

CHAMADA PÚBLICA

SELFIE: O AUTORRETRATO DO SUJEITO CONTEMPORÂNEO

**SELFIE: THE SELF-
PORTRAIT OF THE
CONTEMPORARY
SUBJECT**

***SELFIE: EL
AUTORRETRATO
DEL SUJETO
CONTEMPORÁNEO***

PAULA BRAGA

RESUMO

As redes sociais são lugares de exibição de fotografias amadoras e campo de experimentação artística. São também dispositivos que impactam a subjetividade e a democracia, beneficiando interesses do neoliberalismo, e que geraram um novo capítulo na história da fotografia, a *selfie*, cujo estudo exige uma metodologia interdisciplinar. Este artigo propõe que a *selfie* remete à auto-objetificação. Esta hipótese é investigada referindo-se à teoria da fotografia de Philippe Dubois, a conceitos da psicanálise e a diagnósticos de Achille Mbembe e Giorgio Agamben sobre os efeitos do capitalismo avançado na subjetividade. Por fim, analisa a *selfie* nas obras de Amalia Ulman, Aleta Valente e Cindy Sherman, discutindo os limites das redes sociais como lugar de circulação da obra de arte.

PALAVRAS-CHAVE Fotografia; *Selfie*; Neoliberalismo; Democracia; Subjetividade

ABSTRACT

Social networks are sites for the exhibition of amateur photography, and a field for artistic experimentation. They are also apparatus that impact subjectivity and democracy, benefiting interests of neoliberalism. Moreover, they have generated a new chapter in the history of photography, the selfie, which demands an interdisciplinary methodology to be understood. This article proposes that the selfie refers to self-objectification. It investigates this hypothesis by departing from the theory of photography developed by Philippe Dubois, concepts from psychoanalysis, and diagnostics issued by Achille Mbembe and Giorgio Agamben concerning the effects of late capitalism on subjectivity. Last, the article analyses the use of the selfie by the artists Amalia Ulman, Aleta Valente and Cindy Sherman, discussing the limits of networks as a site for art.

KEYWORDS Photography; Selfie; Neoliberalism; Democracy; Subjectivity

RESUMEN

Las redes sociales son sitios de exhibición de fotografías amadoras y campo de experimentación artística. Son también dispositivos que impactan la subjetividad y la democracia, favoreciendo intereses del neoliberalismo, y han generado un nuevo capítulo en la historia de la fotografía, la *selfi*, cuya analice exige una metodología interdisciplinar. Este artículo propone que la *selfi* remete a la auto-objetificación. Esta hipótesis es investigada a partir de la teoría de la fotografía de Philippe Dubois, de conceptos de psicoanálisis y de diagnósticos de Achille Mbembe y Giorgio Agamben acerca de los efectos del capitalismo avanzado en la subjetividad. Finalmente, analiza la *selfi* en las obras de Amalia Ulman, Aleta Valente y Cindy Sherman, discutiendo los límites de las redes sociales como sitio de circulación de la obra del arte.

PALABRAS CLAVE Fotografía; *Selfi*; Neoliberalismo; Democracia; Subjetividad

Artigo inédito*
Chamada aberta

Paula Braga*

 <https://orcid.org/0000-0001-7986-6306>

*Universidade Federal do
ABC (UFABC), Brasil

DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2178-0447.ars.2021.180880>





Em uma imagem produzida durante a campanha presidencial de Hillary Clinton, em 2016, dezenas de jovens dão as costas à candidata para enquadrar, simultaneamente, o próprio rosto e Clinton que, posicionada em um tablado mais elevado, acena para a multidão (figura 1). Este instantâneo da rotina da candidata motivou uma discussão sobre a *selfie* e sua relação com a política.

A imagem poderia ser lida como um retrato do narcisismo contemporâneo, mas, segundo Barbara Kinney, autora da imagem, a ideia de uma "*selfie* coletiva" foi da própria candidata, que a teria sugerido para a multidão, fazendo com que todos se virassem de costas para o tablado e acionassem suas câmeras no modo *selfie*.

Ambas as versões do que ocorreu merecem atenção: ou temos uma massa narcísica, ou uma massa cujo narcisismo é comandado por um político. Se ainda não chegamos ao ponto de virarmos-nos totalmente de costas para o mundo, no mínimo chegamos ao ponto em que o incentivo a um narcisismo lúdico é uma estratégia de campanha eleitoral.



FIGURA 1

Barbara Kinney, *Hillary Clinton selfie*, 2016. Reprodução a partir da publicação de Barbara Kinney feita no Twitter em 26 set. 2016.

Disponível em:
https://twitter.com/barb_kinney.
Acesso em: 8 jan. 2021.

É certo que, depois da divulgação das estratégias de manipulação do eleitorado por meio de redes sociais desenvolvidas e vendidas pela Cambridge Analytica¹, e da máquina de produção de *fake news* no Brasil, a convocação de uma “selfie coletiva” para angariar votos parece até um recurso ingênuo. No entanto, a fotografia de Barbara Kinney interessa-nos por retratar o

imbricamento entre redes sociais, teoria da fotografia, controle da subjetividade e derrocada de projetos políticos voltados ao coletivo, questões contemporâneas retratadas no fenômeno da *selfie*.

O que significa a *selfie* no contexto da teoria da fotografia? Como a *selfie* espelha o sujeito contemporâneo? Há algum potencial na nova autoimagem que possa elevar a *selfie* ao patamar de instrumento democrático de visibilidade? Como artistas e a história da arte podem lidar com a *selfie*? Essas questões convocam uma discussão que envolve crítica de arte contemporânea, teoria da arte, psicanálise e filosofia. Assim, nosso argumento articula conceitos do teórico da fotografia Philippe Dubois com a teoria sobre o narcisismo de Freud e com diagnósticos proferidos pelos filósofos Achille Mbembe e Giorgio Agamben a respeito dos efeitos do capitalismo tardio na subjetividade. Interessamo-nos também analisar as tensões em torno da questão da subjetividade contemporânea estabelecidas pelo uso da *selfie* nas obras de Amalia Ulman, Aleta Valente e Cindy Sherman.

Selfie será aqui definida a partir de duas características: é um autorretrato feito por tecnologia digital e colocado para circular em redes sociais². É preciso detalhar o primeiro termo da definição: um autorretrato feito com tecnologia digital não precisa ter sido

feito por uma câmera em “modo *selfie*” de um *smartphone*. São autorretratos imagens de si feitas com o auxílio de um espelho, assim como são autorretratos imagens capturadas com o auxílio de outrem se o retrato foi concebido, dirigido, selecionado e editado pelo retratado, ou seja, não há diferença entre um retrato feito por um terceiro que foi dirigido pelo retratado e um retrato feito pelo retratado com a ajuda de um disparador. A segunda parte da definição de *selfie*, o compartilhamento em rede, implica que ela é uma fotografia a ser vista por milhares de espectadores anônimos, que a fruem em uma tela de computador ou *smartphone*, e não em uma instituição de arte. Além disso, os espectadores da *selfie* têm a opção de manifestar publicamente e instantaneamente se gostam ou não do que veem, em *likes* ou comentários, adicionando um passo novo à performatividade do ato fotográfico.

