

## O REGISTO DA AUTO-IMAGEM NA CONTEMPORANEIDADE DO AUTO-RETRATO PINTADO À *SELFIE*. GESTO. TEMPO. SENTIMENTO

### ON SELF-IMAGE AND CONTEMPORANEITY FROM PAINTED SELF-PORTRAIT TO *SELFIE*. GESTURE. TIME. FEELING

MARIA EMÍLIA VAZ PACHECO\*  
mevazpacheco@hotmail.com

Num tempo global em que os artistas há muito deixaram de se fixar apenas nas formas e nos *media* tradicionais, designadamente no âmbito da Pintura e da Escultura, com recurso aos mais diversos materiais e mecanismos, incluindo a deslocação de objectos de uso quotidiano para o espaço da comunicação artística — as feiras de arte, as bienais e as galerias têm preferência sobre o museu — priorizando a atracção de públicos, através de meios como a fotografia, o vídeo, as instalações ou a *performance*, a par de uma cultura do acontecimento afastada de preocupações de carácter identitário, onde impera a banalização de atitudes acríticas, e em que cada vez mais se sente a ausência de regras para definir uma obra de arte, importará reflectir sobre as ligações que podem ser estabelecidas entre a auto-imagem pintada e a auto-imagem apresentada na *selfie*.

**Palavras-chave:** imagem; auto-retrato; *selfie*; auto-representação; narcisismo; *medium*.

In nowadays global times, artists have detached themselves from traditional media, such as Painting and Sculpture, and are now using diverse materials and plural mechanisms of expression. Everyday common objects are currently used in new spaces of artistic communication such as art markets, biennales and galleries, rather than museums. At present, artists are prioritizing public attention using photography, video, installations and performances. This occurs in a culture of the moment with no space for identity concerns or critical thinking and where the definition of work of art is fading. The author suggests a reflection on the relation between a painted self-portrait and a selfie.

**Keywords:** image; self-portrait; selfie; self-representation; narcissism; medium.

DOI: <https://doi.org/10.21814/2i.2033>

---

\* Investigadora Integrada do ARTIS — Instituto de História da Arte da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Portugal.

*Todos gastamos o nosso tempo em demanda do segredo da vida. Pois bem!  
O segredo da vida está na Arte.*

— Oscar Wilde

*O público é um êxito quando percebe que se encontra perante uma obra de arte.*

— Oscar Wilde

## **1. A auto-imagem pintada e auto-referencial e a fixação da auto-imagem na *selfie***

A auto-referência existe quer no auto-retrato figurado e pintado, quer na *selfie*, considerando que, em ambos os casos, está presente uma auto-imagem. Todavia, logo numa primeira abordagem atenta, é perceptível que são bem diferentes processos de produção, materiais, suportes, tempo, acessibilidades, bem como a relação com o observador.

O auto-retrato pintado com recurso a uma prática figurativa e imitativa — processo fundamental para a identificação da auto-imagem por parte do observador — referencia a teoria e a ética da Pintura, envolvendo a representação de um universo a três dimensões sobre um suporte a duas dimensões, assentando na ilusão da perspectiva, sendo necessário clarificar as regras para o reconhecimento da noção de auto-retrato: tal como para o retrato, o auto-retrato organiza-se em torno de uma figura, a qual, geralmente, tem um lugar centralizado no espaço pictural (cf. Pontévia, 2001, pp. 11–12). A visibilidade dos traços da expressão do auto-retratado faculta a interpretação identitária e potencia a abordagem da interioridade do pintor, ciente de que, na intencionalidade do gesto de registo da auto-imagem, está contida a singularidade das suas vivências como ser humano, constrangido pela inquietação face à inexorabilidade da passagem do tempo. Daí que o auto-retrato pintado seja oportunidade para exercício de introspecção do artista, revelando consciência sobre a inevitabilidade do confronto com a auto-representação. A partilha da noção de universalidade da condição humana surge transversalmente na história do próprio auto-retrato, com o frequente registo de expressões tradutoras de angústia e de medo. Na imagem do auto-retrato figurativo estão envolvidos auto-conhecimento e identidade, a par da convocação do espectador e este, mais do que narcisismo, reconhece nesse tipo de imagem, e através da projecção pessoal, fantasmas e a lucidez da finitude humana, estreitando-se assim a consciência da partilha entre artista e observador, na condição de destinatário da mensagem implicada. Por isso o rosto ocupa, na auto-imagem figurada e pintada, um enfoque privilegiado, qual espelho onde se encontram projectados emoções e sentimentos, referenciando a identidade do indivíduo por detrás do artista, bem como a sua visão sobre o mundo. A expressão da complexidade inerente à materialização deste tipo de auto-retrato, remetendo para as questões da visibilidade e para o campo da subjectividade — considerando também a liberdade do pintor na opção pela máscara, mediando o exílio do visível — é de tal modo importante na representação humana que, no recurso à abstracção para o registo da figura humana, a supremacia dos valores plásticos sobre os valores do sentimento não só são geradores de inexpressividade, como indiciam fuga permanente face à identificação dos traços do rosto.

