

Revista Mídia e Cotidiano
Artigo Seção Livre
Volume 13, Número 1, Abril de 2019
Submetido em: 23/08/2017
Aprovado em: 08/02/2019

SELFIES EM MEMORIAIS: UMA ANÁLISE DO LUTO NA ERA DOS SMARTPHONES

SELFIES IN MEMORIALS: AN ANALYSIS OF MOURNING IN THE AGE OF SMARTPHONES

Thiago COSTA¹, Maria Teresa Ferreira BASTOS²

Resumo

Este artigo busca, por meio das *selfies* - retiradas do aplicativo Instagram com o auxílio da hashtag #Holocaustmonument - clicadas no Memorial do Holocausto (*Holocaust-Mahnmal*), analisar como as pessoas estão se relacionando com os espaços de luto e silêncio dentro do contexto de uso dos smartphones e de suas câmeras. O objetivo é fazer uma breve contextualização da *selfie* e sua historiografia dentro da História da Fotografia e do Retrato e mostrar como as *selfies* geram um novo paradigma de experimentação de espaços de luto e silêncio. O uso das *selfies* em memoriais traz uma nova forma de presentificação do sujeito no contemporâneo, colocando em questão os significados que o passado dos memoriais pode evocar dentro de um contexto de produção de memorialização na contemporaneidade. Além disso, *selfies* ajudam a localizar como o ocidente tem pensado o luto e o comportamento esperado em locais específicos.

Palavras-chave: fotografia; *selfie*; memorialização; memorial; holocausto.

Abstract

This article searches through selfies - extracts from the Instagram app with the help of the hashtag #Holocaustmonument - clicked on the Holocaust Memorial (Holocaust-Mahnmal) analyze how people are relating to the spaces of mourning and silence within the context of the use of smartphones and their cameras. The objective is to make a brief contextualization of selfie and its historiography within the History of Photography and Portrait and show how the selfies create a new paradigm of experimentation of spaces of mourning and silence. The use of selfies in memorials brings a new way of presentifying the subject in the contemporary, calling into question the meanings that the past of the memorials can evoke within a context of the production of memorialization in Contemporaneity. In addition, selfies help locate how the West has thought about mourning and expected behavior in specific locations.

Keywords: *photography; selfie; memorialization; memorial; holocaust.*

¹ Mestre em Artes da Cena pelo PPGAC-ECO/UFRJ, bacharel em Psicologia pelo IP/UFRJ e em Comunicação Social – Radialismo pela ECO/UFRJ. E-mail: thiagoletth@gmail.com.

² Doutora em Letras pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Professora Adjunta da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: teresa.bastos@eco.ufrj.br

Introdução

A prática fotográfica tem permitido, desde seu advento, criar *mementos* que tenham algum valor sentimental na vida do sujeito. Em viagens, por exemplo, ela atesta que o viajante esteve presente em dado local. Atualmente, podemos contar inúmeros locais que atraem milhões de turistas pelo mundo, seja por ser um local isolado, uma metrópole global, um museu ou, até mesmo, algum tipo de memorial de certo acontecimento traumático.

Nesse último caso, encontra-se um fenômeno peculiar, chamado de turismo sombrio (*dark tourism*), apontado por A. V. Seaton (1996) como uma forma de prática voltada para o luto, permitindo um certo consumo de trauma oriundo de certo evento traumático. Dentre os diversos potenciais para o turismo sombrio, destaco o Memorial do Holocausto (*Holocaust-Mahnmal*), também conhecido como Memorial aos Judeus Mortos da Europa (*Denkmal für die ermordeten Juden Europas*), devido sua relevância global e por proporcionar diversas polêmicas imagéticas que serão abordadas no decorrer desta pesquisa.

Estruturas para rememorar o Holocausto acabaram se tornando uma empreitada museológica de seu evento oriundo, “na medida em que a geração que o tinha vivenciado e testemunhado foi desaparecendo, e visto que as gerações mais novas só conhecem ‘o Holocausto’ em segunda ou terceira mão, por meio de imagens, filmes e documentos” (HUYSSSEN, 2014, p. 135). No caso do *Holocaust-Mahnmal*, podemos encontrar diversos turistas, em sua maioria jovens, tirando retratos ou *selfies* com seus *smartphones* dentre os blocos de concreto. Isto provoca uma ritualização de novos processos de memória, o se autorrepresentar sobre a latência memorial do espaço. Tal fenômeno proporciona um “tipo de esquecimento, nessa nova cultura ritualizada da memória” (HUYSSSEN, 2014, p. 135).

Esta nova ritualização de memória ganha ainda mais força se pensarmos no desgaste visual que um memorial pode ter dentro de um centro urbano. Tal situação se torna mais evidente na indicação que o escritor Robert Musil (*apud* HUYSSSEN, 2014, p.140) faz ao apontar que “nada é tão invisível no meio urbano quanto um monumento”,

mostrando o quão difícil é “manter viva a lembrança e visível o passado na trama urbana” (HUYSSSEN, 2014, p. 141).

Dessa forma, essa invisibilidade pode ser elucidada dentro do contexto da prática das *selfies* – uma nova forma de autorretrato tirado a partir de *smartphones* – contendo poses e feições que vão contra o que se é esperado em um local de luto, rememoração e silêncio. Tal prática fotográfica faz com que esses tipos de memoriais percam

[...] seu significado relacionado a um genocídio - além de tortura e outras atrocidades - e passam a ser somente um cenário para a pose das fotos, indexação geográfica dos participantes, e descolamento do seu significado enquanto memorial e aproximação da imagem para como somente a percepção primária de algum tipo de significado que elas (ou eles, no caso de lugares) possam ter (DIENER, 2013, p. 2).

