

## A subjetividade na era de sua reprodutibilidade técnica<sup>1</sup>

Ana Júlia de Freitas CARRIJO<sup>2</sup>

Lara Lima SATLER<sup>3</sup>

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### RESUMO

A proposta deste texto é construir um paralelo entre as reflexões benjaminianas sobre a aura da obra de arte e as inquietações atuais sobre a subjetividade humana no ciberespaço. Para tanto, partimos da premissa de Walter Benjamin que sustenta que a autenticidade é corrompida quando é feita para ser reproduzida. Em outras palavras, a autenticidade (da obra de arte, para Benjamin, e do ser humano, para nós) são elementos perdidos quando seu fim é a distribuição em ampla escala: o consumo. Como é possível articular o conceito de aura da obra de arte à noção de subjetividade no ciberespaço? O artigo discute sobre o tema a partir de questões contemporâneas advindas do uso de plataformas digitais de comunicação que estimulam a autoexibição.

**PALAVRAS-CHAVE:** aura; autenticidade; subjetividade; comunicação; ciberespaço.

### TEXTO DO TRABALHO

A chave que leva à escrita deste artigo é uma proposta de articulação do conceito de aura da obra de arte, proposto por Walter Benjamin (1987), às noções de subjetividade humana, especialmente aquelas pautadas sob a lógica contemporânea do ciberespaço. Trata-se de uma escrita exploratória que não pretende findar-se com respostas e associações óbvias, mas com mais perguntas e desdobramentos. De partida, questiona-se: como articular o conceito de aura da obra de arte à noção de subjetividade no ciberespaço?

Para debater sobre essa questão, propõe-se uma discussão conduzida pela percepção de autores e autoras diversos, situados em diferentes tempos históricos, mas unidos pelo tema central deste artigo: a subjetividade. Além disso, pretende-se problematizar as práticas comunicativas contemporâneas ambientadas na *web*, questionando a tendência atual de estímulo à exibição de si mesmo como conteúdo. Isso ocorre, por exemplo, em plataformas como o *YouTube*, *stream* que hospeda vídeos sobre

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM – UFG), e-mail: anajucarrijo@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal de Goiás (PPGCOM – UFG), e-mail: satlerlara@gmail.com.

---

temas variados publicados em canais criados e mantidos por usuários da rede, e o *Instagram*, rede social de compartilhamento de fotos e vídeos pelos usuários. Segundo a lógica da cultura digital, em ambas as plataformas o próprio sujeito é convidado a exibir-se e estabelecer com seus seguidores, usuários que acompanham as publicações, uma espécie de relação de proximidade a partir da exposição de sua intimidade.

Pretende-se construir nas páginas seguintes um pensamento dialógico que promova um instigante caminho reflexivo a ser aprofundado no decorrer da pesquisa de mestrado que origina este trabalho. O texto está estruturado de modo a apresentar uma breve revisão dos conceitos benjaminianos, a seguir, uma articulação entre as noções de aura e subjetividade, e ainda uma discussão sobre o processo de construção subjetiva. Por fim, esboça-se um panorama sobre as práticas de comunicação no ciberespaço, a partir dos desdobramentos conceituais e empíricos.

### **As ideias de Benjamin**

O célebre texto *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* é uma das produções de Walter Benjamin mais visitadas por pesquisas no campo da Comunicação. A obra trata, nas palavras do autor, de “teses sobre as tendências evolutivas da arte, nas atuais condições produtivas” (BENJAMIN, 1987, p. 166). Como o texto situa-se historicamente em meados dos anos 1930, o cenário *atual*, mencionado pelo teórico preterido dos frankfurtianos, representa um momento social de transformações artísticas e culturais, provocadas pelas *novas* técnicas de produção proporcionadas por desdobramentos do capitalismo industrial, especialmente vinculadas à reprodução em ampla escala e ao consumo. A chave do pensamento benjaminiano está na afirmação da superação da aura da obra de arte por conta da reprodutibilidade técnica, ou seja, na proposição que indica o seguinte: quando a finalidade da obra de arte é ser produzida para o consumo, sua aura é corrompida (BENJAMIN, 1987). Mas o que de fato o autor entende por aura?

