

## A IMAGÉTICA CONTEMPORÂNEA E A PROJEÇÃO DO “EU”<sup>1</sup>

THE CONTEMPORARY IMAGERY AND THE PROJECTION OF THE "SELFIE"

Kaenia Santos Lopes de Paiva  
Mestra em Artes  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
kaeniapaiva@outlook.com

### RESUMO

Não faz muitos anos que os homens e mulheres praticavam o hábito da leitura diária, nas mais diversas fases de suas existências. Eram poucas as vezes em que se deparavam com uma imagem ilustrativa nos grossos exemplares que eram seus companheiros inseparáveis. Com o passar dos anos a quantidade de ilustrações aumentavam na mesma proporção em que os textos foram decrescendo; a ponto de, hoje, pouco nos interessarmos pelos textos em detrimento das imagens. Somos diariamente bombardeados por imagens, que nos chegam de todas as direções e dos mais distintos meios, com uma tal velocidade que se torna assombrosa. Essas informações visuais produzem algo em nós e, pela demanda desses elementos óticos, muitas vezes não somos capazes de processar essas sensações; gerando assim muitos problemas ligados a imagem e autoimagem. É preciso desenvolver a percepção do que essas imagens podem produzir em nós, como também a importância de uma alfabetização visual crítica.

**Palavras-chave:** Leitura. Leitura de imagens. Imagética. Contemporaneidade. Criticidade.

### ABSTRACT

It has not been a while since men and women practiced the habit of daily reading, in the most diverse phases of their lives. It was few times when they came across an illustrative image in the thick copies of books that were their inseparable companions. As the years went by, the number of illustrations increased in the same proportion as the texts were decreasing; so that we have little interest in the texts to the detriment of the images today. We are daily bombarded by images, which reach us from all directions and from the most different media, it is so fast that it becomes astonishing. This visual information produces something in us and, due to the demand of these optical elements, we are not often able to process these sensations; thus, generating a great deal of problems related to image and self-image. It is necessary to develop the perception of what these images can produce in us, as well as the importance of a critical visual literacy.

**Keywords:** Reading. Image Reading. Imagery. Contemporaneity. Criticity.

### NOSSOS HÁBITOS DE LEITURA

Em épocas pretéritas, fazíamos uso de diários íntimos onde registrávamos nossas memórias. Tal hábito se dava por vários motivos: a valorização da leitura/escrita, o hábito

---

<sup>1</sup> O presente texto é parte da dissertação de mestrado intitulada *Da imagética das redes sociais na atualidade à construção de um novo olhar-se entre estudantes do ensino fundamental*, do Programa ProfArtes-UFRN.

manual – de produzir algo com nossas próprias mãos –, a escassez da influência tecnológica em nosso cotidiano, entre outros.

Com o passar do tempo mudanças tecnológicas acabaram por influenciar uma transição sociocultural deste modelo. Diários íntimos deixaram de ser escritos à mão e seu suporte deixou de ser aquele singelo caderno – que muitas vezes era guardado a sete chaves por receio de que lhe fosse descoberto o conteúdo.

A criação de ciberespaços como *blogs* e *vlogs* logo tomou conta dessa prática de escrita pessoal, transportando-a para um novo suporte. Os diários antes íntimos, escritos e mantidos dentro de quartos, passaram a ter um cunho expositivo, éxtimo. Como afirma Sibilía (2016, p 19), “Nos meandros desse ciberespaço de escala global, foram germinando novas práticas de difícil qualificação, inscritas no então nascente âmbito da comunicação mediada por computador.”

Não demorou para que a escrita desse lugar à imagem e, mais rápido do que se imaginava, – característica comum da modernidade – as imagens inverteram seu papel de ilustração de texto e tornaram-se o “próprio texto” – aquilo que se quer comunicar. Passamos a projetar para o mundo nosso cotidiano, gostos, comportamentos, particularidades.

De fato, as mídias sociais convidam-nos a realizar esse projeto de maneira quase literal: publicando as nossas imagens fotográficas cotidianas como inúmeras pompeias mudas, uma série de instantâneos cuja loquacidade costuma se limitar a uma modesta epígrafe ou legenda, às vezes nem isso sequer. Uma coleção de restos fósseis – embora sempre recentes – de uma vida qualquer, como múmias de uma só dimensão: pura superfície que costuma calar sua espessura semântica. (SIBILIA, 2016, p.181)

Geramos um contexto de contemporaneidade que nos provoca uma corrida desenfreada em busca de visibilidade midiática. Esta se embasa em um consumismo desenfreado – que por sua vez se fundamenta no capitalismo –, não apenas de produtos, mas principalmente de imagens; imagens essas que transmitam a informação de que “a minha vida é incrível” e, portanto, sou merecedor de visibilidade e cobiça.

Tal concepção começou a despontar com a criação das redes sociais em 2004 – com o *Orkut*, seguido do *Facebook* – e cresceu exponencialmente em 2010 com a criação do *Instagram*, se solidificando ainda mais a partir da criação de apps e filtros que manipulam as imagens ofertadas.

Os filtros do Instagram surgiram como uma forma alegre e inofensiva de “se fantasiar”, com orelhas de cachorro ou de coelho, com bigodes de gato ou óculos divertidos; mas não

demorou muito para que estes se convertessem em efeitos que nos possibilitam modificar completamente nossos rostos, aumentando a boca, afinando o nariz, puxando os olhos e maquiando a pele. Deixando todos com a mesma e maravilhosa aparência. Tal manipulação não passa de uma simulação, contudo são amplamente utilizados pelos usuários. “A ideologia não corresponde senão a uma malversação da realidade”, como afirma Baudrillard (1981, p.39). Entretanto, acabamos por preferir a ideologia como forma de projetar aquilo que desejamos, do que aceitarmos a realidade. E ainda que cada usuário faça isso de modo diferente, os objetivos têm um denominador comum: a busca de aceitação por meio da construção de uma imagem ficcionada.