As *selfies* no Memorial do Holocausto também viraram uma intervenção artística através do projeto *Yolocaust*³, do israelense Shahak Shapira. Nesse trabalho, o artista, por meio de manipulação digital, junta os autorretratos e *selfies* com imagens do holocausto no fundo, mostrando o potencial polêmico dos registros turísticos. Seguindo as trilhas dessa polêmica, consegui selecionar *selfies* postadas no aplicativo (*app*) e rede social Instagram, através da localização⁴ “Memorial aos Judeus Mortos da Europa” e “Holocaustmonument”. A escolha desses termos ocorreu devido a língua portuguesa pátria do autor desta pesquisa e o idioma inglês ser uma língua universal nas redes sociais. Com as *selfies* selecionadas, são discutidos os significados implicados que circundam os registros dentro da perspectiva do turismo sombrio e a problemática dos comportamentos que são aceitáveis em ambientes que são entendidos como memoriais.

Presentificando o sujeito através de *selfies*

Enquanto a fotografia nos mostra que alguém foi a uma viagem, a *selfie* atesta que o sujeito esteve de fato na viagem, reforçando a autoria dos registros. *A priori*, turismo é uma atividade de lazer, desta forma, o sujeito se encontra em um contexto de descontração, independentemente do local que esteja. Dessa forma, há um distanciamento

³ O nome do projeto é a combinação de dois termos: o acrônimo YOLO (*You Only Live Once*) e Caust de *Holocaust* (Holocausto).

⁴ Dentro do aplicativo há uma ferramenta de busca interna em que é possível buscar usuários, *tags* (*hashtags*) e locais.

da memória impregnada no local, visto o imediatismo da presença de quem se autorregistra através da câmera de um celular.

Selfies são uma nova forma de se autorregistrar, passíveis de serem localizadas no tempo com o auxílio do advento de novas tecnologias. Desse modo, toda *selfie* é um autorretrato, entretanto, o inverso é inverídico. Essa contestação é importante para evitar certos erros conceituais, como os que surgem nas mídias, como a venda de uma *selfie* realizada pelo artista norte-americano Andy Warhol ou que, o também norte-americano, o fotógrafo Robert Cornelius foi o inventor da prática da *selfie*⁵.

A pesquisadora Alise Tifentale (2016, p. 75, tradução do autor) destaca que, para ser uma *selfie*, o sujeito deve “tirar uma imagem fotográfica de si mesmo, usar a câmera de um smartphone e compartilhar esta imagem em alguma rede de mídia social”. Além disso, esse tipo de registro começou a se expandir na sociedade com o surgimento do *smartphone* iPhone 4, da fabricante Apple, em 2010. Diferente dos outros celulares/*smartphones*, esse aparelho foi o primeiro a ter uma câmera frontal para a realização de vídeo-chamadas com outros usuários, mas também contribuiu para a propagação das *selfies*. Tal aparelho possuía o que pode ser chamado de “câmera em rede” (*networked câmera*), como indica Tifentale (2016), sendo um dos fatores determinantes da conceituação de *selfie*. Uma câmera em rede é uma forma de aparelho híbrido, que possui

[...] um realizador de imagem, compartilhador de imagem e visualizador de imagem [...] cujos recursos necessários incluem hardware, como um smartphone fácil de usar com uma câmera embutida, a disponibilidade de uma conexão de internet sem fio, a existência de plataformas de compartilhamento de imagens on-line e o software correspondente, a “mão invisível” que conduz os dispositivos e plataformas de serviço (TIFENTALE, 2016, p. 75, tradução do autor).

O aparelho à mão facilita os registros fotográficos em relação aos seus antecessores, causando maior visibilidade ao retratado dentro de um sistema que pode ser

⁵ *Selfies* são um fenômeno decorrente do uso dos *smartphones*, desse modo, esses artistas não poderiam se relacionar com elas, pois morreram antes de seu surgimento. Podemos ver os exemplos desses erros comuns nos seguintes textos: Andy Warhol's 'first selfie' expected to fetch £7m at Sotherby's auction (disponível em: <<https://ind.pn/2YW5Ypd>>) e The first ever selfie, taken in 1839 - a picture from the past (disponível em: <<http://bit.ly/2FSvlQa>>). Acesso em: 28 abr. 2018.

chamado de “Sinóptico” (MATHIESEN, 1997) que se contrapõe ao panoptismo foucaultiano. Esse sistema se forma das junções do termo “sin” que é oriundo do grego “*sún*”, exprimindo noção de ajuntamento ou simultaneidade; e de “óptico”, relacionado à visão. Segundo Mathiesen (1997, p. 219, tradução do autor), este novo sistema é o “*oposto* da situação em que os poucos veem muitos. Em um sentido duplo e significativo da palavra, vivemos em uma *sociedade de espectadores*”.