Propomos que a relação do fotógrafo e da rede com a *selfie* ultrapassa os estágios da relação entre o espectador e a imagem definidos por Dubois – voyeurismo e narcisismo – e procede para dois estágios que nomearemos exibicionismo e cafetinagem. A partir dessas etapas de fruição, argumentaremos que a *selfie* é a fotografia feita na lógica do produto, da divulgação de uma mercadoria, da noção de empreendedorismo de si mesmo, e que,

ao transformar o sujeito em objeto a ser precificado em *likes* pela rede, junta-se a outros dispositivos que ameaçam a democracia no século XXI. Com a selfie, o sujeito político é aniquilado pela auto-objetificação em rede).

O ÍNDICE NA PINTURA E NA FOTOGRAFIA

Philippe Dubois trata a performatividade do ato fotográfico como uma ação que envolve o fotógrafo, o fotografado e o espectador. Com o advento dos *smartphones*, dotados de câmera e conexão à internet, o título de um dos livros de Dubois, *O ato fotográfico*, torna-se ainda mais acurado: a prática cotidiana de fotografar e distribuir a imagem em rede é hoje mais relevante do que a imagem em si. Como sintetizado na declaração do fotógrafo Denis Roche, que é epígrafe da obra de Dubois, “o que se fotografa é o fato de se estar tirando uma foto” (DUBOIS, 2012, p.11). O que olhamos quando vemos uma fotografia? Uma marca feita pela luz que é refletida pelo objeto fotografado, ou seja, um índice, signo que tem conexão física com o referente. De uma fotografia, argumenta Dubois a partir de Barthes, só o que pode ser dito é “isso foi” (cf. BARTHES, 2015, p. 87), isso deixou uma pegada, uma marca de luz.

A partir de fábulas sobre a origem da pintura, Dubois relaciona também a imagem pintada manualmente a uma marca, considerando-a, portanto, um índice. Como pode a pintura ser um índice se não tem aderência com o referente? Seguindo textos de Plínio (23 d.C -79 d.C), Dubois apresenta a origem da pintura como o delineamento a carvão da sombra de uma figura produzida pela luz de uma fogueira, como imagem fisicamente vinculada ao referente, por intermédio de sua sombra. Em uma das fábulas sobre a origem da pintura, uma moça enamorada traça na parede a sombra projetada de seu amado, que estava de partida. Em outra fábula inaugural contada por Plínio, Giges, sentado próximo a uma fogueira, viu sua própria sombra e traçou seu contorno, em um gesto autorreferencial. Na primeira fábula, a pintura nasce para retratar o amado. Na segunda, para o autorretrato (DUBOIS, op. cit., pp. 117-123).

Reforçando seu argumento sobre o aspecto indicial da pintura em seus primórdios mitológicos, Dubois traça o histórico da imagem pintada à mão com auxílio da câmera obscura, até a possibilidade de fixação da imagem por processos químicos – a fotografia –, quando o referente se autoinscreve em um suporte, gerando uma imagem *acheiropoieta*, ou seja, feita sem a intervenção das mãos do artista.

Assim, Dubois pode assumir que a imagem indicial origina-se como “relação amorosa e desejo de conservar traços físicos de uma presença destinada a desaparecer” (DUBOIS, 2012, p. 139), o que aciona em sua argumentação dois outros mitos: Narciso (relacionado a amor e desejo) e Medusa (relacionado ao desaparecimento do referente, transformado em estátua de pedra, portanto, à morte).

O DESEJO DO ESPECTADOR PELA IMAGEM

A relação entre Narciso e o espelho d’água é, para Dubois, um modelo para compreendermos a relação entre o espectador e a imagem. Olhamos uma imagem, seja pintura ou fotografia, seja um autorretrato ou não, como Narciso olha para a própria imagem, apaixonadamente. Em Dubois, este argumento é construído a partir de uma ideia-chave que o escritor francês acha em uma *ekphrasis*³ de Filóstrato. Diz o filósofo da antiguidade romana, ao descrever uma pintura cujo tema é o mito de Narciso: “Essa fonte pinta os traços de Narciso como a pintura pinta a fonte, o próprio Narciso e toda sua história”. Portanto, tanto a fonte quanto a própria pintura são superfícies que produzem a imagem de algo, refletem, espelham.

Ora, mas se é Narciso que olha para a superfície refletora da fonte, quem é que olha para a pintura? O espectador. A partir dessa constatação, Dubois elabora uma teoria do olhar:

Se a imagem observada na fonte por Narciso é seu próprio reflexo “pintado” e se o quadro, como a fonte, é também uma pintura-“reflexo”, então o que reflete será sempre a imagem do espectador que a observa, que nela se observa. Sou portanto, sempre eu que me vejo no quadro que olho, sou (como) Narciso: acredito ver um outro, mas é sempre uma imagem de mim mesmo. O que a proposta de Filóstrato nos revela finalmente é que qualquer olhar para um quadro é narcísico. (DUBOIS, 2012, p. 143)

O problema do olhar para uma imagem sintetiza-se na afirmação: “há Narciso diante da fonte; há o espectador diante do quadro; e é a mesma relação que, em cada caso, une um ao outro” (Ibidem, p. 143). Tudo começa com nosso olhar *voyeur* como espectadores, quando ainda nos colocamos fora da cena, observando seu enunciado, que é “Narciso enamora-se de si mesmo”. Em seguida, ficamos tão envolvidos com a imagem que passamos a fazer parte do universo da representação, pois temos um papel na enunciação “eu te vejo, imagem de Narciso”. Fazemos parte da cena em que alguém olha para a superfície do quadro, *tableau* em francês, ou *table d’eau*, tábua de água, um lago (Ibidem, p. 142). Daí Dubois dizer

que aquilo que a pintura reflete será sempre a imagem do espectador que a observa, “que nela se observa”. Assim, como Narciso, pensamos que estamos vendo um outro, mas o que nos enamora, em qualquer imagem, é o reflexo de nós mesmos, é a nossa entrada em cena como protagonistas da pragmática da representação.

Assim, Dubois defende que o ato de olhar para uma imagem, qualquer que seja ela, fotografia ou pintura, com qualquer tema, inicia-se com o espectador na posição de *voyeur*, de fora. A seguir, o espectador estabelece uma relação narcísica com a imagem, olhando para sua própria participação na cena, e finalmente retorna à etapa do voyeurismo (DUBOIS, 2012, p. 143).

