

LINGUAGEM DAS *SELFIES*: CIBERCULTURA E INTERAÇÃO SOCIAL

por Dina Maria Martins Ferreira* (UECE/Paris V, Sorbonne)**

A informática não tem mais nada a ver
com computadores. Tem a ver com pessoas
(NEGROPONTE, 1995)

Não é possível mais ignorar o impacto [das] tecnologias à vida humana,
muito menos à vida em sociedade
(SIMÕES, 2009)

RESUMO

Neste artigo visamos demonstrar que o computador não é apenas um instrumento tecnológico, mas um território cultural, a cibercultura, em que a interação social se processa. O computador não seria considerado uma prótese para o desenvolvimento das habilidades humanas, conforme afirma Mey (2006), prótese esta que exigiria um processo de adaptabilidade entre o ‘real’ e o ‘virtual’, até porque nesta adaptabilidade o instrumento mudaria de tarefa em um espiral infinito (SALOMON, 1993). Não negamos que as redes sociais não estão consubstanciando um indivíduo, mas representando uma *persona*, aquele que escolhe se posicionar nessa ou naquele rede social, para demonstrar o que deseja ser aos olhos dos outros. E, em nosso objeto de estudo, a *selfie* representaria a *mis en scène* de si mesmo, em cujo território (o computador/espço da cibercultura) estaria a partilha do sensível (RANCIÈRE, 2002), passível de dar conta da interação social. E nesse sentido, a tecnologia não seria apenas um meio-instrumento, mas uma mensagem de reencantamento de uma geração pós-moderna que emerge, cujas mensagens que se estruturam pelo conhecimento de um espaço cultural – cibercultura.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologia; interação social; conhecimento; *selfie*

* dinaferreira@terra.com.br

** Universidade Estadual do Ceará.

ABSTRACT

In this article we aim to demonstrate that the computer is not just a technological tool, but a cultural territory, cyberculture, where social interaction takes place. The computer would not be considered a prosthesis for the development of human skills, as stated Mey (2006). In the case to accept the notion of prosthesis, it would require a process of adaptability between 'real' and 'virtual', but in this adaptability the instrument would change task in an endless spiral (Salomon, 1993). We do not deny that social networks are not consolidating an individual but representing a *persona*, one who chooses his/her position in social network to show what he/she wants to be in front of the eyes of others. Our object of study, the selfie represents the *mis en scène* of him/herself, in whose territory (the computer / cyberspace) we share the sensible (RANCIÈRE, 2002) in social interaction. In that sense, the technology would not only be a way-instrument, but a *re-enchantment* message of a postmodern generation, that emerges messages structured by knowledge of a cultural space – cyberculture.

KEYWORDS: Technology; social interaction; knowledge; selfie

1. INTRODUÇÃO

Pelo senso comum, pensar sobre o mundo virtual e o mundo 'real' parece-me que depende do olhar do eu-indivíduo. Se o indivíduo é nascido já nos tempos da internet, início século XXI, frente a um outro, na metade do século passado, século XX, obviamente a *doxa* sobre a noção de virtual e realidade é consubstancialmente diferente. Para os primeiros o mundo conhecido como virtual faz parte de seu cotidiano desde tenra idade – e como diz o senso comum ele já nasce com o dedo no teclado –, enquanto o indivíduo maduro, provavelmente, continua a apreender, e até alguns ainda sofrem ao se colocar frente ao teclado e à tela da computador, olhando a máquina tecnológica como seu 'inimigo'. Mas, mesmo diante de tão diferentes usuários da tecnologia, para sobreviver no mundo da pós-modernidade e ser considerado um *insider*, não se pode abrir mão do mundo tecnológico, seja qual for a habilidade dos usuários. E por tais diferenças de usuários, concordamos com muitos que afirmam que nas redes sociais não estamos consubstanciando um indivíduo, mas representando uma *persona*, que escolhe se posicionar nessa ou naquele rede social, que não mostra quem é nas redes sociais, mas o que deseja ser aos olhos do Outro. Ou melhor, de um lado, o sujeito que experimenta o corpo tangível no mundo 'real' em contrapartida ao corpo intangível do mundo 'virtual', mesmo que processe o reconhecimento do 'corpo 'virtual' como um conhecido, amigo, uma celebridade midiática, e assim por diante. Por este ponto de vista, o reconhecimento de um corpo imagético, um retrato, uma fotografia, uma¹ *selfie*, pressuporia tanto um face a face entre interlocutores, no momento do ato-*selfie*, quanto um distanciamento corpóreo entre o sujeito diante da tela e o de dentro da tela, entre sujeitos fora da tela (conversa via *skype*, por exemplo) –, mas não se pode negar que em todas as situações há interação comunicativa. Simplória esta primeira discussão, pois a questão sobre tais dicotomias torna-se complexa se levarmos em conta a questão da cultura, mais especificadamente da cibercultura (Lévy, 1993), o que não nos impede de questionar sobre as adaptabilidades comunicativas (Mey, 2006) entre as dimensões do 'real' e do 'virtual' e a dimensão do 'virtual' como uma forma de 'real'.

1 O uso de determinantes femininos para o termo selfie, com o sentido de autorretrato, deve-se à própria pesquisa na internet que em sua maioria indica o termo como do gênero feminino.

E antes de discutir tais adaptabilidades, não podemos esquecer a postura de uma ciência moderna e de uma pós-moderna (SANTOS, 2006). Uma ciência moderna que, à primeira vista, determinaria a dicotomia entre mundo virtual e real em que a imagem computacional seria considerada apenas um corpo imagético, um ícone (representação) do real (PEIRCE, 2000)², e a pós-moderna, questionando as ‘realidades’ comunicativas, em suas múltiplas dimensões de adaptabilidade no que tange ao tempo, espaço, indivíduo e coisas na/da “comunicabilidade”, os elementos “comunicáveis” e “comunicados” (BENJAMIN, 2001), em que a iconofilia (MAFFESOLI, 2012) é o veio cultural influente da interação.

