

Introdução

*When I think back
On all the crap I learned in high school
It's a wonder
I can think at all
And though my lack of education
Hasn't hurt me none
I can read the writing on the wall*

*Kodachrome
They give us those nice bright colors
They give us the greens of summers
Makes you think all the world's a sunny day
I got a Nikon camera
I love to take a photograph
So mama don't take my Kodachrome away*

Kodachrome – Paul Simon¹

A modernidade acabou. Ou, ao menos, *certo projeto* dela encontrou termo no dia 22 de junho de 2009. É provável que a data não tenha chamado atenção dos pensadores da cultura, nem tampouco venha a ser incluída na história do nosso tempo, mas marcou o fechamento de um capítulo importante da experiência moderna: foi nesse dia que Mary Jane Hellyar, presidente do Kodak's Film, Photofinishing and Entertainment Group veio a público anunciar a aposentadoria do Kodachrome, o rolo de filme fotográfico mais popular do século XX.

“O Kodachrome, filme tido como a matéria das memórias, está prestes a se tornar

¹ Fragmento da canção *Kodachrome*, do cantor e compositor norteamericano Paul Simon, gravada no álbum *There goes rhymin' Simon*, lançado em 1973.

ele próprio uma lembrança com a decisão da Eastman Kodak de interromper sua produção devido à concorrência com as máquinas digitais. A empresa anunciou que irá aposentar o filme neste ano, dando fim à sua história de 74 anos após uma dramática queda nas vendas. ‘A maioria dos fotógrafos hoje prefere novas tecnologias para fotografar – tanto em filme como em meio digital’, disse Mary Jane Hellyar. (...) Sublinhando o declínio da fotografia em filme, a companhia que popularizou a fotografia como hábito de consumo cem anos atrás revelou que setenta por cento de sua receita atual deriva de negócios digitais voltados para pessoas e empresas.” (tradução minha)²

Nessas sete décadas e meia de serviço prestado ao registro fotográfico de consumidores de todo o mundo, o Kodachrome se tornou um filme de referência por sua durabilidade e capacidade de capturar cores ricas e vibrantes. Esse fato explica por que ele foi tão popular para fotografias caseiras como para o uso de fotógrafos profissionais, caso de Steve McCurry, conhecido como autor do célebre retrato da menina afegã de olhos verdes que ilustrou a capa da revista *National Geographic* em 1985. A qualidade de ícone de um tempo, contudo, seria mesmo imortalizada na canção homônima de Paul Simon, um dos maiores sucessos da carreira do artista. As “cores brilhantes” e “o frescor do verão” com os quais o Kodachrome fez várias gerações pensarem que o “mundo inteiro vivia um dia ensolarado” vão ficar definitivamente na memória a partir de agora.

Mas por que associar uma notícia banal como essa ao declínio de uma vertente da modernidade³? Não para começar este ensaio de forma jocosa, polemizando com o argumento⁴ de Jürgen Habermas (2000) de que a

² Do original: “Kodachrome, the film brand touted as the stuff of memories, is about to become a memory itself as Eastman Kodak stops production due to overwhelming competition from digital cameras. Eastman Kodak Co said it will retire Kodachrome color film this year, ending its 74-year run after a dramatic decline in sales. ‘The majority of today’s photographers have voiced their preference to capture images with newer technology – both film and digital’, said Mary Jane Hellyar, president of Kodak’s Film, Photofinishing and Entertainment Group. (...) Underscoring the decline of film, the company that popularized consumer photography more than 100 years ago said 70 percent of its revenue today is from consumer and commercial digital businesses.” *Kodak kills Kodachrome film after 74 years*, matéria publicada pela Reuters em 22 de junho de 2009. Disponível em <http://www.reuters.com/article/technologyNews/idUSTRE55L3CZ20090622>.

Acesso em 24 de junho de 2009.

³ Pensa-se a *modernidade* aqui como um momento histórico em que diversas transformações tomam conta do ambiente europeu, incitando o distanciamento dos padrões estéticos da Antiguidade Clássica e da Idade Média. Esse período coincide com a formação dos Estados nacionais e do modo de produção capitalista, bem como com o avanço do ideário iluminista, demarcando um processo longo e heterogêneo que poderia ser situado entre os séculos XVII e XVIII.