O argumento de Dubois fica mais claro se analisarmos o aprisionamento do espectador na relação consigo mesmo em fotografias de Thomas Struth e de Franz Jachim. Na série “Museum Photographs I”, Struth retrata visitantes de museus em poses espontâneas olhando pinturas, capturando o momento de protagonismo do espectador na performatividade da representação pictórica. Em *Louvre 4*, de 1989 (figura 2), o posicionamento da câmera enquadra os visitantes do museu, de costas para o fotógrafo, formando uma linha diagonal de pessoas que sugere um espelhamento entre os espectadores e a linha diagonal que

organiza os personagens representados na pintura de Théodore Géricault, para a qual eles olham. As roupas dos espectadores fotografados por Struth refletem a paleta do pintor, com cinzas, beges, preto, vermelho e verde escuro. A exceção é o azul luminoso do vestido de uma das espectadoras, cuja barra ondulada parece participar da movimentação da balsa dos naufragos pintada na tela. Há a narrativa do naufrágio do navio Medusa enunciada pela pintura de Géricault, e há a enunciação, sem a qual a representação pictórica não pode existir, e da qual fazem parte os espectadores. Estes, por sua vez, são elementos do enunciado da fotografia de Thomas Struth. Esse jogo de reflexos especulares e fruição narcísica fica evidenciado na fotografia do austríaco Franz Jachim *People Looking at Photos of People Looking*, de 2010 (figura 3). No primeiro plano da imagem, há cadeiras nas quais espectadores estão sentados para observar pessoas que, no segundo plano, olham para obras instaladas na parede de uma sala de exposições. Estas obras, por sua vez, são fotografias feitas por Thomas Struth, da série *Audiences*, de 2004. Para complexificar ainda mais o jogo de olhares, essa série de Struth retrata o espectador como se estivesse sendo visto por uma das obras da sala de exposições: o reflexo olha para Narciso.

No passo narcísico, olhando para nós mesmos na enunciação da representação, ficcionalizamo-nos, deixamos de ser no mundo exterior à imagem, renunciemos à vida, como Narciso, pelo desejo de fazer parte do jogo da representação, na posição de espectadores. Mas, finalmente, para não nos perdermos totalmente no afogamento do auto-enamoramento, retornamos à posição de *voyeurs*, como um “terceiro termo ignorado, neutro” (DUBOIS, 2012, p. 143).

FIGURA 2

Thomas Struth, *Musée du Louvre IV*, Paris 1989, 1989. Fotografia, 180 x 214 cm, Coleção ZKM, Center for Art and Media Karlsruhe. © Thomas Struth

FIGURA 3

(NA PÁG. SEGUINTE)

Franz Jachim, *People Looking at Photos of People Looking*, 2010, Mumok, Viena.
© Franz Jachim





O DESEJO NA SELFIE

O que acontece quando a imagem que olho é um autorretrato? Dubois não se detém nesse caso específico, mas podemos seguir seu modelo e assumir que, como em toda relação com uma imagem, olho o autorretrato voyeuristicamente, de fora, analisando a relação entre fotógrafa (eu mesma) e fotografada (eu mesma). Sou a terceira excluída de uma relação entre eu e eu. Ou melhor ainda, sou a terceira excluída de uma relação entre o que fui no instante passado da pose e o que fui nesse mesmo instante, do clique.

No segundo passo, estabeleço uma relação narcísica com a imagem, como ocorre com qualquer imagem segundo Dubois, mas com a particularidade de estar duplamente capturada pela superfície refletora do *tableau*: pelo enunciado (uma representação de mim mesma) e pela enunciação (sou a fotógrafa e a espectadora do jogo da representação). A seguir, no esquema proposto por Dubois, eu deveria retornar à posição voyeurística, olhar a imagem como um terceiro observa uma relação amorosa. Mas, gostaríamos de sugerir que na *selfie* ocorrem mais dois passos específicos do autorretrato da era das redes sociais.

Na *selfie*, o retorno à exterioridade da imagem é seguido por um desejo de compartilhar a imagem em rede. Ao invés de retornar ao voyeurismo, progrido para uma terceira etapa, de exibicionismo da autoimagem. Como se aquela fotografia realmente me espelhasse, coloco-me na vitrine da rede, diante de milhares de olhos.

Após algum tempo, retorno à exterioridade da imagem, mas não como *voyeur*. Passo a usufruir certo gozo da cafetinagem⁴ da autoimagem, contabilizando likes.guardo o aumento do valor da imagem, acompanho sua cotação e adequação ao desejo da rede. Eu, fotógrafa-fotografada e primeira espectadora da imagem, mantenho-me fora da cena, em um voyeurismo transformado em empreendedorismo cafetino, medindo em números o desejo do outro pelo meu reflexo. Sou sujeito ou objeto?

A questão do desaparecimento do sujeito e a “permanência de uma ausência” que caracteriza a fotografia não é prerrogativa da *selfie*. Qualquer fotografia invoca um referente que desapareceu e deixou um rastro de luz, afirma a existência (passada) do referente e ao mesmo tempo mumifica-o, declara-o perdido. Daí Dubois referir-se também ao mito de Medusa quando discute a performatividade do ato fotográfico: ele transforma o referente em algo inanimado,

assim como o olhar de Medusa petrifica quem olha para ela. A câmera petrifica bidimensionalmente suas vítimas. Na *selfie*, porém, há um duplo gozo mortífero: a petrificação característica de toda fotografia e, na cafetinagem da própria imagem, um desejo de ser um objeto para exposição e valoração. A *selfie* é auto-objetificante, é uma Medusa, “aquela que não é possível olhar sem morrer, sem ser petrificado em estátua, transformado em objeto de representação” (DUBOIS, 2012, p. 148).

É interessante lembrar que um dos primeiros usos do retrato fotográfico intuía a relação entre fotografia e morte. Na segunda metade do século XIX, era comum na Europa os retratados serem cadáveres, e certo esforço de propaganda foi despendido por fotógrafos profissionais para convencer as pessoas a contratarem também retratos de entes queridos vivos (DUBOIS, 2012, p. 169). Na *selfie*, a novidade é que a ideia de morte do referente é reforçada pelo passo da cafetinagem: o sujeito que foi fotografado oferece-se na rede como objeto. A *selfie*-medusa é, como na mitologia, a que vigia o reino dos mortos para que nada vivo entre no Hades. E nem nas redes sociais.

A SELFIE E O SUJEITO CONTEMPORÂNEO

Por que cafetinamos autorretratos na rede? O que nos difere das gerações passadas no relacionamento com autorretratos? Fazemos *selfies* simplesmente porque temos à mão a tecnologia de clicar e publicar na rede? Seria fácil assumir que sim, que a *selfie* surge como decorrência da tecnologia. No entanto, essa tecnologia é parte de um conjunto de outros dispositivos que definem um processo de subjetivação.

Para Giorgio Agamben, um dispositivo é “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes”. O sujeito é “o que resulta da relação e, por assim dizer, do corpo a corpo entre os viventes e os dispositivos” (AGAMBEN, 2014, p. 39). Fazer *selfies* é um comportamento específico do sujeito resultante de um dispositivo que inclui, mas não se limita, à câmera fotográfica conectada à rede. Esse dispositivo modelador do sujeito contemporâneo inclui a vigilância e definições de ideais de felicidade. É preciso apresentar um autorretrato para a rede e medir-se em relação ao ideal.

Durante os 150 primeiros anos da história da fotografia⁵, oferecer o próprio retrato a alguém tinha o valor do estreitamento de laços afetivos, em geral reforçado por uma dedicatória do retratado ao presenteado. A distribuição de retratos em maior escala e para admiradores anônimos ficava reservado às celebridades da incipiente indústria cultural. Ainda que fosse tecnicamente possível, há mais de um século, produzir centenas de cópias de um retrato, não se concebia, antes da segunda década do século XXI, a ideia de mostrá-lo a todos os parentes, amigos, colegas de trabalho, conhecidos de conhecidos, e desconhecidos que estivessem nas redondezas.

