



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

## **A obra YoloCaust.de como instância de comunicação cidadã: Um diálogo por entre a alteridade, a memória e a identidade. <sup>1</sup>**

**Renato Vercesi Mader<sup>2</sup>**

**PPGCOM- ESPM – SP**

### **Resumo**

Objetivamos analisar a instância comunicacional cidadã na obra YoloCaust.de, de Shahak Shapira, que provoca nos visitantes uma reflexão dialógica por entre alteridade, memória e *selfie*, como prática identitária na contemporaneidade, acerca da maneira pela qual visitantes do Memorial Holocausto em Berlin, Alemanha, operam registros da experiência na mídia contemporânea. A reflexão une os conceitos que norteiam tanto o *self* conectado de PAPACHARISSI (2011) quanto comunicação cidadã de COGO (2010), tendo a perspectiva de articulação de “memória-apagamento” de HUYSSSEN (2014), da partilha do sensível e sentido político no estético – RANCIÈRE (2005), da identidade pós-moderna de HALL, com a cidadania de CORTINA (2005), amparados pelos conceitos de comunicação e cultura WOLTON, (2004), no cenário digital de CASTELLS (2009). Metodologicamente, partimos da ideia de Conexão Pública (COULDRY, LIVINSTONE & MARKHAM, 2010), pela relação direta entre o consumo midiático e sua consequência reflexiva.

**Palavras-chave:** Comunicação cidadã, alteridade, memória, cultura, identidade.

### **Abstract**

We aim to analyze the instance of citizenry communication in Shahak Shapira's YoloCaust.de, which provokes in the visitors a dialogic reflection between alterity, memory and selfie, as an identity practice in contemporary times, about the way in which visitors to the Holocaust Memorial in Berlin, Germany, operate records of experience in contemporary media. The reflection unites the concepts that guide both the connected self of PAPACHARISSI (2011) and citizen communication of COGO (2010), having the perspective of articulation of memory-deletion of HUYSSSEN (2014), of the sharing of the sensible and political sense in the (2005), of the postmodern identity of HALL, with the citizenship of CORTINA (2005), supported by the concepts of communication and culture WOLTON, (2004), in the digital scenario of CASTELLS (2009). Methodologically, we start from the idea of Public Connection (COULDRY, LIVINSTONE & MARKHAM, 2010), by the direct relation between media consumption and its reflexive consequence.

**Key-words:** Citizenry Communication, alterity, memory, culture, identity.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO, CONSUMO E CIDADANIA: POLÍTICAS DE RECONHECIMENTO, REDES E MOVIMENTOS SOCIAIS, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

<sup>2</sup> Mestre e Doutorando pelo PPGCOM – ESPM – SP em Comunicação e Consumo, membro dos grupos de pesquisa Cosmocult- [www.comocult.com.br](http://www.comocult.com.br) e Deslocar – [www.deslocar3ci.wordpress.com](http://www.deslocar3ci.wordpress.com). Mail de contato: [rmader@espm.br](mailto:rmader@espm.br)



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

## **Introdução**

A partir do conceito de comunicação cidadã de que trata COGO (2010) propomos uma reflexão por sobre a obra de arte Yoloocaust.de considerando o contexto que a cerca como instância significativa da prática comunicacional contemporânea, operando articulação de sentido e transformação social através de “espaços comunicacionais transnacionais, para o exercício da cidadania” (2010,p.82).

Pretendemos então, analisar como as dinâmicas de alteridade registradas na, e pela obra Yoloocaust.de, atuam por sobre um “conceito pleno de cidadania que considera simultaneamente, um status legal, um status moral e uma identidade pela qual se sabe e se sente pertencente a uma sociedade” (CORTINA, 2005 p.139). Um pertencimento que se inscreve pela conectividade em redes, que como questiona PAPACHARISSI (2011 p.308): “what sorts of individuals these networks produce: More or less social?”. Neste sentido cabe ressaltar o fato de que a obra Yoloocaust.de surge a partir de dois vetores contemporâneos:

- o que marca a prática comunicacional cidadã em âmbito digital, acelerando a polaridade público-privado das narrativas dos sujeitos contemporâneos, em tensionamento do sentido discursivo empregado pelos visitantes do memorial do holocausto, em sua prática narrativa de *selfie*, tanto como pela ação da obra Yoloocaust.de;
- e o que marca o cinquentenário do término do holocausto, eternizando em concreto e memória recente, suas marcações históricas através de museu e monumento construídos em Berlin na Alemanha. De forma que no embate conceitual criado por Shahak Shapira também se encontra inscrita a questão do paradigma memória/esquecimento, de que nos fala HUYSSSEN (2014) ao analisar o discurso histórico de monumentos universais.