⁴ O estágio histórico que caracteriza as sociedades pós-industriais não comunga de consenso em sua nomenclatura. São correntes terminologias que falam da possível *pós-modernidade* (Lyotard, 2002), da modernidade *tardia* (Giddens, 2003) ou da modernidade *líquida* (Bauman, 2001). Habermas (2000), por sua vez, defende que a promessa da racionalidade política, o fundamento igualitário do ideário iluminista, não teria sido jamais efetivada pelas sociedades capitalistas. Dessa constatação deriva sua ideia de um projeto *inacabado* de modernidade.

modernidade seja um *projeto inacabado*. Mas porque, como representante de certa relação desenvolvida no século XX entre o indivíduo comum e a produção de imagens, o Kodachrome foi responsável por revelar mais do que boas fotos: ele se constituiu propriamente num dispositivo de memória pessoal.

Nascida no século XIX, a arte fotográfica passaria por diversas transformações até ser incorporada como um hábito de consumo em todo o mundo. Isso se deveu ao seu poder de capturar enquadramentos de lugares, pessoas e situações numa representação mais ou menos fiel ao referente, estabelecendo uma linguagem específica de apreciação da realidade. Assim, ela fez com que elementos como os rolos de filme ou as câmeras Nikon da canção de Paul Simon integrassem o cotidiano de diferentes ambientes socioculturais.

A notícia sobre o Kodachrome é possivelmente importante porque tal marca de filme exemplifica o ingresso da fotografia na vida diária, popularizando a mídia e o acesso à produção e ao consumo de imagens. Essa disseminação social das câmeras, dos filmes, dos laboratórios fotográficos mostra que cada consumidor passou a usufruir da oportunidade de olhar para as coisas e para si mesmo de maneira inédita. É por ter configurado novos discursos e sensibilidades no século XX que a expansão dos usos da fotografia pode ter, sim, delineado uma vertente particular da modernidade: aquela que fundou o entrelaçamento do indivíduo com um suporte de espelhamento de sua intimidade e seu cotidiano.

Entretanto, essa tendência não parece exatamente ter encontrado seu ocaso, nem tampouco é isso o que a reportagem leva a crer. É fato que a mesma mídia que revolucionou as possibilidades de representação há pouco mais de um século continua a ser uma forma privilegiada de discurso no início deste novo milênio. Contudo, o espaço perdido para as tecnologias digitais também significa mais do que uma substituição dos meios práticos do fazer fotográfico. Se *certa vertente* da modernidade acabou, não foi apenas em virtude de um processo de sofisticação técnica. O que se deflagra hoje são novos hábitos de produção e consumo de imagens em larga escala – um fenômeno que, não por acaso, caminha lado a lado com guinadas subjetivas de nossa modernidade tardia, líquida ou inacabada. A digitalização do processo fotográfico torna-se, nesse contexto, efeito e instrumento de transformações das noções de intimidade, cotidiano e, no limite, da própria individualidade.

A fotografia pode ter consistido num dispositivo de memória para os

consumidores do século passado na medida em que se apresentou como parte de um acervo de representações pessoais. Ela passou a acompanhar e registrar certos momentos da vida como sendo algo digno de nota. Os álbuns de família ou aqueles que colocam em evidência o crescimento do bebê e da criança são pequenas amostras da eternização dos instantes propiciada pela imagem fotográfica. Esses registros indicam a *acumulação* de histórias vertidas frente às câmeras, compondo um repertório de imagens sobre a intimidade, os costumes, as festas, os anos de alguém.

Mas já se fala agora de um outro momento, no qual as tecnologias digitais transformam a relação do indivíduo com sua própria imagem, dispensando muitas vezes a necessidade da impressão das fotografias: as imagens hoje tendem a passar diretamente dos *chips* das câmeras para os do computador. Isso porque aquela ideia de *acumulação* de momentos parece ter se imaterializado junto com a fotografia. O que atribui seu sentido para a dinâmica da intimidade contemporânea é a possibilidade de *circulação* dessas imagens. Fala-se, então, de uma nova memória, feita do compartilhamento de registros.

Antes de se pensar se os momentos são ou não dignos de nota, já alguém se encarregou de disparar um *flash*: é tão fácil quanto barato tornar uma circunstância qualquer em fotografia hoje e a proliferação dessas imagens implica logicamente uma readequação de seu valor de uso. A fotografia digital simboliza tal relação do indivíduo com a mídia que já não guarda qualquer viço daquela aura que Benjamin (1994) via se dissolver junto às técnicas modernas de reprodução. Ela saiu do papel para assumir a condição de *dado* mais maleável, que se pode descartar sem cerimônia, que acolhe retoques e facilmente se oferece como conteúdo a ser exibido nas plataformas da internet.