2. IMAGEM: *PERSONA*, *SELFIE* E NARCISO

Em um primeiro momento, podemos considerar os sujeitos habitantes do mundo virtual como *persona*³, ou seja, os predicados que sustentam a re-apresentação de um indivíduo, no caso, na tela virtual, e que o tornaria uma *persona*, explicar-se-ia pelo próprio sentido etimológico do termo:

A palavra ‘pessoa’ é de origem latina. Em lugar dela os gregos tinham *prósopon*, que significa *rosto*, tal como em latim *persona* significa o *disfarce* ou a *aparência exterior* de um homem, imitada no palco. E por vezes mais particularmente aquela parte que *disfarça o rosto, como máscara ou viseira*. (...) De modo que uma pessoa é o mesmo que um ator, tanto no palco como na *conversação corrente*. E *personificar* é *representar, seja a si mesmo ou a outro*; e daquele que representa outro [e a si próprio] diz-se que é portador de sua *pessoa, ou que age em seu nome* (HOBBS, 1983, p. 96) (itálicos acrescidos).

O que o filósofo inglês Thomas Hobbes (1588-1679) nos provê, na devida correspondência temporal, é que o indivíduo se disfarça, passando a desempenhar o papel de um ator de si próprio. O autor em sua sentença germinal também auxilia nossa argumentação ao proferir que “ Só existe o que meus sentidos percebem”³ (HOBBS, 1983, p. 9), ou seja, só podemos conhecer algo do mundo exterior a partir das impressões sensoriais que temos dele.

No que tange a nomenclatura moderna *selfie*, seu sentido viaja por vários contextos de uso. Na viagem por seus sentidos, teríamos inicialmente o sentido de que *selfie* é uma “palavra em inglês, um neologismo com origem no termo *self-portrait*, que significa autorretrato, e é uma foto tirada e compartilhada na internet”⁴. Não é à toa que os editores do *Oxford English Dictionary* (OED) (2014) elegeram *selfie* como a palavra do ano em 2013 – “uma fotografia que se tirou de si mesmo,

2 Peirce faz a diferença entre ícone, símbolo e signo. E ícone seria a imagem *ipsis litteris* do real, daí a possibilidade de reconhecimento de que o real, mesmo que distante, existe.

3 A utilização de alguns dizeres de Hobbes não visa à configuração de sua filosofia, que propõe, por exemplo, adesão ao poder central para se ter paz, e muito menos à separação que faz entre homem e objeto, este exterior ao sujeito □ “No que se refere aos pensamentos do homem, considerá-los-ei primeiro *isoladamente*, e depois em *cadeia*, ou dependentes uns dos outros. *Isoladamente* cada um deles é uma *representação* ou *aparência* de alguma qualidade, ou outro acidente de um corpo exterior a nós, o que comumente se chama um *objeto*” (HOBBS, 1983, p. 9) –, mas sim a uma conduta metafórica por parte da autora que utiliza uma pluridiversidade interpretativa de um aforismo que já extrapola ao conhecimento específico de um autor (ver Derrida, 1999, citacionalidade). Esta argumentação visa a atender, mais adiante, a argumentação sobre o auto-retrato e a *selfie*.

4 Disponível no site:< <http://www.significados.com.br/>>; acesso em: 18 de setembro de 2014.

tipicamente uma tomada fotográfica via um *smartphone* ou *webcam* e colocando em circulação em um *site* de mídia social”⁵ –, não esquecendo que este termo já está solto no mundo desde o ano de 2002, presumidamente usado pela primeira vez em um fórum australiano.

Se seu uso começou como uma febre de adolescentes, fotografando a si mesmos, hoje é de uso geral, tanto para ser compartilhado em uma rede social (*Instagram, Facebook, Orkut, Myspace*), quanto para uso próprio. Mesmo que não haja intenção de compartilhar em rede social, pode também ser um partilhar entre os *self*-fotografados, pois, mesmo assim, continua a ser *self-portrait*, tirado por um dos *selfs*, via o aparelho tecnológico *smartphone*.

Um bom exemplo da diversidade de percurso de uma *selfie* está no evento em que pela primeira-ministra da Dinamarca, Helle Thorning Schmidt, tira uma *selfie* ao lado do presidente dos Estados Unidos, Barack Obama e do primeiro-ministro inglês David Cameron, no funeral de Nelson Mandela, em 13 de dezembro de 2014, em que, como diz a reportagem do Jornal Estadão, “a ‘*selfie*’ mostra um sinal dos tempos sobre comportamento na era das redes sociais”⁶. De uma *selfie* passa a uma fotojornalismo, que se torna uma *foto-selfie* divulgada pela *internet*.

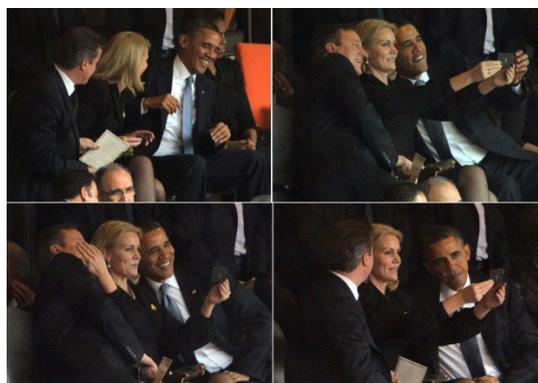


Figura 1: Sequência de fotos mostra primeiros-ministros e Obama posando para selfie
Imagem: Estadão de Mariana Congo

Mas é importante indicar que a maioria das *selfies* tem como fundamento a valoração: ou importância de pessoas que estão posando com a/o autorretratista, ou a/o autorretratista posando com pessoas importantes, ou a importância do momento que se quer registrar para compartilhar, ou a valoração de personalidades como recurso de *marketing*, ou a autovaloração de pessoas comuns ao lado personalidades registrando a importância vivenciada:

1) celebridades com pessoas comuns

⁵ Tradução livre. Texto original: “a photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and uplod to a social media website”

⁶ Disponível no site: <http://economia.estadao.com.br>; acesso em: 15 de janeiro de 2015.