Por mais inofensivos que os filtros do Instagram possam parecer, eles transformaram a forma como enxergamos a nós mesmos a ponto de, nos dias de hoje, ser raro postar uma fotografia/selfie sem nenhum filtro ou edição, nos apontando para uma distorcida não aceitação da nossa autoimagem. Trocamos nossos significantes em busca de nos dar a possibilidade de um outro significado e o projetamos em nossa autoimagem. “Trata-se sempre de provar o real pelo imaginário”, como afirma Baudrillard (1981, p.28). Isso resulta de um desvirtuamento do sentido, simulamos uma nova orientação de significação. As pessoas olham para suas imagens metamorfoseadas nas telas e enxergam isso como um *upgrade* de si mesmos, comparando sua real aparência com a versão computadorizada – e nada humana – que os filtros oferecem. Sobre essa dinâmica contemporânea de manipulação e exposição imagética Llosa (2013, p.45) atesta: “Pois neste mundo é a forma que conta, e a serviço dela estão os conteúdos dos atos. Isso é frivolidade, maneira de entender o mundo, a vida, segundo a qual tudo é a aparência, ou seja, teatro, ou seja, brincadeira e diversão”.

Não incomum, pacientes procuram cirurgias plásticas munidos de imagens “filtradas” – postadas em suas redes sociais –, no ensejo de que o especialista consiga transformar tal imagem em realidade. A busca para que se projete em si o que se apresenta nas mídias é um desejo factual, o que nos leva a reconhecer que “a realidade da simulação é insuportável”, como nos lembra Baudrillard (1981, p.55); ela precisa se tornar concreta para que a imagética projetada nas mídias se torne tangível.

Buscamos essa prática – da manipulação de imagens – pelo desejo de que ela nos permita a visibilidade do olhar do outro, como se fosse esse olhar que aferisse legitimidade à existência. Um “eu” que se deseja aceito pelo outro, nesse mundo de baixa autoestima e alta “desvalorização”. Trazemos essa contemporaneidade no olhar – esse anódino objeto transicional

–, que infere a necessidade de sermos vistos, admirados, desejados, aceitos; uma carência neurótica promovida pela privação de uma auto lapidação. Promovemos uma escassez ao olharmos tão superficialmente para o outro e ainda assim seguimos desejosos de obtermos um olhar de legitimação. Contudo, é uma necessidade que, como afirma Llosa (2013, p.40), “Estão mais voltadas para a autopromoção e o exibicionismo do que para a defesa de algum princípio ou valor.” Sibilía (2016, p.151) fundamenta esta percepção:

Tendências exibicionistas e performáticas alimentam a procura de um efeito: o reconhecimento nos olhos alheios e, sobretudo, o cobiçado troféu de ser visto. Cada vez mais, é preciso aparecer para ser. Pois tudo aquilo que permanece oculto, fora do campo de visibilidade – seja dentro de si, trancado no lar ou no interior do quarto próprio –, corre o triste risco de não ser interceptado por olho algum.

Um nariz comum, uma boca comum, olhos comuns formam um rosto usual; um corpo modesto, é um ser simples. Contudo, “refletido” – devido ao app ou filtro – vê-se sublime, raro, notável, singular. Talvez o que seduz, o que fascina, seja no que o reflexo lhe faz acreditar ser. Assim temos vivido os nossos dias, correndo em busca de convencer ao outro – e muitas vezes a nós mesmos – de que somos dignos de visibilidade, que não somos comuns; para tanto nos propomos a um “acordo tácito de cavalheiros” – inexistente e mudo, embora concreto e real –, que me move a “curtir” suas fotografias, uma vez em que você “curtiu” as minhas: eu te dou visibilidade, uma vez em que você também me a permitiu. Como nos lembra Sibilía (2016, p.74) “Mais do que um conjunto de imagens, o espetáculo se transformou em nosso modo de vida e nossa visão de mundo.”

Entretanto, não nos damos conta de que somos todos iguais; pessoas simples, comuns, sem nada de “extra ordinário” e nos entregamos a essa prática – muitas vezes sem perceber – sem nos darmos conta do que esse processo causa em nós: negação, dor, sofrimento. Não nos aceitamos em nossa simplicidade e buscamos aferir à nossa existência um glamour; que não é real, que não passa de uma ilusão. Vivemos uma tentativa de preencher o nosso vazio existencial com “curtidas” que nos “promovam” a um patamar ilusório; contudo desejado e muitas vezes invejado. “Há uma convocação informal e espontânea aos usuários ou consumidores para que compartilhem voluntariamente suas invenções; algo que, na maioria dos casos, consiste em performar suas personalidades e encenar suas vidas na visibilidade das telas interconectadas” (SIBILIA, 2016, p.31).

Não precisa ser nenhum profissional para transformar uma fotografia comum – ou selfie – em uma imagem glamurosa: o ângulo certo, uma boa iluminação, sete ou oito comandos no *photoshop*, ou o uso de um, dentre as inúmeras possibilidades, de filtro e *voilà!* Você é um exímio merecedor de várias curtidas; você pode enfim “existir”. Essa prática de exposição desencadeia em nós uma necessidade incessante de sermos vistos e percebidos.

Temos buscado seguir padrões desde o surgimento do cinema. Tínhamos como meta as atrizes e atores, buscávamos reproduzir seus estilos, usando as mesmas roupas, as mesmas maquiagens e nos comportando com as mesmas posturas. “Há na sociedade moderna abundância de objectos de fantasia, pois as imagens realistas, da fotografia, do cinema e do ecrã da televisão oferecem substitutos que podem satisfazer os nossos desejos proibidos, tornando-os possíveis por essa via.” (SCRUTON, 2009, p. 98). Sentimos essa necessidade de projeção, uma vez em que somos fruto de uma sociedade que se desenvolveu em torno de exposições midiáticas desde o final do século XIX – em 1895, para ser mais exato –, momento em que surgiu o cinema.

