



## ***Selfie, Uma Expressão da Subjetividade***<sup>1</sup>

Angélica Córdova<sup>2</sup>  
Paulo Henrique Martins de Jesus<sup>3</sup>

Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

### **Resumo**

O presente artigo discute a relação da *selfie* como uma expressão da fotografia e sua relação com a construção da subjetividade. Influenciada pelo avanço tecnológico, a fotografia ganha novas perspectivas no que diz respeito à visibilidade e publicidade. Foram realizadas pesquisas bibliográficas para fundamentação conceitual, aprofundamento histórico, compreensão da realidade e relacionamento entre fotografia e subjetividade no cenário contemporâneo, destacando os autores Santaella e Noth (2012), Guattari (1992), Medeiros (2000), Sodré (2006), Lemos (2013), Andrijic (2013) e Foucault (1983). Também, pesquisa qualitativa por meio de entrevista estruturada, que possibilitou chegar às conclusões que corroboraram na compreensão da influência desse aporte midiático na subjetividade.

### **Palavras-chave**

Fotografia; Selfie; Subjetividade; Visibilidade.

### **Introdução**

Vivemos em uma sociedade imagética e digital, em que todas as nossas relações com o mundo estão sofrendo alterações. Com a fotografia isso também ocorre. Saímos de um mundo analógico para o digital e com essa mudança existem novas formas de se analisar a fotografia. A relação que antes era de utilizar, na maioria das vezes, como forma de registro se transformou no espaço digital. Percebe-se uma relação maior na produção de subjetividade, muitas vezes classificada como um uso banal da fotografia.

Tais pontos movem a elaboração deste estudo que tem por objetivo buscar compreender a fotografia no ambiente digital, destacando o entendimento da fotografia nesse espaço. Faz-se, também, a diferenciação do cenário da fotografia no ambiente analógico e digital, relaciona-se o uso da fotografia com a construção da subjetividade e analisa-se a superexposição de fotografias no ambiente digital.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 4 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Mestre do Curso de Jornalismo da UNB e professora do curso de Jornalismo da UCB, email: [angelcordova@gmail.com](mailto:angelcordova@gmail.com).

<sup>3</sup> Graduado no Curso de Teologia da PUC-PR e Graduando do Curso de Jornalismo da UCB, email: [paulohmartinsj@gmail.com](mailto:paulohmartinsj@gmail.com).



Para o desenvolvimento do estudo, foi realizada vasta pesquisa bibliográfica e pesquisa qualitativa, por meio da técnica da entrevista estruturada, com um grupo de pessoas que utilizam a fotografia de *selfies* no espaço digital.

Espera-se que o estudo contribua para as reflexões de comunicação e fotografia, dado o avanço que se vem constituindo as novas tecnologias e sua contribuição na perspectiva das subjetividades.

## **1. FOTOGRAFIA: conceituação e história**

A partir da criação e da popularização do mundo digital, tudo o que não pertencia a ele recebeu um sobrenome de analógico. Com a fotografia não foi diferente. O processo chamado de fotografia analógica só recebeu esse nome após a criação das câmeras de fotografia digital. Apesar da diferenciação dos nomes, o processo para a captura da imagem é o mesmo para ambos os casos, a principal diferença se tem na forma em que adquirimos a imagem de cada uma. No caso da fotografia analógica, o processo de revelação se realiza por meio de reações químicas.

“Desde que foi descoberta, a fotografia analógica pouco evoluiu. Permaneceu com seus princípios ópticos e formatos por mais de um século, reinando absoluta na história, como se o processo descoberto pelos pioneiros fosse eterno” (OLIVEIRA & VICENTINI, 2010). Mas, a partir do final século XX, a digitalização atingiu o universo fotográfico e mudou os seus paradigmas. Apesar de ter em seu início um valor elevado, é graças ao seu uso que foi possível reduzir etapas, custos e acelerar o processo de produção fotográfica. O aperfeiçoamento a popularização da tecnologia digital atingiu em cheio a fotografia analógica.