Figura 2: Brangelina povão
Brad Pitt e Angelina Jolie fazem *selfies* com fãs em Sidney, na Austrália.
Imagem: folha.com/no.1549296⁷

2) entre celebridades



Figura 3: Golpe de Mestre
A '*selfie*' com celebridades capitaneadas pela apresentadora Ellen DeGeneres [de branco, ao centro] no Oscar era uma ação de *marketing* de uma marca de celular, mesmo assim, foi a mais comentada da história: 500 milhões de tuítes⁸

3) pessoa de poder político com pessoa comum



Figura 4: Dilma Rousseff:
Meu filho, se tem uma coisa que eu tenho é experiência em *selfie*!
A presidente do Brasil, no Palácio da Alvorada, após a sabatina da Folha no último dia 28⁹

⁷ Jornal *Folha de São Paulo*, C7, 18 de novembro de 2014, p.2 . E também disponível em: <http://www.smh.com.au>; acesso em 15 de janeiro de 2015, sob o título "Jolie at the 'Unbroken' premiere. Angelina Jolie and the cast of 'Unbroken' step out on the red carpet for the world premiere in Sydney"

⁸ Jornal *Folha de São Paulo*, Caderno Especial, 29 de dezembro de 2014, p. 8.

⁹ Jornal *Folha de São Paulo*, C12, 3 de agosto de 2014.

4) entre pessoas comuns em evento

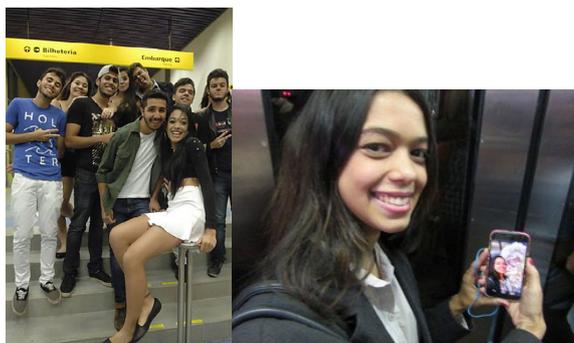


Figura 5: Em dia com “recorde de *selfies*” [inauguração de linha de metrô na cidade de São Paulo] na estreia, metrô da Fradique Coutinho vira ponto de passeio¹⁰
Passageiros fazem *selfie* na nova estação

Se Hobbes, do século XVI-XVII, nos mostra a apresentação, no nosso caso de imagem-retrato, como uma atuação de si, a *selfie* contemporânea continua a privilegiar a agência do próprio na autoimagem, o que nos leva ao mito de Narciso (BRANDÃO, 1991; GRIMAL, 1979), que morreu mirando a si mesmo. Nasceu tão belo que Tirésias, o mais célebre dos adivinhos da Grécia, disse em profecia, que Narciso “poderia viver muito, senão se visse” (OVÍDIO, 3, 339sqq.):

Era verão e o jovem Narciso, após uma caçada, se aproximou sedento de uma límpida fonte mitigar a sede. Debruçou-se sobre o espelho imaculado das águas e viu-se. Viu a própria *imago* (imagem), a própria *umbra* (sombra) e não mais pôde sair dali. Apaixonara-se pelo próprio reflexo (...) o mais belo dos efecos morreu, vendo-se (BRANDÃO, 1991, p. 156) (itálicos no original).

Diante de três posições argumentativas diferenciadas pelo tempo – Narciso, século, século I¹¹, *Persona*, séculos XVI e XVII, *Selfie*, século XXI – teriam elas algum ponto de união e razão para terem sido colocadas neste segmento? Parece-me que a figura representativa de uma *selfie*, a seguir indicada (Figura 6) pode nos dar algumas reflexões, para depois alcançarmos o sentido da proposta de Maffesoli (2012), de que “o tempo [de alguma forma] retorna”, pelo menos sob uma perspectiva fenomenológica, sem negar a performatividade do e no percurso temporal:



Figura 6: Brad Pitt posa com fãs. Angelina Jolie na premiere Unbroken em Sydney como Brad Pitt vai em uma farra *selfie* ¹²

¹⁰ Jornal *Folha de São Paulo*, A14, 16 de novembro de 2014.

¹¹ A indicação do século I está para o período de vida de Ovídio, de 43 a.C a 17 d.C., mas é sabido pelos historiadores que sua obra *Metamorfoses* veio a público no ano 8, ou seja, Século IX.

¹² Disponível em: <<http://www.smh.com.au>>; acesso em 15 de janeiro de 2015. Título original: “Brad Pitt poses with fans, Angelina

Esta ilustração problematiza os vários níveis de imagem que aí se presentificam: um sujeito segura um *smartphone* diante de uma imagem *selfie*; não sabemos quem clicou a *selfie*; ou se foi um sujeito que recebeu de um conhecido a imagem em seu *smartphone*, ou se a teleimagem no *smartphone* foi tirada por quem esteve no momento da *selfie*. Logo não se trata só de um único processo imagético, mas de vários momentos registrados em imagem em lugar e tempo diferentes. Além disso, as figuras da tela, Brad Pitt e fãs, não estão para uma posição de Narciso, pois nos parece que o ator Brad Pitt concede sua imagem para os fãs e os fãs não estão embevecidos consigo mesmo a ponto de morrerem apaixonados por si e sim pelo ator hollywoodiano que lhes concedeu aquele momento de valoração. Se quem segura o *smartphone* for uma das figuras da tela, poderia ser um autorretrato que perde seu valor de Narciso por estar partilhando e valorando também várias outras figuras. Mas, como se trata de uma propaganda do *Iphone*, a representação do ato-*selfie* perde sua razão de ser dando lugar à valoração do que a máquina (tecnologia) pode propiciar no mundo da propaganda. E brincando com as palavras, poderíamos dizer que trata de um processo de superposição, ou seja, a imagem da imagem da imagem.