Essa sociedade de espectadores ganha mais força dentro do campo da *web 2.0*, onde as pessoas produzem e consomem suas próprias postagens na internet. O conteúdo atrelado à *selfie* serve como certificado de presença, uma vez que substitui a certificação de um acontecimento em si. A partir disto, “o documento se vê relegado em prol da inscrição autobiográfica. Inscrição dupla: no espaço e no tempo, ou seja, na paisagem e na história. Não queremos mostrar o mundo tanto quanto indicar nosso estar no mundo” (FONTCUBERTA, 2016, s.n.).

Ao mostrar-se no mundo por meio da fotografia, o sujeito empodera a si mesmo porque, nas palavras de Susan Sontag (1981, p. 4), esse ato é um “envolver-se numa certa relação com o mundo que se assemelha com o conhecimento - e por conseguinte com o poder”. *Selfies* em viagens funcionam também como uma fuga ao ócio e ao desconhecido. Dentro da prática turística, o uso de câmeras fotográficas não é novidade, pois a “fotografia será a prova incontestável de que o turista fez a viagem, cumpriu o programa e se divertiu. A fotografia documenta seqüências de consumo efetuadas longe da família, dos amigos ou dos vizinhos” (SONTAG, 1981, p. 9).

Dessa forma, quando viajamos, não é raro vermos pessoas documentando suas experiências, uma vez que “ter uma experiência torna-se sinônimo de fotografá-la [...]. O mais racional dos estetas do século XIX, Mallarmé afirmava que tudo que existe no mundo existe para terminar num livro. Hoje em dia, tudo que existe, existe para terminar numa fotografia” (SONTAG, 1981, p. 24). Uma vez que toda experiência existe para se tornar fotografia/*selfie*, ela se torna uma forma de comunicação intra e extra redes sociais. Uma *selfie* pode ser entendida enquanto signo de que o sujeito entende ser o seu *self*, criando uma persona, uma máscara que o sujeito usa e que esconde seu *self*, criando um tipo de persona. Segundo Jung (2002, p. 128), “exagerando um pouco, poderíamos até

dizer que a persona é o que não se é realmente, mas sim aquilo que os outros e a própria pessoa acham que se é. Em todo caso a tentação de ser o que se aparenta é grande, porque a persona frequentemente recebe seu pagamento à vista”.

Para encontrar os materiais que fornecessem a presença dos sujeitos no ato fotográfico das *selfies*, foi escolhida a rede social Instagram – *app* que conta com mais de 800 milhões de usuários pelo mundo e cerca de 95 milhões de postagens por dia⁶ – no período entre 28 de abril de 2018 até a primeira fotografia localizável. Logo, o Instagram se torna um dos meios de análise mais relevantes para análise de fotografias digitais na internet. As fotografias analisadas são *selfies*, ou seja, possuem o rosto do fotografado – algo que gera 38% a mais de curtidas em relação a outros tipos de registro⁷ – e foram encontradas por meio da ferramenta de localização presente no *app* – imagens que destacam sua geolocalização proporcionam 79% mais engajamento do que outras postagens⁸. Além disso, é notável que muitas das postagens sejam feitas por jovens; estudos iniciais em *selfie*, como o Selfiecity⁹, revelam que esse tipo de registro é um fenômeno que se concentra mais em usuários entre 20 e 30 anos – algo congruente e complementar em relação ao fato de que aproximadamente 60% dos usuários do Instagram têm idade variante entre 18 e 29 anos¹⁰.

Em um dos exemplos (FIG. 1), temos a postagem de uma moça que realizou, em abril de 2018, uma sequência de *selfies* com uma amiga, alternando suas posições dentro da pose. Ambas se mostram contentes entre os blocos de concreto, recebendo até elogios pelo registro de um possível seguidor.

⁶ Ano de referência do ano de 2017. Disponível em: <<https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>>. Acesso: em 28 de abril de 2018.

⁷ Disponível em: <<https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>>. Acesso: em 28 de abril de 2018.

⁸ Ano de referência de 2014. Disponível em:

<<http://get.simplymeasured.com/rs/simplymeasured2/images/InstagramStudy2014Q3.pdf>>. Acesso: em 28 de abril de 2018.

⁹ Disponível em: <selfiecity.net>. Acesso: em 28 de abril de 2018.

¹⁰ Disponível em: <<https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/#instagram>>. Acesso: em 28 de abril de 2018.