A discussão que abre o presente ensaio está claramente baseada na observação dos usos da fotografia dentro de determinado recorte que não exprime a totalidade do campo social. Todavia, o que se quer realçar é o aparecimento de um novo instrumental midiático neste início de século e, mais além, que sua inserção no cotidiano incide na inauguração de comportamentos, desejos e apropriações. A facilitação proporcionada pelos meios digitais tem a ver com sua gramática de produção, mas também com os circuitos de exibição da imagem hoje: é notável que aqueles álbuns-narrativas estejam assumindo outras feições, digitalizados e abertos à leitura de pessoas para além do círculo familiar. Contudo,

resta saber entre quem essa tendência pode ser verificada.

*

Parte-se aqui do pressuposto de que número crescente de pessoas venha se tornando produtores e consumidores de registros do cotidiano por intermédio das novas mídias porque esse fato repercute em diversos estratos sociais. Mas ele se assoma especialmente em meio aos jovens tecnologicamente iniciados, com acesso a câmeras digitais, computadores pessoais e internet em banda larga. Uma geração que tem na utilização dessas ferramentas de comunicação uma atividade indissociável do cotidiano.

Esta pesquisa elege como objeto de análise a relação desses jovens indivíduos com sua própria representação no ambiente *on-line*. Tendo por intenção investigar os usos da comunicação mediada por computador na inauguração de processos identitários e formas de sociabilidade, o ensaio coloca em foco o *website Orkut*, uma rede social criada em 2004 e transformada em fenômeno de acolhimento na internet brasileira. A pesquisa examina como jovens de nosso país difundem no *Orkut* novas modalidades de *narrativas de identidade*, que assumem diferentes linguagens de expressão – com a participação da fotografia, certamente – e significados para sua intimidade.

O site será analisado como representante da *Web 2.0*, o conjunto de recursos e plataformas digitais que marca a segunda idade da internet e propicia maior participação dos usuários na criação, classificação e compartilhamento de conteúdo *on-line*. A partir de uma análise do surgimento e dos aproveitamentos desse novo arsenal midiático por parcela da juventude brasileira, gostaria de pensar por que razão se popularizam hoje na internet tantos relatos autorreferenciados: os *blogs*, os *fotologs* e os sites de redes sociais marcam uma “moda” que já dura algum tempo e dão indícios de efeitos reais na constituição identitária de seus usuários. Ao *cogito ergo sum* cartesiano, que definiu a experiência de existir pela capacidade de pensar – ou questionar – durante os três últimos séculos de nossa cultura, o regime de visibilidade que molda as formas de subjetivação na comunicação em rede parece responder com o *posteo, logo existo*. Só se é alguém na medida em que se desfrute de alguma forma de evidência digital.

Essas experiências tomaram vulto nos últimos anos, problematizando a noção da intimidade em seu atravessamento com a exposição na internet. O alargamento dos usos da rede mundial de computadores, fato notado a partir da década passada, tem atribuído às relações sociais novos espaços de convivência e códigos de interação. Geralmente focados na vida cotidiana de seus usuários, os textos dos blogs confessionais, as fotos publicadas nos fotologs ou os perfis das redes sociais são, em essência, *registros* que dão contornos àquela memória feita do compartilhamento de informações pessoais. Por outro lado, se essa tendência aponta algo de novo – justamente por contar com o apelo da exibição no ciberespaço –, ela não parece desvinculada de antecedentes históricos.

Neste trabalho, serão abordados diferentes exemplos de narrativas de identidade que parecem ter engendrado a máquina subjetiva em voga nas plataformas de compartilhamento de conteúdo da Web 2.0. Embora as remotas engrenagens desse processo de delineamento de um *eu* datem da Antiguidade Clássica, ele só pode surgir no nascimento do período moderno, quando se estabilizam as noções de *individualidade* e *intimidade*. A partir do exame desses dois conceitos emergidos na primeira modernidade, o ensaio define a investigação das narrativas autorreferenciadas, cuja disseminação guarda associação com a transformação da sociedade feudal, com suas regras e funções razoavelmente estáveis, num contingente urbano de *indivíduos livres*.