A imagem digital ameaçou abolir o filme, tornar supérfluo o laboratório fotográfico e banir a habilidade tão arduamente conquistada de tirar fotos. Em pouco tempo, a ameaça cresceu, com o aparecimento de muitos outros inimigos, na forma de mais e mais câmeras digitais, scanners, softwares de edição de imagens e a internet, que se juntariam para aniquilar a fotografia. ANG (2007)

A fotografia contemporânea se divide basicamente em dois grupos. O primeiro é onde se enquadram os fotógrafos profissionais, que buscam e identificam o campo da arte como o território preferencial em que suas imagens se enquadram.

Estamos vivendo um momento excepcional para a fotografia, pois hoje o mundo da arte a acolhe como nunca o fez e os fotógrafos consideram as galerias e os livros de arte o espaço natural para expor seu trabalho. Ao longo de toda a história da fotografia, sempre houve quem a promovesse como uma forma de arte e um veículo de ideias, ao lado da pintura e da escultura, mas nunca essa perspectiva foi difundida com tanta frequência e veemência como



agora. Atualmente, a aspiração de muitos fotógrafos consiste em identificar a “arte” como o território preferencial de suas imagens. (COTTON, 2010, p.70)

Já no segundo grupo, foco deste trabalho, se enquadra a maior parte da população, pois é nele que as vantagens e mudanças que o mundo digital trouxe para a fotografia se localizam. Isso possibilitou que qualquer um possa produzir imagens fotográficas e divulga-las, por meio da internet, substituindo os antigos álbuns fotográficos. Essa forma de produção e reprodução modifica práticas sociais e comunicacionais (ANDRIJIC, 2013).

A fotografia parou de ter uma função quase que exclusiva de registro de memórias e passou a ter um papel de representar a instantaneidade. Se antes era feito um esforço para se eternizar o momento, na sociedade contemporânea, com a disseminação de câmeras digitais, as fotos basicamente são tiradas, vistas, publicadas (principalmente em redes sociais da internet) ou salvas no computador e depois apagadas. A intenção de memória que Bourdieu chamou de “verdade da lembrança” e Barthes de “retificação do passado” (apud LEMOS, 2007) quase não existe mais no mundo digital.

Elas são imagens imediatas (aparecem na tela), de circulação como forma de sociabilidade (‘olha o que estamos fazendo agora’), presenteístas (o que vale é o momento, a olhadela rápida), pessoais e móveis (ver, circular, apagar, postar em um blog em ‘tempo real’, sem precisar esperar o tempo da revelação e da exibição). (LEMOS, 2007, p. 34)

A partir disso, é fácil perceber que a função social da fotografia no universo 2.0 é a de circular, captar o presente como desejo de expressão individual. O foco está na banalidade do sujeito ou das relações cotidianas, é o presente compartilhado.

Essas novas possibilidades ampliam o poder do indivíduo e a sensação de autonomia e segurança. É possível estar sozinho, distante fisicamente, e ao mesmo tempo próximo de várias pessoas pela conectividade, pelo diálogo criado a partir dos comentários postados em uma foto publicada no Facebook. Estabelece-se uma comunicação gerando trocas de experiências e opiniões sobre um momento banal, sobre a fotografia de algo que se está comendo, vestindo, assistindo, escrevendo, lendo, fazendo, consumindo. (ANDRIJIC, 2013, p. 4)

A fotografia no mundo digital passa a funcionar como uma das principais mídias de comunicação, fazendo com que uma pessoa entre em contato com outra, ou com várias ao mesmo tempo, não existindo mais uma sociedade do espetáculo, mas o espetáculo da vida banal do dia-a-dia compartilhado (LEMOS, 2007).

## **2. FOTOGRAFIA E SUBJETIVIDADE**



No processo histórico da relação entre o homem e a imagem, a pintura desempenha uma função de representação da realidade. Era a partir dela, que se construía uma relação, ainda que mimética.

Na história da arte, o retrato propriamente dito, tomado no sentido da representação figurativa, mais ou menos realista, mais ou menos abstrata, do outro ou de si mesmo, ocupa lugar específico. [...] A sua história, história de um movimento de introspecção e extrospecção, é marcada por uma certa ideia de *mimesis*, enquanto esta pode ser vista como o processo impulsivo de imitar, não a realidade, mas uma sua representação. (MEDEIROS, 2000, p. 37)

O retrato pintado, portanto, conserva uma característica mimética particular, na medida em que desenvolve essa relação de representação e reconhecimento do sujeito consigo mesmo e com os outros (MEDEIROS, 2000).