A influência do cinema no comportamento social não foi instantânea, deu-se da consolidação e avanço deste. Quanto maior a produção de películas, mais a necessidade de atores e atrizes – protagonistas, antagonistas, secundários ou mesmo coadjuvantes –, e assim nascia o desejo de se ver projetado em tela – a princípio, na grande.

Com o passar dos anos podemos visualizar o avanço tecnológico tanto quanto os da medicina, e se antes buscávamos nos vestir e comportar como os atores, hoje podemos realmente nos parecermos com eles. As mudanças sociais padronizam um comportamento que busca a satisfação do *eu*, onde ansiamos desenfreadamente pela possibilidade não só de projeção, mas de uma projeção passível de admiração e cobiça. “Tudo numa sociedade de consumo é uma questão de escolha; exceto a compulsão da escolha” (BAUMAN, 2001, p. 87).

Esse fascínio suscitado pelo exibicionismo e pelo voyerismo encontra terreno fértil numa sociedade atomizada por individualismo com beiradas narcisistas, que precisa ver sua bela imagem refletida no olhar alheio para ser. E quanto maior for a quantidade de admiradores que nos aplaudem e curtem, melhor servirão para sustentar a tão cultuada autoestima. (SIBILIA, 2016, p. 342)

Embora atualmente a imagética produzida seja efêmera – uma vez em que esta não possui em si o desejo de comunicar algo, mas apenas certificar um prestígio nas redes sociais – a buscamos, pois sentimos a pungente necessidade da sensação de projeção de visibilidade. E

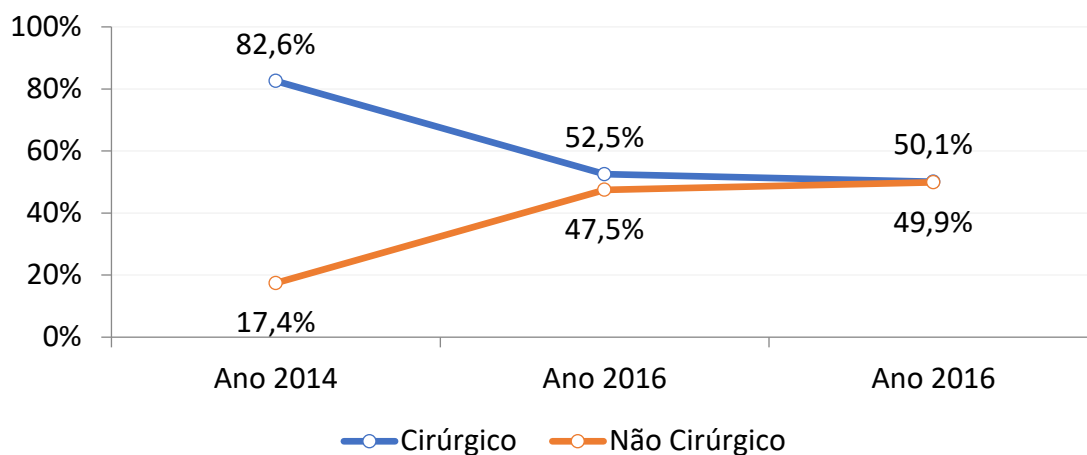
nos dias de hoje, se percebe como sensação “aquilo que magneticamente, atrai a percepção: o espetacular, o chamativo” Türckle (2010, p.9). Buscamos essa evidência midiática para nos sentirmos inseridos e aceitos no mundo, pois essa é a nova dinâmica social. Em apenas um ano, 1 bilhão de pessoas haviam usado filtros de transformação de rosto, as estatísticas são alarmantes. Cedendo à pressão – inclusive de profissionais da área de saúde –, os filtros que alteravam as feições dos usuários acabaram por ser banidos, não sem antes promover uma série de distúrbios de autoimagem.

A sociedade moderna se ara como nenhuma sociedade anterior. Seu Progresso tecnocientífico minou tudo aquilo que pareceu ser natural: relações estabelecidas de trabalho, de propriedade e patrimoniais, hábitos superados, rituais, fundamentações de crenças, ritmos e extensões de vida comuns, velocidade, formas de pensamento e de percepção. Nada é óbvio mais. Somente o inconstante se tornou constante: o estado de uma inquietude geral, de excitação, de efervescência. (TÜRCKLE, 2010, p. 9)