O texto apresenta uma definição: trata-se de “uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais próxima que ela esteja” (BENJAMIN, 1987, p. 170). O aqui e agora da obra de arte, isto é, sua autenticidade e singularidade são noções articuladas aos conceitos tradicionais de criatividade, gênio, validade eterna, estilo, forma e conteúdo. Essa mesma noção de que

---

a própria obra, única e original, apresenta um traço da eternidade - representa o passado, significa no presente e eterniza-se no futuro -, evidencia o conceito de aura. Assim, ela seria uma espécie de invólucro do objeto que confere a ele uma magia vinculada, sobretudo, ao ritual (BENJAMIN, 1987). Aura e autenticidade são noções próximas porque retomam a tese benjaminiana de que há uma essência peculiar e indissociável de cada obra de arte. Essa essência contém a própria relação entre o sujeito criador e a materialidade da obra, bem como suas transformações físicas (ARAÚJO, 2010). Para dizer com os termos de Benjamin: “a autenticidade de uma coisa é a quintessência de tudo o que foi transmitido pela tradição, a partir de sua origem, desde sua duração material até o seu testemunho histórico” (BENJAMIN, 1987, p. 168).

Com esse argumento, o autor afirma que “mesmo na reprodução mais perfeita um elemento está ausente: o aqui e agora da obra de arte, sua existência única no lugar em que ela se encontra” (BENJAMIN, 1987, p. 167). A essência do original carrega consigo as tradições, as relações de propriedade da obra, seu histórico material e ritualístico. É essa essência - ou essa aura - que nos permite identificar a obra como sendo “*aquela* objeto, sempre igual e idêntico a si mesmo” (BENJAMIN, 1987, p. 167, grifo do autor), daí o traço de eternidade acima referido. A partir da apuração das técnicas de reprodução, que foram prescindindo da mão do(a) artista, como sugere Benjamin ao citar a fotografia e o cinema (BENJAMIN, 1987), o processo de produção artística tornou-se cada vez mais acelerado e a própria noção de obra de arte foi alterada a partir das transformações dos procedimentos.

As alterações, outrora nomeadas “tendências evolutivas da arte”, dizem respeito à relação entre o original e a reprodução técnica: a reprodução, para Benjamin, tem mais autonomia que o original porque consegue acentuar aspectos, selecionar arbitrariamente ângulos de observação e fixar imagens que escapam à ótica natural (como funciona na câmera lenta e nas ampliações, por exemplo) (BENJAMIN, 1987). Ela aproxima o indivíduo da obra porque passa a não ser preciso realizar o ritual de ir até o local exclusivo onde está localizada a obra de arte para estar em contato com ela. Por isso, mesmo que o conteúdo esteja intacto, perde-se o aqui e agora, logo, sua aura é corrompida e um novo modo de percepção humana é desenvolvido. Esse novo tipo de experiência analisada por Benjamin toma forma diante das alterações vividas no modo de existência social. Isso quer dizer que as “atuais condições produtivas”, referidas no início deste texto, consistem na “subordinação da produção cultural à finalidade principal da empresa, a reprodução

ampliada do capital” (ARAÚJO, 2010, p. 129), ou seja, na lógica do que os frankfurtianos denominaram indústria cultural.

Quando a lógica da produção artística (ou cultural) opera em prol do consumo, “as obras de arte se emancipam de seu uso ritual, [e] aumentam as ocasiões para que elas sejam expostas” (BENJAMIN, 1987, p. 173). Assim, a finalidade da arte não é mais a contemplação ritualística, mesmo que secular, nem a sublimação da experiência humana a partir do aqui e agora proporcionado pela materialidade da obra. Neste ponto, temos a anunciação da tese da superação da aura: “no momento em que o critério da autenticidade deixa de se aplicar à produção artística, toda a função social da arte se transforma. Em vez de fundar-se no ritual, ela passa a fundar-se em outra práxis, a política” (BENJAMIN, 1987, p. 171-172).

O elemento chave para essa transformação é a lógica de funcionamento da indústria cultural, que se sustenta a partir do consumo. Logo, os produtos são feitos para serem vendidos e as empresas estão menos preocupadas com a preservação das auras que com a ampliação da produtividade. Os valores são outros porque estão ligados ao capital e não à tradição, por isso a tese da alteração no modo de percepção humana: o que importa é a posse do objeto, mesmo que *não-aurático*, afinal o significado mais valioso está em tê-lo e não em contemplá-lo por sua autenticidade e unicidade.

Em suma, as teses de Walter Benjamin apontam para uma renúncia à autonomia da obra de arte quando ela é refuncionalizada e transferida para a esfera do consumo. Nesses casos, quando o fim é o mercado, não há aura. O que há, então? Araújo (2010, p. 126) entende que “a unicidade e a durabilidade da obra de arte aurática dão lugar à transitoriedade e repetibilidade da obra pós-aurática”. O aspecto transitório é explorado pela lógica industrial que distribui produtos padronizados, menos complexos e mais acessíveis às massas (ARAÚJO, 2010, p. 130). Benjamin afirma, nesse sentido, que

fazer as coisas “ficarem mais próximas” é uma preocupação tão apaixonada das massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através da sua reprodutibilidade. Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto, tão perto quanto possível, na imagem, ou antes, na sua cópia, na sua reprodução (BENJAMIN, 1987, p. 170).