2.1 Corpo

Ao se abordar a noção de corpo, o corpo a que vamos nos referir é um corpo identitário – a que denominamos de corpo-*selfie* –, aquele que se quer transmitir para um Outro. Este corpo-*selfie* se manifesta por três perspectivas: corporalidade, corporeidade e corporificação (MARTINS FERREIRA, 2011; SOUZA, 2006). Conforme Martins Ferreira (2011), corporalidade estaria ligada ao corpo propriamente dito, a carne que deixa se tocar pela emoção; é “o corpo que, na energia de seu movimento vital, produz sua textualidade” (SOUZA, s/d). Corporeidade estaria para uma relação icônica entre o corpo sensível, carnal e a imagem que dele se projeta; é “o corpo como imagem, referência ou inspiração, denotado em processos descritivos ou modalidades plásticas que recuperam a imagem do corpo humano quer figurativamente, quer de modo a diluir, em maior ou menor grau, as referências corporais” (SOUZA, s/d); enfim uma imagem de corpo que projeta ideias socioculturais do cotidiano em que habita. Junto à corporeidade – valores expressivos do corpo em sua exterioridade – está a corporificação que se evidencia como “construção de uma partitura corporal” (SOUZA, s/d) dentro de uma cena político-social, cujo corpo se move conotativamente, performatizando, construindo e reivindicando significados ideológico-político-sociais.

E, neste tripé conceitual, a *selfie* dilata os sentidos de corpo representado na tela:

(1) pela corporalidade, a fisicalidade corpórea está ali no espaço ‘virtual’, e mesmo que não o seja tangível, de alguma forma a emoção está ali retratada (alegria, tristeza etc.) por sua “quase presença” (LÉVY, 1996);

(2) pela corporeidade, as modalidades plásticas retratam as linhas de uma tessitura existencial, um autorretrato escolhido a ser transmitido e compartilhado nas redes sociais que representa um momento temporal; e

Jolie premiere's *Unbroken* in Sydney as Brad Pitt goes on a selfie spree”

(3) pela corporificação, as contínuas trocas e remodelagens do autorretrato demonstram terem sido construídas em contexto social e temporal específicos.

E é na dilatação dos sentidos da *selfie*-corpo que está sua superexposição, que se configura como uma forma de poder, na medida que espelha “a posição que ocupa dentro de uma dimensão social” (SOBRINHO, 2014), pois ao postar uma imagem, a *selfie* tem o papel de ser vista e reconhecida pelo Outro – ter visibilidade e oferecer seu corpo publicamente é conferir importância à própria existência. Para Maffesoli (2000, p. 15), “enquanto a lógica individualista se apoia numa identidade separada e fechada sobre si mesma, *persona* só existe na relação com o outro”. E como diz Lévy (1996, p. 33),

O corpo contemporâneo assemelha-se a uma chama. Frequentemente é minúsculo, isolado, separado, quase imóvel. Mais tarde, corre para fora de si mesmo (...) funciona como um satélite, lança algum braço virtual bem alto em direção ao céu, ao longo de redes de interesses ou de comunicação. Prende-se então ao corpo público e arde com o mesmo calor, brilha com a mesma luz que outros corpos chamas. Retorna em seguida, transformado, à sua esfera quase privada, e assim sucessivamente, ora aqui, ora em toda a parte, ora em si, ora misturado¹³.

E não podemos esquecer que “a virtualização dos corpos que experimentamos hoje é uma nova etapa na aventura de autocriação que sustenta nossa espécie” (LÉVY, 1996, p.27). Logo trata-se de uma virtualização real, na medida em que a projeção da imagem não é apenas uma telepresença, mas uma “quase presença” (LÉVY, 1996, p. 29).

3. CIBERCULTURA

Após uma viagem pelas construções de *selfies*, faz-se necessário inscrever o ato-*selfie* em seu contexto cultural – cibercultura –, em que tempo e espaço apresentam suas especificidades comunicativas – rede social.

Com o objetivo de argumentar que cibercultura é uma forma de cultura, ou seja, uma prática vivida situada em determinado tempo e espaço histórico, no caso a contemporaneidade, vamos levantar alguns conceitos para uma empreitada comparativo-processual entre senso comum midiático, antropólogos, pensadores dos Estudos Culturais, historiadores, teóricos políticos:

(1) pelo senso comum midiático, podemos aventar o conceito de cultura como todo aquele complexo que inclui o **conhecimento, a arte, as crenças, a lei, a moral, os costumes e todos os hábitos e aptidões** adquiridos pelo homem não somente em família, como também por fazer

13 Esta citação é da tradução da edição brasileira.

parte de uma sociedade como membro dela que é¹⁴;

(2) pela voz do antropólogo cultural Lévi-Strauss, cultura seria “um conjunto que inclui conhecimento, crença, arte, lei costumes e vários outras aptidões e hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade (LÉVI-STRAUSS, apud MELLO 1986, p. 397). E pela de Luiz Gonzaga de Mello (1986, p. 398), cultura é um processo complexo, que poderia se resumir em “algo que as pessoas criam de forma concreta em sua vida cotidiana e social”;

(3) dentre vários pensadores dos Estudos Culturais, William e Thompson (cf. ESCOSTEGUY, 2010), cultura é uma rede vivida de práticas e relações que constituem a vida cotidiana, dentro da qual o papel do indivíduo está em primeiro plano¹⁵;

(4) Já o teórico político Frederic Jamenson (1994, p. 30) chama a atenção de que a “cultura deve ser sempre vista como um veículo ou um meio através do qual se dá o relacionamento entre grupos”¹⁶.

Se observarmos todos os postulados anteriores nenhum elimina o outro, pelo contrário, criam um campo semântico expandido. Retomando alguns itens pela ordem inversa, teríamos: “relacionamento entre grupos”(4), “rede vivida por práticas e relações” (3), “pessoas criam de forma concreta em sua vida cotidiana e social”, “aptidões e hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (2), “**hábitos e aptidões** adquiridos pelo homem” (1).