O rosto pertencente a cada indivíduo é o rosto de referência e de auto-referência, indissolúvel e intimamente ligado ao sentimento da própria identidade, lugar de permanente diálogo e confronto com o ‘eu’, e daí o impacto das modificações temporais visíveis, mesmo se subtis, no fenómeno da identidade, de algum modo conferindo ao rosto a memória do *memento mori*. (Pacheco, 2018, p. 51)

Jean Clair denuncia o “rosto ausente” da contemporaneidade:

Para nós, um rosto é uma pessoa que olha – nós vemos, por assim dizer, a pessoa através da sua *persona*, do seu rosto. Mas para o doutor P., não havia realidade de *persona* (...). Tornámo-nos todos, na época contemporânea, parecidos com o doutor P. (...) o reconhecimento do Outro está doravante interdito. Nós já não cruzamos o seu olhar. Nós verificamos nele mais a nossa identidade. (Clair, 2008, p. 405)

O auto-retrato é um exercício do intelecto, pressupondo a consciência da necessidade de um equilíbrio entre a sensibilidade e a inteligibilidade, e Jean Clair fala em “intelecção pura do cérebro”, a propósito de Desenho no registo da figura humana, “uma cinestesia que tece entre o visual e nós uma rede incrivelmente rica de relações, de idas e regressos, de encontros” (Clair, 2008, pp. 429–430; trad. da autora).

É nessa vertente que a memória afectiva lida com a visibilidade do rosto exterior e com a subjectividade do rosto interior, potenciando a consciência da possibilidade de dissimulação da identidade individual que não se deseja revelar. Durante o processo de registo da sua imagem, impõe-se a auto-consciência do pintor, na liberdade do diálogo para a captação da sua identidade do ‘eu’, visando a auto-representação, dada a própria reflexão em torno da referência social configurada na interacção do artista com o mundo, dependendo da sua vontade a possibilidade de se expor e facultar ao destinatário, que pode ser uma pessoa real ou uma figura interna, o acesso à sua interioridade, em conformidade com a interrogação «quem sou eu?». Tendo em atenção essa figura de alteridade, “por essa via, o auto-retrato acaba por se demarcar do género que é também o retrato, pela sua capacidade auto-referencial de propor uma reflexão centrada na interioridade como critério de distinção (...)” (Pacheco, 2018, p. 55).<sup>1</sup>

Neste enquadramento, fará sentido<sup>2</sup> estabelecer-se comparação entre a imagem pictural do próprio artista, processo de registo demorado e em que o pintor traduz uma realidade empírica — para a qual podem ser convocados espelho, fotografia, e sempre a memória, enquanto presente do passado — através da fixação de matérias como o óleo, a aguarela ou o carvão, em suportes como a tela, o papel, a madeira, a porcelana, etc., e a especificidade da *selfie*, captada na instantaneidade do tempo, considerando que a imagem fotográfica “é, na verdade, o registo do traço físico-químico numa superfície sensível, deixado pelo objecto (ou a pessoa) (...) sob o efeito da luz” (Vanoye, 2011, p. 36<sup>3</sup>)? Ao que acresce que “sendo ao mesmo tempo *medium* e «veículo» dum conteúdo visual e intelectual, a fotografia é uma técnica de gravação e produção de imagens” (Vanoye, 2011, p.176<sup>4</sup>). Tendo em comum com a *selfie* o valor testemunhal e o registo presencial, um dos argumentos mais invocados para a compreensão da prática fotográfica é o interesse de “evidenciar a capacidade do registo fotográfico, do testemunho fotográfico, ao mesmo tempo que afirma a presença do fotógrafo atrás da objectiva” (Barthes, 2008, p. 99).

<sup>1</sup> Da mesma obra, veja-se ainda, e a propósito da proximidade e da autonomia dos géneros Retrato e Auto-Retrato, pp. 32-38.

<sup>2</sup> Numa acepção de ordem intelectual, cf. “senso, sentido” (pp. 576-578) in Morfaux, L.-M. & Lefranc, J. (2009, p. 576).

<sup>3</sup> Verbete “Arqué”.

<sup>4</sup> Verbete “Fotografia” (pp. 175-176).