## **Comunicação, cidadania e identidade por meio das redes sociais e das selfies.**

É a partir desta localização, por entre os âmbitos midiático e estético, que situamos a obra Yoloocaust.de como articuladora de uma cidadania transnacional, operada por uma “perspectiva



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

multidimensional (civil, política, econômica, cultural, global, etc.) na conformação empírico-conceitual da cidadania” (COGO, 2010, p.88).

Ao iniciar este percurso, citamos o conceito pleno de cidadania, que “considera simultaneamente, um status legal, um status moral e uma identidade pela qual se sabe e se sente pertencente a uma sociedade” (CORTINA, 2005 p.139). É justamente nas questões relacionadas à esse pertencimento, que HALL, ao tratar da contemporaneidade, destaca como uma de suas consequências a problemática relativa a categoria de identidade:

“É possível, de algum modo, em tempos globais, ter-se um sentimento de identidade coerente e integral? A continuidade e a historicidade da identidade são questionadas pela imediatez e pela intensidade das confrontações culturais globais. (HALL, 2006, p.83).

Ressaltando a cultura e a comunicação como operadores conceituais, na razão em que para Hall, para que seja estabelecida uma identidade, há que haver uma cultura, e esta, demanda uma prerrogativa de comunicação como via estruturante de sua materialidade social. Comunicação e cultura então, se encontram justapostas, através de sentidos e dimensões múltiplas.

Neste sentido, Wolton é categórico ao propor que somente a comunicação teria a faculdade de mediar e gerenciar a relação ambivalente entre o eu e o mundo, tendo a linguagem como centro desta experiência. Situa comunicação então, em um primeiro sentido, “como aspiração, remetendo ao fundamento de toda experiência humana” (2004, p.56).

Podemos então depreender que comunicação e cultura caracterizam a tessitura social pela qual se constrói a identidade contemporânea, uma vez que “não há sociedade humana sem uma cultura estabelecida entre seus integrantes”(2004, p.49). Wolton afirma ainda, que “a comunicação está no centro da modernidade, [...] que é o centro da cultura ocidental” (2004, p.50).

Neste sentido mesmo, Manuel Castells afirma que “the communication process decisively mediates the way in which power relationships are constructed and challenged in every domain of social practice, including political practice” (CASTELLS, 2009, p. 4) . De forma que não apenas o



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

poder regulador das práticas sociais e políticas se torna midiático, mas também o poder de resistência ou ressignificação do regulador cultural vigente. Como podemos observar na ação reflexiva que acompanha a leitura da obra Yolocaus.de.

Zizi Papacharissi (2011), em sua coletânea *A Networked Self Identity: Community, and Culture on Social Network*, apresenta um panorama ainda mais subjetivo das possibilidades identitárias oferecidas em sites de redes sociais. Seus papéis, cada vez mais amplos e dominantes se inscrevem em uma sociedade que se amplia pelo global por meio da existência social digital.

Para Derek Conrad Murray, a cultura das selfies intriga pela grande adoção em massa, pois a grandeza crescente do número dessas imagens impressiona. A ponto de considerar o *selfie* não apenas como uma “condição narcisística da adolescente americana, branca, de classe média”, mas ao contrário, uma “condição de resistência social e política” através do *selfie*, a diversos estereótipos de gênero, tanto quanto de localização social.

Murray também comenta, assim como Wolton, do espaço crescente ao viés tecnicista ao dimensionar a comunicação, quando afirma que:

“a legitimação do termo *selfie* é um tipo de bode expiatório ideológico que sintetiza uma gama de medos sobre a infestação contagiante da tecnologia em uma subjetividade legível: uma nova alteridade projetada para absorver nosso julgamento e condenação” (MURRAY, 2015, p.3).

No entanto, o que unifica essas imagens, tanto de resistência quanto narcisísticas, “é uma obsessão, compartilhada com a auto-criação<sup>3</sup>; um narcisismo abraçado que transforma o olhar do umbigo em alta cultura e o consumo baseado no lazer em uma virtude”(2015, p.7).

