AGÁLIA nº 102 / 2º Semestre (2010): 55 - 70 / ISSN 1130-3557 / URL: http://www.agalia.net

Formas de autorrepresentação e mutações contemporâneas da literacia. Construir um bilhete de identidade personalizado*

Carina Infante do Carmo
Universidade do Algarve/
Centro de Estudos Comparatistas - Universidade de Lisboa

Resumo:
Desde 2008/ 2009 tenho lecionado a disciplina de licenciatura Autobiografia e Histórias de Vida no âmbito da qual pedi aos alunos que elaborassem um bilhete de identidade personalizado. Com este material pude desenvolver uma reflexão a partir do diálogo entre a forma por excelência de identificação pública em Portugal e o discurso identitário de jovens estudantes universitários. O processamento textual dos seus *bilhetes de identidade* revelou a estreita ligação com os suportes mediáticos que os enformam (na esmagadora maioria digitais) e com as práticas de literacia a eles associadas. Afinal de contas, estes estudantes vivem imersos num contexto de revolução digital em que as noções estabelecidas de literacia e os modos tradicionais de leitura e autorrepresentação estão a ser desafiados e até postos em causa.
Palavras chave: Autorrepresentação – Identidade discursiva – Literacia digital.

Self-representation Forms and Contemporary Mutations of Literacy Making a Personalized ID Card

Abstract:
Since 2008/ 2009 I have been lecturing an undergraduate course entitled Autobiography and Life Stories. One of the course assignments I have asked my students to do has been to elaborate a personalized ID-card. With this material I have established a dialogue between the most important form of public identification in Portugal and a discourse on identity of young university students. The textual processing of these *ID-cards* has confirmed how deep is the connection between autobiographical media formats (in this case mostly digital formats) and the literacy practices associated with them. After all, these students live immersed in the age of digital revolution where the earlier notions of literacy and traditional ways of reading and self-representation are being challenged and even discarded.
Key words: Self-representation – Discursive identity – Digital literacy.

* Este artigo tem por base a comunicação "Publicly making a personalised identity card", apresentada na 7th Biennial IABA (International Auto/Biography Association) Conference: 'Life Writing and Intimate Publics', University of Sussex, 28 junho–1 julho 2010.

Receção: 15-07-2011 / Admissão: 10-10-2011 / Publicação: 01-09-2012
CARMO, Carina Infante do: "Formas de autorrepresentação e mutações contemporâneas da literacia. Construir um bilhete de identidade personalizado", *Agália. Revista de Estudos na Cultura.* 102. (2010): 55-70.

Muita bibliografia crítica já tratou do significado cultural e político do bilhete de identidade (Caplan & Torpey, 2001; Piazza 2004; Bennett & Lyon, 2008; Lyon, 2009): ele é a prova material do vínculo que une os cidadãos ao Estado moderno, tornando-os objeto de escrutínio e controlo em sociedades crescentemente massificadas e mediatizadas. Com meios tecnológicos cada vez mais apurados, a força biopolítica do Estado apropria-se dos indivíduos, reivindicando para si o monopólio da sua legitimação e até da sua existência no corpo da nação. Daí que os *sem-papéis* (imigrantes, refugiados, apátridas) fiquem nas margens, à mercê da verificação dos poderes públicos, da polícia em primeiro lugar, privados da liberdade de circulação, condenados à clandestinidade imposta pela lógica geopolítica do Estado moderno (Torpey, 1998: 65)[1].

Assim, esta "colonização administrativa" (Piazza, 2004: 17) tem articulação necessária com a unificação e coerência dos coletivos nacionais, com a sua construção administrativa e policial, com a configuração dos regimes de proteção social e, naturalmente, com o imaginário comunitário deles resultantes. E, ao mesmo tempo, proporciona a confluência dos conceitos de identificação e identidade, na medida em que associa ao processo burocrático uma carga subjectiva e até emotiva: no gesto de catalogar indivíduos no meio da massa está em causa, para cada um deles, o peso do nome próprio, da assinatura e da imagem fotográfica.