### **LENDO ESTATÍSTICAS – ASSUSTADORAS – E ALGUNS DE SEUS DESDOBRAMENTOS.**

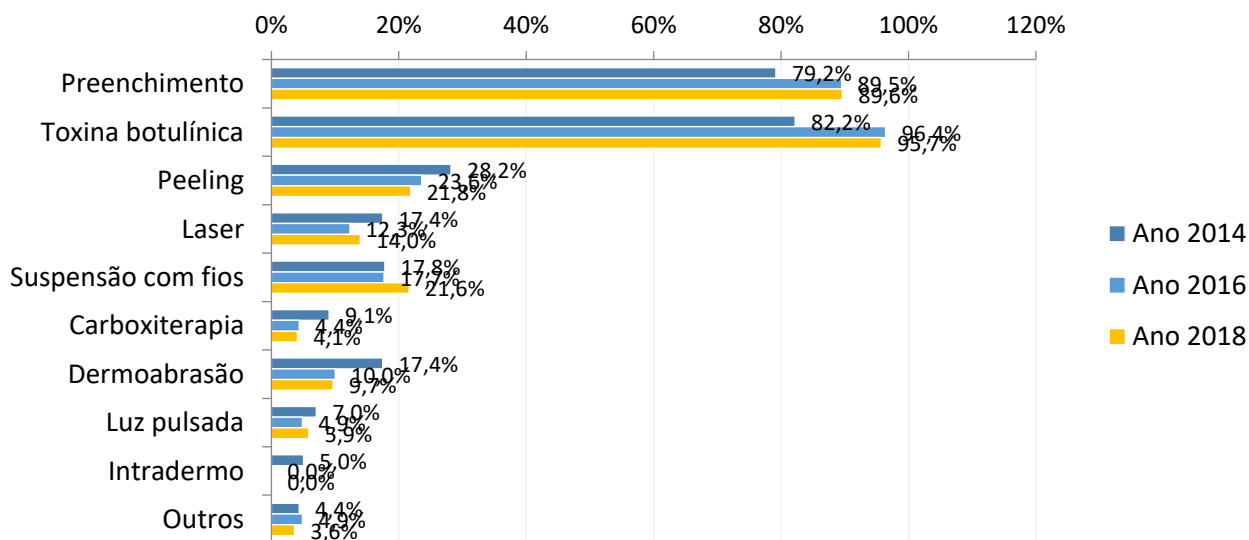
A constante busca pela imagem “perfeita” é um dos fatores que gera o aumento da procura de procedimentos estéticos não cirúrgicos, mas também move à procura de cirurgias plásticas que visam uma melhoria da estética corporal – dentre elas destacam-se o aumento das mamas, a lipoaspiração e a abdominoplastia –, embora saiba-se que uma boa parte de cirurgias plásticas são de cunho reparador – em geral por queimaduras, pós bariátrica, acidentes urbanos, entre outros –, não se pode negar que a grande e massiva procura se dá por questões estéticas.

### PROCEDIMENTOS CIRURGICOS 2014 A 2018



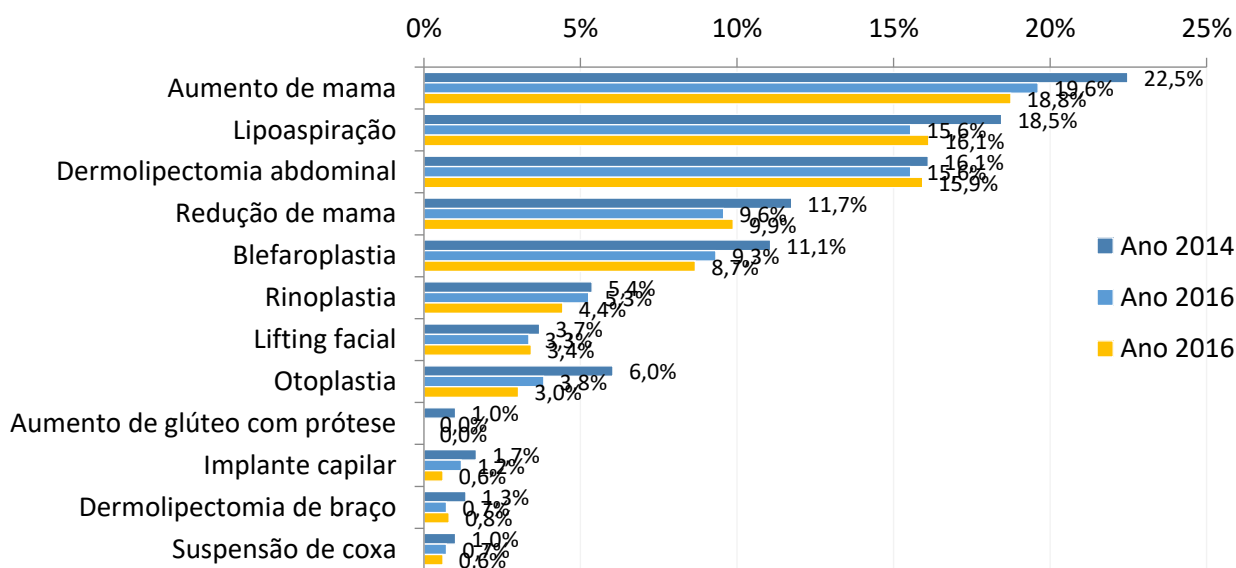
FONTE: Adans Estatística e Consultoria (www.adans.com.br)

### TIPOS DE PROCEDIMENTOS NÃO CIRÚRGICOS



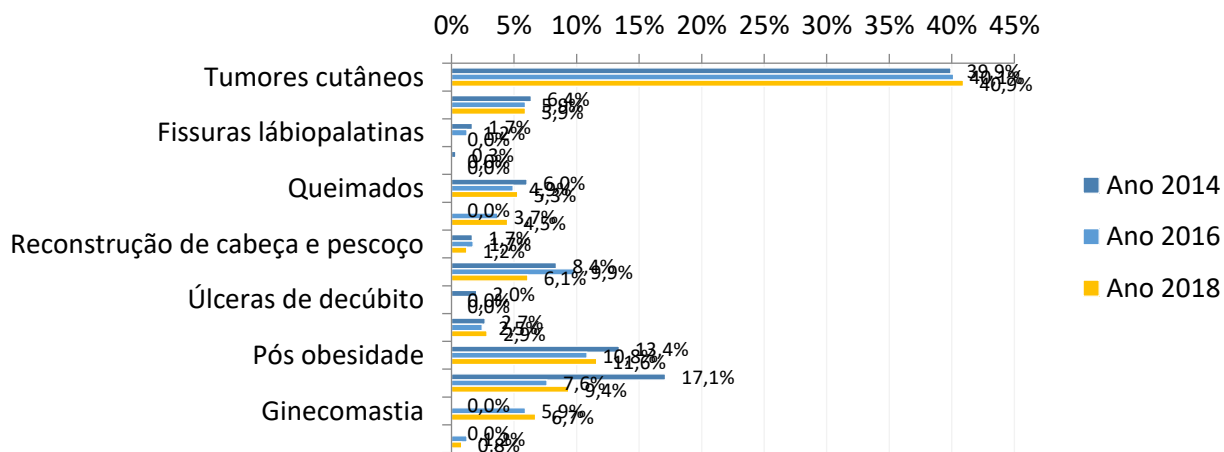
FONTE: Adans Estatística e Consultoria (www.adans.com.br)

