

A POTÊNCIA DISCURSIVA DO AUTORRETRATO NA PÓS-MODERNIDADE

Ítalo Franco Costa

Cláudia Mariza Mattos Brandão

INTRODUÇÃO

O (auto)retrato pontua diferentes períodos da história da arte, elaborado através de diferentes linguagens, entretanto, estamos na época dos *selfies*, momento em que as imagens fotográficas assumem um papel diferenciado no cotidiano das sociedades ocidentais. Como nunca na história, o ato de fotografar e postar imagens como afirmação de presença se tornaram para muitos mais importantes do que a vivência dos indivíduos. Cabe destacar que na contemporaneidade a prática de se (auto)retratar está acompanhada do agravamento da “crise de identidade” instaurada na modernidade, um “ingrediente” que merece a nossa atenção .

Para discutir acerca da “Crise de Identidade”, avaliamos importante entender como essa crise se desenvolveu paralelamente ao processo de modernização das sociedades ocidentais. Sobre isso, o teórico Stuart Hall (2003) considera que o fenômeno está dividido em três etapas diferenciadas caracterizando o perfil dos sujeitos, suas mentalidades e comportamentos.

O primeiro é denominado o do “sujeito iluminista”, no período do século XVIII, no qual predominava o pensamento de que o homem era o centro do universo, sendo ele responsável por escrever sua própria história, em vez de uma identidade determinada desde o nascimento por uma instituição religiosa e monárquica, como acontecia até então. Este sujeito acreditava que a identidade era uma essência imutável.

Na sequência, temos a afirmação do “sujeito sociológico” que surge na esteira do marxismo e da psicanálise, entre o final do século XIX e início do século XX. Este sujeito dirá que a essência é mutável e interage diretamente com o ambiente em que se vive. Finalmente Hall destaca o “sujeito pós-moderno”, fruto do

processo de globalização, que possui identidades fragmentadas, influenciadas principalmente pelo acesso a diferentes culturas.

Quando falamos de cultura nos referimos às regras, valores e posições nos quais o indivíduo está imerso desde o nascimento, e que influencia seu modo de pensar e se comportar, ou seja, nossa identidade é produto da cultura em que vivemos. Segundo Hall, com a globalização ocorre a homogeneização da cultura e a “crise de identidade”, momento em que o mundo tem acesso ao que chama de “cultura universal”, que invade a “cultura local”. Sendo assim, temos como decorrência a descentralização dos sujeitos, em grupos que antes tinham referências estáveis como indivíduos sociais. Isso, pois “a identidade somente se torna uma questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza” (HALL, 2003, p.9).

Ao mesmo tempo em que há o surgimento de novas identidades, há também um movimento contrário de identidades “locais”, que se reforçam para resistir a este processo com a evocação de rituais de tradição criados para manter um comportamento social. Sobre o assunto, Ernesto Garcia Canclini destaca que “ao estudar movimentos recentes de globalização, advertimos que estes não só integram e geram mestiçagens; também segregam, produzem novas desigualdades e estimulam reações diferenciadoras” (CANCLINI, 2013, p.31), portanto:

(...) A globalização tem, sim, o efeito de contestar e deslocar as identidades centradas e “fechadas” de uma cultura nacional. Ela tem um efeito paralisante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, e tornando as identidades mais plurais e diversas; menos fixas, unificadas ou trans-históricas. Entretanto seu efeito geral permanece contraditório. Algumas identidades gravitam ao redor daquilo que Robins chama de “Tradição”, tentando recuperar sua pureza anterior e recobrir as unidades e certezas que são sentidas como tendo sido perdidas. Outras aceitam que as identidades estão sujeitas aos planos da história, da política, da representação e da diferença e,

assim, é improvável que elas sejam outra vez unitárias ou “puras”(…) (HALL, 2003, p.87).