A *selfie* não é apenas um produto da tecnologia, e sim um fenômeno do atual estágio do capitalismo e das transformações psíquicas que o neoliberalismo opera no sujeito, que configurou o autorretrato como um produto a ser transacionado na rede, como parte das estratégias de ser um bem sucedido empreendedor de si mesmo, o ideal do Eu⁶ no atual estágio do capitalismo.

Se no mito de Narciso temos o enamoramento do sujeito por seu reflexo, na *selfie* o Narciso digital espera também a aprovação de um olhar que parte do fundo do lago, do outro lado do espelho, do campo obscuro da rede. No entanto, seria um pleonasma classificar o sujeito contemporâneo como “sujeito narcisista”. Se

há um Eu que se relaciona com objetos do mundo, é porque houve uma fase do desenvolvimento libidinal denominada narcisismo, um período entre o autoerotismo e a libido objetal, descrito por Freud como narcisismo primário, “um originário investimento libidinal do Eu, de que algo é depois cedido aos objetos, mas que persiste fundamentalmente, relacionando-se aos investimentos de objeto [...]” (FREUD, 2010a, p. 17). Para além dessa fase, qualquer retração dos investimentos objetais ao Eu é denominada narcisismo secundário, que tem suas manifestações patológicas, como a esquizofrenia e a hipocondria, e suas ocorrências normais, tais como a retração da libido durante o sono e na experiência da dor física (Ibidem, p. 26).

Em *Introdução ao Narcisismo*, Freud ressalta a importância do olhar terno dos pais para a criança constituir seu narcisismo primário, este investimento libidinal que depois será direcionado aos objetos do mundo. O olhar dos pais para “sua majestade, o bebê” tende a atribuir à criança “todas as perfeições [...] e a ocultar e esquecer todos os defeitos” (Ibidem, p. 36). Dentre as várias camadas de expectativa de satisfação que acompanham uma *selfie*, talvez possamos inferir uma reedição do prazer de ser olhado com tamanho investimento libidinal pelos pais. O sujeito busca na rede um olhar

que atribua à sua autorrepresentação todas as perfeições, revivendo o narcisismo infantil agora na modalidade “sua majestade, a *selfie*”.

Como postulado por Freud, o indivíduo “não quer se privar da perfeição narcísica de sua infância, e se não pode mantê-la [...] procura readquiri-la na forma nova do ideal do Eu. O que ele projeta diante de si como seu ideal é o substituto para o narcisismo perdido da infância, na qual ele era seu próprio ideal” (FREUD, 2010a, p. 40). O Ideal de Eu se deve à crítica dos pais e da sociedade e se constituirá como um poder “que observa todos os nossos propósitos, inteirando-se deles e os criticando” (Ibidem, p. 42).

Em resumo, o Ideal do Eu constitui uma das partes da instância superegógica do aparelho psíquico, com a função de auto-observação, e forma-se à medida que há um distanciamento do narcisismo primário, gerando “um intenso esforço para reconquistá-lo. Tal distanciamento ocorre através do deslocamento da libido para um ideal do eu imposto de fora, e a satisfação, através do cumprimento desse ideal” (Ibidem, p. 48). E o que significa cumprir o ideal do Eu atualmente? Em direção a que o sujeito contemporâneo desloca sua libido para obter aprovação dos olhos da rede, que é um poder que também “observa todos os nossos propósitos, inteirando-se deles e os criticando”, como na definição do poder formador do Ideal do Eu em Freud? Para

delinear um possível modelo de Ideal de Eu na contemporaneidade é interessante seguirmos a tese de Achille Mbembe (2016) de que o sujeito contemporâneo considera que ser feliz é ser um bom produto. A cafetinagem da autoimagem, portanto, pode ser uma oportunidade para averiguar o cumprimento do Ideal de Eu na era do animismo, termo usado por Mbembe para caracterizar a versão contemporânea da crença de que objetos possuem alma.

Na palestra “Technologies of Happiness in the Age of Animism”, Mbembe defende que o século XX compreendeu a felicidade como vinculada à escrita do sujeito, ou seja, à sua biografia, especificamente a sua história familiar, como proposto por teorias psicanalíticas. A felicidade seria dependente de disposições psicológicas, por sua vez determinadas por experiências familiares da infância, e de certa forma a felicidade estaria relacionada a estados de saúde ou doença, normalidade ou anormalidade. Nessa estrutura de pensamento, entende Mbembe, investigar as causas da infelicidade de um indivíduo significava investigar sua história familiar. Assim, “a verdade sobre nossa infelicidade ou a verdade sobre quem somos estaria no interior escuro de nossa história biográfica”. A primeira implicação desse entendimento psicanalítico sobre a possibilidade de felicidade é, segundo Mbembe, certa indulgência em relação às

escolhas e ações feitas pelo sujeito que, produto de uma história familiar, não seria responsável por seu estado de felicidade ou infelicidade. A segunda implicação elencada por Mbembe é que, para alcançar felicidade, seria necessário desmontar o sujeito, para libertá-lo da “carga biográfica que o determina e o faz infeliz”⁷, e assim achar o *self* “que ele ainda não é”, que está soterrado pela história familiar e à mercê de conflitos interiores permanentes, com os quais o sujeito pode aprender a conviver no trabalho psicoterapêutico, fazendo um mergulho nos níveis mais recônditos de seu psiquismo.

Em contraste com a ênfase na história familiar do sujeito, o século XXI estaria marcado pela psicologia positiva, segundo a qual a felicidade pode ser mensurada e intencionalmente produzida pelo direcionamento de pensamentos para ideias felizes. Nos dias de hoje, Mbembe aponta, a felicidade é entendida como um músculo a ser exercitado, seguindo o hábito da modelagem do corpo por exercícios físicos. Esse exercício da felicidade é praticado, muitas vezes, com a ajuda de terapeutas-treinadores e de tecnologias, tanto de *hardware* (por exemplo, relógios medidores de passos caminhados em um dia) quanto de *software* (tais como aplicativos de meditação). A felicidade, aponta Mbembe, é hoje entendida como uma escolha pessoal, e isso é fruto de uma relação paradoxal do sujeito contemporâneo com

o capitalismo tardio, que envolve simultaneamente desilusão e aceitação de que não há outra alternativa.

Para o filósofo camaronês, a desilusão com a atual organização econômica do mundo é decorrência da falência das promessas de felicidade pela via da riqueza para todos. Nem a dedicação ao trabalho, nem o acesso ao crédito financeiro garantiram a plenitude material para todos. Também não houve melhoria nas condições de trabalho pela tecnologia ou pelo autoemprego. Ao contrário, o que se realizou não foram as condições para a felicidade, mas sim o surgimento do homem endividado. Se o capitalismo não forneceu o esperado, e se não há outra alternativa, resta ao sujeito adaptar-se a ele a partir da adesão ao mote de que as pessoas podem se aprimorar e são livres para escolher a felicidade fazendo um trabalho interno, seja com exercícios físicos, seja com meditação, autoajuda, e outras técnicas de aperfeiçoamento individual, como em um empreendedorismo de si mesmo voltado às emoções. O sujeito contemporâneo toma para si a tarefa de moldar-se porque ele entende o capitalismo como um sistema econômico insuperável em seu atual estado (MBEMBE, 2016).