Murray percorre a linguagem, a prática e a reflexividade do *selfie* pela cultura e sociedade

---

<sup>3</sup> Murray trata por “self-fashioning”, o termo que designa a auto criação. Acreditamos realmente que o termo em sí, atua de forma conjunta com o conceito de *Mass-self communication* de Castells (2008 p.82), que traduzimos de forma livre como “comunicação individual de massa”.



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

norte-americana pelo trabalho artístico de diversas fotografias que utilizam o *selfie* como poética, para chegar a conclusão de que:

“ Talvez o selfie seja um instinto de auto-preservação: um reflexo de sobrevivência - e talvez seja na contenda representacional de jovens com as condições mais desumanas do capitalismo tardio, que são capazes de imaginar-se de novo e de transcender a visão depreciativa que é tantas vezes imposta a eles” (2015, P.23).

A partir das diversas perspectivas teóricas cruzadas a partir do objeto empírico deste trabalho – a obra *Yolocaust.de* – podemos então estruturar uma construção teórica que abraça a condição social contemporânea, sua representatividade midiática, as práticas comunicacionais contemporâneas, bem como a situação contraditória, por entre a imagem pessoal do *selfie* realizado, e a imagem global, consumida fora do local original de exibição – as redes sociais – para ser isolada como arte e questionar a alteridade, a memória e a noção de cidadania inerente ao contexto histórico global contemporâneo.

### **Contexto, pretexto e provocação.**

Ao assumir a data de 27 de janeiro de 2012 para celebrar o cinquentenário do final do holocausto, a Alemanha reconheceu transnacionalmente sua posição contemporânea ante a história e o mundo de forma inequívoca: um memorial de muitos metros quadrados, concebido em blocos de concreto simétricos simbolizando os mais de 6 milhões de pessoas exterminadas, contendo ainda um museu histórico do período, inaugurados em Berlin. Desde então a visita diária ultrapassa 10 mil pessoas por entre tantas nacionalidades diferentes, quanto é o peso do holocausto na memória global contemporânea. Com 10 mil visitantes/dia o memorial se torna local de grande produção de registros fotográficos – *selfies* –, (figura 1) distribuídas pela internet em suas várias redes sociais, como releituras tanto do registro, quanto de seu apagamento pela reescritura midiática digital.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO



Figura 1: Alguns dos 12 *selfies* escolhidos aleatoriamente por Shapira, para iniciar a obra *Yolocaust.de*

A partir daí, Shahak Shapira, artista israelense há 15 anos radicado em Berlin, propõe uma apropriação midiática das tensões entre as instâncias transnacional, nacional e individual da construção de sentido histórico do holocausto – no passado – e de sentido biográfico do visitante do memorial holocausto – no presente – afetando as instâncias de cidadania, tanto quanto de identidade na dimensão do público/privado.

Shapira abre um *website*, intitulado *Yolocaust.de*, no qual expõe uma dúzia destes *selfies* escolhidos aleatoriamente por redes sociais digitais diversas – facebook, Instagram, Tinder e Grindr – expostos em sua versão original, fazendo par com uma releitura digital, na qual retira da cena o memorial e o substitui por cenas reais de campos de concentração nazistas (figura 2).

Shapira nomeou o projeto como *YOLOCAUST*, fazendo uma construção a partir da sigla *Y.O.L.O.*, que significa em inglês “você só vive uma vez” (*You only live once*), tornada midiática a partir de uma música do artista pop norte-americano *DRAKE*, com a palavra *Holocaust*, resultando então no nome do projeto: *YOLOCAUST.DE*.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