A este propósito, sigo Pierre Piazza (2004: 14) quando confirma, numa perspectiva diacrónica, a apropriação do bilhete de identidade por um crescente número de pessoas:

> [...] ce titre a pu être apprecié par les citoyens comme gratifiant dans une logique d'affirmation et de valorisation d'eux-mêmes car consolide à leur propres yeux, à l'heure où l'affirmation de l'État moderne a contribué à transformer la

1 - As razões invocadas são inúmeras: constrangimentos de entidades supranacionais; controlo da mobilidade migratória ou combate à chamada ameaça terrorista, à grande criminalidade ou ao tráfico de droga ou de seres humanos; proteção de dados nas transações de bens e serviços, etc.

> société en une collection d'individus atomisés, le sentiment de voir reconnue leur singularité.

O bilhete de identidade faz prova documental, é um produto normativo do cidadão, ao mesmo tempo que estimula a invenção do signatário; no fundo, confere-lhe identidade singular dentro do corpo social massificado. É inegável que tem um formato administrativo, determinado pelo modelo político-ideológico do Estado a que corresponde. É disso sintomática a escolha dos itens de registo e catalogação que se julgam necessários para tornar credíveis e legítimos os cidadãos. Tanto assim é que valoriza certos dados biográficos em detrimento de outros. Por isso mesmo, interfere nas narrativas e autoimagens do seu portador, nomeadamente nas que se referem ao lugar e estatuto sociais.

Socorro-me de dois exemplos especialmente esclarecedores da realidade portuguesa. Lembro que o bilhete de identidade expõe a marginalidade dos analfabetos, num país que tem uma percentagem baixa mas ainda assim considerável de população iletrada, idosa na esmagadora maioria. Numa sociedade dominada pela escrita, é da maior relevância o impacto penalizador de ter de mostrar o bilhete de identidade, onde se lê um carimbo que diz *não sabe assinar* e se denuncia a incapacidade de assinar de sua mão quaisquer documentos[2].

Depois, importa não esquecer o papel do bilhete de identidade no processo de incorporação social dos indivíduos, por exemplo na instituição escolar. Em Portugal, até aos anos 90 do século XX, o fim da escola primária e a continuação dos estudos implicava tirar o bilhete de identidade; mais recentemente essa obrigação recuou para os seis anos de idade, com o início da escolaridade obrigatória. Há duas décadas mais do que

2 - Noutros países podem ter efeitos similares as menções expressas à religião ou à pertença racial. No caso português, há que dar ainda evidência a um outro item: a referência da filiação ilegítima que apenas foi proibida pela alteração ao Código Civil de 1976. Até então, a condição de filho de pai incógnito era identificada no bilhete de identidade para todo aquele que fosse filho de mãe solteira. O peso da palavra era esmagador e de uma tremenda injustiça: a ilegitimidade era não reconhecer o filho e envergonhar-se de o ter tido.

hoje, tirar o bilhete de identidade era, por esse motivo, um ritual de iniciação e socialização que obrigava a tirar uma fotografia – quase sempre, a primeira fotografia oficial – e assinar pela primeira vez um documento público.

Convém não esquecer que o bilhete de identidade é uma documentação com conteúdo essencialmente cultural. No Reino Unido ou na Escandinávia, por exemplo, ele é opcional – apenas é necessário o número de identificação pessoal –, enquanto em países como França ou Portugal o seu porte é obrigatório e o seu uso, solicitado em actos banais do quotidiano (para levantar uma encomenda nos correios, para justificar o desconto num bilhete de comboio, etc.)[3].

Por esse motivo, ainda mais no contexto português, aquele documento público constitui um marcador pessoal que determina experiências individuais na relação com instituições comunitárias. É portanto um objecto simbólico com enorme impacto na socialização dos indivíduos e no respetivo discurso autobiográfico. Afinal o pessoal é político, uma construção contingente e discursiva, determinada pelo campo de forças de poder de cada sociedade – nada que a Sociologia ou os Estudos Culturais já não tenham insistentemente sublinhado (Hall & Du Gay, 1996; Woodward, 1997) –, modelando politicamente o que se entende por individualidade e intimidade.