Assim, a retirada do invólucro sublime do objeto artístico - que corresponde à sua aura e, portanto, ao seus valores de eternidade, unicidade e autenticidade - não interrompe os procedimentos industriais que criam e sustentam novos modos de percepção e de relação com a arte. Por uma outra via, contradizendo pesquisadores da Escola de

---

Frankfurt, à qual foi vinculado, o autor faz uma crítica às correntes de pensamento (como de Theodor Adorno) que primam por uma arte pura, negando a força social das novas formas de percepção acima referidas. Em seu ensaio, ele abre uma discussão sobre o surgimento de um novo regime de percepção da obra de arte. Benjamin indica um novo *sensorium*, isto é, uma nova forma de ativar os sentidos para perceber o mundo, segundo a qual o público interfere na obra à medida que a função social da arte se modifica e ele se emancipa do caráter ritualístico, assumindo cada vez mais um caráter de exponibilidade.

Chegamos, aqui, em uma etapa importante do raciocínio desenvolvido neste artigo. Quando Benjamin afirma que o processo de atrofiação da aura na era da sua reprodutibilidade técnica “é sintomático, e sua significação vai muito além da esfera da arte [...], podemos dizer que a técnica da reprodução destaca do domínio da tradição o objeto reproduzido [...] [e] substitui a existência única da obra por uma existência serial” (BENJAMIN, 1987, p. 168), a qual transforma não só os modos de percepção da arte, mas também as relações sociais em geral. Partindo dessa premissa, assumimos o desafio sugerido por Benjamin de extrapolar a esfera artística e pensar sobre o processo de superação da aura em outro âmbito, a saber, o próprio sujeito.

### **Aura e subjetividade**

Pensar em subjetividade implica refletir sobre a noção de sujeito. Aquilo a que nos referimos com o pronome *eu* tende a parecer uma ideia naturalizada. Contudo, o antropólogo Marcel Mauss (2003, p. 369) indica que a noção de pessoa, ou sujeito, é “uma das categorias do espírito humano - uma dessas ideias que acreditamos inatas - [que] lentamente surgiu e cresceu ao longo dos séculos e através de numerosas vicissitudes, de tal modo que ela ainda é, mesmo hoje, flutuante, delicada, preciosa, e passível de maior elaboração”. Ou seja, a noção de *eu* como um indivíduo autônomo e consciente de si mesmo é recente e não deve ser analisada sem a devida historização. Mauss (2003) desenvolve uma extensa genealogia da noção de pessoa, a qual não é retomada nas limitadas páginas deste texto. O que tomamos por base é seu questionamento à naturalização do *eu* para pensarmos em como ocorreu a construção dessa categoria, para usar os termos do autor, a partir da modernidade.

A noção de sujeito e subjetividade elaborada na era moderna deriva do cogito cartesiano, “penso, logo existo”, publicado em 1637. Toda a sua estruturação aconteceu a partir da lógica que condiciona a existência humana ao pensamento e que, de certo modo, separa o “intelecto” do corpo. Santaella (2004, p. 45), para definir o sujeito, afirma que no cartesianismo “a existência do sujeito é idêntica ao seu pensamento”, portanto por *sujeito* cartesiano depreende-se um sujeito racional, unificado, estável e universal. Nessa lógica, é possível afirmar que existe uma verdade universal compartilhada por toda a humanidade (ou por todos os homens, para falar em termos cartesianos) que garante a própria existência enquanto sujeito. O interessante é que a essência humana é, ao mesmo tempo, universal e individualizante. Isso porque cada sujeito possui um núcleo interior que constitui sua singularidade, sua autenticidade, mesmo que, como observa Stuart Hall (1997, p. 11), esse “eu real” seja “formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais ‘exteriores’ e as identidades que esses mundos oferecem”.

O panorama moderno apresenta uma noção de sujeito portador de uma *verdade* individual, única e autêntica (mesmo que sustentada por uma reação dialética com o exterior). Se Benjamin propõe um invólucro da obra de arte que confere a ela essas mesmas características, a modernidade também destaca no sujeito uma espécie de aura. Definindo o sujeito aurático: a diferença é que em vez de um invólucro na superfície do ser, a imagem desenhada para a aura do sujeito é de um núcleo interior, um centro no âmago da pessoa que abriga o que ela é.