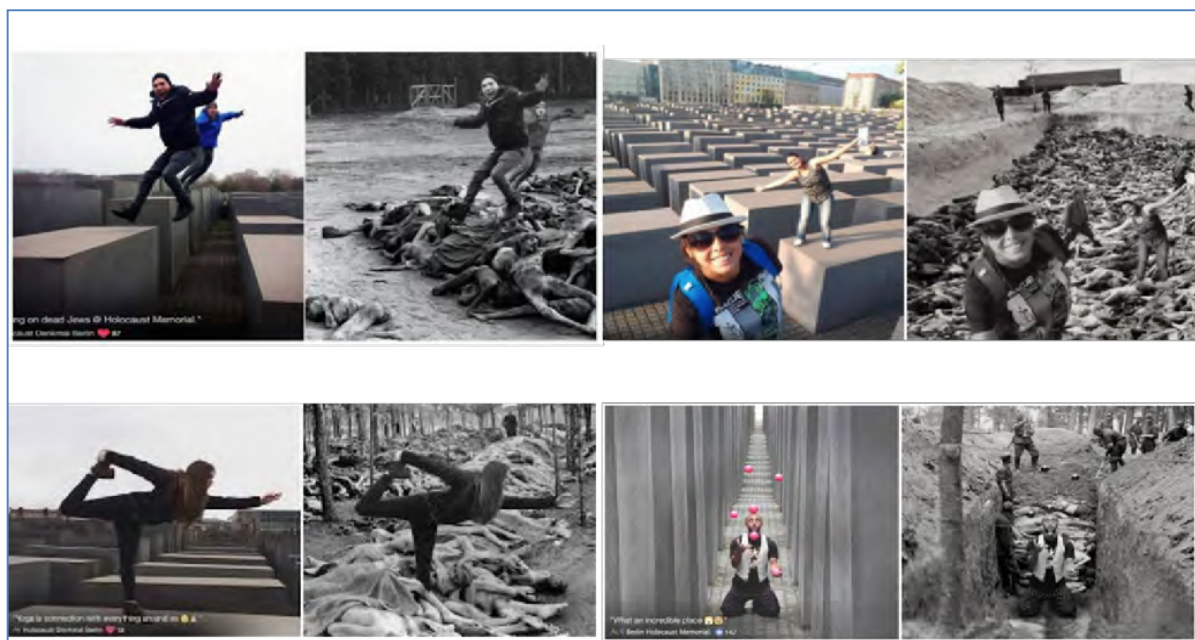


Figura 2: quatro de doze pares de imagem que compõem a obra digital Yoloocaust.de.

### Alteridade: a dimensão transnacional da cidadania?

Como instância da comunicação cidadã, mesclando o *selfie* e o *pop* contemporâneo ao registro histórico do holocausto em marcação consolidada globalmente por cerca de 2.5 milhões de visitantes apenas na primeira semana, em janeiro de 2017. A obra de Shapira pareceu-nos evidenciar a prática reflexiva da comunicação cidadã em sua dimensão de construção através da prática transnacional, que, como afirma Cogo age “visando a diferentes agendas de transformação social” (COGO, 2008, P.84), em todos os doze *selfies* utilizados pela obra de Shapira.

Assim é que tanto na perspectiva histórica coletiva, quanto na perspectiva midiática individual, as dinâmicas de alteridade operam na obra Yoloocaust.de, estabelecendo midiaticamente o conflito inerente à condição de cidadania. Com efeito, em relação ao estatuto do cidadão, nos diz Cortina:

“ é o reconhecimento oficial da integração do indivíduo na comunidade política, comunidade que, desde as origens da era moderna, adquire a forma de Estado nacional de direito. Com isso, porém, ainda dizemos muito pouco sobre a natureza da cidadania, porque o vínculo político em que consiste constitui um elemento de identificação social para os cidadãos, e um dos fatores que constituem sua identidade... ...porque a identificação com



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

um grupo supõe descobrir as características comuns, as semelhanças entre os membros do grupo, mas, ao mesmo tempo tomar consciência das diferenças com relação aos de fora. ...A cidadania em sua trama urdida com dois tipos de fio: Aproximação dos semelhantes e separação em relação aos diferentes”. (2005, p.31-32).

Através do processo de alteridade gerado pela obra, percebemos um espaço transnacional de reflexão acerca da cidadania, ainda que, como afirma Cortina:

“uma teoria contemporânea da cidadania, que satisfaça a todos os requisitos exigidos por noções atuais de justiça e de pertença, uma noção de cidadania capaz de motivar os membros de uma sociedade a dar sua adesão a projetos comuns sem empregar para tanto recursos enganadores, exige que se enfrente um conjunto amplo de problemas, frequentemente herdados, outras vezes novos” (2005, p28).