Além disso, imerso no que parece ser a única possibilidade, ele é um sujeito que venera a mercadoria e a máquina. Mbembe

aponta que esse apreço pelo objeto e pela tecnologia, que invadiu todos os âmbitos da vida, transforma o sujeito em um composto de humano e máquina. Falamos, escrevemos e sentimos com a ajuda das máquinas. Transformados em *assemblages*, temos dificuldade em diferenciar o humano do não humano, o sujeito do objeto, a pessoa da máquina. O dualismo, que é característico da racionalidade ocidental e que outrora definia nossa felicidade pela capacidade humana de domínio da tecnologia e da natureza, começa a ruir. O que antes era externo ao ser humano e objeto de sua produção e dominação, agora amalgama-se ao que somos. É a essa situação de *assemblage* entre seres humanos e coisas não humanas que Mbembe se refere com a expressão “era do animismo”.

A definição clássica de animismo na antropologia refere-se à cosmovisão de povos considerados pelos europeus como selvagens e infantis, justamente por não discriminarem matéria vivente e não vivente, por submeterem-se ao poder das coisas, que consideram que têm alma e agência. Para Achille Mbembe, o capitalismo alcançou aquilo que a Europa considerava mais primitivo nos povos colonizados e escravizados, o animismo, pois o sujeito contemporâneo, formado em uma lógica que confunde desejo com consumo, quer fundir-se a objetos ou artefatos tecnológicos para tornar-se melhor.

Coisas fabricadas e humanos fabricados, moldados às exigências do capitalismo, confundem-se, pois “o *self* perfeito é um objeto perfeito”. Mbembe aponta que, no lugar de adaptarmos o capitalismo à demanda dos sujeitos, adaptamos os sujeitos às demandas do capitalismo, questão que o autor já abordara em *A Crítica da Razão Negra*: “condenado à aprendizagem para toda a vida, à flexibilidade, ao reino do curto prazo, abraça a sua condição de sujeito solúvel e descartável para responder à injunção que lhe é constantemente feita – tornar-se outro” (MBEMBE, 2014, p. 15).

A *selfie* não escapa dos ditames do capitalismo no século XXI, no qual ser um bom indivíduo confunde-se com ser uma boa mercadoria, e é a rede quem definirá o valor da imagem, aprimorada, de nós mesmos. A *selfie*, portanto, não surgiu apenas porque uma nova tecnologia permite a produção de um autorretrato e distribuição em larga escala. Ela é resultado de uma mudança drástica na subjetividade. Como observado por Mbembe,

Este novo homem, sujeito do mercado e da dívida, acha-se um puro produto do acaso natural. [...] Em primeiro lugar, é um indivíduo aprisionado no seu desejo. A sua felicidade depende quase inteiramente da capacidade de reconstruir publicamente a sua vida íntima e de oferecê-la num mercado como um produto de troca. Sujeito neuroeconômico absorvido pela dupla

inquietação exclusiva da sua animalidade (a reprodução biológica da sua vida) e da sua coisificação (usufruir dos bens deste mundo), este homem-coisa, homem-máquina, homem-código e homem-fluxo, procura antes de mais nada regular a sua conduta em função de normas do mercado, sem hesitar em se autoinstrumentalizar e instrumentalizar outros para otimizar a sua quota-parte de felicidade. (MBEMBE, 2014, p. 15)

O que sobra de esperança política nesse cenário? Em uma era em que a felicidade se confunde com a auto-objetificação, é possível algum projeto político que exija engajamento coletivo? Mbembe defende que a esperança política está em insistirmos que as atuais condições econômicas e sociais podem ser alteradas, em insistirmos que o capitalismo não é insuperável⁸, e que, portanto, não precisamos nos adaptar à sua lógica transformando-nos em objetos perfeitos. É preciso insistir em um entendimento político de felicidade. E o início disso é entender que quando políticos neoliberais incentivam *selfies* lúdicas, como a que abriu este texto, estetizam a política mantendo-nos na lógica da felicidade pela auto-objetificação.

HÁ ALGUM POTENCIAL TRANSFORMADOR DAS SUBJETIVIDADES NA *SELFIE*?

Na recente produção artística feita para circular nas redes sociais, três mulheres artistas se destacaram no uso da *selfie*: Amalia Ulman, Aleta Valente e Cindy Sherman. A relevância do trabalho das artistas com a *selfie* extrapola a discussão sobre o autorretrato ou sobre como artistas mulheres se retratam, e expande-se para a análise dos limites das redes sociais como lugar da elaboração e circulação da produção artística. A tensão entre arte e mercado, incontornável na arte contemporânea, impõe-se reforçada pelos mecanismos de auto-objetificação e controle das subjetividades acionados pela *selfie*.

Em 2014, a artista argentina Amalia Ulman iniciou uma série no Instagram chamada “Excellences and Perfections”⁹, na qual compartilha *selfies* em poses lânguidas em ambientes sofisticados, decorados em tons pastéis característicos do “*Instagramism*”, termo usado por Lev Manovich para definir um misto de fotografia com *design*, com cores e composições de cena muito próprios de publicações do Instagram (MANOVICH, 2017). Em cerca de 180 *selfies*, a série de Ulman reproduz momentos de vida de uma

jovem que se fotografa no espelho do elevador com sacolas de compras (figura 4), faz meditação para encarar um dia difícil, coleciona frases motivacionais, arrisca poses sensuais no espelho, compartilha notícias sobre sua recuperação após uma cirurgia de implante de silicone nos seios, passa por uma fase rápida em que desaponta os seguidores posando com uma arma, publica um pedido de desculpas, retorna às publicações de comidas saudáveis e compras. Após angariar quase 100 mil seguidores, Ulman revelou a ficção¹⁰. A rede reagiu com comentários de ódio, e também com *likes*. Em ambos os casos, o perfil de Ulman propiciou prazer aos consumidores das imagens, seja pelo voyeurismo e narcisismo na fruição das fotografias, seja pelo prazer da descarga de agressividade nos comentários dos seguidores incomodados pela farsa. A artista atuou o papel de mulher que segue à risca a definição de felicidade na “era do animismo”, em uma conta de Instagram com seu próprio nome, exercitando a indiferenciação entre realidade e ficção que sustenta os *reality shows*, corroborando a atual confusão entre verdade e mentira, fato e *fake news*. É difícil afirmar que este experimento artístico tenha contra-atuado a lógica da adesão ao capitalismo como sistema insuperável. O efeito dessa obra como denúncia ou problematização dos rumos da subjetividade

contemporânea é brando, em comparação com o sucesso da exibição do comportamento normativo auto-objetificante em rede.



FIGURA 4
Amalia Ulman. Reprodução a partir da conta de Instagram da artista. Disponível em: <https://webenact.rhizome.org/excellences-andperfections/20141014150552/http://instagram.com/amaliulman> . Acesso em: 7 jan. 2021.

