determinado momento, e o mesmo ocorre com o *selfie*.

Entre o *selfie* e o autorretrato existem algumas semelhanças: em ambos o autor do retrato é também seu protagonista e tem os recursos necessários para executá-lo; o recorte imagético é exclusivamente autoral e eternizam um momento.

Mas também encontramos diferenças, o autorretrato enquanto pintura confere à obra uma profundidade emocional, não se pinta uma cena em poucos minutos e a cena deve ser significativa, simbolizar algo especial, mesmo que seja do cotidiano, como se vê nos autorretratos de Rembrandt pode mostrar emoções ou ser um estudo anatômico e de expressões faciais. O artista precisa registrar um aspecto emocional ou não que capturou de si mesmo e há uma heterogenia enquanto no *selfie* parece que existe uma obsessão por si mesmo, mas normalmente registra as superficialidades. Há pouco tempo a moda nos *selfies* era fazer “biquinho”, homogeneizando assim as expressões faciais postadas na rede.

O *selfie* como já citado pode ter uma sequência superior a 100 fotos em um minuto. Com o *selfie* existe uma superexposição da pessoa, a velocidade de circulação é virtual e a sua disseminação viral enquanto uma pintura pode demorar meses para ser feita já que depende da inspiração de seu autor.

Como pintura, o autorretrato exige domínio técnico de seu autor, conhecimento de técnicas pictóricas, preparação das tintas e dos suportes, conhecimento sobre cor, contraste de luz e sombra e composição, para citar alguns elementos da pintura ou do desenho a carvão ou grafite (nesse caso não há a preparação das tintas). Além da imagem representada, a obra pode ser reconhecida pelo estilo pictórico de seu autor, revelando ainda mais sobre ele, passando pela escolha das cores e do cenário. O *selfie* pode ser feito por um leigo que saiba como usar um *smartphone* ou a *webcam* e se nota que todo lugar vale como cenário para um *selfie*, e todas as ocasiões também, do carro parado no trânsito à viagem dos sonhos. Seu autor nem sempre repara os contrastes de luz e sombra ou composição, então a foto pode sair com manchas ou um enquadramento ruim. Porém, o *selfie* pode ser imediatamente retocado, editado apagado, sem custo e o autorretrato pintado/desenhado não.

O alcance da tecnologia, da aparelhagem tecnológica à facilidade de compra e manuseio, apesar das discrepâncias sociais, deu ao homem contemporâneo uma certa autonomia para que ele mesmo decida sobre a imagem de si que vai divulgar.

Esse indivíduo pós-moderno, não importando sua classe social tem *smartphone*, *webcam*, *self-stick* e não depende do outro para fazer sua própria imagem, ele faz suas escolhas, tal como um diretor de cinema. Essa pessoa pode eleger o melhor ângulo, a melhor luz no cenário que escolheu previamente, marcar a cena e determinar a expressão facial que se adeque a mensagem que deseja passar naquele instante e, muitas vezes faz tudo isso sem perceber. Espelha uma sociedade em que a imagem pública é para consumo imediato e necessita de novidades.

Pensar no consumo imediato remete à célebre frase dita em 1968 por Andy Warhol, artista gráfico e criador da Pop Art: “*No futuro todos terão seus quinze minutos de fama*”. Com o *selfie* a fama pode ou não durar esses quinze minutos preconizados por Warhol, porém é fato que no “*ethos* midiático” existe espaço para nascerem várias celebridades instantâneas.

O poder da imagem absorve o poder da palavra porque sua decodificação é mais simples.

“*Uma imagem vale mais que mil palavras*”, (Confúcio, 551a.C.- 479 a.C.).

Pensamento tão atual que revela o fascínio do homem pelo registro imagético e que neste momento da história humana transcende tudo que o homem poderia imaginar.

As imagens são instantâneas, não necessitam de revelação, dessa forma a imagem passou a ser produto de consumo, que como qualquer outro deve ser atualizada para não cair em desuso ou obsolência.