Neste texto apresentamos resultados parciais de pesquisa realizada no PhotoGraphein – Núcleo de Pesquisa em Fotografia e Educação (UFPEL/CNPq). Trata-se do projeto “DO PINCEL AO PÍXEL: sobre as (re)apresentações de sujeitos/mundo em imagens”, o qual tem como objetivo compreender e sistematizar conhecimentos sobre a produção e circulação de Imagens na contemporaneidade, fomentando uma cultura de cunho simbiótico entre a visão funcionalista e as visões estéticas e simbólicas dos elementos sociais que constituem os espaços urbanos contemporâneos, a partir de um ponto de vista interdisciplinar. Sendo assim, neste texto apresentamos a discussão sobre o autorretrato como mote para a reflexão acerca da “crise de identidade” apontada por Stuart Hall, destacando as práticas de divulgação da autoimagem na contemporaneidade e suas reverberações. Para tanto, analisamos alguns retratos de Luis XIV, o Rei Sol, da França, em relação a *selfies* produzidos e postados no facebook pelo acadêmico Ítalo Costa, buscando relacionar suas potências discursivas e os indicativos da fragmentação identitária dos indivíduos contemporâneos.

LUÍS XIV, O REI-SOL

Luís XIV foi Rei da França, subiu ao trono em 1643, aos quatro anos de idade, sendo um dos últimos reis antes da onda revolucionária que colocou as monarquias em cheque em toda a Europa no século XVIII. Ele reinou por 72 anos, consolidando a imagem da monarquia, do rei soberano, e criando dezenas de rituais que seriam seguidos à risca pela nobreza até o seu declínio com a Revolução Francesa.

Para entendermos a importância do monarca, é preciso antes enquadrá-lo no contexto histórico da época. No século XVII ainda estava em vigor o absolutismo, período em que a identidade era considerada imutável e determinada no momento do nascimento, de tal modo que alguém pertencente à plebe nunca ascenderia à monarquia. Essa era uma medida instaurada pela igreja

e pelos soberanos a fim de preservar a linhagem dos monarcas, a chamada “de sangue azul”, os interesses do clero e a centralidade do estado. No período a opinião pública era rigorosamente controlada através da informação, ideias julgadas muito ousadas tinham sua circulação impedida, enquanto as ideias favoráveis ao rei eram fortemente propagadas. Cabe destacar que as informações não eram comumente divulgadas por escrito, uma vez que o povo em sua maioria era analfabeto, pois a educação era uma prerrogativa do clero e da monarquia. Sendo assim, se apelava para os discursos, os sermões, as peças teatrais e as imagens como meio de comunicação, de doutrinação e de propagação da palavra do rei, e é através das imagens que podemos ver a importância de Luís XIV (BURKE, 2009).



Figura 1: **Henri Testelin**, *Retrato de Luís XIV como protetor da Academia de Pintura e Escultura*, óleo sobre tela, 1666-8, Castelo de Versailles

Disponível em:

<https://www.google.com/culturalinstitute/beta/asset/sgHxc8L0HK8XTQ>

Os símbolos presentes nos retratos de Luís mostravam as qualidades e virtudes de um rei. Em suas representações geralmente ele aparecia vestindo armadura, romana ou medieval, ostentando a glória do passado e/ou o poder, ou um manto ornamentado com flor-de-lis (Figura 1), um símbolo da pureza. Acompanhando estes trajes, uma peruca, que escondia a precoce calvície e virou moda na corte, compunha a pose imóvel e o “ar” de grandeza. Em sua mão ostentava um orbe, cetro ou bastão, símbolos do seu comando sobre os territórios. A expressão em seu rosto tendia a variar entre a coragem e a afabilidade, nunca um sorriso, pois isso era considerado inadequado para os reis da França.

A construção deste imaginário engrandecia a imagem do rei, e em retratos não tão “realistas” como o anterior, ele era colocado ao lado de mitos e heróis lendários (Figura 2), assim como Apolo e Hércules, numa demonstração de que Luís XIV era tão nobre e augusto quanto eles.