No Brasil, as *selfies* da artista Aleta Valente empregam uma estratégia oposta à sensualidade cândida da ficção criada por Amalia Ulman. O alter ego de Valente chama-se Ex Miss Febem, um personagem feminino que, em 2015, materializou-se nas redes em *selfies* mostrando a mancha de sangue menstrual na roupa, posando com uma camiseta com propaganda do fármaco abortivo Cytotec, exibindo o corpo escultural e o rosto com barba, e em poses provocantes em cenários do subúrbio do Rio de Janeiro (figura 5). Depois de

dois anos, Ex Miss Febem teve suas contas em redes sociais fechadas por violar as regras de exposição do corpo. Atualmente, sua conta no Instagram, Ex Miss Febem3, exhibe poucas *selfies*, legendadas no estilo erótico-escrachado que se transformou em uma marca da artista, e muitas fotografias e vídeos caseiros feitos por moradores dos bairros periféricos das cidades do Brasil, de que a artista se apropria para tratar, com humor provocador, de temas como sexualidade, morte, aborto e modos de vida para além da zona sul carioca. A análise dessas publicações mais recentes sobre o cotidiano sagaz do subúrbio merece um outro texto analítico, mas nos interessa pontuar que a artista encerrou o trabalho das *selfies* e iniciou a pesquisa com *reblogging* por ter conseguido, com o primeiro, perturbar gregos e troianos: ela recebeu não só a esperada reação de ódio da ala mais conservadora da sociedade, devido à explicitação do desejo e das secreções femininas, como também angariou *haters* até no supostamente progressista sistema da arte contemporânea. As críticas direcionaram-se ao foco da artista em questões do feminino, como menstruação e aborto, que excluem as mulheres trans. Em um intencional excesso de exposição, Valente lida com uma obra fadada ao “autoconsumo e autocombustão”, que quebra acordos tácitos de comportamento em rede quando publica duzentas fotografias em

um dia na conta do Facebook ou quando mostra a parte censurada da imagem do feminino¹¹.

No entanto, nas *selfies* de Valente, talvez o que tenha causado maior repúdio na rede tenha sido a ausência de felicidade. Elas retratam um sujeito desiludido com as promessas de emancipação do neoliberalismo e sem condições nem vontade de se adaptar a ele. Ex Miss Febem tenta entrar no esquema, como na *selfie* intitulada *Ascensão social*, na qual a artista fotografa-se de biquíni nos degraus de

FIGURA 5
Aleta Valente,
Ascensão Social, 2015.
Impressão pigmentada
sobre papel Canson,
53 x 91 x 4 cm. Cortesia
Galeria A Gentil
Carioca.



uma escada dobrável, ou em *Quentinha*, em que se oferece aos olhos da rede com um prato de comida na virilha. Mas essas *selfies* não são emancipatórias; são tristes. Elas jogam o jogo da auto-objetificação, carregadas de desilusão, ainda que vestidas de ironia, completamente cientes de sua mutação ontológica: são objetos, para serem comidos, saboreados e cuspidos pela rede. Mais do que obra de denúncia de uma dócil auto-objetificação, como no caso de Ulman, as *selfies* de Valente dão à rede o que ela quer, o objeto consumível, mas introduzem o ruído, a negatividade da tristeza da cafetinagem da própria imagem. As *selfies* de Valente estão imersas na miséria moral do sistema. Anunciam que não é possível desafiar o sistema usando um dispositivo do próprio sistema, como a rede, como a *selfie*. É um trabalho que sabe que circula no terreno do aprisionamento.

Para a individual “Superexposição”, na galeria A Gentil Carioca, Valente imprimiu algumas *selfies* de 2015 em papel e em espelho, para circulação na rede do mercado de arte. Os espelhos, bem como plotagens de parede, reproduzem as *selfies* na escala humana. Dentre outras obras, a exposição incluiu um “grande vidro”, que remete à obra de Marcel Duchamp, prensando restos de sessões de depilação com cera, e vídeos de um ultrassom vaginal e de uma endoscopia da artista, retratos íntimos do corpo feminino, que

ultrapassam o *close-up* pornográfico que Byung-Chul Han associa ao deslinguajamento do corpo. De fato, mercadorias não falam; são oferecidas. Segundo Han, o *close-up* é pornográfico, e a *selfie* é um *close-up*. O que a *selfie* expõe não é um retrato de si feito por um sujeito, e sim o esvaziamento da subjetividade, uma dessubjetivação que não se recompõe em um sujeito capaz de estabelecer uma relação com o mundo; autorreferencial, a *selfie* é uma representação parcial do corpo que é tão destituída de narrativa quanto um órgão sexual olhado de perto (HAN, 2019, pp. 22-24). Sem distância e sem sutilezas, Ex Miss Febem não tem ilusões.

Pioneira no uso do autorretrato, a fotógrafa Cindy Sherman iniciou em 2017 uma série de *selfies* manipuladas por programas como o Facetune, um aplicativo para *smartphones* usado para atribuir os padrões atuais de beleza a retratos, alterando textura e tom da pele, tamanho e cor dos olhos, formato do nariz e boca. Outros aplicativos semelhantes, como *Retouch Me* ou *Perfect Me*, oferecem o mesmo serviço de aprimoramento e adaptação da autoimagem àquilo que Byung-Chul Han chama de liso (Ibidem). As *selfies* de Sherman são rugosas (figura 6). A artista as edita desafiando-as ao máximo em relação ao tom da perfeição mandatória das redes. O resultado são rostos de proporções que cambaleiam

na linha fronteira do verossímil, com pele enrugada, mesclas de atributos de gênero feminino e masculino – estratégia também usada por Aleta Valente em 2015 na *selfie Homeless ou Hipster* –, com sorrisos e olhares que inspiram simpatia.

Misturadas a outras publicações da conta de Instagram de Sherman, como fotos de viagem da artista, da sua família, recomendações sobre espetáculos, música e militância política, as *selfies* editadas de Cindy Sherman passam a ser representações de si mesma em um universo psíquico comandado por um Ideal de Eu indiferente aos estereótipos da beleza feminina. Nas *selfies*, Sherman parece estar bastante satisfeita consigo, sem necessariamente aparentar alegria.

FIGURA 6
Cindy Sherman. Reprodução a partir da conta de Instagram da artista. Disponível em: <https://www.instagram.com/cindysherman/>. Acesso em: 7 jan. 2021.



Ela está introspectiva ou admirada, calma ou esfuziante, e o tema do retrato é a brincadeira de achar um outro em si.