E perguntamo-nos, estaria a cibercultura fora dessas noções de cultura? Ou poderíamos considerar a cibercultura mais um alargamento do sentido de cultura? Parece-nos que está mais para uma expansão de hábitos no cotidiano – uso da tecnologia para se comunicar. O espaço de agrupamento e de relações se faz no que se chama de ciberespaço: um “espaço de comunicação aberta pela *interconexão* mundial de computadores e das memórias dos computadores” (LÉVY, 1996, p. 94) (itálico acrescido), ou seja, o “que era interno e privado, torna-se *externo e público* (LÉVY, 1996, p. 73) (itálicos acrescidos). E como a ideia de conexão, de ligação e de agrupamento se faz no ciberespaço, esta cultura ganha o atributo de “cultura do ciberespaço” ou “cibercultura”. Afinal Lévy (1999, p.17) não nega que a cibercultura é uma outra forma de cultura, ou melhor, uma cultura que se organiza por “um conjunto de técnicas (materiais e intelectuais). De práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. E é justamente pelo contínuo alargamento desse espaço que se chega à ideia de rede social – externa e pública –, que “congrega diversas pessoas, grupos que mantêm relações entre si” (SOBRINHO, 2014, p.2). Nesta cultura – *cibercultura* – a interação social se viabiliza, na medida em que o “*ciberespaço* (ou *rede*) (...) é um novo meio de comunicação oriundo da *interligação mundial* dos computadores” (SOBRINHO, 2014, p. 2) (itálicos acrescidos).

14 Disponível em: www.significados.com.br/cultura; acesso em: 29 de março de 2015.

15 Vale a ressalva de que Tompson resistia ao entendimento de cultural enquanto uma forma de vida global.

16 Não faz parte de nosso interesse argumentativo a colocação de Jamenson que propõe que “o relacionamento entre grupos deve sempre se de luta ou violência” (1994, p. 30). Citação de Jamenson é tradução da edição brasileira.

A categorização cibercultura vem apenas especificar um momento histórico de grande desenvolvimento tecnológico, que ‘pediu’ uma nova designação para cultura, na medida em que novos ingredientes comunicativos foram a ela agregados: rede social, globalização e desterritorialização com um “conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (MARTELETO, 2001, p. 72).

Além disso, podemos pensar na necessidade de uma nova categorização por conta do estranhamento ao movimento do espaço e do tempo no ciberespaço e no espaço físico, que ora oscila para uma ‘expansão’ infinita ora para uma ‘compressão’. Na expansão dos limites, acessamos à dimensão global – com um simples *click* estou no espaço e tempo China, por exemplo –, e na compressão, dá-se o corte à dimensão global, retornando ao tempo e espaço cronológico onde os interlocutores de frente à tela de computador perdem contato com o global –, por exemplo, acaba a luz elétrica, o computador quebra, a rede cai. Ou melhor,

Um sujeito que quer entrar no ciberespaço está obrigatoriamente em localidade, ou seja, à frente da máquina do computador, em sua casa, por exemplo: a localidade – lugar da máquina – é que permite a ação global, cujo funcionamento pode fracassar, tal como um fio sobrecarregado, programa mal instalado e assim por diante (MARTINS FERREIRA, 2006, p.89).

Outra perspectiva aplicada à noção de compressão e dilatação, no caso o tempo cronológico e o *on line*, procede por uma argumentação no que se refere ao acesso à informação e não apenas ao processo de entrada/saída do ciberespaço, conforme explanado anteriormente:

a informação dita “on line” (isto é, [quando]¹⁷ diretamente acessível) encontra-se geralmente dividida em pequenos módulos padronizados. O acesso a eles é feito de forma totalmente *seletiva e não contínua*, como em uma leitura, já em princípios *toma-se conhecimento apenas daquilo que é procurado*. O conteúdo do banco de dados é usado, mas não é ‘lido’ no sentido próprio da palavra. (...) A noção de real, inventada pelos informatas, resume bem a característica principal, o espírito da informática: *a condensação no presente*, na operação em andamento *O conhecimento de tipo operacional fornecido pela informática está em tempo real*. Ele estaria oposto, quanto a isso, aos estilos hermenêuticos e teóricos. (...) Por analogia com o tempo circular da oralidade primária e o *tempo linear* das sociedades históricas, poderíamos falar de uma

17 A inclusão do termo “quando” na citação deve-se à argumentação de entrada/saída do ciberespaço, na medida em que não é sempre possível. As condições locais vão determinar tal possibilidade, independente do poder global da informática. Vale o exemplo de uma colega que estava prestes a fazer uma conferência sobre a cibercultura, arrumava seu computador para apresentar uma programação do *Youtube* sobre o ciberespaço. O espaço local vence o ciberespaço, porquanto a falha de um fio conector não a possibilitou terminar seu trabalho a contento, nem com ajuda do *power point* nem pela negação ao acesso *on line*.

espécie de *implosão cronológica*, de um *tempo pontual* instaurado pelas redes de informática (LÉVY, 1993, p.144-115) (itálicos acrescidos)¹⁸.

O postulado de Lévy (1993), anterior nos fornece algumas ampliações argumentativas:

(1) óbvia se faz a diferença entre o tempo linear, a que situo no espaço local, e o tempo não-contínuo, a que situo no ciberespaço, evidentemente sem que um exclua o outro. O tempo linear se faz presente quando estamos em um local teclando a máquina, ou seja, no processo operacional que a máquina e a informática nos fornecem, e no tempo não-contínuo quando selecionamos informação on line – por exemplo, chegamos pontualmente ao Museu do Louvre em Paris, na sala onde está exposta a tela Mona Lisa, por uma implosão cronológica, que permite pontualmente chegar tão longe em um instante;

(2) na condensação do presente, não podemos negar o presente local e o presente global, no entanto a noção do tempo presente pode se categorizado por duas medidas: o instante e o agora: “O instante é um ponto do agora; um momento do toque, do quase-toque de tão rápido, nunca de permanência tangível. O agora é um processo temporal, linear contável, tangível que habita o presente” (MARTINS FERREIRA, 2006, p. 96). Mesmo que se queira reduzir a complexidade de uma rede temporal, em que os tempos global e local são desiguais – simultâneos ou não, atuando um sobre o outro ou não –, as relações são de subordinação: “o seu poder é desigual, cultiva simultaneidades ou amplia dessimultaneidades” (BAITELLO, 1999, p. 117). Como afirma Bauman (1999, p. 20) é “o tempo da comunicação implodindo e encolhendo para insignificância do instante, o espaço e os delimitadores de espaço deixam de ser importantes, pelo menos para aqueles cujas ações podem se mover na velocidade da mensagem eletrônica”¹⁹ (itálicos acrescidos);