Essa noção que essencializa o sujeito, historicamente construída na modernidade, é amplamente questionada no campo da filosofia, da sociologia, da psicanálise e mesmo da comunicação desde o final do século passado. Quando a ciência anuncia a crise do *eu* ou a morte do sujeito, “rejeita-se a definição de um sujeito universal, estável, unificado, totalizado e totalizante, interiorizado e individualizado” (SANTAELLA, 2004, p. 46), ou seja, critica-se justamente a noção moderna de sujeito.

A constatação da morte do sujeito moderno cria um cenário de instabilidade porque retira das pessoas as referências (mesmo que ilusórias) que poderiam responder à pergunta existencial “o que sou?”. Se não sou essencialmente único(a), porque não há em mim uma *verdade*, o que sou? Ou melhor, *sou*? Esse processo está vinculado à crise das identidades fixas, ou seja, para definir *identidade* faz-se necessário observar o colapso de um sistema racional de identificação com grupos estáveis, sejam familiares, políticos ou culturais. Isso acontece porque a construção social de identidades acontece a partir de

classificações binárias, consolidadas a partir do que não se é. Ou seja, a lógica identitária define que o sujeito é, por exemplo, esquerdista porque não é direitista; ou é heterossexual porque não é homossexual. Nesse panorama, as identidades modernas tornam-se insuficientes para abarcar a complexidade do sujeitos que vivem uma realidade cosmopolita. O sujeito passa a ser pensado, então, como um ser múltiplo, instável, descentrado. Ele, “previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas” (HALL, 1997, p. 12). É essa a definição de Hall para o sujeito pós-moderno, ou seja, para o ser contemporâneo ao momento de *superação* da modernidade.

Contudo, o cenário de morte do sujeito moderno está vinculado ainda mais profundamente com a questão das subjetividades. Para além dos binarismos classificatórios próprios do jogo das identidades, para definir *subjetividade*, no âmbito subjetivo trata-se mais de perceber a si mesmo com relação às suas próprias experiências. Isso significa que a subjetividade demanda uma classificação de si menos a partir do diferente, e mais a partir de suas contradições internas tensionadas com o exterior. Nesse cenário de desprovimento de um centro estável, de uma verdade interna e perene, ou de uma aura, “no lugar dos antigos ‘sujeito’ e ‘eu’, proliferam novas imagens de subjetividade” (SANTAELLA, 2004, p. 47). No lugar da aura do ser, o que resta? Além da crise, uma “celebração móvel” (HALL, 1997, p. 13) de identidades fluidas e cambiantes e a construção subjetiva passa a ser um processo constante de elaboração de si mesmo(a) diante de uma infinidade de possíveis modos de ser. O termo celebração, utilizado por Hall, dissimula, em certa medida, a angústia presente nesse processo, já que, sem certezas e modelos identitários fixos e suficientes, não há outra opção senão arriscar-se e experimentar ser múltiplo.

### **A construção de si**

O que Giddens (2002) discute como sendo um projeto reflexivo do eu é o exercício contínuo de pensar a vida pessoal como um processo de construção de uma autoimagem, feita e refeita a partir de decisões cotidianas. A necessidade de construir uma autoimagem para relacionar-se com os outros confere ao sujeito contemporâneo múltiplas possibilidades e exige ajustes performáticos específicos para controlar as impressões



---

deixadas. Quando Goffman (2018) discute sobre a representação de si na vida cotidiana pressupõe-se que, para representar a si mesmo, é preciso escolher, dentre as identidades possíveis, aquela ajustada ao objetivo de quem representa, isto é, escolher estilos de vida congruentes com a narrativa particular que constroi e é construída pelo sujeito (GIDDENS, 2002) - e não simplesmente expressar a essência interior. Na comunicação cotidiana a prática de representar a si mesmo é comum.

A interação, ou a relação com quem presencia a performance de si, é elemento chave no pensamento de Goffman (2018) e de Schechner (2002). Sibilia (2015, p. 359) afirma que “o esforço performático sempre tem como alvo o olhar alheio”, o que nos leva a direcionar os modos de construção subjetiva à validação do olhar do outro. É preciso registrar que essa discussão da relação entre o eu e o outro tem, há tempos, sido feita em diversos campos do saber científico. Na sociologia, por exemplo, escritores como David Riesman (1971) e Anthony Giddens (2002) já pensavam, desde o século passado, sobre os processos sociais de construção subjetiva tendo como referência o outro. O próprio Erving Goffman, acima referido, constroi suas noções de representação de si e construção do que se é a partir do controle sobre as impressões deixadas *nos outros* (GOFFMAN, 2018).