Nesse sentido, elas formam uma etapa coerente com a leitura lacaniana de Hal Foster sobre a produção da fotógrafa. Como explicado por Foster, na anedota da lata de sardinha Lacan prefigura o esquema óptico de sobreposição de dois cones de visão. Não só o sujeito olha (ponta do cone 1) em direção ao objeto (base do cone 1), como também o objeto (ponta do cone 2) olha para o sujeito (base do cone 2). Entre as duas bases há uma linha vertical, que é o anteparo. Lacan nomeia o olhar que parte do objeto (ponta do cone 2) de “o olhar”. O anteparo, por sua vez, é

a reserva cultural da qual cada imagem é um exemplo. Seja como for chamado – as convenções da arte, esquema de representação, códigos da cultura visual –, esse anteparo faz a mediação do olhar-objeto para o sujeito, mas também protege o sujeito desse olhar-objeto. Isto é, ele captura o olhar [...] e o domestica, convertendo-o numa imagem. (FOSTER, 2017, p. 134)

Foster comenta que, para Lacan, os animais “estão presos no olhar do mundo; estão aí apenas em exibição”, enquanto o ser humano teria a capacidade de, pelo simbólico, estabelecer o anteparo

e assim domesticar o olhar, “pois sem ver o anteparo seria cegado pelo olhar ou tocado pelo real” (FOSTER, 2017, p. 135). Em Lacan, segue Foster, o olhar é violento, e a forma artística apolínea funciona como um anteparo que pacifica o olhar. Lembremos que em Nietzsche, a obra apolínea é um véu de boa forma que protege o sujeito do contato direto com o real, com a carne do mundo, com os aspectos dionisiacos da existência, que reúnem êxtase, desejo, mas também horror e morte¹². Daí, talvez possamos concluir que o simbólico, incluindo a imagem, impede nosso contato com a verdade da existência, com nossa precariedade e desamparo. Ou, invocando o mito de Medusa, a obra de arte impediria que fôssemos petrificados pelo olhar.

Para Foster, alguns artistas contemporâneos preferem enfrentar o olhar, rompendo o anteparo, e assim recuperando uma experiência com o sublime:

parte da arte contemporânea recusa essa antiga diretiva de pacificar o olhar, unir o imaginário e o simbólico contra o real. É como se essa arte quisesse que o olhar brilhasse, que o real existisse, em toda a sua glória (ou horror) de seu desejo pulsátil, ou ao menos evocar essa condição sublime. (FOSTER, 2017, p. 136)

Cindy Sherman, argumenta Foster, desenvolveu uma obra que aborda cada um dos três termos do esquema lacaniano. Nas primeiras obras da artista, de 1975 a 1982, ela se retrata como uma personagem de filme, “o sujeito-como-quadro”, um sujeito feminino que se estranha, simultaneamente auto-observado e observado pelo mundo. Nas fotografias feitas entre 1987 e 1990, a artista aborda o “seu repertório de representações,” ou seja, o anteparo, nas séries sobre história da arte, contos de fada e fotografias de moda, que começam a flertar com o informe, o grotesco e com a psicose, elementos que após 1991 vazam pelo corte no anteparo nas fotos de corpos despedaçados e máscaras assustadoras, como se o sujeito tivesse sido “obliterado pelo olhar, para voltar como partes desconjuntadas de uma boneca” (Ibidem, p. 145).

A boneca, exemplo do que causa “a dúvida de que um ser aparentemente animado esteja de fato vivo ou, inversamente, de que um objeto inanimado talvez esteja vivo” (FREUD, 2010b), é um dos detonadores da sensação do *Unheimlich*, conceito de Freud para discutir aquilo de nós mesmos que nos assusta, que nos inquieta. Expandindo a leitura de Hal Foster para as selfies de Cindy Sherman, pode-se compreendê-las como o retrato do sujeito que sabe que o anteparo disfarça tanto o outro lado da existência quanto o outro de nós mesmos. São *selfies* e são bonecas fabricadas em aplicativos

para celular. São *selfies* e são duplos da artista. Para conciliar horror e vontade de vida, Sherman projeta no anteparo *selfies* que amenizam o convívio com seu inquietante outro. Se na série sobre a história da arte ela fazia o anteparo ser poroso o suficiente para que o olhar umedecesse as imagens da tradição com o abjeto, e se na série das imagens da Guerra Civil o anteparo parece ter se rompido, agora Sherman projeta a representação de si na nódoa e no remendo. O que aparece destoa da beleza lisa e limpa exigida pelo dispositivo. E Sherman se diverte com sua posição, encurralada entre o insuportável do olhar e a onipotência do dispositivo. Obedece, porque é produto do dispositivo, mas ri um bocado com a incessante e absurda tarefa da *selfie* de quem já espiou o lado de trás do anteparo: “é preciso imaginar Sísifo feliz” (CAMUS, 2004, p. 141).

O QUE A SELFIE TEM A VER COM DEMOCRACIA

A fotografia de Barbara Kinney intitulada *Hillary Clinton Selfie* é muitas vezes chamada pelo oxímoro “*selfie* coletiva”. Nenhuma *selfie* é coletiva, e o próprio título do trabalho de Kinney deixa isso claro. A *selfie* é um dispositivo de um sistema fundado na individualidade. Na fase atual do capitalismo, de máxima proliferação dos dispositivos, são fúteis os

discursos bem-intencionados sobre tecnologia, que afirmam que o problema dos dispositivos se reduz àquele de seu uso correto. Esses discursos parecem ignorar que, se a todo dispositivo corresponde um determinado processo de subjetivação (ou, neste caso de dessubjetivação), é totalmente impossível que o sujeito do dispositivo o use “de modo correto”. Aqueles que têm discursos similares são, de resto, o resultado do dispositivo midiático no qual estão capturados. (AGAMBEN, 2014, p. 48)

A *selfie* pode ser compreendida como um dispositivo que, além de capturar a luz como qualquer fotografia capta, e produzir um índice do que foi fotografado, também captura o retratado no sentido do aprisionamento, para controlá-lo e implicá-lo na cafetinagem da própria imagem. Não há na *selfie* um espelhamento do

sujeito para autoconhecimento, e sim uma oferta da própria imagem como mercadoria. Citando Agamben novamente, “na raiz de todo dispositivo está um desejo demasiadamente humano de felicidade e a captura e a subjetivação deste desejo, numa esfera separada, constituem a potência específica do dispositivo” (AGAMBEN, 2014, p. 43).

Uma *selfie* usada por um candidato a eleição não captura votos. Como qualquer *selfie*, ela captura a subjetividade. Uma *selfie* nunca é índice de um sujeito político, simplesmente porque não representa sujeitos, e sim pessoas auto-objetificadas. Não há dúvidas de que a *selfie*, assim como outras práticas de produção e distribuição de imagens na rede, poderia ter se desenvolvido de forma a alargar o campo da visibilidade. Mas, para tanto, seria necessário “profanar o dispositivo” (AGAMBEN, 2014, p. 44), o que foi tentado, sem sucesso, pelas tecnologias *peer-to-peer* nos primeiros anos no século XXI, quando parecia possível defender a riqueza do compartilhamento¹³, do acesso universal a filmes e músicas¹⁴, da distribuição igualitária do poder de criação de imagens, já que todos teriam uma câmera na mão e um sistema de transmissão em larga escala. Nesse cenário tecno-utópico, pode-se imaginar a *selfie* como uma fotografia emancipadora, que retrataria a diversidade de sujeitos e modos de

vida. A má notícia é que a rede é fruto da tecnologia de um sistema muito menos interessado na participação igualitária de todos no poder do que na conformação de todos ao poder do mercado. Quem dispara a câmera no modo *selfie* é a mão invisível do mercado, a mesma mão que levanta os cantos da boca para o sorriso na foto, e gira o rosto para mostrar o melhor ângulo do produto.