Outra instância pela qual podemos aferir a dimensão de alteridade em relação a obra, reside no fato de que embora Shapira tenha tido milhões de visitantes, realizou como esforço de divulgação apenas um post em seu perfil de facebook, reproduzido na figura a seguir, com a seguinte tradução:

“Eu observei no último ano um fenômeno interessante sobre o Memorial do Holocausto: muitas pessoas usam o monumento como um cenário para suas fotos de perfil no Facebook, Instagram, Tinder ou Grindr. Eu peguei estas *selfies* e combinei com imagens de campos de concentração. O resultado pode ser visto em [www.yolocaust.de](http://www.yolocaust.de). Dedico este projeto ao meu neonazi predileto, Berndt Hoxke”



No site YOLOCAUST, além das imagens originais e as versões adulteradas pelo artista, havia ainda, um *disclaimer*: “ Se você está nestas fotos e deseja que ela seja retirada, envie um mail para [undoucheme@yolocaust.de](mailto:undoucheme@yolocaust.de)”. O termo “undouche me” que direciona o e-mail, pode ser traduzido como “ desidiotize-me”.

Figura 3: Post de divulgação da obra Yolocaust.de na página do artista.





COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Na ação de comunicação cidadã de Shahak Shapira, a alteridade opera pela dinâmica midiática evidente no depoimento do sujeito retratado na obra, pulando sobre os blocos de concreto com a legenda: pulando em cima de judeus mortos, (figura 4), em texto por nós traduzido do original: “Eu sou o cara que te inspirou a fazer Yoloocaust, então eu li pelo menos. Eu sou o ‘pulando em cima de ...’ Eu não consigo nem escrever isso, meio enjoado de olhar. Eu não quis ofender ninguém. Agora eu continuo vendo minhas palavras nas manchetes. Eu vi que tipo de impacto essas palavras têm e é louco e não é o que eu queria (...). A foto foi para os meus amigos como uma piada. Sou conhecido por fazer piadas fora de linha, piadas estúpidas, piadas sarcásticas. E eles entendem. Se você me conhecesse, você também entenderia. Mas quando é compartilhado, e chega a estranhos que não têm idéia de quem eu sou, eles apenas vêm alguém desrespeitando algo importante para alguém ou para eles. Essa não foi minha intenção. E eu sinto muito. Eu realmente sinto. Com isso em mente, gostaria de ser desidiotizado. P.S. Ah, e se você pudesse explicar para a BBC, Haaretz e todos os outros blogs, estações de notícias, etc, etc que eu realmente errei feio, isso seria ótimo”.

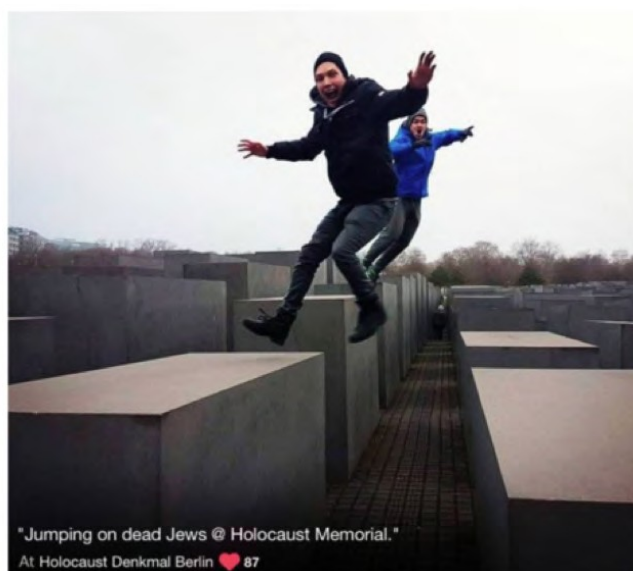


Figura 4: A primeira das imagens expostas e trabalhadas em Yoloocaust.de

Pela dimensão midiática, o sujeito da *selfie* intitulada “pulando sobre judeus mortos”, ao ver-se transportado de sua dimensão identitária particular, constituída pelo seu perfil na rede Instagram (e portanto, disponível apenas para quem o seguir), à uma dimensão identitária pública – como parte de obra de arte transnacional com milhões de visitantes – passa a reconhecer de forma reflexiva, a desproporção entre sua intenção particular e o efeito público gerado.