Figura 2: **Joseph Werner**, *Triunfo de Luis XIV*, guache, 1664, Castelo de Versailles

Disponível em: <https://br.pinterest.com/fernanda1235/luisxiv/>

Em seus retratos podemos notar uma diversidade de símbolos, que em sua totalidade estruturam a imagem do rei, fabricada não por um grupo seleto de pessoas, mas pela consciência coletiva. Todos, desde plebeus a nobres, acreditavam que seu rei era divino, que seu toque poderia curar e que sua palavra era a lei, inclusive, o próprio Luís XIV. Não podemos afirmar que o rei fazia uma “propaganda” de si mesmo, visto que este termo nasceu no século XIX, entretanto, todos os rituais, os cultos e a glorificação de sua imagem faziam parte do cotidiano e da cultura da época, ou seja, fazia-se isso por que deveria ser feito:

A visão oposta da fabricação da imagem sugere que ela foi e deveria ser levada a sério, porque respondia a necessidades psicológicas. Aqui, o termo “ideologia”, quando chega a ser usado, é redefinido para designar o poder dos símbolos sobre todas as pessoas, tenham elas consciência disto, ou não. Segundo esta concepção os louvores a um rei são homenagens prestadas a um papel, não bajulações de indivíduos. Um estado de centralidade precisa de um símbolo de centralidade. O soberano e sua corte, frequentemente vistos como uma imagem do cosmo, são um centro sagrado ou “exemplar” do restante do estado (BURKE, 2009, p. 23).



Figura 3: **Hyacinthe Rigaud**, *Retrato de Louis XIV*, Tinta a Óleo, 1701,
Museu do Louvre

Disponível em:

https://fr.wikipedia.org/wiki/Portrait_de_Louis_XIV_en_costume_de_sacre

E tal símbolo de centralidade confere às representações a condição de “tomar o lugar de alguém”, como é o caso do seu famoso retrato pintado por Rigaud (Figura 3), que ficava no salão do trono em Versailles, e que deveria ser reverenciado na ausência do rei. O que vemos, portanto, são as pinturas, esculturas e pessoas especiais tendo a possibilidade de substituir a figura real em sua ausência como uma característica marcante:

Objetos inanimados também representavam o rei, em especial, suas moedas que traziam sua imagem e por vezes seu nome (...). No mesmo caso estavam seu brasão e seu emblema pessoal, o sol. E também seu leito, ou a mesa posta para sua refeição, mesmo que ele estivesse ausente. Era proibido, por exemplo, portar chapéu na sala em que a mesa do rei estava posta (BURKE, 2009, p. 20).

Uma segunda característica a ser destacada é a “impressão”, referente a magnificência do rei como função política. Quanto mais magnânimo o monarca parecia ser, mais influência ele teria e mais respeito imprimiria na população e nos reinos vizinhos. A palavra “impressão” aqui se torna, como Peter Burke afirma “no sentido literal de deixar nos espectadores uma impressão, como um sinete num pedaço de cera” (BURKE, 2009, p. 17).

Luís XIV em sua morte, no ano de 1715 deixaria um legado para todos os líderes que procurassem inspiração em seu nome. A simbologia e método de seus retratos foram copiados por personalidades como Dom João VI e Napoleão Bonaparte, deixando marcada na história a sua importância, tanto para a arte, assim como para a política.

O SÉCULO XXI E A CRISE DE IDENTIDADE

No século XIX foi desenvolvida a fotografia, um meio que possibilita capturar a luz e criar uma imagem no papel, posteriormente fixada através da interferência de agentes químicos. Com isso a pintura foi obrigada a se reinventar, pois a reprodução fiel da realidade se tornaria motor da prática fotográfica, algo que até então era o objetivo maior dos artistas.