Um indicativo, porém, precisa ser levado em consideração. Derrida (1971) pontua que na *mimesis* o que está posto não é o próprio objeto, uma vez que se trata de uma representação, mas também não é outra completamente diferente, porque se referêcia no objeto. Há que se observar aí, no descompasso entre essas duas considerações, que nessa relação se estabelece a subjetividade e a re(criação).

A relação do homem com a fotografia é vista, por alguns teóricos, como um caçador. Em busca da presa, do objeto a ser fotografado, o agente se movimenta numa “floresta densa de cultura” (SANTAELA e NOTH, 2012). Também, segundo S. Zunzunegui (2012), a câmera empodera o fotógrafo, na medida em que ele se constitui num observador universal. O mundo é visto com um espaço privilegiado para a caça em que se encontram dois grupos: observadores e observados.

Não se trata de captar a realidade. É apenas o ato que está circulando em suas veias. A fotografia não é a arte de captar, ao contrário, é a arte de soltar. Como se a cada disparo da máquina fosse o fotógrafo que se esvaísse em disparada. Fotografia: esvaír-se. O fotógrafo nada recebe, ao contrário, é como se, através do obturador aberto, ele se permitisse um voo cego, um mergulho de se expor. *Clic!* (SANTAELA e NOTH, 2012, p. 118)

Nesse caminho de registro, com o avanço tecnológico que possibilitou a chegada da fotografia, dois aspectos importantes devem ser demarcados na distinção da pintura. Segundo Medeiros (2000, p.48), a temporalidade e a densidade são duas características que na fotografia não são tão significativas. A primeira (temporalidade), deixa de ser importante na medida em que a captura da imagem e sua reprodução se tornam “instantâneas”. A densidade não é considerada, também, na medida em que a automatização do processo esconde o caminho realizado para a produção da fotografia, tornando a imagem uma “coisa”, quase que despida de sentido, se comparada ao retrato



pintado. Assim, a relação que se estabelece com a fotografia, nesse início de itinerário, é a dessacralização da imagem.

Entretanto, a imagem ganha uma nova característica: o detalhe. Aquele que não era visto no momento real, mas que, pela fotografia, passa a ser possível de ser observado. “O retrato fotográfico vem confrontar o sujeito com o horror e o fascínio de uma imagem especular fixa, da qual ele não pode fugir. Mas esse fato abre-lhe o acesso a todas as especulações sobre o seu Eu, fornecendo-lhe um espelho ‘manuseável’” (MEDEIROS, 2000, p.50).

Por causa do poder aquisitivo e do que isso significava, a fotografia começou sendo adotada pela classe social dominante. Só com o passar do tempo foi sendo absorvida pelas camadas mais baixas, como a média e pequena burguesia. Isso ajuda a compreender que a fotografia foi, no seu início, uma maneira de representação de acordo com as condições econômicas e ideológicas, que viram nela uma nova maneira de se auto representar (MEDEIROS, 2000).

O retrato fotográfico, nesse tempo, para alguns estudiosos, se associa ao que significava o retrato pintado. Estão estritamente ligados “à afirmação social e à necessidade de representação de si”. As duas experiências refletiam o desejo das celebridades de exposição como forma de afirmação da identidade e carisma pessoal. No entanto, conforme Medeiros, há algo que nos permite distinguir os dois processos de representação.

O que nos parece então poder diferenciar o retrato pintado do retrato fotográfico não são nem a sua motivação geral (a representação de si/do outro) nem os seus códigos simbólicos; é antes a forma como a fotografia, pelo seu caráter imediato e pseudo-transparente vem acentuar a vertigem do espelho, não sendo mais do que o reflexo da vertigem introspecção e da auto-observação do indivíduo. O retrato fotográfico, “pseudo-real”, pseudo-especular, mais ainda assim real e especular, vai permitir ao sujeito jogar um novo jogo: o da inclusão da mágica, de si mesmo, no olhar do Outro. (MEDEIROS, 2000, p. 55).