Ora, é este diálogo (tenso e fértil) entre identificação e identidade que me levou ao estudo de caso que passo a descrever, tratando a questão da autorrepresentação através da referência culturalmente inscrita do bilhete de identidade. Na primeira aula da disciplina de Autobiografia e Histórias de Vida, a funcionar, pela primeira vez, no ano lectivo de 2008/2009, na Universidade do Algarve onde trabalho, pedi aos meus alunos das licenciaturas em Estudos Artísticos, Ciências Documentais e

3 - Em abono desta ideia direi ainda o seguinte: se na União Europeia o bilhete de identidade será em breve adotado opcionalmente, em Portugal temos, já desde 2008, um "Cartão de Cidadão" digital que contém não apenas os elementos comuns de identificação, uma fotografia e a assinatura: acrescem os números de Segurança Social, eleitor, contribuinte assim como um *chip* com dados biométricos, a impressão digital, a assinatura digital e diversas *passwords* de acesso a serviços do Estado.

Editoriais, Línguas e Comunicação e Línguas, Literaturas e Culturas que elaborassem um bilhete de identidade personalizado. O objetivo consistiu em levá-los a pensar sobre os gestos essenciais do discurso autobiográfico, como a composição de si em função do destinatário e do suporte de escrita ou a seleção, ficção e censura da memória. O exercício, pouco orientado por mim, consistiu na elaboração de um documento breve, de conteúdo e suporte livres, desde que alternativo ao padrão do bilhete de identidade português.

Tratou-se, pois, de um exercício induzido por mim, apresentado no contexto académico, o que o transforma num produto autobiográfico não autónomo, embora eu tenha comprovado o empenho dos alunos na sua feitura. Feito em casa como trabalho complementar da disciplina, a verdade é que a sua realização fez que a matéria das aulas passasse a ter que ver diretamente com a vida deles; os próprios alunos o assumiram na aula em que discutimos o conjunto dos trabalhos. Claro que a leitura desta amostra tem de ser cautelosa, até pelo reduzido número de trabalhos recolhidos em dois anos lectivos; não mais do que vinte.

Não obstante estas limitações metodológicas, uma ideia é essencial ser desde já assumida. Parte muito significativa dos trabalhos que recebi foram feitos em meios digitais proporcionados pelo computador: ou graças aos programas de edição de texto e imagem para fazer o trabalho em suporte de papel ou com recurso ao *powerpoint*, compondo uma sequência de *slides* ritmada pelas opções de apresentação e *zoom* sobre as fotografias, escolhidas no menu daquele programa informático. Em muitos trabalhos, de formato multimodal, juntaram-se às fotografias curtas legendas contextualizadoras e uma ou várias trilhas musicais que funcionam como banda sonora da peça e que às vezes são mesmo identificadas numa pequena ficha técnica final. Uma percentagem ainda considerável (minoritária, em todo o caso) de trabalhos recorreu apenas ao suporte de papel, tendo por referência o modelo do livro, do álbum de fotografias ou do caderno pessoal onde se colaram imagens recortadas e se contou uma história de vida que se quis singular e com sentido.

Uma situação intermédia encontrei-a no trabalho de uma aluna, com cerca de 30 anos, do 3º ano de Estudos Artísticos, que escolheu o papel para imprimir o seu documento de identificação. Apresentou a frente e o verso da folha como o lado A e B do documento, à semelhança do que sucede nas velhas cassetes áudio ou nos discos em vinil. Em ambos os lados figura o seu autorretrato a cores como fundo em transparência. No lado A, estão fotografias actuais de seres importantes da sua vida (familiares, namorado, amigos, um gato), a par de espaços deixados em branco. No lado B, um quadro com gostos, crenças, *hobbys*, manuscritos sob o fundo transparente do autorretrato. Aqui apenas um dos olhos está impresso fora do campo do fundo em transparência, como se espreitasse para fora do quadro, neste caso a folha de papel. Em óbvio contraste com a maioria dos trabalhos, este documento revela uma inusitada elaboração metadiscursiva e autorreflexiva que vai buscar à literatura a base da sua sustentação; no caso, à epígrafe do romance *Todos os Nomes* (1997), de José Saramago[4]: "Conheces o nome que te deram, /não conheces o nome que tens".