*Selfie* e auto-retrato pintado podem apresentar em comum o efeito espelho, em que os olhares são dirigidos, respectivamente, para a câmara e para o próprio pintor, com a finalidade de interpelar o potencial espectador, processo que subentende a presença deste último e que revela uma manifestação de *pose*, indiciando a consciência do modelo relativamente ao acto. Mas, se no caso da auto-imagem pintada pode questionar-se se o olhar do modelo terá efectivamente como destino a atracção ou a interpelação do espectador, ou se não será estratégia do pintor conducente à reflexão, envolvendo a alteridade — “a identidade é impossível sem alteridade” (Morfaux, L.-M. & Lefranc, J., 2009, p. 31) — na *selfie*, com a sua heterogeneidade, os conteúdos discursivos perdem importância em prol dos efeitos de actuação directa sobre o espectador, num contexto sócio-cultural estreitamente ligado às inovações tecnológicas, no âmbito da produção e da recepção de imagens. Refere Roland Barthes que:

(...) há sempre pose, porque a pose não é aqui uma atitude do alvo, nem mesmo uma técnica do *Operator* mas o termo de uma «intenção» de leitura (...). (Barthes, 2008, p. 88)

Em divergência com o que sucede na fotografia, sobre a qual o mesmo autor escreveu que “de um ponto de vista fenomenológico, na Fotografia, o poder de autenticação sobrepõe-se ao poder de representação” (Barthes, 2008, p. 99), na *selfie* — fotografia geralmente digital, com recurso a telemóvel ou a uma *webcam*, que uma pessoa tira a si própria, mesmo se envolvendo várias pessoas fotografadas, e que é carregada para uma rede social — é manifesta a importância da encenação e da exposição. Há ainda que ter em consideração que foram as redes sociais que contribuíram para popularizar o termo *selfie*, aparecendo de modo recorrente em partilha de fotografias, a partir de 2004, embora o seu uso vulgarizado nos *media* só se tivesse verificado desde 2012. Foi considerada a palavra internacional do ano de 2013 pelo Oxford English Dictionary. Assim, a palavra *selfie* remete para partilha, em rede, de uma auto-imagem, apontando para uma comunidade mais alargada com a qual o próprio autor se identifica.

Será ainda de realçar que o exercício intelectual, de âmbito artístico, referente ao registo da auto-imagem pintada é transversal à História Humana, enquanto que a exteriorização da auto-centralização com enfoque no amor próprio, e numa óptica de libertação generalizada, decorre da revolução social dos anos 60 do Século XX, considerando que “antes dos anos 60, era preciso primeiro servir, e eventualmente sacrificar-se. Depois veio o tempo da revolta contra a pátria, a sociedade, o dever” (Eltchaninoff, 2014, p. 44; trad. da autora), e esse tipo de amor por si mesmo, a par de atitudes egocêntricas, é adoptado a partir do início do Século XXI não só nos meios profissionais como progressivamente se expande triunfalmente, atingindo as actividades sociais em geral, e deste modo demonstrando que “amar-se a si próprio não seria um prazer vergonhoso, mas a chave do êxito profissional, da felicidade individual, da integração social e mesmo da via ética” (Eltchaninoff, 2014, p. 44). A proliferação de *selfies* nas redes sociais — carreando a encenação virtual das nossas próprias existências, através da produção continuada de auto-representações “postadas” em múltiplos canais de difusão tendo em vista os outros — não pode dissociar-se da inevitabilidade das interacções sociais exigidas com recurso às mediações tecnológicas, pois o desafio em permanência alerta para que “se não queremos ser devorados pelo narcisismo dos outros, é necessário que sejamos um pouco mais narcísicos que eles” (Lacroix, 2014, p. 50; trad. da autora). O que pressupõe não enveredar pelo absentismo, em benefício de uma presença autenticada pelas imagens do próprio, reflectidas na atenção dos outros.

## 2. Auto-representação, cultura e sociedade contemporânea



Fig. 1 NADEGDA V. Sh. *Auto-Retrato* (1990)  
Óleo sobre porcelana. 16x16 cm.  
Ass. Nadia. Dat. 90. Coleção particular.  
Fotografia da autora