Porém, não é possível romper com as duas construções de realidade, mas estabelecer uma relação entre elas (em técnica e pensamento). “O retrato pintado implica uma *transformação do mundo pelo pensamento* (a matéria pela ideia), o retrato fotográfico apenas exige, aparentemente, uma *ação imediata do sujeito sobre esse mundo*, no sentido da sua completa assimilação” (MEDEIROS, 2000, p. 55).

## 2.1 SUBJETIVIDADE E VISIBILIDADE



Se a fotografia contribui, como um operador de mídia, na construção da subjetividade, é preciso conceituar e situar em que sentido procura-se discutir, nesse texto, essa relação entre fotografia/tecnologia de comunicação e esse termo. Num primeiro momento é importante recordar a afirmação de Derrida de que a subjetividade está no vácuo entre a representação do objeto na fotografia, que não é o referente do fotógrafo, mas também não é outro diferente, pois se refere ao objeto capturado pela lente. E aí, nesse espaço entre o real representado e o real, de fato, está a percepção que se constrói do objeto, com toda a carga semântica que o observador traz, sua subjetividade.

Segundo Guatarri, assim como os operadores sociais, os operadores tecnológicos de informação e comunicação trabalham no núcleo da subjetividade humana. Para ele, essas considerações levam a uma redefinição nos componentes que atuam na produção de subjetividade:

Já que encontramos aí: 1. componentes semiológicos significantes que se manifestam através da família, da educação, do meio ambiente, da religião, da arte, do esporte; 2. elementos fabricados pela indústria dos mídia, do cinema, etc. 3. dimensões semiológicas a-significantes colocando em jogo máquinas informacionais de signos, funcionando paralelamente ou independentemente, pelo fato de produzirem e veicularem significações e denotações que escapam então às axiomáticas propriamente linguísticas. (GUATARRI, 1992, p. 36)

Se por um lado as transformações tecnológicas podem ser vistas de forma positiva, há que se atentar para a “tendência à homogeneização univesalizante e reducionista da subjetividade e uma tendência heterogenética, quer dizer, um reforço da heterogeneidade e da singularização de seus componentes” (GUATARRI, 1992). Portanto, o olhar para as tecnologias deve ser articulado com os objetivos a que se propõem no processo de subjetivação.

A relação entre subjetividade e visibilidade ganha novas configurações com a as tecnologias comunicacionais. Esses mecanismos contribuem na construção da subjetividade das pessoas transformando as relações que elas estabelecem com os outros e, conseqüentemente, consigo mesmo.

A janela aberta pelas tecnologias reconfigura a maneira com que se olha para os indivíduos e suas relações. O olhar do outro – agora mais próximo e, por vezes, invasivo – modifica o comportamento do observador. Assim, a subjetividade é constituída por uma relação que se dá fora do sujeito e não a partir dele. Não é o autoconhecimento, as relações e a reflexão por elas geradas, o convívio, que contribuem para o processo de



subjetivação, mas esse outro externo é que, praticamente, determina como o outro deve ser.

Assim, o olhar passa a ser controlador, coercitivo e individualizante. De acordo com Fernanda Bruno (Famecos, julho 2004), “o poder torna-se cada vez mais anônimo enquanto o indivíduo comum ou desviante, exposto à visibilidade, torna-se cada vez mais objetivado e atrelado a uma identidade (...), punidos por uma maquinaria de vigilâncias hierarquizadas”.

As massas, na perspectiva de Foucault (1983), podem ser vigiadas e manipuladas, perdem a capacidade de construir a própria identidade e seus processos de subjetivação são altamente controlados. Os detentores do poder geram a falsa ilusão de que a realidade é o que a ‘massa’ pensa ser, quando, na verdade, é apenas uma construção, é uma realidade, talvez, ‘virtual’.

As novas tecnologias contribuem para a construção de uma realidade que não é a real. Criam nas pessoas a falsa ideia de que elas é que escolhem e determinam, quando apenas são manipuladas. A falsa ideia do real gera e pode gerar patologias individuais e coletivas. Depressão, síndrome do pânico são exemplos das doenças mais comuns na contemporaneidade, acentuadas pelo processo desencadeado pelas novas tecnologias. Acometidas dessas doenças, as pessoas tendem a dissociar sua percepção da realidade daquilo que, de fato, ocorre.