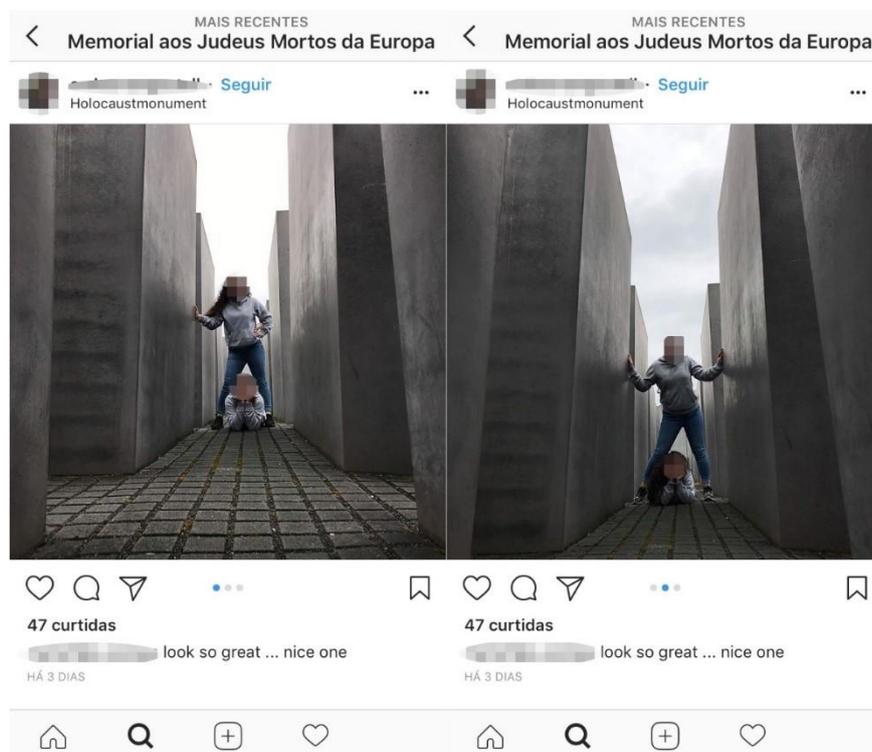


Figura 1 – Postagem composta de usuário do Instagram
Fonte: Reprodução, abril de 2018.

Em outro exemplo (FIG. 2), podemos ver dois casais heterossexuais expressando afeto através de beijos na boca e na bochecha. Casais podem fazer isso para expressarem seu amor nas redes sociais e também como um artifício de pose para fugir do estranhamento do que mostrar e do desconforto de se autorregistrar em um lugar público e/ou desconhecido. Esse desconforto não é algo originário das *selfies*, visto que Sontag (1981) já indicava que isso era algo comum à prática turística, pois o “próprio ato de fotografar é reconfortante e alivia a sensação de desorientação que as viagens provavelmente exacerbam” (SONTAG, 1981, p.10).

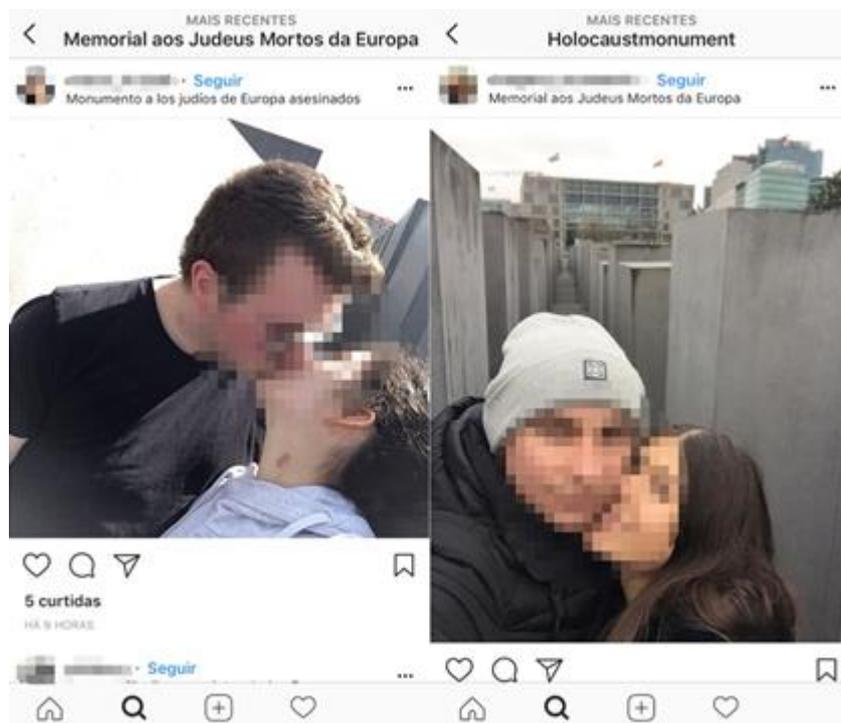


Figura 2: Postagem de usuários distintos do Instagram beijando seus parceiros

Fonte: Reprodução, abril de 2018.

Outro usuário posta uma *selfie* com amigos dentre os blocos (FIG. 3), entretanto, em sua legenda escreve algo como “Proibido tirar fotos e foi a primeira coisa que fiz”. Um tipo de registro que vai contra as regras do local. *Selfies* podem funcionar como um signo de resistência às normas estabelecidas e ao postá-las na rede social, ganha-se um status de revolucionário e, assim, surgem comentários como “Ui, que malvado”.



Figura 3 – Postagem de usuário em uma selfie com amigos após saber que era proibido fotografar

Fonte: Reprodução, abril de 2018.

Dessa forma podemos notar que existe um certo tabu de se autorretratar no Memorial do Holocausto com poses e feições descontraídas. Tendo isso em vista, Shapira, se apropriou de algumas postagens realizadas e, dessa forma, surge o Yoloocaust, uma sobreposição dessas fotografias com imagens de lugares relacionados ao holocausto durante o período que este estava acontecendo como é possível ver nas figuras 4 e 5.



Figura 4 – Composição da série Yolocaust de Shahak Shapira, 2017
Fonte: Reprodução de Edição do Petapixel.



Figura 1 – Composição da série Yolocaust de Shahak Shapira, 2017
Fonte: Reprodução de Edição do Petapixel.