### TIPOS DE CIRURGIAS ESTÉTICAS



FONTE: Adans Estatística e Consultoria (www.adans.com.br)

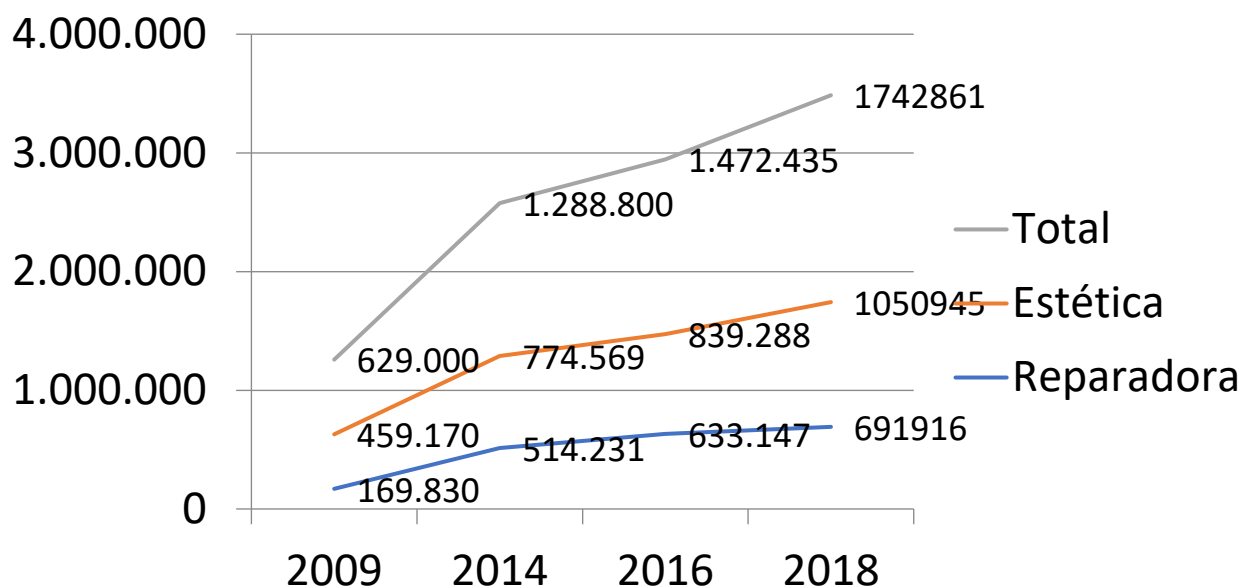
### TIPOS DE CIRURGIAS REPARADORAS



FONTE: Adans Estatística e Consultoria (www.adans.com.br)



### EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE CIRURGIAS



FONTE: Adans Estatística e Consultoria ([www.adans.com.br](http://www.adans.com.br))

A procura por especialistas em cirurgias plásticas aponta às preferências estéticas comuns na imagética “instagramável”. Galgamos essa imagem perfeita e projetável, “Um *eu* supostamente real que foi lançado para performar na visibilidade total, sem pretensão alguma de atingir uma realidade mais fundamental do que aquela que se mostra em primeiríssimo plano” Sibilía (2016 p. 258).

Esse *eu* – idealizado e desejado – é o arquétipo dos seios fartos, da cintura fina, da barriga “chapada” e do glúteo invejável; está tudo a disposição de qualquer um com 4 ou 5 procedimentos. E se o tema é rosto, também há um padrão: nariz afilado e “arrebicado”, lábios grossos, maçãs do rosto em evidência, tudo em um rosto afilado, sem rugas, com uma maravilhosa pele iluminada – todas com a cara da Anitta, que por sua vez não fugiu ao padrão internacional: as Kardashians –, tal molde, exposto nos Instagrams de muitos, aponta quase que uma necessidade imagética nas redes sociais.

Contudo, é preciso lembrar que o corpo é um fenômeno, um ser-corpo; entendendo por fenômeno aquilo que aparece, que se desvela. É apenas pela e na corporeidade que o homem se relaciona com aquilo que lhe vem ao encontro; deste modo, a maneira como recebemos e ofertamos a imagética produzida por este corpo é influenciada pelo nosso entorno e por questões temporais, sociais e culturais.

Devido a uma grande gama de influências percebe-se que o ser não é pré-estabelecido, ele se dá na construção de sua existência, que por sua vez também é gerida pela imprevisibilidade das contingências.

A existência se revela sempre à luz da própria experiência, em consonância com o sentido literal do verbo “existir”. Na proximidade com as coisas do mundo, os significados são apreendidos com o que se apresenta, revelando também uma disposição afetiva. Mas é na contemporaneidade que essa afetividade tem sido coisificada.

Contudo, se faz necessário pensar como esse corpo é percebido atualmente; devido a esses elementos tão preponderantes do cotidiano que são as mídias sociais. Hoje as mídias têm sido um dos principais fatores a nos fazer assumir dívidas que não nos pertencem, admitimos e aceitamos escolhas que não foram feitas por nós, não respeitando os nossos limites; e nem se quer temos a consciência de que o limite do corpo se modifica pelo modo-de-ser, que por sua vez tem sido induzido por redes sociais.

Em sua definição de consciência Heidegger aponta “a consciência é o apelo da preocupação a partir do estranhamento do ser-no-mundo.” (HEIDEGGER, 2012b, p 791). Redes sociais constantemente nos interpelam a fazer uso de artifícios – físicos e digitais – para cabermos em um padrão criado e exigido por elas. Assim, precisamos ter consciência que nossa existência não precisa – na verdade não deve – ser um fardo. Dizer não também é um modo de corresponder ao mundo, mas temos nos calado o *não* e dito o *sim* com uma constância alarmante, permitindo-nos ser afetados por esse engodo imagético que nos é ofertado e partilhando da prática; ofertando também imagens que coisificam o ser.