Se, por um lado, as novas tecnologias geram essa problemática, podem ser vistas sobre um ângulo de potencialização dos processos de subjetivação. A abertura, que possibilita ao sujeito o contato com diversas realidades, pessoas e fatos, cria condições para que a pessoa tenha um leque maior de opções e de relacionamentos que vão contribuir com a sua subjetividade. As várias janelas permitem ao ser humano escolher dentre as várias possibilidades que lhe são apresentadas.

## **2.2 SELFIE**

Termo em inglês, na verdade um neologismo, originado do termo *self-portrait*, que significa autorretrato. É formada da junção do substantivo *self* (em inglês, "eu", "a própria pessoa") e o sufixo *ie*. Trata-se de uma foto, normalmente tirada pela própria pessoa, um autorretrato, tomado com uma câmera digital de mão ou celular com câmera, e compartilhada na internet. No último ano, por exemplo, foi categorizada



como a palavra do ano (*selfie*) pelos dicionários Oxford, devido ao crescimento e popularização do termo.

As fotografias *selfie* costumam ser casuais, normalmente, tomadas com uma câmera segura ao comprimento do braço ou num espelho. Incluem apenas o fotógrafo ou um número de pessoas que podem estar juntas ou em segundo plano. Esse tipo de fotografia vem se popularizando nos últimos anos por causa da relação estabelecida com as redes sociais, já que uma *selfie* deve, necessariamente, ser postada numa rede social. Figuras públicas, celebridades e autoridades políticas e religiosas já aderiram ao modismo da *selfie*. Algumas dessas fotos geraram grande repercussão.

### 3. PÚBLICO X PRIVADO

Esses dois termos, um tanto dicotômicos, carecem de uma certa conceituação, tendo em vista o caráter polissêmico que carregam. Também, foram bastante utilizados ao longo dos séculos no ocidente, caracterizando diversas realidades políticas e sociais. Aqui, no entanto, ainda que de certa forma reducionista, buscaremos os elementos fundamentais para refleti-los sob a ótica da exposição pessoal.

Público, portanto, é um termo relacionado com uma série de instituições governamentais e outras que delas se originam ou interligam. Ou seja, aquelas instituições, ou mesmo ações, que respondem à coletividade. Privado, por sua vez, relaciona-se ao domínio do que é singular, próprio de alguém ou de um grupo restrito.

“Público” significa “aberto” ou “acessível ao público”. Público nesse sentido é o que é visível ou observável, o que é realizado na frente de espectadores, o que está aberto para que todos ou muitos vejam ou ouçam. Privado é, ao contrário, o que se esconde da vista dos outros, o que é dito ou feito em privacidade ou segredo ou entre um círculo restrito de pessoas. (THOMPSON, 2012, p.165)

Thompson continua a reflexão afirmando que a dicotomia estabelecida pelos termos, ainda, estabelece outras relações, como “*publicidade versus privacidade*”, com “*abertura versus segredo*”, com “*visibilidade versus invisibilidade*”.

Publicidade estava ligada, no passado, ao compartilhamento de algo a partir de um lugar comum, diretamente a um público plural e copresente. Implicava a utilização de todos os sentidos na percepção e transmissão de algo. A presença era algo que sustentava esse tipo de comunicação. O advento das mídias digitais traz uma nova percepção, ou seja, pode-se transmitir algo sem precisar levar em consideração o tempo



e o espaço em que acontecem. Surge, assim, a publicidade mediada. Esta, no entanto, não elimina a primeira.

Segundo Thompson, essa nova publicidade, que não necessita da presença do público, estabelece uma nova relação com a visibilidade. Se anteriormente a visibilidade era imediata, agora, depende da mídia utilizada. Por exemplo, a visibilidade em uma mídia impressa é diferente da visibilidade em uma mídia televisiva. Na primeira, exige-se que o espectador saiba ao menos ler, para que tenha acesso ao conteúdo. Já na segunda, basta que esse abra os olhos/ouvidos e contemple/ouça a mensagem.