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

## **O conceito de conexão pública como operador conceitual de Yolocaust.de.**

A dimensão multimetodológica decorrente do conceito de conexão pública trabalhado por Couldry, Livingstone & Markham (2010), se apresenta tão desafiadora quanto oportuna, para se averiguar na instância da obra Yolocaust.de, se a relação por entre o consumo midiático e sua decorrente reflexividade crítica proposta, pode realmente ser evidenciada como empiria do conceito de “conexão pública” como forma de materialização do processo decisório individual, pelo qual se dimensiona a demarcação do que é e não é público, no âmbito pessoal de decisão individual:

“Something crucial remains at stake in the public/ private distinction, notwithstanding postmodernist thinkers who celebrate its breakdown. Democracy requires, we believe, the idea that those affected by decisions can participate in them, which in turn requires some (more or less satisfactory) demarcation of the types of decisions that are, or, just as important, are not public. (COULDRY N., LIVINGSTONE S. & MARKHAM T., p.06,2010).

A partir desta concepção, propõem uma relação causal por entre a política e a mídia, em torno das definições e usos dos conceitos de público e privado, político e social, individual e coletivo. A partir desta prerrogativa, na qual as dimensões pública e privada constroem-se por um panorama cultural de compreensão e de ação social, os autores propõem uma perspectiva analítica conjunta por entre comunicação e política relacionando a prática midiática diária e sua correspondente ação reflexiva na compreensão e construção da conexão pública como forma de engajamento cidadão.

No âmbito empírico, os autores consideram que é por este consumo midiático como conector entre os âmbitos doméstico – privado e inacessível – e público – visível e acessível, como de crucial importância a posicionar as relações entre o privado e inacessível reino do lar ao mundo público além deste domínio (visível, acessível): “For our present purposes, the main reason is the crucial positioning of the media, linking the private and inaccessible realm of the home (where most media are consumed) to the public (visible, accessible) world beyond. (COULDRY, LIVINGSTONE & MARKHAM, p.28,2010).



COMUNICON2018  
congressointernacional  
comunicaçãoeconsumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

E então nessa perspectiva, que acreditamos na obra de arte digital Yoloocaust.de, – uma obra midiática – como sendo realmente uma instância da prática comunicacional cidadã que atua de forma a mediar a fronteira pública/privada, na relação social entre o homem e seus monumentos. A construção de sentido privado e coletivo, permeia em paralelo, sentidos da memória e do apagamento, em semelhante dicotomia por entre os fatos do passado –Holocausto e a proposta do presente – monumento – como uma memória contemporânea em sentido histórico direcionado ao futuro, mais do que pela memória que o constituiu.

### Por entre as práticas de memorialização e a realidade do esquecimento.

Ao visitar o site em janeiro de 2018, (figura 5), notamos que já após uma semana de seu lançamento, ainda em 2017, não havia mais nenhuma das foto por ele trabalhadas, como o texto registra. Todas elas prontamente retiradas a partir da solicitação de seus autores. Em seu lugar, o relato do artista sobre a experiência, o depoimento de alguns dos autores das fotografias *selfie* e diversos comentários recebidos de professores, pesquisadores, trabalhadores do memorial e visitantes a respeito da obra, externando opiniões e com elas, a condição reflexiva em que a obra os colocou em relação ao sentido histórico monumentalizado pelo memorial e ao sentido efetivo do fato histórico do holocausto.