Segundo a reportagem realizada por Hartley-Parkinson (2017), Shapira usa suas imagens a fim de ligar o Memorial aos Judeus Mortos da Europa a outros lugares fora de Berlim que tinham relação com os campos de concentração para criar um contraste entre o comportamento dos turistas e os signos que representam o Memorial do Holocausto. O

espaço, segundo o artista, recebe cerca de “10000 pessoas [...] todos os dias. Muitas delas tiram fotografias bobas, pulam, andam de *skate* ou bicicleta nas 2711 placas de concreto da grande estrutura de 19.000 m²” (SHAPIRA *apud* HARTLEY-PARKINSON, 2017, s.p., tradução do autor).

Shapira ainda argumenta que “nenhum evento histórico se compara ao Holocausto. Cabe a você como se comportar em um memorial que marca a morte de 6 milhões de pessoas” (SHAPIRA *apud* EURONEWS, 2017, s.p., tradução do autor). O site criado para hospedar o projeto (<https://yolocaust.de/>), atualmente, se encontra somente com um texto explicando as impressões do artista sobre sua obra e alguns comentários que este considerou interessante, de pessoas que tiveram seus registros usados e de outros usuários de redes sociais. O domínio já não contém mais registros fotográficos, porque Shapira se propôs a removê-los caso seus autores “repentinamente se arrependessem de os terem postados na internet” (SHAPIRA *apud* EURONEWS, 2017, s.p., tradução do autor).

Durante a busca por imagens a serem analisadas, foram encontradas duas *selfies* (FIG. 6) que continham comentários com links da matéria realizada pelo jornalista Richard Hartley-Parkinson¹¹, indicando que as postagens eram um desrespeito ao Memorial. Um usuário chega a comentar “#yolocaust que vergonha”.

¹¹ A mesma matéria utilizada nas referências bibliográficas desta pesquisa.

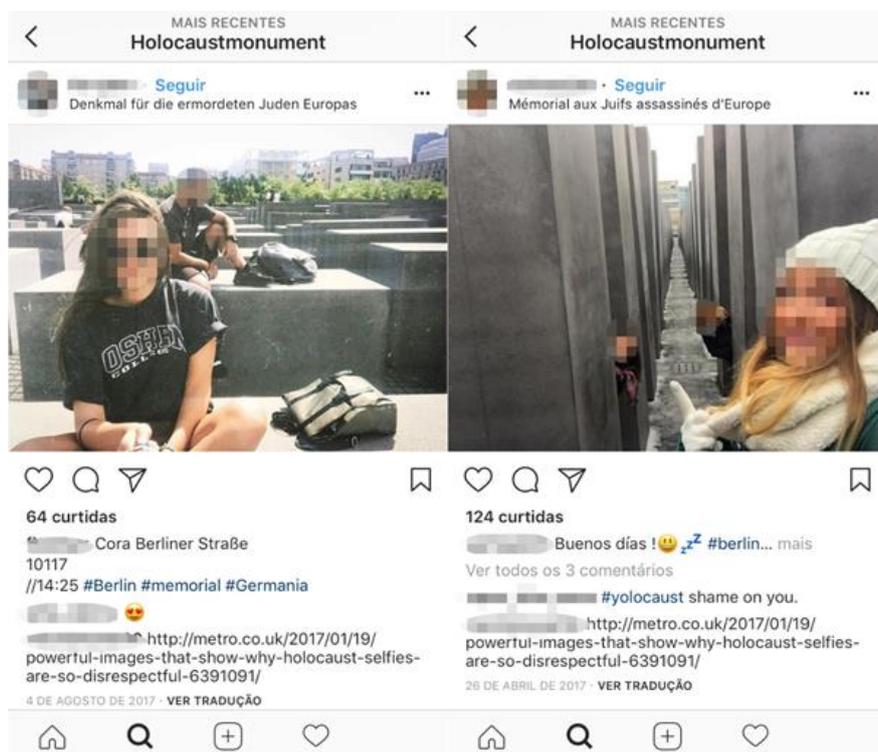


Figura 2 – Postagem de usuários no Memorial do Holocausto recebendo comentários sobre o Yoloocaust.

Fonte: Reprodução, abril de 2018.

Tanto as postagens como o Yoloocaust, trazem à tona o problema de comportamento esperado em lugares específicos em uma época em que *smartphones* e redes sociais influenciam bastante as atividades do sujeito. Grande parte das *selfies* vistas durante a pesquisa se encaixam no que eu chamo de “selfies de contexto” (COSTA, 2016), um tipo de registro que procura destacar explicitamente o local em que se encontra para reforçar sua presença nele. Essas *selfies* são

[...] feitas pelas pessoas que se integram à paisagem quando viajam ou estão num local que sentem afeição ou é inédito para a experiência do sujeito. [...] o ângulo do sujeito é registrado em detrimento da paisagem quando usam seus braços. Para haver uma maior profundidade de campo, é possível que o sujeito use o pau-de-selfie, timer da câmera [...] fone [de ouvido] com controle que pode disparar [a] câmera [...] (COSTA, 2016, p. 46, grifos do autor).

Portanto, em primeira instância, possivelmente não há uma pretensão de desrespeitar um dado espaço, uma vez que o sujeito está mais imerso em sua experiência inédita e subjetiva do que algo que pode ser evocado *a priori* pelo espaço em que se encontra. Todavia, mesmo não havendo uma intenção de desrespeito, a sociedade espera uma certa postura dos visitantes de memoriais, principalmente depois de seus surgimentos após o Holocausto e que podem ter relações com outros tipos de eventos como Pearl Harbor ou World Trade Center¹².