Temos nos preocupado muito com a nossa imagética, bem como a sua projeção, e acabamos esquecendo que este corpo é um ser-no-mundo; e essa projeção midiática, ou necessidade de projetar-se, gera ações e reações internas. Prosseguimos nossa existência sem entender como essa imagética projetada dialoga com a imprevisibilidade da vida, com o vir-a-ser, que pode vir a instaurar o sofrimento – e geralmente é assim que age –, pela falta da compreensão de uma leitura de imagens estruturada, causando insatisfação (devido a comparações pautadas em inverdades visuais), ansiedade, depressão... Tornamos o ser doente, no sentido de habitar a dor no ente; na busca de se encaixar em padrões que diariamente nos são impostos.

Coisificamos a nossa existência a partir do momento em que permitimos nos tornar objetos – um objeto corpo vendido como produto barato nas mídias sociais – tornando a nossa

existência um fardo, uma vez em que negligenciamos o corporar, que é o-modo-singular-de-ser-do-homem-no-mundo; o corpo é a possibilidade na trama do existir, ele é o modo-de-ser, entretanto tem sido engessado, aplainado, emoldurado, para caber em padrões, deixando assim de ser-se.

A busca por se encaixar em um padrão é uma necessidade típica da adolescência, momento em que o jovem necessita se sentir inserido em um grupo. Esta fase, demarcada pela transição da infância para a puberdade, move o indivíduo à procura de seu próprio “eu” enquanto sujeito, e por essa razão torna-se plausível que se busque “fora” da rede protetora – a família – os subsídios para saciar tal intento.

Dessa forma, os amigos representam peça fundamental nesse processo; haja vista que por meio dessa interação o jovem exercita seu verdadeiro papel social e se identifica com comportamentos e valores a partir da convivência com o outro e no mundo.

Contudo, uma das características mais preponderantes na fase da adolescência é a ambivalência de atitudes e sentimentos, fato resultante da riqueza afetiva e da capacidade imaginativa que traduzem o desequilíbrio interior – demonstrado em diversas tomadas de atitude –, tal comportamento faz surgir a necessidade de conquista de território, de independência, de surpreender a si próprio e de se unir a outros jovens com os mesmos ideais.

Entretanto é preciso atentarmos para os aspectos negativos que surgem em decorrência dessa ambivalência, pois, frente ao temor de se sentir sozinho, o jovem passa a adotar regras e comportamentos coletivos, sem que para isso necessite questioná-los. Assim, os membros de grupo acabam por se sujeitar aos mesmos ritos, gestos, vestuário, hábitos e práticas em geral, padronizando-se.

Por conviverem diariamente com ferramentas tecnológico/midiáticas – afinal, esta é uma geração de nativos digitais – os jovens acabam sendo influenciados pelas redes sociais, buscando muitas vezes o padrão imagético ofertado por estas, por reconhecerem em tais informações simulacros de realidade. “Os diversos canais midiáticos da atualidade reconhecem e exploram o forte apelo implícito no fato de que aquilo que se diz e se mostra é um testemunho realmente vivenciado por alguém” Sibilía (2016, p.256).

Hoje vivemos uma “pandemia” – e não me refiro ao COVID –, grande parte da população sofre com depressão. Não distante deste imperativo, vemos os jovens cada dia mais buscando ajuda psicológica, padecendo do mesmo mal.

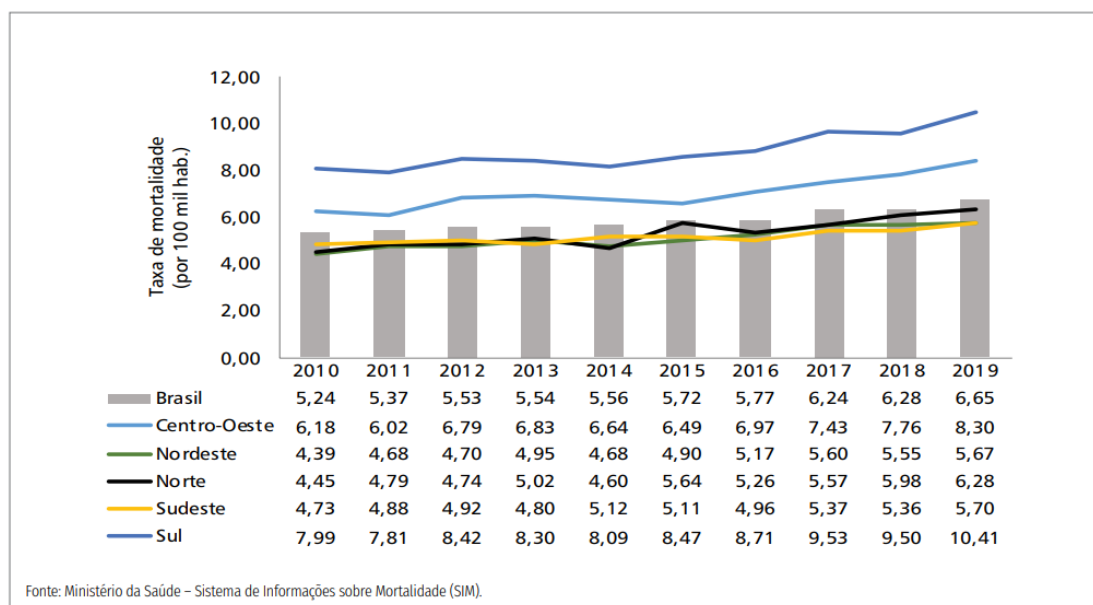
O desejo de se sentir inserido em um grupo – e muitas vezes em um padrão – somado ao arquétipo imaginário ofertado pelas imagens das redes sociais, levam os jovens a um desconforto e negação de sua autoimagem.