A escolha da citação e as opções formais da peça são explicadas numa nota prévia intitulada "Memória descritiva". A lembrar os projetos de arquitetura ou de obras públicas, a nota inicial assume, por via da metáfora (memória descritiva), que este é um ensaio descritivo de si mas também um projeto em curso de construção pessoal. Afinal, nas palavras da minha aluna, "a identidade é uma incessante busca do 'eu', que vai muito além do que recebemos de quem nos gera e que é um processo em constante mutação". Daí os espaços em branco ao lado das fotografias, onde poderão vir a ser integrados novos rostos, gostos, crenças ou passatempos. No mesmo sentido justifica o relevo dado ao olho no autorre-

4 - O romance conta a história de um escriturário de um cartório de registo que resolve arranjar um *hobby* para se distrair do trabalho monótono. O protagonista, o Sr. José, coleciona recortes de imprensa sobre pessoas famosas de quem, à noite, procura às escondidas as certidões de nascimento guardadas no cartório. Quando descobre que são todas semelhantes, passa a procurar pormenores da vida da gente simples e anónima. É assim que se embrenha na descoberta da identidade de uma desconhecida. Com isso, a sua rotina ganha cores mais vivas, ao dar-se conta de que essa procura pode ser muitíssimo estimulante.

trato. É, nas suas palavras, um "mecanismo de leitura" biométrica de si e também, embora não o explicite claramente, um mecanismo ilusionista do autorretrato que mostra um olhar que olha e que nos faz acreditar na realidade presente do objeto representado.

Será supérfluo afirmar que o conteúdo e a forma dos trabalhos decorre do perfil dos alunos, jovens adultos universitários de 20-22 anos na maioria, cujo presente os faz viver menos dependentes dos pais de quem se separaram há poucos anos para estudarem no ensino superior. Por um lado, vivem imersos pela cultura da imagem, manejam, com maior ou menor destreza, as tecnologias digitais e interagem diariamente em redes sociais *online*. Protagonizam, sem dúvida, a atual mutação de paradigma cognitivo e cultural nas formas de literacia, em concreto nas competências de pesquisar, organizar, compreender, analisar e produzir informação modelada pelos *media* audiovisuais e pela tecnologia digital (cf. Pérez Tornero, 2004). Quase sempre em ficheiros *powerpoint*, os bilhetes de identidade são uma sequência cronológica de fotografias pessoais. Com elas recuam até aos lugares e às figuras fundadoras da sua vida e chegam à experiência universitária, cujas imagens os mostram a participar em festas privadas, em residências ou quartos alugados, em festivais organizados pela associação de estudantes, em rituais académicos, em viagens.

O segundo exemplo que escolho é um ficheiro *powerpoint* feito por uma aluna do 2º. ano de Ciências Documentais e Editoriais, com cerca de 22 anos. O ficheiro está dividido em duas partes iguais, intituladas "Família" e "Amigos" e antecedidas por um pequeno preâmbulo com fotografias e alguns itens de identificação extraídos do bilhete de identidade português, como o nome completo, a filiação e a naturalidade, a que junta a indicação do signo do zodíaco. Na parte referente à família incluem-se fotografias suas, ainda bebé ou criança, sozinha ou acompanhada por familiares. Na parte seguinte, sucedem-se fotografias actuais com amigos, em momentos de convívio. O *powerpoint* inclui um êxito *pop* do Verão de 2008: a balada "The story" do CD homónimo, editado um ano antes, pela jovem cantora norteamericana Brandi Carlile (http://letras.mus.br/brandi-carlile/).

Aproveito para dar alguns pormenores suplementares sobre este *hit*, cuja divulgação não se ficou pela venda em CD ou pela exibição no MySpace e Youtube. Três faixas do álbum foram escolhidas para integrar a banda sonora da série norteamericana *Anatomia de Grey*, na série de 2008, exibida pelo canal 2 da estação pública portuguesa de televisão. Nesse mesmo ano, a compositora deslocou-se por duas vezes a Portugal para atuar num festival de Verão e em três espectáculos a solo. "The story" foi também a banda sonora de um *spot* publicitário (exibido nas televisões e nas salas de cinema nacionais) da cerveja líder do mercado nacional, Super Bock, marca patrocinadora oficial de inúmeros festivais de música *pop/rock* em Portugal, muitos deles organizados por associações académicas de estudantes. Ora, o referido anúncio não foge à regra elementar do *marketing* publicitário, ao projetar na tela os seus potenciais destinatários juvenis, em convívio animado até ao amanhecer, sempre refrescado pelo consumo abundante de cerveja. Entro neste pormenor porque reconheço a coincidência deste *spot* com o conteúdo e a forma do bilhete de identidade da minha aluna, cuja dimensão é determinada pela duração da balada. A letra da canção é ela mesma o enunciado, em primeira pessoa, de uma história de amor, com alegada implicação autobiográfica.