A problemática das poses em memoriais

De acordo com as palavras de Huyssen (2014, p. 143), o *Mahnmal* “tem a ver com o reconhecimento da história alemã perante o mundo, aliado a um compromisso nacional com a memória popular”. Assim, o peso histórico do lugar tem grande relevância em contextos macro e micropolíticos por seus códigos significativos com o passado

Alguns turistas alegam que o memorial se assemelha bastante a um cemitério, entretanto, contestado sobre esta afirmação, o arquiteto da construção, Peter Eisenman, discorda dela ao dizer:

Se uma pessoa diz que se parece como um cemitério e no dia seguinte diz que parece como uma cidade arruinada e então alguém diz que parece que veio de Marte – todo mundo precisa fazer parecer com algo que conheçam. Havia uma foto aérea no jornal no sábado – uma linda foto. Eu nunca vi um cemitério que se parecesse como aquilo. E quando você adentra, certamente não parece um. Mas, se as pessoas veem como um cemitério, você não pode pará-las. Está tudo bem (EISENMAN *apud* SPIEGEL ONLINE, 2005, s.p., tradução do autor).

Essas suas motivações para a construção do memorial motivam os visitantes a terem uma experiência inédita enquanto se situassem no presente, uma que deveria ser inquietante devido a sua falta de informação, uma vez que o “mundo é muito cheio de informação e aqui é um lugar sem informação. Isso é o que eu queria” (EISENMAN *apud* SPIEGEL ONLINE, 2005, s.p., tradução do autor). O arquiteto não se propôs a criar o

¹² Ambos os incidentes resultaram em memórias, respectivamente, Memorial do USS Arizona e Marco Zero.

Mahnmal para os judeus, mas para os alemães de maneira geral – algo que eles pudessem colocar no meio da cidade de Berlim e se lembrassem, possivelmente, do passado.

Nesse aspecto da intencionalidade do memorial, a pesquisadora Kate Douglas (2017) cita E. Ann Kaplan (2005) questionando para quem o memorial era direcionado, se era para os vivos que refletem sobre o ocorrido ou se poderia ser pensado enquanto “uma ferramenta pedagógica, fornecendo conhecimento sobre a experiência da tragédia para as gerações seguintes, na esperança de prevenir futuras ocorrências de violência e ódio?” (KAPLAN, 2005 *apud* DOUGLAS, 2017, p.1, tradução do autor).

Entretanto, esta rememoração do passado pode não estar relacionada a um sentimento de culpa. Algo que ocorre devido ao antissemitismo que não é algo inerente ao povo alemão, uma vez que é visto em diferentes países do mundo, “claramente, o antissemitismo na Alemanha nos anos 1930 foi extrapolado e foi claramente um momento terrível na história. Mas por quanto tempo alguém se sente culpado? Podemos superar isso?” (EISENMAN *apud* SPIEGEL ONLINE, 2005, s.p., tradução do autor).

Denkmal für die ermordeten Juden Europas acaba não só atraindo os habitantes da Alemanha, mas muitas outras pessoas de diversas partes do mundo, devido ao seu signo histórico ou por mera curiosidade arquitetônica. Aqueles que já estão cientes de seu significado, encaixam-se no que é chamado de “turismo sombrio” (SEATON, 1996). Trata-se de uma prática da qual há dois tipos de turismo relacionados à morte: o thanatorismo (*thanatourism*) e o turismo sombrio (*dark tourism*). Enquanto o primeiro se refere a espaços de mortes violentas e desastres como as Catacumbas de Paris, Chernobyl ou Centro memorável do genocídio de Murambi¹³, o segundo se refere a algo mais abrangente, sendo um simples memorial em um local onde pode não ter acontecido a tragédia. O turismo sombrio se define como “viajar para um local, total ou parcialmente, motivado pelo desejo de encontros reais ou simbólicos com a morte, particularmente, mas não exclusivamente, morte violenta” (SEATON, 1996, p. 15, tradução do autor).

Ademais, o turismo sombrio ainda pode ser subdividido em cinco modalidades descritas por Seaton (1996): como viajar a um local trágico notório e ver com “seus próprios olhos” o que foi visto através da televisão; ir à lugares famosos onde ocorrem

¹³ Memorial referente ao genocídio de Ruanda ocorrido em 1994.

assassinatos, sendo genocídios ou morte de celebridade; direcionar-se para locais que funcionam como cemitérios, memoriais de pessoas não-famosas; viajar para locais que contenham restos mortais ou formas simbólicas em espaços desconexos como, por exemplo, museus voltados a uma tragédia; e ir para espaços onde se possa assistir reencenações de morte.

Dentre essas modalidades, poderíamos localizar o Memorial do Holocausto no terceiro grupo, visto que muitos dos mortos não eram famosos e a estrutura não está localizada de fato no lugar onde ocorreram as mortes como em Auschwitz, na Polônia. Com o turismo sombrio é comum ter uma fetichização do *souvenir* de viagem que, na era das redes sociais, pode ser traduzido como uma simples *selfie* para atestar a presentificação do turista no local viajado. Essa situação promove uma divisão daqueles que tiram *selfie* enquanto *souvenir* e os que simplesmente se autorregistram por lazer.