No desenvolvimento do ensaio, estarão presentes analogias entre as formas de representação de si e as técnicas de controle que se formaram em alguns momentos históricos. Pois, dentro da ideia de que a “visibilidade é uma armadilha” (Foucault, 2008), essas narrativas que colocaram o *eu* numa narrativa, numa biografia, numa individualidade própria também agiram como meios de monitoramento e disciplina de suas atitudes. Não por acaso, essas tecnologias de exposição e observação de indivíduos encontram na Web 2.0, como veremos, uma curiosa e revigorada afinidade.

O argumento central da discussão diz respeito, assim, às vicissitudes da fronteira sabidamente flexível entre o espaço público e o privado, aqui pensados sob a perspectiva dos processos da comunicação em rede. Com a exponencial oferta das *mídias pessoais*, nunca a existência esteve tão conjugada à medida da exibição, o que confere à relação público X privado uma imbricação inédita. Por outro lado, o gradativo desabamento de instituições e discursos que legitimaram a

ideia de um *espaço público* no nascimento da modernidade anima um novo enquadramento dos indivíduos na sociedade. Essa lógica não raramente privatiza preocupações públicas e publiciza o que fora até então reconhecido como privado:

“tornar público o que quer que desperte ou possa despertar curiosidade virou o cerne da idéia de uma coisa ‘ser do interesse público’. O ‘público’ foi despojado de seus conteúdos diferenciais e ficou sem agenda própria – não passa agora de um aglomerado de problemas e preocupações privados.” (Bauman, 2000; 71)

*

Além de contar com observação participante, a análise dos usos do Orkut será baseada em relatos de um grupo de usuários do site, entrevistados para a produção deste trabalho. Jovens entre 18 e 22 anos de idade – que integram a primeira geração de brasileiros acostumada ao uso da internet desde a infância – foram escolhidos pela assiduidade de suas visitas ao site de relacionamentos. Esses usuários pertencem a uma faixa social semelhante: filhos da classe média urbana, têm acesso ao microcomputador e à internet desde cedo e encontram-se na universidade ou se preparando para o ingresso na graduação. A partir das primeiras entrevistas, duas usuárias foram selecionadas para mais perguntas sobre a utilização do Orkut por demonstrarem maior disposição em abordar a relação com o site. Ademais, três outras entrevistas foram realizadas com criadores e usuários de sites que se relacionam com o Orkut, como será visto no capítulo 4. Todas as entrevistas encontram-se anexadas ao presente estudo.

No percurso investigativo que agora se inicia, será feito um esforço de resgate das narrativas de identidade em nossa cultura. Para tanto, o *Capítulo 1* aborda o nascimento da noção da individualidade, que se confunde com o próprio aparecimento da modernidade. A seção busca analisar por que este não era um valor premente na antiga sociedade feudal e a maneira pela qual a vida urbana que então ascendia no contexto europeu passou a reclamar a existência de um *eu* que definisse cada ser. O *Capítulo 2* se debruça sobre as narrativas de identidade que ajudaram a fixar esse conceito de indivíduo, bem como criaram sensibilidades, estilos literários e rotinas de autoescrutínio próprios. Será debatido o diálogo entre tais artefatos que espelham um *eu* com as relações de poder deflagradas especialmente no século XIX. No *Capítulo 3*, dá-se uma análise minuciosa do Orkut como plataforma de relacionamento interpessoal e ferramenta de

modelagem identitária. A seção se encarrega de uma prévia contextualização sócio-histórica desse objeto de estudo, empreendendo um exame da implantação do microcomputador e da comunicação em rede no ambiente social brasileiro. Por fim, o *Capítulo 4* investiga a transformação do significado das narrativas que precederam a Web 2.0 e aquelas que agora se assumem como performances identitárias. Os jogos entre ver e ser visto estimulados pela lógica da visibilidade no ciberespaço serão dissecados a partir das técnicas de monitoramento compartilhadas entre os usuários das redes sociais. Busca-se, assim, compreender a ascensão do valor da *vigilância* na microesfera das relações pessoais hoje.

Por fim, ou para início de conversa, cabe destacar que esse estudo se propõe a apresentar ferramentas e práticas cuja mera existência é um comentário relevante sobre os modos de ser em nosso tempo, uma vez que

“é fácil fazer corresponder a cada sociedade certos tipos de máquina, não porque as máquinas sejam determinantes, mas porque elas exprimem as formas sociais capazes de lhes darem nascimento e utilizá-las” (Deleuze, 1992; 223).