(3) na questão do espaço, Bauman (1999) relaciona localidade a comunidade e globalização a associação. As redes sociais se explicam como associação, porquanto “configura uma agregação de companheiros que se fazem sócios na *criação* de um agrupamento por interesse comum” (MARTINS FERREIRA, 2006, p. 88) (itálico acrescido). E comunidade também indica agrupamento, mas não resultado de uma “criação”, mas uma aglomeração de sujeitos que naturalmente compõem uma nação, um povo” (MARTINS FERREIRA, 2006, p. 88);

(4) mesmo que alguns pensadores, como Paul Virilio (1999), propo-nham que na virtualização há a saída da “presença”, nem o tempo nem o espaço se aniquilam, porquanto a virtualização “inventa, no gasto e no risco, velocidades qualitativamente novas, espaços-tempos mutantes” (LÉVY, 1996, p.24).

18 Tradução feita a partir da edição brasileira.

19 Tradução feita a partir da edição brasileira

Mas, mesmo nesse processo de possibilidades de diferenças no real/virtual, instante/agora, tempo/espaço, podemos chamar a cibercultura de uma ‘virtualização real’, na medida em que ela faz parte de nosso cotidiano, de nossas práticas culturais rotineiras, até porque em todas as prerrogativas a interação social se realiza.

4. INTERAÇÃO SOCIAL

4.1 Comunicabilidade

Até então, pudemos agregar, sem cair em paradoxo, de que “a sociedade não pode ser entendida ou representada em suas ferramentas tecnológicas” (CASTELLS, 1999, p.43), porquanto tais ferramentas estão presentes em praticamente todas as atividades humanas, proporcionando outras formas de sociabilidade.

E se estamos no campo da cultura e da comunicabilidade, pensamos que Walter Benjamin (apud MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 72), no que tange às práticas cotidianas como cultura, nos premia ao formular que “pensar a experiência é um modo de alcançar o que irrompe na história com as massas e a técnica”. No entanto, há pensadores que se colocam de forma mais pessimista em relação ao desenvolvimento tecnológico, ou seja, deixam entrever a dominação da tecnologia sobre o sujeito que a utiliza: “os níveis alcançados em cada país [América Latina] pela expansão tecnológica no campo da comunicação são muito diferentes, mas a fascinação e o deslumbramento são muito semelhantes (...) sente a necessidade *compulsiva* de microcomputadores, câmeras de vídeo, vídeo games e videotextos” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 253) (itálico acrescido). Já outros, como o próprio Walter Benjamin (2001, p. 180-181), entendem a comunicação do ser humano como um percurso existencial, onde mundo e sujeitos não se separam na prática interativa:

“A quem se comunica o homem? (...) A quem se comunica o candeeiro? E a montanha? E a raposa? A resposta é a seguinte: ao homem. Não se trata de antropomorfismo. A verdade desta resposta manifesta-se no *conhecimento*” (itálico acrescido).

É pela prática desse conhecimento, no caso, tecnológico, que a comunicabilidade se manifesta. Comunicação e comunicabilidade são pares que se completam, pois, na comunicação, a máquina-computador tem o seu papel comunicável e, na comunicabilidade, entra em ação o conhecimento tecnológico e sua aplicação pelos usuários-sujeito, em prol da interação que se estabelece entre sujeitos, entre máquina e sujeitos e entre máquinas.

4.2 Interação

O sentido de interação já foi muito trabalhado por várias linhas de pensamento (interacionismo, dialogismo, psicologia social etc). Mas o que nos interessa nesta questão é chamar por significados que deem conta de que no ciberespaço a interação se processa em prol das relações sociais, na

medida em que “interação é o campo onde as relações sociais se atualizam e se reproduzem, e que constitui também um espaço de jogo onde se podem introduzir a invenção e a troca e onde a cada instante, se funda uma nova [relação] social”²⁰. E, no ato-*selfie*, interação seria uma maneira de testar continuamente a concepção que cada sujeito tem do papel do outro. Não seria então a *selfie* uma forma de interação social, em que o Outro se faz tão importante para que o *Self*-corpo seja atestado?

No exemplo a seguir, uma *selfie* com povão brasileiro e a presidente do Brasil, os corpos que abraçam a presidente tanto são atestados pela presidente, quanto pelos Outros que recebem a *selfie*, seja esta para demonstrar o grau de interação que é possível se manifestar, seja o grau, até incômodo e insano, em que o ciberespaço pode proporcionar deste testemunho:



Figura 7

Imagem: <http://www.insanos.com.br>

Esta *selfie*, que se tornou uma fotojornalismo, é uma ilustração de que a *selfie* nem sempre valoriza todos os corpos e faces que aparecem na teleimagem, porquanto focaliza a “diferença entre a face positiva e negativa para acomodar as variações transculturais”²¹ (HAUGH, 2010, p. 2). Como diz Brown and Levinson (1987, p. 61), “a auto-imagem pública que cada membro reivindica para si mesmo, ora quer ser impedida (face negativa da Presidente do Brasil) e ora ser apreciada e aprovada²² (face positiva do povão brasileiro). Seja qual for a eficácia interativa entre os sujeitos na *selfie*, não há como negar a interação social, seja positiva, seja negativa. O valor desta *selfie* está justamente em demonstrar que nem toda interação é feita com o consentimento de todos os corpos presentes.