Em ambos os casos, há uma ruptura do sentimento/comportamento esperado nestes locais de luto e reflexão, pois mesmo que “as fotografias sejam registros do passado, seu uso público no mundo moderno [...] não reúne o passado com o presente. Em seus usos públicos, a fotografia está de acordo com as necessidades do capitalismo para negar sensibilidade, negar o passado [em prol do agora]” (DOWNING, 1991, p.25 *apud* DIENER, 2013, p. 15, grifos do autor, tradução do autor).

No luto, enquanto experiência ocidental, preza-se pelo silêncio, um momento de introspecção no qual o sujeito reflete acerca do passado e do porvir, no qual espera-se

[...] que os visitantes respeitem as regras dos espaços [...]; que os visitantes respeitem os direitos dos outros presentes; e que todos os presentes respeitem os códigos comportamentais descritos no local. Esses códigos têm sido cruciais para garantir a proteção física dos locais, a manutenção dos padrões de saúde e segurança ocupacional e as experiências positivas dos visitantes. Mas essas práticas culturais também indicam um conjunto de tradições culturais fortes e entrincheiradas em torno do testemunho silencioso e restrições específicas em torno da fotografia [...] (DOUGLAS, 2017, p. 5, tradução do autor).

Tal pesar sobre o trauma pode ser estranhado por outras culturas que ressignificam o luto como Andy Warhol, artista norte-americano que narrou em uma visita à ilha de Bali, nos anos 1950, presenciando um rito fúnebre: “Eu estava andando em Bali e vi um

monte de pessoas em uma clareira tendo uma festa porque alguém que eles realmente gostavam tinha acabado de morrer. E percebi que tudo era exatamente como você decidiu pensar sobre isso” (ANDY WARHOL, 2006. 54 min, 36 s, tradução do autor).

A forma estabelecida sobre se portar em memoriais, principalmente após a frenética construção destes, promoveu um culto ao passado que se espera ser padronizado uma vez que a “cultura contemporânea [é] obcecada [...] pela memória e o trauma” (HUYSSSEN, 2014, p. 155, grifos do autor). Em diversos locais, dentro do contexto dessa obsessão, cada vez mais países estão refletindo sobre seus traumas obscuros que tentam ficar reprimidos.

Para alguns, essa obsessão recente com a memória marca uma necessidade crescente de historicidade num mundo de obsolescência planejada, bem como no presente em eterna expansão da cultura de consumo. [...] a própria memória pode tornar-se uma mercadoria a ser colocada em circulação por uma indústria voraz da cultura, sempre em busca de novos floreios (HUYSSSEN, 2006, p. 139).

Selfies nesse âmbito podem refletir sobre novas formas de se portar em diversos locais, ainda mais com o uso cada vez mais presente do *smartphone* na experiência contemporânea. Não são raros os casos em que surgem pautas na mídia estranhando a presença de *smartphones* registrando shows, performances, jogos de futebol ou eventos com celebridades. Muitas pessoas irão se incomodar e achar desrespeitoso com o evento/local, principalmente em memoriais, criando um deslocamento de seu significado para ser um simples fundo em uma *selfie*, em um momento no qual “a hierarquia dos significados se desmorona, qualquer representação cria sentido, incluindo (e sobre tudo) o sem sentido” (LIPOVETSKY, 1994, p. 103 *apud* DIENER, 2013, p. 2, tradução do autor).

Todavia, as *selfies*, assim como outras formas de fotografia são uma prática do turismo e estão intrínsecas na sua essência. Marita Sturken (2007, p.12, tradução do autor) define turismo como “atividade de tirar as coisas do lugar que visitamos, não apenas fotografias, mas também mercadorias como curiosidades, lembranças e artefatos”. Assim, como o próprio verbo do ato fotográfico – *tirar* uma fotografia –, a *selfie* descola um

momento temporal de presentificação do sujeito, tornando-se um *souvenir* a ser compartilhado nas redes sociais.

Considerações finais

Selfies se mostram como sintomas de mudança de paradigma no que tange ao comportamento das pessoas em lugares específicos no contemporâneo. Muitas vezes entendidas como uma falta de respeito com as normas estabelecidas, elas se mostram como

[...] novos modos de testemunhar [e] revelam as contradições e ambivalências culturais que impulsionam a lembrança e suas complexidades. Elas oferecem potencial sedutor para engajamento cultural e autorrepresentação para seus usuários e atendem ou promovem impulsos e desejos específicos (DOUGLAS, 2017, p. 4, grifos do autor, tradução do autor).

As contradições trazidas pelas *selfies* promovem julgamentos, mas acabam também funcionando como ferramentas promocionais de locais de visitação, uma vez que a “fotografia amadora e o compartilhamento de fotos podem funcionar como uma ferramenta promocional para lugares memoriais, um meio de divulgação boca-a-boca, à medida que os visitantes escrevem sobre suas experiências e compartilham fotos em sites” (DOUGLAS, 2017, p. 6, tradução do autor). Mesmo nesta via de mão dupla, onde se julga e se utiliza das *selfies*, seus criadores promovem um grande tabu em como se representam, como podemos notar analisando o objeto de estudo desta pesquisa nas redes sociais, como o *app* Instagram. É comum o sorriso, caretas, posições de yoga, o uso de pau-de-*selfie* (*Selfie stick*) e, dependendo do local, até meios de transporte como *skates*, bicicletas ou patins.