Nesse sentido, entende-se que pensar a validação do outro para atestar o “eu” como um fenômeno contemporâneo - como é sugerido por pensamentos que tendem a exaltar a novidade e desconsiderar o processo histórico - é dissimular um processo que, em verdade, tem se revelado desde as profundas, amplas e aceleradas mudanças sociais trazidas pela modernidade (práticas de produção industrial, mercantil e capitalista, estabelecimento do estado-nação e das instituições de vigilância, controle dos meios de violência (GIDDENS, 2002). Em suma, se em um período pré-moderno a verdade sobre si estava dada no núcleo interior do ser - apoiado em princípios tradicionais e metafísicos -, a partir da modernidade passou-se a questionar esse princípio, de modo que houve um gradativo deslocamento do eixo da tal verdade.

Riesman (1971) escreve sobre transformações nos modos de ser dos sujeitos ocidentais em um tempo histórico próximo ao texto citado de Walter Benjamin. O estadunidense observa uma mudança do processo de edificação do *eu*, que passa a se edificar para “fora” em oposição ao eixo estruturante de “dentro” de si mesmo. Assim, passam a ser construídas subjetividades alterdirigidas em oposição às introdirigidas (RIESMAN, 1971). Para as subjetividades introdirigidas, “a fonte da direção para o



---

indivíduo é o ‘interior’ no sentido de que é implantada pelos mais velhos logo cedo na vida e dirigida para metas generalizadas, mas de nenhum modo menos inevitavelmente predestinadas” (RIESMAN, 1971, p. 79). Ou seja, trata-se da pessoa que incorpora os valores das autoridades externas, geralmente semelhantes aos seus pais, e passa a vida de forma aparentemente independente e estável, mas continuamente em busca de manter padrões de comportamentos familiares que não gerem nela um sentimento de culpa. Por uma outra via, na esfera das subjetividades alterdirigidas,

seus contemporâneos são a fonte de orientação para o indivíduo - tanto aqueles que lhes são conhecidos, quanto aqueles que elas conhecem indiretamente, através dos amigos e dos meios de comunicação de massa. [...] As metas rumo às quais a pessoa alterdirigida se empenha, mudam [...]: *apenas o processo mesmo de empenhar-se e o de prestar muita atenção aos sinais dos outros é que permanecem inalterados através da vida* (RIESMAN, 1971, p. 86, grifos nossos).

A longa citação do sociólogo esclarece a contraposição que marca os dois modos de construção subjetiva, evidenciando que o eixo de construção de si para os alterdirigidos são os outros, em um sentido cosmopolita. Nesses casos, a tendência central é “sensibilizar-se com as expectativas e preferências dos outros” (RIESMAN, 1971, p. 73). O período de deslocamento desse eixo que sustenta a edificação do eu é denominado por Giddens (2002) como modernidade tardia. Nela, assume-se que a verdade sobre si não está dada - e muito se duvida que ela de fato exista - e que deve ser procurada ou construída na esfera exterior ao ser, ou seja, direcionada para o outro. Assim, “quanto mais a tradição perde seu domínio [...] tanto mais os indivíduos são forçados a escolher um estilo de vida a partir de uma diversidade de opções” (GIDDENS, 2002, p. 13). Trata-se, então, do processo de contar-se, fazer-se, criar-se, tendo como eixo a exterioridade que extrapola o nicho familiar e abrange até mesmo outros indivíduos conhecidos por uma interação mediada pelos meios de comunicação, como vimos com Riesman.

Nesse mesmo sentido, Paula Sibilia escreve na contemporaneidade que “sob o império das subjetividades alterdirigidas o que se *é* deve ser *visto*, e supõe-se que cada um *é* aquilo que *mostra* de si mesmo” (SIBILIA, 2015, p. 357, grifos da autora). O pensamento da autora, por vezes determinista, é desenvolvido a partir das lógicas digitais da *web* segundo as quais as pessoas devem se exibir e compartilhar a si mesmas com os outros. Com efeito, como já demonstramos, o direcionamento do processo construtivo de si ao outro não é novidade e não acontece por conta das práticas da cultura digital. O que ocorre nessas redes é o escancaramento de um processo social histórico e cultural, isto é,

---

a amplificação, o exagero ou a performatização (SCHECHNER, 2002) de algo que já vem acontecendo historicamente.

Nessas redes, as possibilidades tecnológicas e os usos sociais das ferramentas de interação revelam a materialização do processo de alterdireção, ou, em outras palavras, o ciberespaço permite ver a olho nu a construção de si a partir da performance para o outro, já que a finalidade do ser, nesse espaço, é ser visível. Contudo, as pistas deixadas pelas práticas comunicativas contemporâneas revelam que há, na sociedade da alterdireção, um estímulo paradoxal por expressar e buscar uma subjetividade coerente, centrada e autêntica, como veremos a seguir.