Em 1970, Bas Jan Ader fez um dos mais tristes autorretratos da história da arte, e enviou-o pela rede de correios impresso como um cartão-postal, exibindo a fotografia de si mesmo chorando copiosamente, e no verso, o texto “*I’m too sad to tell you*”. Mesmo sendo um autorretrato e mesmo tendo circulado em uma rede (de correio), certamente não chamaríamos a fotografia de Ader de *selfie*. O termo, um tanto adolescente em sua própria sonoridade, abarca um gênero do autorretrato comprometido com o erotismo desviado para o prazer do consumo da imagem no fluxo voyeurismo-narcisismo-exibicionismo-cafetinagem. O autorretrato de Ader é da época em que se aceitava a tristeza como parte da vida. Ao contrário, a *selfie* é a imagem do sujeito que relaciona felicidade e mercadoria. Não se sabe com certeza se Ader morreu. Ele desapareceu no mar, ao tentar atravessar o oceano Atlântico, em um pequeno barco a vela. Já o sujeito da *selfie* é o reflexo de um Narciso digital que mergulhou no lago turvo da rede. E morreu, não afogado, mas objetificado.

NOTAS

- 1.** Cf. *Privacidade Hackeada* (2019), Karim Amer e Jehane Noujaim, EUA.
- 2.** Seguimos a definição do Oxford Dictionary que, em 2013, elegeu “selfie” como a palavra do ano. Cf. 'Selfie' named by Oxford Dictionaries as word of 2013. **BBC News**. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/uk-24992393>. Acessado em: 8 jan. 2021.
- 3.** *Ekphrasis* é um termo da retórica relativo à descrição minuciosa de um objeto, como uma pintura.
- 4.** O termo cafetinagem já foi anteriormente proposto por Suely Rolnik, no contexto da relação entre arte e mercado: “Uma espécie de cafetinagem da prática de criação, que a dissocia do substrato vital responsável por sua convocação para colocá-la predominantemente a serviço da produção de mais-valia”. Cf. ROLNIK (2003).
- 5.** O anúncio de sucesso na fixação de imagens capturadas pelo método da câmera obscura foi feito em 1839 quase simultaneamente por Louis Daguerre e William Fox, o primeiro fixando a imagem em uma placa de metal e o segundo obtendo a fixação da imagem em papel. Cf. ROSENBLUM (1997, p. 15).
- 6.** Cf. FREUD (2010a, p. 40).
- 7.** Deve ser recebida com ressalvas a caracterização da Psicanálise como uma teoria que considera a bagagem familiar como “determinante” da felicidade ou infelicidade do sujeito, mencionada aos 33 minutos da palestra de Mbembe. Essa simplificação das teorias psicanalíticas poderia ter sido evitada, já que o ponto importante da argumentação de Mbembe é estabelecer um contraste entre o trabalho longo, penoso, exigente da terapia psicanalítica e a crença de que a felicidade possa ser rapidamente autoproduzida por técnicas de aprimoramento de si, característico do início do século XXI.
- 8.** Cf. FISHER (2020).

9. AMALIA (n. d.).

10. A conta de Instagram da artista manteve os *posts* de 2014 da série “Excellences and Perfections” até 2020, quando foram apagados e arquivados no site Rizhome.org. Disponível em: <https://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014150552/> <http://instagram.com/amaliaulman>. Acesso em: 7 jan. 2021.

11. Entrevista com a artista realizada em 17 de janeiro de 2020 na galeria A Gentil Carioca, Rio de Janeiro.

12. Cf. NIETZSCHE (1992).

13. Cf. BENKLER (2006).

14. Cf. *Roube este Filme II* (2006). Disponível em: <https://vimeo.com/40752359>. Acesso: em 7 jan. 2021.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, Giorgio. **O amigo e O que é um dispositivo?** / trad. Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó, SC: Argos, 2014.

AMALIA Ulman: Excellences and Perfections. **New Museum**. Disponível em: <https://www.newmuseum.org/exhibitions/view/amalia-ulman-excellences-perfections>. Acesso em: 7 jan. 2021.

BARTHES, Roland. **A câmara clara** / trad. Manuela Torres. Lisboa: Edições 70, 2015.

BENKLER, Yochai. *The Wealth of Networks: how social production transforms markets and freedom*. Yale University Press: New Haven and London, 2006.

CAMUS, Albert. **O mito de Sísifo** / trad. Ari Roitman e Paulina Watch. Rio de Janeiro: Record, 2004.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios** / trad. Marina Appenzeller. 14a ed. Campinas: Papyrus, 2012.

FISHER, Mark. *Realismo capitalista: é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo?* / trad. Rodrigo Gonsalves, Jorge Adeodato, Maikel da Silveira. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

FOSTER, Hal. **O retorno do real**: a vanguarda no final do século XX / trad. Célia Euvaldo. São Paulo: Ubu editora, 2017. p. 134

FREUD, Sigmund. **Introdução ao narcisismo**: ensaios de metapsicologia e outros textos (1914-1916) / trad. Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010a.

FREUD, Sigmund. O Inquietante. In FREUD, Sigmund. **História de uma neurose infantil: ("O homem dos lobos")**: além do princípio do prazer e outros textos (1917-1920) / trad. Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010b.

HAN, Byung-Chul. **A salvação do belo** / trad. Gabriel Philipson. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.

MANOVICH, Lev. **Instagram and Contemporary Image**. 2017. Disponível em: <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>. Acesso em: 7 jan. 2021.

MBEMBE, Achille. **A crítica da razão negra** / trad. Marta Lança. Lisboa: Antígona, 2014.

MBEMBE, Achille. **Technologies of Happiness in the Age of Animism**. Public open lecture for the students of the Division of Philosophy, Art & Critical Thought at the European Graduate School EGS, Saas-Fee/Switzerland

and Valetta/Malta. 27 mar. 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nlijTCn8Gh4>. Acesso em: 6 jun. 2021.

NIETZSCHE, Friedrich. **O Nascimento da Tragédia ou helenismo e pessimismo** / trad. J. Guinsburg. São Paulo: Companhia das Letras, 1992

ROLNIK, Suely. A cafetinagem da criação. **Folha de São Paulo**, Caderno Mais, 2 fev. 2003.

ROSENBLUM, Naomi. **A World History of Photography**. Nova York: Abbeville Press, 1997.



FILMES

Privacidade Hackeada (2019), Karim Amer e Jehane Noujaim, EUA, 113 min.

Roube este Filme II (2006), The League of Noble Peers, Reino Unido, Alemanha, 44 min.

SOBRE A AUTORA

Paula Braga é professora da Universidade Federal do ABC (UFABC), credenciada no Bacharelado e na pós-graduação em Filosofia. Com pós-doutorado pelo Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), é doutora em Filosofia pela Universidade de São Paulo e é mestre em História da Arte pela University of Illinois at Urbana-Champaign, Estados Unidos. Publicou o capítulo "Anos 60: descobrir o corpo" no livro *Sobre a Arte Brasileira* (WMF, 2015) e é autora de *Hélio Oiticica, Singularidade, Multiplicidade* (Editora Perspectiva, 2013). Organizou o livro *Fios Soltos: a arte de Hélio Oiticica* (Editora Perspectiva, 2008).

Artigo recebido em
12 de janeiro de 2021 e
aceito em 10 de junho de 2021.

Selfie: o autorretrato do sujeito contemporâneo
Paula Braga

ARS - N 42 - ANO 19
ESPECIAL: Histórias da Arte sem lugar