O que dizer, nesse caso, do advento da internet e das redes sociais? Thompson não reflete sobre esse assunto mas, diante da abordagem feita até aqui, pode-se inferir algumas possibilidades. Se o campo da televisão, por exemplo, proporciona uma mudança no que diz respeito à publicidade e, conseqüentemente, à visibilidade, com a internet o processo continua se modificando. Na televisão, o campo se tornou unidirecional, quando a mensagem é apenas emitida, e o caminho da visibilidade ganha nova perspectiva, como aquela de Foucault. Ou seja, visibilidade e poder estão estreitamente ligados numa relação inversamente proporcional. Thompson, ao ler Foucault, conclui que “uns poucos se tornavam visíveis a muitos, e no qual a visibilidade de poucos era usada como meio de exercer o poder sobre muitos” (THOMPSON, 2012, p.175).

Foucault (1983, p. 31) diz que “a subjetividade é inseparável dos dispositivos de visibilidade”, criados pelas instituições disciplinares para controlar as individualidades e punir. O foco da observação, comumente direcionado àqueles que exercem o poder e condicionavam os comportamentos. Foucault alerta para uma nova perspectiva na modernidade em que o foco muda de direção: segue para os indivíduos comuns.

#### **4. *Selfie* e subjetividade**

##### **4.1 – Método**

Para a realização da pesquisa, o objeto selecionado foi a fotografia *selfie*, em busca de entender melhor a utilização da fotografia no ambiente digital e a sua possível banalização nesse meio, a partir de análises sobre a superexposição e a fotografia na construção da subjetividade.



Optou-se nessa pesquisa pela metodologia qualitativa. A escolha do método se deu por acreditar que os sujeitos pesquisados interagem e constroem sentido. Para a coleta de dados, foi definida a técnica da entrevista estruturada. Uma vez que permite a captação imediata da informação desejada. Nesse tipo de entrevista, segundo Oliveira, apresenta-se um

conjunto de questões em que o pesquisador administra a cada sujeito na mesma sequência e usando as mesmas palavras. Para o investigador, esse questionário responde suas hipóteses, admitindo que o respondente tem condições necessárias para fornecer os dados que julga relevantes. (2008, p. 12).

A realização das entrevistas se deu de forma eletrônica, entre os dias 12 e 20 de maio de 2014. Foi construído um questionário e aplicado para 10 entrevistados. Foi selecionado um coletivo que compreende uma diversidade mínima em relação a gênero e idade (10 pessoas: 6 mulheres e 4 homens; superior completo ou em formação - humanas, saúde, exatas; 19 a 56 anos).

Antes, porém, da aplicação do questionário foram realizados testes preliminares para avaliar a qualidade e aplicabilidade do instrumento. Somente após os ajustes necessários foi levado a campo.

## **4.2 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS E RESULTADOS**

A pesquisa revelou que os entrevistados gostam de fotografia e percebem nela uma possibilidade de registro. Sejam momentos públicos ou privados, o momento capturado pela câmera fotográfica expressa algo que contém uma carga de sentimento dos fotógrafos em que, segundo Sontag (1986), há algo de preservação e consagração.

Um pouco diferente da maioria, destaca-se a observação feita pelos entrevistados X e Y – assim serão tratados os pesquisados para resguardar a privacidade. Segundo eles, a fotografia é “meio de expressão”, “é vetor de ideias”. A relação que eles estabelecem com a fotografia remonta ao início da fotografia e sua intimidade com a pintura.

Convém recordar que a fotografia, como um operador de mídia, atua na construção da subjetividade. A partir do destaque dado pelos entrevistados, é notório que essa afirmação tem seu valor. A ideia de registro de um momento marcante garante ao fotógrafo a perenidade de algo. Contudo, conforme Derrida (1971) o que está registrado não é o momento vivido, nem outro diferente, é algo novo que surge aí, a partir da percepção capturada pelo fotógrafo ou por quem manuseia a fotografia e dela constrói o seu sentido.



No entanto, com o advento das tecnologias, também no campo da fotografia, há que se destacar alguns pontos no que diz respeito à construção de subjetividade. Se antes a relação com a fotografia propicia uma percepção diferenciada da realidade, vinda da relação que o fotógrafo e observador da fotografia tem com a realidade e com a foto vindas de si mesmo (de dentro), agora a subjetividade é influenciada pelo meio externo.