Se *media is epistemology*, como defende Neil Postman (1986: 15), não posso deixar de reconhecer neste caso o quanto as formas mediáticas ditam e regulam os sentidos de verdade, as estruturas do discurso e as formas culturais que os sustentam[5]. Por extensão, os suportes da autorrepresentação (como um programa *powerpoint*) moldam os modos de processamento, composição e transmissão de experiência e da autoimagem pessoais. No exemplo em análise, da sucessão ritmada de fotografias em *slide* e da banda sonora de Brandi Carlile resulta um modelo

5 - Em *Amusing Ourselves to Death* (1986), Neil Postman, na esteira de McLuhan, insiste na mutação do discurso público contemporâneo pela cultura do entretenimento. Na sua perspectiva, a cultura visual substitui gradualmente o molde epistemológico da palavra impressa, caracterizada pelo domínio analítico do conhecimento, assente no valor da história, pelo raciocínio lógico e pela capacidade de concentração, assegurada pela privacidade e pela solidão da leitura.

discursivo afim do que encontramos no fotoblogue e também no *spot* publicitário e no *videoclip*.

Em qualquer destes géneros, a estrutura narrativa linear tem um papel secundário ou até, por vezes, nulo. Isso é ainda mais relevante no *videoclip* musical onde domina a perceção descontínua, caleidoscópica e estimulante de imagens e música e onde uma *star* é o centro vital captado em diferentes ângulos simultâneos. É nesse sentido que o *videoclip* se tornou, de resto, na forma cultural basilar do panorama visual contemporâneo: "The nec plus ultra of today's exhibionistic medium practices seems to be exactly the music video, where it is not so much the medium itself that arouses excitement anymore, but the eye-catching appearances of the star as visual spectacle." (Peeters, 2004). Daí o paralelo natural com muitos dos trabalhos dos meus alunos onde se nota o foco redundante e promocional no protagonista e a fragmentação narrativa aparentada com o formato do *videoclip*, consagrado pela indústria musical das últimas duas décadas do século XX.

Em causa está a exteriorização estimulada pela visualização massiva dos meios modernos de comunicação. Não deixa de ser revelador que o modelo de autorrepresentação maioritariamente escolhido pelos meus alunos confirme o declínio da cultura letrada e literária (do romance e dos géneros autobiográficos), que alimentou até há décadas a produção de subjetividades. Afastam-se da sonda romântica que mergulhava nos abismos da alma, alimentados pelo imaginário da leitura e escrutinados pelo exercício contemplativo da escrita. Mesmo sem chegar ao extremo do *show* mediático do eu comum no Youtube ou nos *reality shows* televisivos, neles é já um dado indesmentível que a perceção acelerada dos ritmos de vida, a telerrealidade e as redes sociais lhes configuram a forma de entender o privado, tornando mais externa, exposta e promocional a intimidade.

É aqui que se justifica o uso do conceito de *extimidade*, explorado pela ensaísta argentina Paula Sibilia (2008: 103-130) para dar conta de uma intimidade fragmentária, dada em espectáculo, à mercê da bulimia mediática e consumista do nosso tempo. Construído a partir do conceito

oitocentista de intimidade – a que Richard Sennett (1976: 257) chamou a "tirania da intimidade" –, o termo assinala o eclipse da interioridade de matriz romântica e burguesa. Não se trata de todo de um neologismo pois já teve abordagens no campo da Psicanálise ou da Literatura[6]. Em todo o caso, aqui o conceito refere-se a um íntimo saído da interioridade, movido pela vontade de levar o interlocutor a reconhecer-lhe o valor. Na leitura de Paula Sibilia, extimidade dá nome à evolução contemporânea/mediática dos sujeitos que se definem pelo que podem exibir de si, que fazem a gestão de si como uma marca e submetem o privado ao voyeurismo emocional e ao êxito das audiências.