No início, fotografar custava muito caro e para isso governos incentivaram as pesquisas na área, objetivando popularizar a prática. Financiado pelo governo francês, Louis Daguerre inventou o daguerriótipo, em 1849, tornando possível uma maior disseminação da prática ao redor do globo. Nesse momento ainda não era uma prática acessível às classes mais baixas, apenas os ricos tinham a possibilidade de serem retratados.

Com o passar do tempo e a evolução da tecnologia, a fotografia começou a ser mais e mais popularizada, passando pela câmera analógica, e chegando à digital no final do século XX, chegando há pouco tempo até os celulares. A partir daí cada pessoa pode fotografar, tendo conhecimento técnico ou não. O (auto)retrato foi assim democratizado, e a vida está sendo registrada em todas suas esferas, a todo o momento, e anos e anos de pesquisas e avanços, agora estão em nossos bolsos. A partir deste momento torna-se mais evidente a crise da identidade na modernidade discutida no início deste capítulo.

Com a criação das redes sociais, sempre acompanhando a evolução da tecnologia, surgiu o fenômeno das “selfies” (self – eu), como forma do usuário suprir sua necessidade de autoestima e relacionamento, que antes estavam ligadas diretamente com o contato pessoal em um espaço físico, agora em meio virtual no Ciberespaço. Esta transição do físico para o virtual ocorreu naturalmente, expressando a capacidade do humano de se adaptar aos novos meios (LEVY, 1999).

O ato fotográfico presente neste tipo de prática merece a nossa atenção, pois necessidade de suprir as demandas das relações sociais na contemporaneidade acabou banalizando a nossa própria imagem. E esse é um dos temas que priorizamos na investigação *Do Pincel ao Píxel*, em busca de melhor entender práticas e comportamentos dos sujeitos contemporâneos.

Estimulados pelas novas tecnologias, que determinam novas características para as relações humanas, a prática do Selfie (eu) e o uso das redes sociais (outro) são determinantes. Isso, pois se tira a *selfie* e posta-a na procura de contato com o outro, visando ganhar comentários (curtidas/likes), na busca de algum tipo de

aceitação/aprovação do público virtual, o qual muitas vezes não é nem de nosso conhecimento pessoal.

E como exemplo, nós trazemos aqui o caso das *selfies* das Figuras 4 e 5. Através da exposição da imagem do pesquisador foi possível presumir-se que a mudança de aparência obteve a “aprovação” dos amigos da rede social Facebook, uma vez que o número de comentários e curtidas aumentou depois da mudança da foto no perfil da rede. Isso é uma conclusão possível, mas cabe ressaltar que outros fatores influenciam os resultados, inclusive, o número de “amigos” no período de cada imagem.



Figura 4: Ítalo Costa. *Selfie – Cabelo Longo*, 2016 (73 curtidas, 15 comentários).



Figura 5: **Ítalo Costa**. *Selfie – Cabelo Curto*, 2016 (154 curtidas, 80 comentários).

Outra característica contemporânea que é preciso enfatizar é o pertencimento às redes sociais em detrimento do contato presencial nos meios sociais físicos, e a conseqüente necessidade do “encaixamento” em grupos. Ou seja, os excluídos se tornam aqueles que não possuem conta no Facebook. Enquanto isso, os que pertencem a essas redes demonstram seus gostos através de curtidas em páginas específicas ou, como no caso do foco desta discussão, utilizam-se dos chamados “filtros” nas fotos de perfil, carregados de cunho político-social.

A foto de perfil é a porta de entrada para outra pessoa ter contato com o usuário, sendo assim ela será a que mais terá a aparência trabalhada. Com os “filtros” você pode esclarecer a que grupo pertence e aplicá-la em sua foto. Você saberá se este amigo é do seu grupo ou não se ele usar o mesmo “filtro”, um diferente ou nenhum. Sendo assim, analisando o significado da palavra “filtrar”, podemos notar que no meio virtual ela assume o seu sentido literal, mas neste caso, “filtrando” os próprios amigos da rede.