### **Ciberespaço e nostalgia do sujeito moderno: ser e ver sujeitos auráticos**

O ciberespaço é um ambiente em que o estímulo e o desejo por exhibir-se ao outro são evidentes nas práticas dos usuários. Na lógica da cultura de participação (JENKINS, 2009), exemplificada por plataformas de comunicação digitais contemporâneas como o *YouTube* e o *Instagram*, quanto mais usuários compartilhando conteúdos, mais atrativo torna-se o ambiente de navegação. O curioso é que a tendência dessas redes é projetar o próprio usuário como conteúdo. Exibir uma imagem de si mesmo - ou performar o que se é - nessas redes é a lógica produtiva dos *youtubers* e *instagrammers*, que diariamente compartilham opiniões, rotinas e gostos com seus “seguidores”. Tudo isso em busca do aplauso contemporâneo, que parece ser o legitimador da própria existência do ser. Há um paradoxo nesse cenário, sintetizado por Santaella (2004, p. 49):

enquanto, de um lado, os discursos filosóficos e sociais expõem, com todas as sortes de argumentos, as contradições e inadequações das definições estáveis e acabadas do eu, de outro lado, as mídias em geral trabalham freneticamente pela preservação da ‘ideia do eu’ que dá fundamento às práticas regulatórias institucionais. À dispersão conceitual do ‘eu’, nas ciências do homem (sic), contrapõe-se hoje uma ferrenha intensificação de sua identidade inquestionável nas mídias.

A plataforma *YouTube*, por exemplo, sustentou de 2005 a 2012 o slogan “transmita-se” (*broadcast yourself*, em inglês), associando-se a um espaço no qual os usuários podem se exhibir, declarar opiniões sobre temas diversos e revelar sua autenticidade. O *Instagram* também funciona de modo similar quando oferece a ferramenta *stories*, recurso que permite o compartilhamento de fotos ou vídeos curtos que desaparecem em 24 horas. Os usos sociais dessa ferramenta têm mostrado o hábito de

---

peças divulgando sua rotina íntima aos “seguidores”. Em ambas as plataformas, o propósito parece ser a criação e a manutenção de um espaço digital em que o *eu* possa expressar-se, por meio de uma mediação tecnológica de comunicação menos rígida que a televisão, por exemplo. A acessibilidade de acesso a esses recursos popularizou o hábito de exibir-se ao outro - ou melhor, exibir o melhor de si ao outro.

Os usos sociais desses meios de comunicação desenvolvem, então, uma ilusão de controle para os usuários produtores (que supostamente poderiam escolher como se transmitir) e também para os usuários não produtores (que supostamente poderiam acessar a *verdade* do outro). A pretensão de revelar ou alcançar uma autenticidade pressupõe uma relação com a *verdade de si*, que, como vimos, tem sido questionada por várias áreas do saber desde o século passado. Pimenta (2009, p. 45) resume a questão afirmando que “embora decorrente da fluidez e fragmentação do sujeito, as formas atuais de construção de si permanecem ligadas à busca de identidade e surgem como uma forma contemporânea de crença no sujeito”. Esse esforço das mídias em dar “robustez ao imaginário que alimenta as miragens do ego” (SANTAELLA, 2004, p. 49), ou seja, o estímulo à possibilidade de transmitir e acessar uma autenticidade real do ser nos faz retomar a noção de sujeito cartesiano apresentada no início deste texto. Temos nostalgia do sujeito moderno e construímos ferramentas midiáticas para promover sujeitos auráticos? (Isto é, sujeitos que, como a obra de arte original, possuem algo de essencial, único, autêntico, estável, eterno, uma “verdade” própria).

Benjamin precede longamente a *web* e não viveu as contemporâneas lógicas participativas (JENKINS, 2009). Suas considerações dizem respeito às transformações nas percepções das pessoas a partir de mídias eletrônicas, especialmente a fotografia e o cinema. Nesse sentido, não são de todo aplicáveis nas dinâmicas próprias da cultura digital, mas podem auxiliar reflexões que se dispõem a compreender novos *sensoriums*. Assim, traça-se um paralelo entre (a) a dimensão mítica da arte/da subjetividade e (b) o valor exposição da obra como objeto de consumo/de si mesmo como produto de entretenimento.

Neste texto, o recorte para estudar esse processo é a *web*. Suas ferramentas tecnológicas demarcam o cenário de reprodutibilidade técnica, uma vez que a finalidade da produção dos conteúdos é o consumo: quanto mais gente assistindo aos vídeos, inscrevendo-se nos canais e seguindo os perfis, mais bem quisto ao circuito comunicativo

---

é aquele(a) emissor(a) e, conseqüentemente, maior a probabilidade de monetização das produções.