Contar a vida própria, fazer um autorretrato tem sempre uma dimensão retórica e comunicacional, inscreve-se por força na história e na cultura e, como tal, está sob a alçada das relações de poder de cada sociedade. Sempre convocou tropos, estratégias retóricas, memória cultural, processos de seleção e arquivo de memória que sustentam a credibilidade daquele que diz que diz a verdade sobre si. Só que na contemporaneidade publicita-se sem restrições o privado; montam-se espetáculos pessoais mediados pela tecnologia, e exibem-se intimidades mais ou menos inventadas para serem mostradas na tela. É a cultura mediática (televisiva, em primeiro lugar) a promover a ilusão segundo a qual é possível mostrar "tudo" e que se pode viver sem interditos. Na sociedade em que o *Big Brother* triunfou como padrão dos olhares televisivos, faz-se acreditar que onde está uma câmara está uma verdade que não devemos discutir.

Em *Life: The Movie*, Neal Gabler (1998) identificou até que ponto o entretenimento e o cinema, em especial, mudaram a forma de

6 - O termo *êxtimo* foi pela primeira vez usado por Albert Thibaudet, em "Lettres et journaux", na *Nouvelle Revue Française*, de 1 Junho de 1923. Bem mais tarde vem a ideia lacaniana de êxtimo (exterioridade íntima), identificado como objeto primeiro da análise psicanalítica. Em *Le séminaire, Livre VII: L'éthique de la psychanalyse* Lacan (1986) defende inclusive que o que de mais próprio se associa ao sujeito só pode apresentar-se fora dele, na cultura. Por último, Michel Tournier, no seu *Journal extime* (2002), foge ao gesto narcísico de falar de si e centra-se deliberadamente no que lhe é exterior, sem deixar de usar a forma do diário pessoal.

vermos o mundo e a nós próprios, no quadro da sociedade de consumo. Há várias décadas, "[...] the mind had begun processing life the way it processed the movies and consequently that if the movies were a metaphor for the condition of modern existence, the moviegoer was a metaphor for how one could cope with that existence" (Gabler, 1998: 240). A invenção da câmara (de fotografia e, depois, do cinema, da televisão e das tecnologias digitais) foi estruturando a cultura visual dominante, incorporou a composição corporal e discursiva dos indivíduos: por isso, fomo-nos vendo cada vez mais em movimento na nossa vida, como se uma câmara nos filmasse o tempo todo; inventamos filmes que passam nas nossas cabeças, sendo nós os protagonistas, cada vez menos protegidos pela delimitação entre real e ficção, privado e público.

Por outro lado, desde os trabalhos da Escola de Frankfurt até pensadores contemporâneos, como Jean Baudrillard (1981) ou Frederic Jameson (1991), tornou-se óbvio até que ponto os sujeitos contemporâneos são definidos e se definem como consumidores, na certeza de que os *media* determinam a organização social. Predomina a estetização que fascina, manipula desejos e gostos e impulsiona na direção do consumo. No contexto do capitalismo tardio, com o seu processo crescente de mercadorização, que se concretiza por via das tecnologias mediáticas, os indivíduos são cada vez mais observadores atomizados e passivos do fluxo de imagens. Submergem, por isso, na proliferação de simulacros que moldam as subjectividades descartáveis da sociedade do espetáculo e a sua fábrica de criar personalidades, compostas no pressuposto de que são captadas pela câmara de filmar. E por força aqui se enquadram as formas de narração autorreferencial também fortemente determinadas pela compressão das noções de tempo e espaço e pela crise na historicidade, inerentes à condição pós-moderna:

> If, indeed, the subject has lost its capacity actively to extend its pro-tensions and re-tensions across the temporal manifold and to organize its past and future into coherent expe-

> rience, it becomes difficult enough to see how the cultural productions of such a subject could result in anything but "heaps of fragments" and in practice of the randomly heterogeneous and fragmentary and the aleatory. (Jameson 1992: 25)

Longe ainda da sofisticação mediática do *spot* publicitário ou do *videoclip*, os meios digitais usados nos trabalhos em estudo valorizam quase exclusivamente a imagem (em detrimento do texto escrito) como instrumento de comunicação e incorporam o padrão mediático e os seus modos de exposição própria ante o olhar da câmara; derivam afinal de uma cultura visual em que o ecrã se tornou um dispositivo corrente através do qual vemos e inclusive vivemos a vida, para usar a expressão de María Jesús Lamarca Lapuente (2011). Trata-se de uma composição artesanal mas que tem por modelo próximo o formato recorrente em certos *talk shows* televisivos onde a entrevista de uma figura pública ou de um anónimo é acompanhada por uma sequência de fotografias privadas que o próprio ou alguém da família, à sua revelia, forneceu à produção do programa.