Figura 6: **Ítalo Costa**. Foto de perfil com filtro Star Wars (2015)

No caso da Figura 6, o filtro disponibilizado em campanha promocional do filme Star Wars Episódio VII permitia ao usuário escolher o “lado” merecedor de apoio, Sith ou Jedi, o mal ou o bem. A diferença no filtro era a cor do sabre de luz.



Figura 7: **Ítalo Costa**. Filtro apoiando a campanha contra o projeto de lei da Escola sem Partido, 2016.



Figura 8: **Ítalo Costa**. *Filtro apoiando a causa LGBT*, 2015.

Se pensarmos sobre a crise de identidade e a necessidade de pertencimento aos grupos sociais de cunho virtual, em um cenário mundial ou nacional, podemos identificar aí a possibilidade de autoafirmação através de discursos visuais que identificam posicionamentos políticos (Figuras 7 e 8). Porém, é preciso destacar que tal acesso à expressão de opiniões não é garantia da qualidade das reflexões que estão na origem do ato. Isso, pois estes discursos nem sempre refletem uma posição política verdadeira, muitas vezes, esses textos visuais surgem de atitudes mecânicas de reprodução de algo oriundo de uma “onda” comportamental do grupo no qual se está inserido.

Sendo assim, voltamos a pensar sobre Luís XIV e a cultura por trás do culto à imagem. Atualizando as discussões para o cenário contemporâneo, observamos que o poder camaleônico da pose, da qual apenas o rei era signatário, agora está posta para todos nós. Vivemos em uma sociedade de aparências onde temos nossos perfis em redes sociais substituindo nosso corpo físico e nos representando perante o mundo, como a pintura do monarca que ficava no salão do trono (Figura 3). Temos neste espaço virtual o

poder de transmitir um “querer” ao outro através de imagens, que obrigatoriamente não está relacionada a uma vontade real.

CONCLUSÃO

Hoje democraticamente todos tem um grande potencial comunicativo nas mãos. Como Giddens pontua: “A medida que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da terra” (GIDDENS, 1990, p. 12), ou seja, através das novas tecnologias é possível alcançar centenas de pessoas ao mesmo tempo e propagar nossa imagem em níveis que, em um passado não tão distante, apenas um monarca poderoso como Luís XIV teria capacidade de fazer. Porém, apenas quando assumimos uma postura reflexiva sobre este potencial, é que conseguimos ter algum tipo de controle sobre o ato esquizofrênico de produzir identidades frenética e virtualmente.

Percebe-se, portanto, a necessidade de atenção que as imagens fotográficas exigem na contemporaneidade, inclusive, para melhor compreensão do tempo presente e da “anestesia da criatividade imaginária” problematizada por Gilbert Durand (2000, p.36). Isso, no entendimento de que com a explosão da “civilização da imagem” (DURAND, 2000), a produção obsessiva das imagens distrai e banaliza intenções ocultas, obliterando a nossa percepção daquilo que nos constitui como sujeitos unos.

Entendemos importante problematizar o *selfie* e sua representatividade social como “(re)apresentações de si”, pois isso nos convoca a refletir sobre as imagens fotográficas como textos não-verbais que colaboram para a acumulação de conhecimentos produzidos sobre os sujeitos/fotógrafos e seus imaginários, que se constroem através da visualização incessante de representações da realidade produzidas pelas imagens técnicas.

Referências Bibliográficas

BLITZER, Charles. **A Era dos Reis**. Editora Livraria José Olympio. Edição Única, 1971.

BURKE, Peter. **A Fabricação do Rei**. Editora Zahar. 2º Edição, 2009.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**. Editora Edusp. 4º Edição, 2013.

DURAND, G. **A imaginação simbólica**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2000.

GIDDENS, Anthony. **As Consequências da Modernidade**. Editora Unesp Fundação. 5º Reimpressão, 1990.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na pós-modernidade**. Editora DP&A. 7º Edição, 2003.

LEVY, Piérre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.