Nesse sentido, há que se atentar para a popularização das fotografias *selfie*. Fruto desse avanço tecnológico, e da possibilidade de, com qualquer instrumento fotográfico, se produzir um autorretrato, esse tipo de fotografia tem mudando a relação dos sujeitos com as fotos, com a noção de privacidade e, conseqüentemente, com a construção de subjetividade. No entanto, conforme a pesquisa, a produção de *selfie* não está relacionada ao gênero (homens e mulheres), mas pode ser observada quanto a idade. Sejam os homens ou as mulheres, ambos estão propensos à produção de *selfies*. No que tange à idade, quanto mais novos, maior a relação com o autorretrato.

Todos os pesquisados confirmaram ter um instrumento, ainda que básico, para produzir uma foto, seja uma câmera simples ou mesmo um celular. Para eles não importa o instrumento, o que vale é registrar o momento significativo. Em relação à foto *selfie*, a maioria afirma já ter feito ou participado de alguma em grupo. “Gosto da ideia de mostrar para amigos e conhecidos o meu dia a dia. Pois eles fazem o mesmo, acho as *selfies* uma forma de relacionamento e interação com a vida do outro sem precisar estar perto”, afirmou o entrevistado Z, confirmando a tese de Foucault (1983) de que a subjetividade é inseparável dos dispositivos de visibilidade.

Por outro lado, há os que criticam essa forma de expressão e outros que afirmam que essa experiência nada mais é do que uma das maneiras de manifestação da fotografia já produzidas desde muito tempo por grandes fotógrafos.

Em se tratando da publicidade e visibilidade, boa parte confirma selecionar o público que vai visualizar suas fotografias. Ainda que postadas em redes sociais, a ideia é compartilhar com um público seletivo as *selfies* que se produz, uma vez que a própria ideia desse tipo de foto é o compartilhamento. “Deixo apenas para amigos visualizarem, outras deixo para o público em geral”, disse X. “Penso que nem todas as fotos devem estar disponíveis a um público que nem me conhece”, afirmou Y. “Fotografias pessoais como *selfies* e fotos de família são apenas para o público de pessoas que eu conheço” foi a observação de Z. Já W disse que “ Se é um *selfie* e se eu estou postando em alguma rede social é porque quero que todos visualizem”.



As mudanças de paradigma sobre visibilidade ao longo dos tempos colocaram em evidência uma discussão que necessita de um aprofundamento. Destaca-se, nesse contexto, uma reflexão sobre a sociedade do espetáculo e suas consequências, trazendo, é claro, para a discussão aqui iniciada sobre a relação com a fotografia.

Configura-se, assim, o espetáculo como uma verdadeira relação social, constituída pela objetivação da vida interior dos indivíduos (desejo, imaginação, afeto), graças a imagens orquestradas por organizações industriais, dentre as quais se impõe contemporaneamente a mídia. A imagem-espetáculo resulta dessa operação como uma espécie de forma final da mercadoria” (SODRÉ, 2006, p. 81)

Há certa divergência nas opiniões dos entrevistados quando se pede para relacionar a *selfie* e superexposição ou quebra de privacidade. Para alguns, é essa mesma a finalidade de uma *selfie*. Para outros, há um certo exagero nos compartilhamentos. É perceptível, portanto, como a sociedade do espetáculo tem influenciado na compreensão e relação que se estabelece entre as mídias e o mundo. Segundo Sodré,

O espetáculo de hoje resulta, assim, de uma sobredeterminação histórica da imagem. A espetacularização é, na prática, a vida transformada em sensação ou em entretenimento, com uma economia poderosa voltada para a produção e consumo (...) O fenômeno estético torna-se insumo para a estimulação da vida, doravante dirigida para a indústria e o mercado. (SODRÉ, 2006, p.102)

Fato é que essa relação estabelecida pelas novas tecnologias, e, aqui, se tratando de fotografia, tem possibilitado uma nova compreensão da realidade e construção de novos significados. No entanto, a subjetividade refletida, ainda que pareça ser autônoma, é regida pelo sistema coercitivo e de poder que, por vezes, como diz Bruno (2004), é controlado e regido por máquinas (invisíveis) hierárquicas.