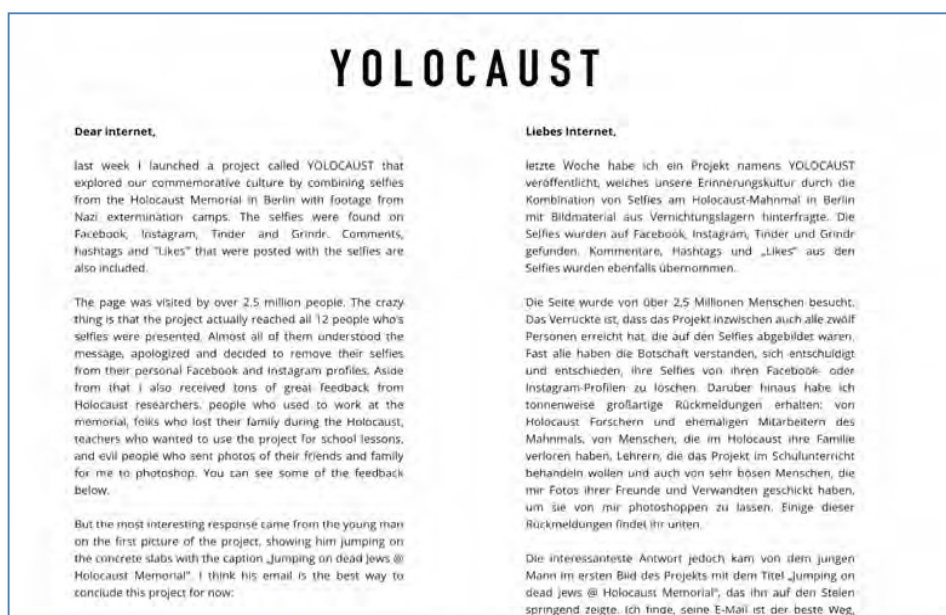


Figura 5: tela inicial da obra Yoloocaust.de, registrada em 18/01/2018 em [www.yoloocaust.de](http://www.yoloocaust.de)



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Ao realizar uma análise cultural do passado no presente, em especial relacionado ao processo de memorialização que descreve ao redor dos memoriais do Holocausto, em Berlin, e do 11/09, em Nova Iorque, Huyssen (2014) inicia pelo aspecto social mais amplo, quando afirma que cultura e política da memória tiveram um surto de transnacionalização ao longo das últimas décadas, refletindo não apenas a globalização econômica que permeia nosso mundo, mas principalmente, as instâncias de representação instauradas por diversas comissões da verdade, museus, memoriais e ressignificação histórica pela grande maioria das democracias de capital aberto.

Segundo Huyssen, a aceleração do presente, por sobre passado e futuro, marca uma dualidade histórica: para alguns, este surto de historicidade recente remete justamente a um antagonismo frente a aceleração instantânea em que estamos imersos no contemporâneo. Para outros, o temor é de que a prevalência do discurso sobre a memória termine por alterar a realidade histórica. Neste impasse sobre a cultura da memória, Huyssen afirma ser a memória, também algo a compor o supermercado cultural de produtos disponíveis no mundo, de forma a oferecer um consumo desta memória, distanciado do seu real sentido histórico e talvez, também do seu sentido político ao termos no consumo deste memorial, relações midiáticas individuais enfiadas pelo coletivo, mas de grande importância ao indivíduo contemporâneo. Algo como uma insistente memória institucional, histórica e política, de dimensões e alcance globais, fazendo oposição a um estado imanente de existência midiática contemporânea, individual e local.

Obviamente que a disputa cotidiana por entre memória e realidade, torna-se um interessante divisor, em especial aos objetivos deste estudo. Como afirma Huyssen:

“...a relação entre as práticas de memorialização e a realidade do esquecimento continua a ser um pomo da discórdia. O paradoxo é que as próprias práticas comemorativas podem participar dos processos destemporalizantes do consumo instantâneo, da produção de lixo e do esquecimento, que marcam nossa cultura.” (HUYSSSEN 2014, p.140)

Interessante notarmos como o paradoxo se tangibiliza em YOLOCAUST, não pelo aspecto flagrante que dirige sua criação, mas pelo viés temporal de sua obra, se considerarmos o ocorrido como um processo e não como um fato dado. Huyssen afirma que o Memorial do Holocausto atua para a Alemanha, nos níveis cívico e nacional. Trata-se de um país reconhecendo-se perante o



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

mundo como o articulador principal deste período histórico e conseqüentemente, de suas decorrências, como a criação da ONU, o despertar para uma política de direitos humanos que atua por sobre a maioria dos países do globo. Nas dimensões transnacional, nacional, regional e local, a cultura da memória desempenha diferentes papéis, como no caso, que embora tenha uma importância fundamental para toda a Alemanha, no aspecto global, tende a se arrefecer, justamente pelo fato de ter-se materializado em um espaço memorial, gerando novas colagens imagéticas ao contemporâneo, que acabam por trabalhar uma relação de esquecimento do fato, ao partir do próprio fato como registro. Como diz Huyssen:

“Mas e se ambas as observações forem verdadeiras, se o aumento explosivo de memória for inevitavelmente acompanhado de um aumento explosivo de esquecimento? E se as relações entre memória e esquecimento estiverem realmente sendo transformadas, sob pressões nas quais as novas tecnologias da informação, as políticas midiáticas e o consumismo desenfreado estiverem começando a cobrar seu preço? HUYSSSEN, 2000, p.18)

É exatamente neste questionamento que nos deparamos, ao lidar com a situação vigente: um memorial de reconhecimento e impacto global, sendo dissolvido de suas origens por fotos *selfie* de visitantes de todo o globo que tanto ampliam a noção de existência e importância deste memorial, quanto dissolvem sua história pela auto-imagem de pertencimento em alguma dimensão midiática digital contemporânea.