Pensemos, então, a partir da chave de raciocínio proposta pelo autor judeu alemão para afirmar a superação da aura. Como vimos, se a obra de arte aurática deve ser feita para ser contemplada e não reproduzida tecnicamente, quando ela é produzida para ser consumida, perde a aura. Então, *quando o fim da produção de si é a visibilidade, ou, em última análise, o consumo, a própria autenticidade é corrompida?*

Se o *YouTube* ou o *Instagram* são ferramentas contemporâneas para a construção de si mesmo, sob a condição *sine qua non* da exposição ao outro, supõe-se que basta ligar a câmera e ser *você mesmo* para participar do jogo. Nesse sentido, desenvolve-se uma expectativa crescente de acessar o outro, de conhecer a verdade do outro por meio de um comportamento autêntico, ou que revele a autenticidade do emissor. E ainda um desejo de quem emite por exteriorizar seu interior, retomando a ideia de um núcleo central que abriga o *eu real*.

A questão é que, nesse processo, a finalidade da construção de si é o compartilhamento, é a distribuição de si como entretenimento, logo, o fim é o consumo. Se para Benjamin é nesse ponto - quando a obra de arte é deliberadamente feita para ser consumida - que ela perde sua aura, no paralelo hipotético que está sendo construído aqui, é também nesse momento - quando o sujeito constroi a si mesmo em busca de efetivar o consumo de sua imagem (em forma de curtidas, compartilhamentos e monetizações) - que ele perde sua aura. Por isso, a busca por autenticidade é paradoxal.

A pergunta de Paula Sibilia (2015, p. 358) é emblemática, nesse sentido: “é possível que vivamos, atualmente, tanto na ‘era da performance’ como na ‘era da autenticidade’?”. De acordo com a proposta da autora, a autenticidade estimulada pelos usos sociais das mídias contemporâneas não está vinculada às profundezas da interioridade do *eu*, mas se pauta e se constroi na esfera do visível. Assim, não se trata de *ser*, mas de *mostrar-se sendo* aquilo que se espera ver. É possível especular respostas à questão emblema apresentada acima a partir de Riesman (1971) e Giddens (2002). A perspectiva riesmaniana aponta que “introdireção e alterdireção são conceitos abstratos [...] [e que] nenhum indivíduo jamais é inteiramente um ou outro, sobretudo se a sua vida é visualizada como um todo e não em momento qualquer” (RIESMAN, 1971, p. 32). Giddens (2002), também nesse sentido, afirma que mesmo quando a autenticidade é o valor predominante, consolidando-se como uma referência para a autorrealização, ela

---

continua sendo um processo atrofiado, ou seja, possível nos limites culturais e históricos das relações sociais.

Dessa forma, é possível que vivamos tanto na era da performance como na era da autenticidade. Isso porque é escorregadio apegar-se a binarismos identitários quando se fala sobre subjetividades. Como anunciou Hall (1997) somos seres múltiplos e vivemos uma celebração móvel de identidades possíveis. Não somos ou isto ou aquilo: podemos ser os dois, alternadamente ou ao mesmo tempo. A discussão aqui iniciada tende a se distanciar da ideia propagada de pós-modernidade justamente por não crer na força dos binarismos. Por outra via, supõe-se que a modernidade e suas características centralizadoras do eu não foram superadas por completo. De fato, estamos em um momento de crise dos valores modernos, mas ainda nos espelhamos neles, em certa medida. Somos múltiplos, performáticos e buscamos a visibilidade; mas, ao mesmo tempo, queremos ser *um*, autêntico e coeso. Ainda não nos desvencilhamos da magia da aura.

### **Considerações finais**

Este artigo assumiu o desafio de articular as propostas benjaminianas sobre a aura da obra de arte aos questionamentos sobre a subjetividade humana, especialmente sob o recorte da atualidade. Em um caminho permeado por conceitos densos, lançou-se mão de uma ampla gama de pensadores e pensadoras que tratam sobre o assunto recortado, o que consistiu em um laborioso exercício. Como vimos, as referências teóricas trazidas para o diálogo situam-se em tempos históricos distintos, pensam a partir de áreas específicas (mesmo que todas afins à comunicação) e debruçam-se sobre fenômenos sociais singulares. Articulá-las significou um desafio e a dispersão teórica tornou-se o principal caminho metodológico para a construção deste texto.