Conclusão

Não esqueço a juventude e imaturidade de muitos dos meus alunos, tal como os limites do exercício que lhes propus. No entanto, é indesmentível que aqueles que optaram por um ficheiro *powerpoint* seguem de modo ténue a meditação introspetiva sobre si. Em conformidade com essa ideia, consigo identificar neste *corpus* três outros traços definidores.

Em primeiro lugar, a ausência de referências históricas/coletivas que enquadrem a experiência pessoal. De notar a este propósito que, não raro, o discurso identitário destes jovens rasura quase por completo a experiência universitária e o seu estímulo intelectual. Sobressai, em contrapartida, a dimensão tribal da cumplicidade e do convívio juvenis, demarcado do mundo dos adultos e que alimenta naturalmente a dinâmica comunicativa do suporte digital a que estão sumamente ambienta-

dos. Em segundo lugar, valoriza-se o foco insistente e promocional na imagem do protagonista, sem espaço para pensar o gesto autobiográfico que lhe dá origem. Por fim, a autoapresentação fragmentária e redundante segue, em regra, a linha cronológica, embora sem uma sintaxe narrativa que sustente um qualquer balanço de vida e que lhe dê um sentido às suas vidas.

O processamento textual da autorrepresentação tem, já o afirmei antes, estreita ligação com os suportes mediáticos que a enformam e com as práticas de literacia a eles associadas. Na amostra em estudo, e tendo por referência a proposta de Daniel Cassany (2000) sobre os impactos da passagem do analógico ao digital na comunicação e na composição textual contemporâneas, reconheço, por força dos suportes digitais utilizados, uma discursividade multimodal, fragmentária, em grande medida determinada pela estrutura lógica do hipertexto, cujo suporte básico de visualização é o ecrã. Daí que se desvaneça a contextualização histórica ou se incorpore na definição autobiográfica o formato genológico do *videoclip* e o lastro intertextual da cultura *pop* mediática atual.

Os três tópicos acima enunciados convergem numa diferença em relação às práticas autobiográficas configuradas pela cultura do livro impresso. A verdade é que as escritas de si que a modernidade viu crescer exponencialmente, resultam de um contexto que Hans U. Gumbrecht (1998) descreveu pelo impacto da cultura impressa e da figura de autor; pela afirmação de um sujeito de conhecimento que observa e se mostra no gesto de se observar. Claro que Gumbrecht toma sobretudo em consideração as obras literárias e não tanto as práticas discursivas quotidianas, em todo o caso por elas influenciadas de forma mais ou menos óbvia. É no mínimo arriscado extrapolar conclusões a partir de materiais discursivos diferentes mas basta fazer o contraste entre os dois trabalhos das minhas alunas, anteriormente descritos, e não é difícil confirmar o impacto das matrizes diferentes de escrita e leitura que ambos convocam: um mais literário, como foi assinalado na análise, ao pertencer a uma pessoa que, por idade e formação, difere dos outros estudantes; outro cujo acto de escrita dilui a marca autorreflexiva e nessa medida se mostra mais permeável

à cultura da autorrepresentação êxtima, à banalização das câmaras e ao estranhamento diante do valor intimista da solidão.

Fica, então, o registo de um paralelo ainda incompleto, motivado pelo diálogo entre a forma de identificação pública do bilhete de identidade e discursos de identidade individual de jovens universitários. O documento de identificação acaba sendo não apenas um molde de referência identitária mas também e sobretudo uma metáfora das formas e dispositivos de construção autobiográfica na contemporaneidade. Na sua análise ficou evidente o quanto este exercício académico é permeável à era da revolução digital em que as noções de literacia e os modos tradicionais de leitura e autorrepresentação estão a ser desafiados e até descartados.

Bibliografia

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacres et simulation*. Paris: Galilée. 1981.

BENNETT, C. J. and LYON, D. (eds.). *Playing the Identity Card. Surveillance, Security and Identification in Global Perspective*. New York and London: Routledge, 2008.