5. ADAPTABILIDADES COMUNICATIVAS: PRÓTESE E FUNCIONALIDADE

Se Musso (apud PARENTE, 2004, p. 31) define “rede como uma estrutura de interconexão instável composta de elementos em interação e cuja *variabilidade* obedece a alguma regra de funcionamento” (itálico acrescido), adaptabilidades comunicativas são chamadas para que sua funcionalidade tenha sucesso. Não se nega a questão de adaptabilidades comunicativas no ciberespaço – sociedade em rede –, devido não só à “possibilidade de transposição das barreiras do espaço físico, (...), como também [devido à] possibilidade de estabelecer relação de comunicação que determinam o processo como um todo” (CAPOBIANCO, 2010, p. 182) .

²⁰ Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico. Porto: Porto Editora, 2003-2015. Disponível em: <http://www.infopedia.pt/interacao-social>; acesso em 7 de março de 2015.

²¹ Tradução livre. Texto original: “distinction between positive and negative face to accommodate cross-cultural variation”

²² Tradução livre. Texto original: “the public self-image that every member wants to claim for himself, encompassing the want to be unimpeded and the want to be appreciated and approved of”.

Apesar de se perceber a necessidade de adaptabilidades comunicativas, não se pode esquecer que a cultura digital – cibercultura – “é uma evolução natural da cultura produzida pelas sociedades diferenciada pelo fato de os dados estarem armazenados em um mesmo lugar desterritorializado, acessível à maioria das pessoas e que oferece possibilidade de socialização e comunicação por meio de recursos técnicos” (Capobianco, 2010, p. 187). Assim sendo, vincular o computador à ideia de prótese para desenvolvimento das habilidades humanas (MEY, 2006), como se fosse uma “uma extensão do corpo humano (...) ou mesmo uma próteses”²³ (MEY, 2006, p. 8), nos parece um pouco perigoso.

A designação metafórica prótese para a máquina-computador como instrumento de desenvolvimento das habilidades do sujeito se perde na própria etimologia da palavra. *Prósthesis*, em grego, significa adição, aplicação, acessório, é um componente artificial que tem por finalidade suprir necessidades e funções de indivíduos sequelados. Uma prótese substitui um membro ou parte do organismo, enquanto um implante acrescenta volume ou função a algo que já existe. Acreditamos que a máquina-computador é uma inovação de desenvolvimento cultural. E como inovação desencadeia uma série de mudanças na rotina dos indivíduos, e uma delas é justamente a convergência comunicativa para as redes sociais, aglutinando pessoas com objetivos específicos, ou apenas pelo prazer de trazer à tona ou desenvolver uma rede de relacionamentos (cf. TOMAÉL et.al., 2005, p. 95). E a *selfie*, com seu objetivo específico de valorização, não aglutinaria pessoas e dois espaços? No espaço físico, o momento da tiragem da foto, e no ciberespaço, quando de sua circulação em redes sociais.

Concordo com Jacob Mey (2006), quando este autor formula que “o problema com os seres humanos (...) é que o comportamento ‘natural’ é uma ficção; enquanto nós temos determinadas funções ‘inatas’ (a faculdade da fala, a capacidade de caminhar ereto essas funções não podem ser colocadas para trabalhar ‘naturalmente’ a menos que nós as iniciamos’ [e as elaboremos]”²⁴ (MEY, 2006, p. 9). E é justamente por pleitear que o que é considerado inato só se inicializa pela força humana, ou seja, pelo desenvolvimento do conhecimento, a tecnologia, mesmo que usada exaustivamente, não seria nem uma prótese, nem um implante, mas um instrumento cultural da pós-modernidade que trouxe para nosso cotidiano novas formas comunicativas. “A constituição de um corpo coletivo e a participação dos indivíduos nessa comunidade física serviu-se por muito tempo de medições puramente simbólicas ou religiosas: ‘Isto é meu corpo, isto é meu sangue’. Hoje ela recorre a meios técnicos” (LÉVY, 1996, p. 31), o que não faz dos meios técnicos uma prótese ou implante, mas um instrumento de funcionalidade para a interação social.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A escolha do estudo das *selfies* teve como objetivo desconstruir o determinismo (cf. CASTELLS, 1999) que envolve muitas vezes a tecnologia: aniquilação da comunicação entre sujeitos face a face; ser uma prótese, que significaria mais uma disfunção que precisa ser substituída; e o ato-*selfie* como uma prática narcísica. Obviamente todo encantamento não é para sempre, como nos contos de fadas, e, por tal, a tecnologia poderia ser considerada como um *phármakon*, de um lado o veneno e de

23 Tradução livre. Texto original: “extension of the human body” (...) or even as a prosthesis”.

24 Tradução livre. Texto original: “the trouble with humans (...) is that ‘natural’ behavior is a fiction; while we do have certain ‘innate’ functions (the faculty of speech, the ability to walk upright, and soo on), these functions cannot be put to work ‘naturally’ unless we ‘initialize’ them”.

outro o remédio (cf. LÉVY, 1999). Como veneno, ela serviria para atestar a escravidão do homem à inteligência coletiva em detrimento às inteligências individuais de cada sujeito. No entanto, a *selfie* é também remédio que agrega em redes sociais indivíduos que querem partilhar interesses comuns, em que o Outro atesta sua existência. Enfim, pode a tecnologia ser considerada um veneno “para aqueles que dela não participam e remédio para aqueles que mergulham seus turbilhões e conseguem controlar a própria deriva no meio de suas correntes” (LÉVY, 1999, p. 30) .

As *selfies* não são o veneno narcísico, que mata, mas uma proposta de iconofilia própria de uma cultura pós-moderna. Amamos as imagens, a queremos como testemunho de nossa existência e de nossa prática cotidiana. A *mis en scène* de si mesmo não é o aprisionamento de si mesmo. Como Maffesoli (2012), prefiro acreditar que o caminho das *selfies* compõem a forma contemporânea da iconofilia. Ou seja, trata-se de um narcisismo tribal, mas não individual, pois a comunicação tribal [rede social] está em partilhar gostos, ser acolhido pelo Outro. E na medida em que as *selfies* estão ‘dentro’ da máquina tecnológica, o computador seria o território – ciberespaço –, cujas redes sociais alimentam a comunicabilidade e a interação social.