## 5 CONCLUSÃO

A pesquisa realizada possibilitou uma nova percepção desse aporte midiático. À primeira vista, pode-se inferir que essa expressão seja uma banalização da fotografia digital, compreendendo que ela provoca uma superexposição da imagem e desvaloriza a noção de privacidade.

No entanto, o trabalho possibilitou recuperar uma esfera importante que se tem nesse cenário que é a da relação que se pode estabelecer entre a fotografia e a subjetividade. Os autores pesquisados e o caminho escolhido na investigação contribuíram para se construir um olhar diferenciado.

Os dados, ainda que de uma pesquisa qualitativa com uma pequena amostra, são vistos a partir de um prisma que também é influenciado pela subjetividade de quem os



lê. Porém, a metodologia e a leitura das informações levaram a considerações antes invisíveis para os investigadores.

Portanto, nesse universo em que se desenvolvem cada dia mais as tecnologias, faz-se necessário o aprofundamento do impacto que elas exercem na coletividade. Se, por um lado, as mídias podem tomar o lugar das instituições disciplinadoras e coercitivas das reflexões modernas, por outro podem abrir as possibilidades de se descobrir e se relacionar de forma diferente com a realidade construindo novos sentidos e significados.

Mesmo que a ideia matriz da fotografia, de registrar momentos para recordação, seja ainda mantido no pensamento das pessoas, não há como negar que as novas possibilidades que a fotografia digital abriu mexem, de uma nova forma, com a construção de subjetividade. Alguns consideram desnecessárias as superexposições que os novos meios de compartilhamento de fotografias exercem, enquanto outros acham interessante o seu compartilhamento, mesmo que considerando superexposição. Tais interpretações e relevância certamente ainda irão ser estudadas de novas formas e o aprofundamento do tema parece ser algo inevitável em uma sociedade cada vez mais imersa no universo digital.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

OLIVEIRA, Cristiano Lessa de. **Um apanhado teórico-conceitual sobre a pesquisa qualitativa: tipos, técnicas e características**. Revista Travessias, vol.2, nº 3, 2008. Disponível em [e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/download/3122/2459](http://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/download/3122/2459). Acessado em 20 de maio de 2014.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação**. In: Revista Famecos, nº24. Porto Alegre, julho de 2004.

GUATTARI, Félix. **Caosmose; um novo paradigma estético**. São Paulo: Editora 34, 1992.

SANTAELLA, Lucia e NOTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Editora Iluminuras, 2012.

MEDEIROS, Margarida. **Fotografia e narcisismo: o auto-retrato contemporâneo**. Lisboa: Assírio & Alvim, 2000.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Editora Vozes, 2006.



THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 13ª ed., Petrópolis: Editora Vozes, 2012.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**. Petrópolis: Vozes, 1983.

ZUNZUNEGUI, Santos. **Pensar la imagen**. Madri: Catedra, 1992.

COTTON, Charlotte. **A fotografia como arte contemporânea**. São Paulo: Wmfmartinsfontes, 2010

LEMONS, André. **Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM)**. Revista Comunicação Mídia e Consumo. São Paulo: ESPM. v. 4. N. 10. 2007, p. 23-40.

ANDRIJIC, Nathalia Santos. **Presente Compartilhado: a fotografia nas redes sociais como forma de comunicação e socialização atendendo a necessidades**. São Paulo: 2013, 24 p.

ANG, Tom. **Fotografia Digital: Uma introdução**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2007.

ROUILLÉ, André. **A fotografia: entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: Senac, 2009.

OLIVEIRA, Erivam Moraes de; VICENTINI, Ari. **Fotojornalismo: uma viagem entre o analógico e o digital**. São Paulo: Cengage, 2010.

MAUAD, Ana Maria. **Através da imagem: fotografia e história interfaces**. Rio de Janeiro: UFF, 1995.

AQUINO, Livia Afonso de. **Da natureza nada se tira, apenas fotografias**. Fortaleza: Intercom, 2012.

BURMESTER, Cristiano Franco. **Fotografia – do Analógico para o Digital: um estudo das transformações no campo da produção de imagens fotográficas**. São Paulo, 2006.