Parece haver uma semelhança entre a caverna e o *ciber*-espaço: o homem moderno usa as redes sociais como o homem primitivo usava as paredes da caverna para espelhar sua imagem, muitas vezes construindo sua realidade a partir desse personagem ali representado que criou para si nesse espaço virtual.

Nessa fase da História da Humanidade a urgência cotidiana marcada nas cavernas era a sobrevivência, fosse na França ou na Espanha, o tema era o mesmo: o homem e suas caçadas. Trazendo para a atualidade percebe-se que a temática continua no próprio homem e a sua urgência cotidiana de ver e ser visto para o bem de sua sobrevivência.

Não se pode ficar indiferente a essa prática cultural do *selfie*. As interações sociais se dão em número cada vez maior nessa nova forma de agir. A praticidade e velocidade nesse jeito de se relacionar com o outro são atraentes especialmente nos grandes centros urbanos, em que o tempo livre é mercadoria rara ou então para pessoas que estão distantes.

O homem primitivo saía da caverna e ia para o mundo real, já o homem moderno carrega sua caverna no bolso ou na bolsa, tal qual um Narciso contemporâneo. O *smartphone* e o *tablet* estão ao alcance da mão em todo o tempo. Estar conectado é vital! Como diz Bauman, o homem deve sair do mundo *on-line* para as ruas, o mundo *off-line*.

As amizades se mantêm e se reencontram através das redes sociais, uma foto atualizada do outro e de suas atividades contribui para esses relacionamentos. Permitem estar participando da vida do outro no que, como já citado antes, Sodré chama de quarto *bios*, o *bios* virtual. E assim se ampliam as conexões e os limites do mundo.

Finalizando, “antes mundo era pequeno, por que terra era grande, hoje mundo é muito grande porque Terra é pequena...”, já cantava Gilberto Gil ao falar das antenas parabólicas. O mundo de hoje está ainda menor, cabe e está na palma da mão. O homem escreve sua história, é espelho dela e faz dela seu espelho.

## Referência Bibliográfica

ADORNO, T., "The Radio Symphony". In: Lazarfeld, Paul & Stanton, Frank (orgs.) Radio Research, New York, Duell Sloan and Pearce, 1942. Apud ORTIZ, Renato, 1985.

BAITELLO Jr., Norval, A Era da Iconofagia, São Paulo, SP, ed. Paulus, 2014.

BARTHES, Roland, A Câmara Clara, Rio de Janeiro, RJ, ed. Nova Fronteira, 1980, tradução de Júlio Castañon Guimarães.

BAUMAN, Zygmunt, A cultura no mundo líquido moderno, Rio de Janeiro, RJ, ed. Jorge Zahar, 2013, tradução de Carlos Alberto Medeiros.

BENJAMIN, Walter, Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura, São Paulo, SP, ed. Brasiliense, 2012, tradução de Sérgio Paulo Rouanet.

BRANCO, Maria Luisa, A Construção da Autonomia Moral: A Contribuição da Teoria do Desenvolvimento de Jane Loevinger, Universidade da Beira Interior, 2003.

GOMBRICH, E.H., A História da Arte, Rio de Janeiro, RJ, Zahar Editores, 1981, tradução de Álvaro Cabral.

KOSSOY, Boris, 1833: a descoberta isolada da fotografia no Brasil, São Paulo, SP, Edusp, 2006 In: <http://www.ims.com.br>.

MARCUSE, H., Acerca del problema de la ideologia en la sociedad industrial altamente desarrollada". In: Lenk, Kurt. *El Concepto de Ideologia*, Buenos Aires, Amorrortu, 1971, Apud ORTIZ, Renato, 1985.

MORAES, Denis, Sociedade Mediatizada, Rio de Janeiro, RJ, Mauad Editores, 2006

MORAES, Vinicius, Antologia Poética, Rio de Janeiro, RJ, Ed. do Autor, 1960.

ORTIZ, Renato, A escola de Frankfurt e a questão da cultura, 1985, em [http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_01/rbcs01\\_05.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_01/rbcs01_05.htm).

QUINTANA, Mario, Apontamentos de História Sobrenatural, Rio de Janeiro, RJ, ed. Objetiva, 1976.