É preciso entender que “o avanço tecnológico não nos direciona ao antissocial, tende, ao contrário, a consolidar uma *mise en relation*” (MAFFESOLI, 2014).

REFERÊNCIAS

Baitello, Norval (1999). *O animal que parou os relógios*. Ensaio sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume.

Baumann, Sygmunt (1999). *Globalização – as consequências humanas*. Tradução Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar.

Benjamin, Walter. (2001). Sobre a linguagem em geral e sobre a linguagem humana. In: Benjamin, W. *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Tradução de Maria Luz Moita, Maria Amélia Cruz e Manuel Alberto. Prefácio de Theodor W. Adorno. Lisboa: Relógio d’Água.

Brandão, Junito de Souza. (1991). *Dicionário mítico-etimológico*. V.II, Rio de Janeiro: Vozes.

Brown, Penelope; Levinson, Stephen C. (1987). *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

Capobianco, Lázaro Eduardo A. (2010). *Comunicação e literacia digital na internet – estudo etnográfico e análise exploratória de dados do programa de inclusão digital acessasp – PONLINE*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Universidade de São Paulo.

Castells, Manuel. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

DERRIDA, Jacques (1973). *Gramatologia*. Tradução Miriam Schnaiderman e Renato Janine Ribeiro. São Paulo: Perspectiva.

Escosteguy, Ana Carolina D. *Cartografias dos estudos culturais: uma versão latinoamericana*. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2010.

Grimal, Pierre (1979). *Dictionnaire de la Mythologie Grecque et Romaine*. Paris: Presses Universitaires de France.

Haugh, Michael. Face and interaction (2010). In: Haugh, M.; Bargiela-Chiappini, F. (Eds.). *Face, communication and social interaction*. UK/USA: Equinox Publishing Ltd.

Hobbes, Thomas (1983). Leviatã ou matéria, forma e poder de um Estado eclesiástico e civil. In: *Pensadores*. Tradução Lívio Xavier. São Paulo: Abril Cultural.

Jamenson, Frederic (1994). Sobre os estudos culturais. Tradução do inglês John Manoel Monteiro e Otacílio Nunes. *Novos Estudos Cebrap*, 39, p.11-44.

Lévy, Pierre (1999). *Cibercultura*. Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34.

_____ (1996). *O que é virtual?* Tradução de Paulo Neves. São Paulo. Ed. 34.

_____ (1993). *As tecnologias da inteligência*. O futuro do pensamento na era da informática. Tradução Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed.34.

Maffesoli, Michel (2012). *O tempo retorna: formas elementares da pós-modernidade*. Tradução de Teresa Dias Carneiro. Rio de Janeiro: GEN e Forense Universitária.

_____ (2000). *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Tradução Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro. Forense Universitária.

Marteletto, Regina Maria (2001). Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da Informação*, Brasília, 30 (1), p. 71-81.

Martin-Barbero, Jesús (1997). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ.

Martins Ferreira, Dina Maria (2011). Meta-representação: representando a representação social e cultural. In: Carmo, C. M. *Textos e práticas de representação*. Curitiba: Ed. Honoris Causa, p. 163-192.

_____ (2006). *Não pense, veja* – o espetáculo da linguagem no palco do Fome Zero. São Paulo: FAPESP/Annablume.

Mello, Luiz Gonzaga de (1986). *Antropologia cultural*. Petrópolis: Vozes.

Mey, Jacob L. (2006). Adaptability in Human-Computer Interaction In: Mey, J. L. *Concise encyclopedia of pragmatics*. Amsterdam: Elsevier Ltda, p.7-13.

Musso, Pierre (2004). A filosofia em rede. Tradução do Núcleo de Tecnologia da Imagem da Escola de Comunicação da UFRI, coordenação André Parente. In: Parente, A. *Tramas de rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas de comunicação*. Porto Alegre: Sulina, p. 13-38.

Negroponte, Nicholas (1995). *A vida digital*. Tradução Sérgio Tellaroli. São Paulo: Companhia das Letras.

Ovídio (2010). *Metamorfoses*. 3, 339sq. Tradução de Raimundo Nonato Barbosa de Carvalho. Relatório de Pos-doutoramento. São Paulo: USP. Disponível em: www.usp.br/verve/coordenadoes/raimundocarvalho. Acesso em: 01 de fevereiro de 2015.

Oxford English Dictionary (OED). (2014). Oxford: Oxford University Press.

Parente, André (2004). *Tramas de rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas de comunicação*. Porto Alegre: Sulina.

Peirce, Charles S. (2000). *Semiótica*. 3a.ed. Tradução José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva.

Rancière, Jacques (2002). *O mestre ignorante: cinco lições sobre a emancipação intelectual*. Trad. Lílian do Valle. Belo Horizonte: Autêntica.

Salomon, Graviel (1993). *Distributed cognitions: psychological and educational considerations*. Cambridge / New York: Cambridge University Press.

Santos, Boaventura de Souza (2006). *Discurso sobre as ciências*. 4. ed. São Paulo: Cortez.

Simões, Isabella de A. G. (2009). A sociedade em rede e a cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação. *Temática*, 5. Disponível em: www.insite.pro.br. Acesso em: 6 de fevereiro de 2015.

Sobrinho, Patricia J. (2014). Meu selfie: a representação do corpo na rede social facebook. *Artefactum*,

1. Disponível em: www.artefactum.rafrom.com.br/artefactum ou www.revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos. Acesso em: 24 de março de 2015.

Souza, Aguinaldo. (s/d). *Texto e cena: operações tradutórias da corporalidade*. Disponível em: www.conexaodanca.art.br. Acesso em: 13 de dezembro de 2006.

Tomaél, Maria Inês *et al.* (2005). Das redes sociais à inovação. *Revista Ciência da Informação*, 34 (2), p.93-104. Disponível em: revista.ibict.br/index.php/ciinf. Acesso em: 10 de março de 2015.

Virilio, Paul. (1999). *A bomba informática*. Tradução Luciano Vieira Machado. São Paulo. Estação Liberdade.

Recebido em: 31/08/2015

Aceito em: 05/10/2015