As contradições das *selfies* não são as únicas nesse cenário, visto que memorializações do presente podem criar “fatos alternativos” e tensionar a relação entre memória e esquecimento. Embora o Memorial aos Judeus Mortos da Europa não esteja nesse contexto, sua criação influenciou diversos tipos de memoriais depois que cada país teve seu tipo de “holocausto” específico. De acordo com Huysen,

[...] a relação entre as práticas de memorialização e a realidade do esquecimento continua a ser um pomo da discórdia. O paradoxo e que

as próprias práticas comemorativas podem participar dos processos destemporalizantes do consumo instantâneo, da produção de lixo e do esquecimento, que marcam nossa cultura. O debate sobre o memorial do 11 de setembro talvez seja o melhor exemplo, até hoje, de como a memorialização e o esquecimento podem entrar numa aliança espúria, que tanto trai o passado quanto o presente (HUYSSSEN, 2014, p. 140).

Memoriais como o Marco Zero, mostram a complexidade sobre memorialização das pessoas mortas e de sua necessidade. Diferente, do Memorial do Holocausto, ele começou a ser pensado logo após o ataque às Torres Gêmeas do World Trade Center em Nova York. É sintomático de uma época em que nos localizamos vivendo “numa cultura memorial em que as histórias traumáticas e os discursos de todo tipo sobre vitimização ganharam manchetes na mídia e no debate popular, bem como nas práticas artísticas e na pesquisa acadêmica” (HUYSSSEN, 2014, p. 145).

Contudo, as *selfies* nos mostram a dificuldade de se pensar sobre a questão da memorialização – enquanto memorial e enquanto produção de memória (*data*). *Selfies* não passam mais por uma questão acerca do narcisismo, como apontam os primeiros estudos sobre elas. A relação com a câmera fotográfica mudou desde sua criação até os dias atuais, e mais fortemente nas últimas décadas. A fotografia já não é mais usada como forma de registrar o que passou, uma memória; e com as *selfies* vemos seu atravessamento enquanto experiência com a imagem em si.

A câmera integrada a um *smartphone* nos revela que a autorrepresentação fotográfica não passa pela necessidade de memória, mas por uma experiência com a imagem que não significa que ela será guardada ou vista de novo. Nos encontramos em um período em que ao passar por um acontecimento, presentificamo-lo com a imagem e não só a partir dela.

Referências

ANDY WARHOL: A Documentary. Direção: Ric Burns. PBS American Masters. Estados Unidos: PBS Home Video, 2006, arquivo digital, 4h.

COSTA, Thiago Rufino da. **A beleza em tempos de selfie**: retratos fotográficos e uma identidade criada. 2016. Dissertação (Graduação em Comunicação Social – Radialismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

DIENER, Patrick. **Lugar vazio.** O escoamento do sentido histórico em fotos relacionadas ao holocausto nazista compartilhadas pelo Instagram. In: Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Cibercultura, 7, 2013, Paraná. Artigo... Paraná, Universidade Tuiuti do Paraná, 2013.

DOUGLAS, Kate. **Youth, trauma and memorialization:** The selfie as witnessing. *Memory Studies*, v. 3, p. 1-16, 2017.

EURONEWS. **Yolocaust:** A satirist's challenge to Holocaust tourist behavior. Euronews online, 2017. In: <http://www.euronews.com/2017/01/19/yolocaust-a-satirist-s-challenge-to-holocaust-tourist-behaviour>. Acesso: 01 de abr. 2018.

FONTCUBERTA, Joan. **Dança sélfica.** XERXENESKY, Antônio (trad.). Revista ZUM online: Instituto Moreira Salles, 2017. In: <http://revistazum.com.br/revista-zum-11/danca-selfica/>. Acesso: 01 de jan. 2017.

HARTLEY-PARKINSON, Richard. **Powerful images that show why Holocaust Memorial selfies are so disrespectful.** Metro online, 2017. In: <http://metro.co.uk/2017/01/19/powerful-images-that-show-why-holocaust-selfies-are-so-disrespectful-6391091/>. Acesso: 01 de abr. 2018.

HUYSSSEN, Andreas. **Culturas do passado-presente.** Modernismos, artes visuais, políticas da memória. RIBEIRO, Vera (trad.). Rio de Janeiro: Contraponto: Museu de Arte do Rio, 2014.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo.** APPY, Maria Luiza;

SILVA, Dora Mariana R. Ferreira da (trad.). Petrópolis: Vozes, 2002.

SEATON, A. V. **Guided by the Dark:** From Thanatopsis to Thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, v. 2, n. 4, p. 234-244, 1996.

SPIEGEL. **How long does one feel guilty?** SPIEGEL interview with Holocaust Monument Architect Peter Eisenman. SPIEGEL online, 2005. In: <http://www.spiegel.de/international/spiegel-interview-with-holocaust-monument-architect-peter-eisenman-how-long-does-one-feel-guilty-a-355252.html>. Acesso: 01 de abr. 2018.

SONTAG, Susan. **Ensaio sobre a fotografia.** PAIVA, Joaquim (trad.). Rio de Janeiro: Arbor, 1981.

STURKEN, Marita. **Tourists of History.** Memory, Kitsch and Consumerism from Oklahoma City to Ground Zero. Durham: Duke University Press, 2007.

TIFENTALE, Alise. **Why every self-portrait is not a selfie, but every selfie is a photograph.** In: MIČULE, Santa. (Ed.). Riga Photography Biennial 2016 Publication. Rīga: Rīgas Fotogrāfijas biennale, 2016. p. 74-127.