CAPLAN, Jane & TORPEY, John (eds.). *Documenting Individual Identity:The Development of State Practices in the Modern World*. Princeton: Princeton University Press, 2001.

CASSANY, Daniel. "De lo analógico a lo digital. El futuro de la enseñanza de la composición". *Lectura y Vida. Revista Latinoamericana de Lectura* 2, año 21, junio (2000): 1-11. 10 de agosto de 2012. <http://www.unne.edu.ar/institucional/documentos/lecturayescritura08/cassany.pdf>.

GABLER, Neal. *Life: The Movie. How Entertainment Conquered Reality*. New York: Vintage Books, 1998.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. "Cascatas de modernidade". *Modernização dos sentidos*. São Paulo: Ed. 34, 1998. 9-32.

HALL, Stuart & DU GAY, Paul (eds.). *Questions of Cultural Identity*. London: Sage Publications, 1996.

JAMESON, Frederic. *Postmodernism or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. London/New York: Verso, 1991.

LACAN, Jacques. *Le séminaire, Livre VII (1959-1960), L'éthique de la psychanalyse*. Paris: Seuil, 1986.

LAMARCA LAPUENTE, María Jesús. *Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen* [Tese de doutoramento em Fundamentos, Metodología y Aplicaciones de las Tecnologías Documentales y Procesamiento de la Información]. [Madrid:] Facultad de Ciencias de la Información. Dpto. de Biblioteconomía y Documentación / Universidad Complutense de Madrid, 2011. 10 de agosto de 2012 <http://www.hipertexto.info>.

LYON, D. *Identifying Citizens: ID Cards as Surveillance*. Oxford: Polity Press, 2009.

PEETERS, Heidi. "The Semiotics of Music Videos: It Must Be Written in the Stars". *Image [&] Narrative. Online Magazine of the Visual Narrative*. May, 2004. 10 agosto de 2012 <http://www.imageandnarrative.be/inarchive/issue08/heidipeeters.htm>.

PÉREZ TORNERO, José Manuel. *Promoting Digital Literacy. Final Report EAC/76/03. Understanding Digital Literacy*. Barcelona: Gabinete de Comunicación y Educación - Universidad Autonoma de Barcelona, 2004. 11 agosto 2012 <http://ec.europa.eu/education/archive/elearning/doc/studies/dig_lit_en.pdf>.

PIAZZA, Pierre. *Histoire de la Carte Nationale d'Identité*. Paris: Odile Jacob, 2004.

POSTMAN, Neil. *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin Books, 1986.

SENNETT, Richard. *The Fall of Public Man*. New York: Alfred A. Knopf, 1976.

SIBILIA, Paula. *La Intimidad como Espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.

TORPEY, John. "Aller et venir: le monopole étatique des moyens légitimes de circulation". *Cultures et Conflits* 31/32 (1998): 63-100.

TOURNIER, Michel. *Journal extime*. Paris: La Musardine, 2002.
WOODWARD, K. (ed.). *Identity and Difference*. London: Sage/Open University, 1997.

Nota curricular

Professora Doutora Carina Infante do Carmo. Professora Auxiliar na Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade do Algarve. Doutora em Literatura e Cultura Portuguesas (2007). Publicou *Adolescer em Clausura. Olhares de Aquilino, Régio e Vergílio Ferreira sobre o Romance de Internato* (Centro de Estudos Aquilino Ribeiro/ Universidade do Algarve, 1998) e *A Militância Melancólica ou a Figura de Autor em José Gomes Ferreira* (Fundação para a Ciência e Tecnologia/Fundação Calouste Gulbenkian, 2010). Co-organizou com Paula Morão, *Escrever a Vida. Verdade e Ficção* (Campo das Letras, 2008), e com Violante Magalhães F. o nº 6 da revista *Nova Síntese. Textos e Contextos do Neo-Realismo* sobre Manuel da Fonseca (2011). Membro do Centro de Estudos Comparatistas da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. Áreas de investigação: Literatura/ Cultura Portuguesa Moderna e Contemporânea; Estudos Autobiográficos; Neo-Realismo português.

Contacto

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade do Algarve. Campus de Gambelas 8005-139, Faro, Portugal. http://www.fchs.ualg.pt/BIGeral/BIGeral.asp?login=ccarmo; ccarmo@ualg.pt.