Essa amplitude de debates pautada nas páginas anteriores deve-se ao propósito desta pesquisa exploratória de instigar os desdobramentos de sua discussão temática central: a subjetividade humana. Trata-se de uma aproximação com o tema, fruto de uma pesquisa em andamento, que não pretende apresentar discussões fechadas, senão questões que instiguem o caminho que ela está trilhando, o qual começa a desenhar-se com mais clareza a partir de experiências produtivas inquietantes como esta.

A aproximação entre aura e subjetividade foi a chave central para a elaboração deste texto. A partir dela foi possível traçar aproximações entre a noção de aura da obra

de arte e autenticidade do sujeito, mas o que, a princípio, pareceu uma articulação inequívoca, rendeu diversos desdobramentos reflexivos, especialmente quando se trouxe à baila o raciocínio de diferentes autores e autoras. Desse modo, considera-se que é possível associar a noção de aura à concepção moderna de sujeito considerando suas características de autenticidade e unicidade. Dessa associação, surge como um esforço de linguagem a expressão sujeito aurático, isto é, aquele que possui algo de essencial, único, autêntico, estável, eterno, uma “verdade” própria vinculada a uma dimensão mítica de originalidade.

Contudo, indica-se que só é possível realizar essa aproximação (aura da obra de arte/aura do ser) desde que não sejam dissimuladas algumas questões importantes. Dentre elas está a própria noção de reprodutibilidade, pensada, neste texto, em um contexto benjaminiano como a inserção da produção artística no cenário de consumo, e em um contexto subjetivo como o deslocamento do eixo de construção de si de “dentro” para “fora”. Considera-se que, se a obra de arte perde a aura quando é produzida para ser consumida, o sujeito contemporâneo parece não querer perder sua própria aura (isto é, seu vínculo moderno à autenticidade, à “verdade”) quando o fim da produção de si é a visibilidade.

Isso significa que, mesmo com discussões sistematizadas atestando a perda da aura do sujeito, para falar nos termos deste texto, as práticas de comunicação contemporâneas, ambientadas em plataformas digitais como o *YouTube* e o *Instagram*, revelam um estímulo à exibição de si como um sujeito aurático e, ainda, sublinham um desejo por acessar e conhecer a *verdade* do outro.

Outra questão importante que decorre da associação central desenvolvida neste artigo é o surgimento de um novo regime de percepção quando o valor ritual e mítico é menor que o valor de exposição. Em Benjamin: quando isso acontece com a obra de arte, há uma transformação nos modos de percepção da arte, sendo que as obras são emancipadas do ritual e o público passa a intervir sobre elas, dado seu caráter de exponibilidade. Nas subjetividades contemporâneas: quando o eixo de construção de si é deslocado do interior para o exterior, os outros passam a interferir diretamente no processo de construção subjetiva. Nesse cenário, o que muda são as formas de perceber a si e aos outros, os modos de ser humano, os processos de construção de si, as lógicas dos relacionamentos, os limites entre íntimo e público, as fronteiras entre autenticidade e performance...

Na prática, esse novo *sensorium* pode ser percebido nos processos de comunicação na *web* tanto do ponto de vista dos usuários produtores quanto da perspectiva dos usuários não produtores. Dos dois lados está compartilhada a noção de que há em cada um de nós um centro - ou uma aura - que abriga uma *verdade* única e estabelecida, seja no desejo de mostrar-se, seja no desejo de conhecer a intimidade do outro. Assim, a *web*, tão citada como palco do trânsito de identidades móveis e múltiplas, apresenta-se também, paradoxalmente, como um ambiente de busca por sujeitos autênticos e auráticos.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, B. O conceito de aura, de Walter Benjamin, e a indústria cultural. **Pós**. Revista do Programa de Pós-Graduação Em Arquitetura E Urbanismo Da FAUUSP, (28), 120-143.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In: Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política. 3 ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. 20 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: CosacNaify, 2003.

PIMENTA, Silvia. Em que ainda somos niilistas. **Logos - Comunicação e universidade**, Rio de Janeiro, ano 17, nº 30, 2º semestre, 2009.

RIESMAN, David. **A multidão solitária**. São Paulo, Perspectiva, 1971.

SANTAELLA, Lúcia. **Sujeito, subjetividade e identidade no ciberespaço**. In: LEÃO, Lúcia (org.). Derivas: cartografias do ciberespaço, São Paulo: Annablume; Senac, 2004.

SCHECHNER, Richard. **Performance Studies: an introduction**. Nova Iorque: Routledge, 2002.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, Porto Alegre, v. 17, nº 3, p. 353-364, set/dez, 2015.

\_\_\_\_\_. “Você é o que o Google vê”: a vida editável, entre controle e espetáculo. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, nº 42, p. 214-231, mai/ago, 2018.