Entretanto, apenas um pequeno grupo – de classe social mais elevada – pode dispor de interferências cirúrgico estéticas buscando uma imagem que agrada, que faça se sentir “inserida/o” em um grupo/padrão.

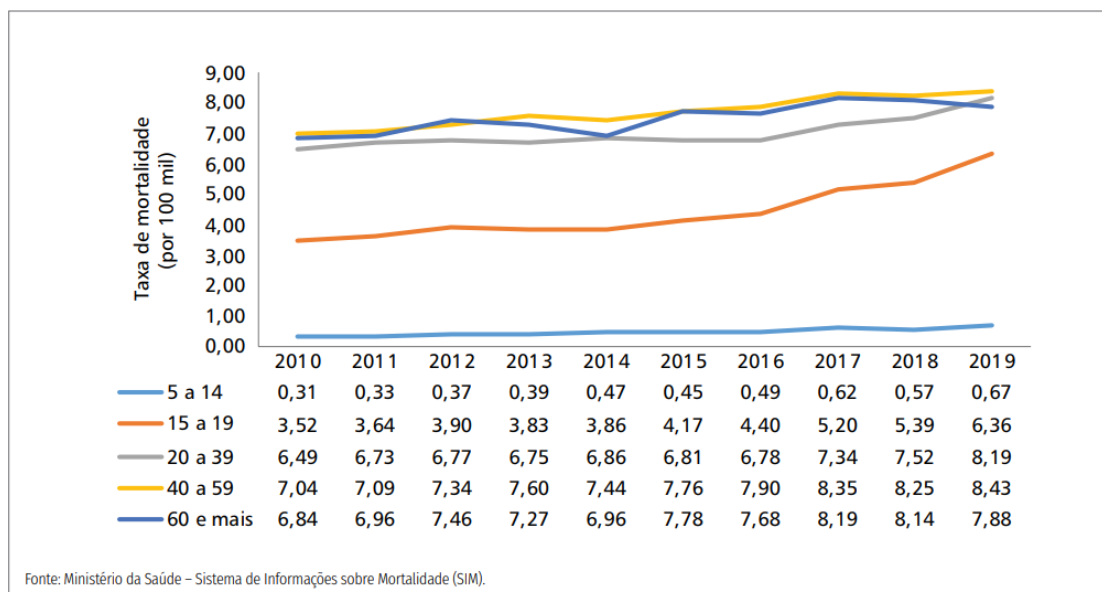
Estatísticas comprovam que o número de suicídios aumentou na última década, os dados – infelizmente – também comprovam que o índice de suicídios que mais cresce é entre a faixa etária dos adolescentes e entre o sexo feminino.

Durante muito tempo o suicídio aparentava habitar o pensamento de adultos, maduros, com questionamentos existenciais, ou com problemas – financeiros ou pessoais –, contudo, é crescente o número de jovens que têm tirado suas próprias vidas.

Enquanto o índice mundial diminuiu 9,8%, há um alerta para o Brasil. O suicídio é a segunda principal causa de morte dos jovens entre 15 e 29 anos – ficando atrás apenas dos acidentes de trânsito. Sendo que, 65,9% dos casos foram entre as mulheres, e 34,1% entre os homens – quase o dobro.



**FIGURA 1** Evolução das taxas de mortalidade por suicídio, ajustadas por idade, segundo região. Brasil, 2010 a 2019



**FIGURA 3** Evolução das taxas de mortalidade por suicídio segundo faixa etária. Brasil, 2010 a 2019

A adolescência é uma fase da vida em que não se é mais criança, ao mesmo tempo em que ainda não se é adulto. Em todo esse encadeamento, o adolescente pode sentir-se perdido – em meio a esse processo de amadurecimento –, tendo dificuldade para lidar com seus próprios limites, sentimentos e emoções.

Tais generalizações, de um lado, levam muitos a "naturalizarem" o processo da Adolescência e, desta feita, dificultando identificar diferenças e desigualdades em adolescentes concretos e, por outro lado, a realidade, não correspondendo a tais generalizações, pelo fato de não constituir um único bloco homogêneo, ao contrário, ser constitutivamente heterogênea, eivada de contradições, desigualdades e diferenças, leva outros até à possibilidade extrema de questionarem a própria existência do processo, pelo menos em alguns grupos sociais ou em culturas específicas, no sentido instituído. (PERES & ROSENBERG, 1998, p. 55)

A necessidade de perfeição ou sucesso, combinadas a expectativas não reais sobre si mesmo, somando a baixa autoestima, são os principais elementos que contribuem para agravar os quadros depressivos.

Entre outros possíveis fatores levantados na contemporaneidade, estão a influência de séries ou de filmes com essa temática – do suicídio – e o impacto das redes sociais.

Atualmente, a maior submissão ao universo digital – como um todo – deixa a juventude mais vulnerável a influências prejudiciais à saúde mental; o tempo de permanência em telas, a constante interação em redes sociais, as publicações de imagens – geralmente manipuladas –, os comentários gerados sobre tais postagens, as comparações imagéticas – inconscientes e

involuntárias – e a quantidade – ou exiguidade – de “likes” são capazes de ebulir o psicológico adolescente – ainda não estruturado.

A modernidade nos conduz ao apelo visual – muitas vezes em detrimento do literário – , tendo em vista a grande quantidade de referências que nos são transmitidas por meio dessa linguagem, seja em *outdoors*, propagandas na tv e internet, revistas e mais uma infinidade de possibilidades.

Estamos vivenciando uma era digital que tem nos trazido um encadeamento de informações que se fundamentam na imagem; convivemos com logomarcas, *emojis*, memes, *sticks*, avatares, entre outros, acabando por nos transformar em seres exacerbadamente visuais.