Podemos, a partir deste paradoxo notado por Hussein, relacionar da mesma forma, um paralelo por entre a noção histórica de cidadania, retratada pelo memorial em seu sentido oficial, e a noção contemporânea individual de cidadania, retratada pelos *selfies* ali produzidos. Por entre o esquecimento e a lembrança, se constroem sentidos outros ao fato histórico.

Do fato histórico ao conceito de cidadania, operado na identidade individual digital do indivíduo contemporâneo em turismo por Berlin, tanto quanto na partilha coletiva do sensível, oferecida no contexto de YoloCaust.de por Shahak Shapira, nos deparamos com o sentido alheio, diverso e distante dos processos de alteridade.



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

## Considerações Finais.

A obra YoloCaust.de apresenta, em concepção e repercussão, a construção de um espaço comunicacional transnacional que de fato propõe, em ação reflexiva, um diálogo intenso por entre alteridade, memória e identidade, alterando a percepção identitária e cidadã dos visitantes da obra, incluindo aqueles doze nela retratados.

Pois é a partir da exposição pública destas doze narrativas individuais de visita ao Memorial do Holocausto, colhidas em redes sociais digitais, que se altera o sentido, a significação e perspectiva coletiva tanto do Holocausto, quanto de seu memorial.

Podemos igualmente, considerar como uma instância da comunicação cidadã a rapidez com que sua estrutura dialética foi desmobilizada pela via do reconhecimento público de cada um dos doze escolhidos para figurar na obra, voltando cada um a desfrutar de sua condição de privacidade, anterior à obra. Por outro lado é talvez no aspecto mais abrangente da comunicação cidadã, que a obra demonstra todo seu poder dialógico: há mais de um ano sem uma única imagem das doze originais, YoloCaust.de permanece dialogando com a alteridade, a identidade e a memória de seus visitantes.

## Referências

CASTELLS, Manuel. **Communication power**. New York: Oxford University Press, 2009.

COGO, Denise. **A Comunicação cidadã sob o enfoque do transnacional**. São Paulo: Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação v.33, n.1, p. 81-103, jan./jun. 2010.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. São Paulo: Ed. Loyola, 2005.

COULDRY N., LIVINGSTONE S., & MARKHAM T., **Media Consumption and Public Engagement: Beyond the Presumption of Attention**. Londres, Palgrave MacMillan, 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

HUYSEN, Andreas. **Culturas do passado-presente**: modernismos, artes visuais, política da memória. São Paulo: Contraponto editora, 2014.

MURRAY, Derek C.: **Notes to self**: the visual culture of selfies in the age of social media, Consumption Markets & Culture. Londres, Routledge Informa, 2015.

PAPACHARISSI, Zizi, **A networked self** : identity, community and culture on social network sites. New York, Routledge, 2011.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**: estética e política. São Paulo: Editora 34, 2005.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora UnB, 2004.

#### **Lista de figuras:**

Figura 1: Montagem com imagens do projeto YoloCaust.de, acessadas em 18/01/2018, em: <http://metro.co.uk/2017/01/19/powerful-images-that-show-why-holocaust-selfies-are-so-disrespectful-6391091/>

Figura 2: Montagem com imagens do projeto YoloCaust.de, acessadas em 18/01/2018, em: <http://metro.co.uk/2017/01/19/powerful-images-that-show-why-holocaust-selfies-are-so-disrespectful-6391091/>

Figura 3: post original da página de perfil em facebook do artista Shahak Shapira, acessado em 18/01/2018, em: <https://www.facebook.com/ShahakShapira/photos/a.1658002754523097.1073741828.1645414519115254/2029309937392375/?type=3&theater>

Figura 4: Imagem do projeto YoloCaust.de, acessadas em 18/01/2018, em: <http://metro.co.uk/2017/01/19/powerful-images-that-show-why-holocaust-selfies-are-so-disrespectful-6391091/>

Figura 5: Tela inicial de YoloCaust.de, acessada em 18/01/2018, em: [www.yoloCaust.de](http://www.yoloCaust.de)