SODRÉ, Muniz, Antropológica do espelho, Petrópolis, RJ, ed. Vozes, 2002.

SONTAG, Susan, Sobre fotografia, Ensaios, disponíveis em: <http://lelivros.site/book/baixar-livro-sobre-fotografia-susan-sontag-em-pdf-mobi-e-epub>

THOMPSON, John B., Ideologia e Cultura Moderna, Petrópolis, RJ, ed. Vozes, 1990.

### **Webgrafia:**

<http://amorpelafotografia.com/post/1602/aplicativo-promete-ser-a-evolucao-do-selfie-entenda-como..html>, acesso em 20/05/2015.

<http://www.businessinsider.com/obama-selfie-mandela-memorial-service-david-cameron-helle-thorning-schmidt-2013-12>, acesso em 19/07/2015.

<http://controversia.com.br/19756>, acesso em 15/09/2015.

<http://www.flickriver.com/photos/28433765@N07/4308931246/>, acesso em 15/07/2015.

<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia>, acesso em 19/09/2015.

<https://www.graacc.org.br/acontece-no-graacc/noticias/selfie-que-salva.aspx>, acesso em 27/08/2015.

<http://www.guinnessworldrecords.com>, acesso em 15 /08/2015.

<http://www.isaps.org/news/isaps-global-statistics>, acesso em 19/09/2015

<http://www2.mcachicago.org/exhibition/unbound-contemporary-art-after-frida-kahlo/>, acesso em 15/07/2015.

<http://www.mnemocine.com.br/index.php/fotografia/33-fotohistoria/168-histfoto>, acesso em 15/09/2015.

<http://www.museofridakahlo.org.mx>, acesso em 30 /08/2015.

<http://www.nationalgallery.org.uk/paintings/jan-van-eyck-the-arnolfini-portrait>, acesso em 15/07/2015.

<http://www.news.com.au>, acesso em 22/04/2015.

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/selfie>, acesso em 22/04/2015.

[https://www.pinterest.com/pin/420101471464931122/http://www.giuseppe-arcimboldo.org/Summer-\(2\)--1573.html](https://www.pinterest.com/pin/420101471464931122/http://www.giuseppe-arcimboldo.org/Summer-(2)--1573.html), acesso em 15/07/2015.

<http://pt.slideshare.net/luciliapereira/retrato-e-auto-retrato>, acesso em 25/08/2015.

<http://pt.urbandictionary.com>, consultado em 22/04/2015.

[http://www.rembrandtpainting.net/rembrandt\\_self\\_portraits.htm](http://www.rembrandtpainting.net/rembrandt_self_portraits.htm), acesso em 30 /08/2015.

<http://www.repositório.utfpr.edu.br>, acesso em 16 /09/2015.

<http://www.tecnomundo.com.br>, acesso em 28/10/2015

<http://veja.abril.com.br/noticia/mundo/obama-e-america-fazem-selfie-no-funeral-de-mandela/>, acesso em 19/07/2015.

Anexo 1 - Folder de apresentação do Museu Art in Island enviado via e-mail por Niña Aliga, artista gráfica do museu em 31 de agosto de 2015.

Anexo 2 – Detalhe da imagem do artista no espelho ao fundo da tela e assinatura do autor sobre o mesmo. Disponível em: <http://www.didatticarte.it/Blog/?p=2313&lang=pt>

Anexo 3 – Figuras de auto-retrato de Rembrandt. Disponível em:

<http://www.wikiart.org/en/rembrandt/self-portrait-with-long-bushy-hair-1631>

<http://caseantiques.com/item/lot-343-etching-after-rembrandt-self-portrait/>

<http://oldblog.cmoa.org/2014/06/how-a-rembrandt-self-portrait-made-me-a-curator/>

<http://www.wikiart.org/en/rembrandt/self-portrait-in-velvet-cap-and-plume-1638>

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rembrandt\\_Harmensz.\\_van\\_Rijn\\_135.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rembrandt_Harmensz._van_Rijn_135.jpg)