Contudo, o ser humano está perdendo a capacidade de processar e decodificar a informação visual, tanto pela demanda quanto pela qualidade do que lhe chega enquanto informação.

## **A NECESSIDADE DAS LEITURAS CRÍTICAS**

Em nosso dia a dia convivemos com a tecnologia nas atividades mais rotineiras, usando os mais diversos tipos de aplicativos, seja no computador ou no celular, nessa mesma facilidade do uso das tecnologias se encontra uma sobrecarga de imagens prontas, “engessadas”.

Há um debate intenso sobre o que fazer acerca da qualidade das informações, uma vez em que cotidianamente há uma gama destas – quase que exclusivamente visuais – a serem processadas “esse debate anima várias abordagens para lidar com a qualidade das informações e como ajudar os Nativos Digitais” (PALFREY e GRASSER, 2011, p. 190)

Berger (1987, p. 11) fala que "a vista chega antes das palavras. A criança olha e vê antes de falar", porém quando chega o momento de alfabetizar a preocupação gira em torno do código escrito. Mas a alfabetização envolve um mundo bem maior do que a palavra escrita, uma vez que "alfabetismo significa a capacidade de expressar-se e compreender; e tanto a capacidade verbal quanto a visual pode ser aprendida por todos."(Dondis, 1991, p.230).

Saber ler imagens é uma exigência da sociedade contemporânea, tendo em vista a grande quantidade de informações que nos são transmitidas por meio dessa linguagem. A criança, antes mesmo de ser alfabetizada já faz leitura de imagens e reconhece diversos produtos através da linguagem visual – por associação do produto às suas logomarcas – isso por si só já aponta para a importância e necessidade de se trabalhar a percepção e compreensão imagética; para que se possa criticamente fazer uma análise a respeito das informações visuais que nos chegam.

Para ler e interpretar criticamente imagens com consciência analítica precisamos perguntar não como as pessoas veem as coisas, mas sim qual o significado que atribuem a elas. Quais as capacidades interpretativas que elas têm e como a compreendem. Para que tal influência imagética – independente de seu suporte – não tenha sobre nós uma interferência de cunho negativo. Para que simulacros de realidade não nos seduzam. Buscando a aceitação de nossa autoimagem real, averiguando formas de perceber a beleza no comum/real, se desprendendo da necessidade de filtros.

A linguagem altamente qualificada da mídia oferece ferramentas eficazes para ficcionalizar a “desrealizada” vida cotidiana. O real, então, recorre ao glamour de algum modo irreal – embora inegável – que emana do brilho das telas, para se realizar plenamente nessa performance mais ou menos ficcionalizada. Um dos principais clientes desses mecanismos que permitem se realizar através dos códigos do espetáculo é, justamente, o eu de cada um de nós (SIBILIA, 2016, p. 287).

Pela falta de uma alfabetização visual que nos fundamente uma análise crítica imagética, podemos vir a aceitar como verossímil todas as imagens que nos são ofertadas, promovendo, inclusive, uma não aceitação de nossa autoimagem.

Desenvolvemos o hábito de promover simulações imagéticas – através de filtros e apps – e a ofertar tais imagens em redes sociais, no intuito de nos sentirmos inserido em um contexto contemporâneo social, e nem nos damos conta de que, como afirma Baudrillard (1981, p.9), “Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem.”

O que podemos perceber, ao analisarmos a necessidade contemporânea de nossa projeção imagética em redes midiáticas, é que esta possui tanto pontos negativos quanto positivos. Ela nos permite a possibilidade de recriarmos um *eu*, caso insatisfeitos com o que nos tornamos; contudo essa é uma possibilidade que se fundamenta apenas na imagética.

Em vista da volatilidade e instabilidade intrínsecas de todas ou quase todas as identidades, é a capacidade de “ir às compras” no supermercado das identidades, o grau de liberdade genuína ou supostamente genuína de selecionar a própria identidade e de mantê-la enquanto desejado, que se torna o verdadeiro caminho para realização das fantasias de identidade. Com essa capacidade, somos livres para fazer e desfazer identidades à vontade. Ou assim parece. (BAUMAN, 2001, p. 98)

Podemos então compreender que “Como meio de aplacar a sede, todos os vícios são autodestrutivos; destroem a possibilidade de chegar à satisfação”. (BAUMAN, 2001, p. 85). Devemos buscar nossas melhorias visando a construção de um indivíduo satisfeito com a sua

autoimagem, detentor de uma elevada autoestima; não no intuito de satisfazer uma prática social típica de nossa contemporaneidade, que tenta nos encaixar em padrões midiáticos estabelecidos – acordo nunca firmado formalmente, porém praticado de forma silenciosa por quase todos; em maior ou menor grau.

Não podemos passar a vida toda simulando, em algum momento nos será reivindicada – quiçá imposta – a realidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER, John. **Modos de ver**. Lisboa: Edições 70, 1987.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacro e simulação**. Lisboa: Éditions Galilée, 1981.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

HEIDEGGER, Martin. **Ser e Tempo** (edição em alemão e português). Tradução de Fausto Castilho. Campinas: Unicamp; Petrópolis: Rio de Janeiro, 2012b.

LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

PALFREY, J.; GASSER, U.- **Nascidos na era digital**- Entendendo a primeira geração de nativos digitais - Porto Alegre: Grupo A, 2011.

PERES, Fumika; ROSENBERG, Cornélio P. Desvelando a concepção de adolescência/adolescente presente no discurso da Saúde Pública. *Saúde e Sociedade*, v. 7, n. 1, p. 53–86, jan. 1998.

SCRUTON, Roger. **Beleza**. Lisboa: Guerra e paz, 2009.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade excitada**: filosofia da sensação. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2010.