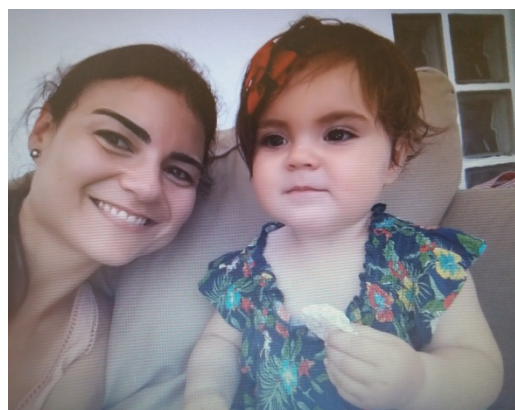


Fig. 2 *Selfie* de C. V. M. com a filha.  
Lisboa, 30-09-2019

Na alusão à imagem como registo do tempo presente e como prática contemporânea, há que indagar sobre o conceito de “contemporaneidade”, traduzido por Agamben nos seguintes termos: “o contemporâneo é aquele que fixa o olhar sobre o seu tempo para dele perceber não as luzes, mas a obscuridade. Todos os tempos são obscuros para aqueles que aí arriscam a contemporaneidade” (Agamben, 2008, p. 19; trad. da autora).

Genericamente, uma imagem é resultado de um acto de representação,<sup>5</sup> mas a representação artística supõe um sistema de representação — como a perspectiva — dado que a obra de arte materializa e torna sensível uma *representação interior*, em conformidade com o espírito do artista. No mundo da arte, o termo “imagem” está assim muito associado ao campo das imagens materiais, em oposição à expressão de imagem “virtual” (lat escol. *virtualis*, de *virtus*, qualidade distintiva, energia), no sentido do que apenas existe em potência, ou seja, em que não estão reunidas todas as condições para a passagem ao acto, permanecendo num estado implícito (cf. Lalande, 1996, p. 98). A representação aponta para dois sentidos em certa medida opostos: de um lado, significa apresentar uma ideia aos sentidos através de uma presença actual e sensível; de outro, uma ideia de substituição de uma pessoa ou de uma coisa;<sup>6</sup> mas será que o conceito é abrangente, quer na referência à auto-imagem pintada, ou em relação à *selfie*? É preciso ter em atenção que a prática banalizada desta última se apresenta como uma frequente actividade humana, à semelhança de tantas outras actividades de carácter recreativo e cultural do presente – como festivais, *performances*, espectáculos musicais e híbridos, cinema, moda, publicidade, etc. – em correspondência com a necessidade humana de comunicar através da imagem, assinalando o respectivo registo da presença no lugar e no tempo. Daí, o alerta de Didi-Huberman:

*Abramos os olhos para experienciar o que não vemos (...) para experienciar que o que não vemos com toda a evidência (a evidência visível) nos olha, apesar de tudo, como um trabalho (um trabalho visual) de perda (...) ver é sentir que alguma coisa nos escapa inelutavelmente; por outras palavras: quando ver é perder. Está tudo nisso. (Didi-Huberman, 2011, p. 15)*

A *selfie*, tendo subjacente o presente do espectáculo, traduz a memória renovada dos acontecimentos, muitos dos quais privilegiam a experimentação colectiva, vertente que o desenvolvimento tecnológico propicia, potenciando novos territórios que promovem a

<sup>5</sup> Cf. Morfaux, L.-M. & Lefranc, J. (2009): “imagem” (p. 303) e “representação” (pp. 554-555).

<sup>6</sup> Cf. Lalande (1996): “Représentation” (pp. 920-922) e “Représenter” (pp. 922-923).



comunicação por via das redes sociais e desenvolvem novas formas de percepção da imagem, do tempo, do espaço, do corpo, etc., dada a velocidade de propagação da imagem na *net*. Acresce que o impacto da narrativa global também atinge a extensão da matriz cultural, considerando a permanente necessidade de transformação e extensão das expressões culturais e artísticas, com tendência para dissolver a focalização na supremacia da cultura ocidental e para valorizar o alargamento do mercado artístico e cultural. Será que, nessa perspectiva, a *selfie* legitima, de alguma maneira, e sobretudo por ser objecto de uma recepção colectiva praticamente simultânea, a ideia de uma dimensão identitária internacional das culturas, embora destituída de atitude crítica e do objectivo fundamental de fruição estética? Na interpretação da imagem, poder-se-á sustentar a ideia de uma tendência de transferência do seu tradicional enquadramento estético para uma crescente valorização do seu papel social?

Já a propósito dos efeitos da reprodutibilidade técnica da obra de arte, com destaque para a alteração da relação das massas com a arte, Walter Benjamin referia que:

O comportamento progressista é caracterizado pelo facto de o prazer do espectáculo e da vivência nele suscitar uma ligação íntima e imediata com a atitude do observador especializado. Tal ligação é um indício social importante. Porque, quanto mais o significado social de uma arte diminui, tanto mais se afastam no público as atitudes críticas e de fruição (...). (Benjamin, 2012, p. 83)

Acrescenta o mesmo autor que “*em grandes épocas históricas altera-se, com a forma de existência colectiva da humanidade, o modo da sua percepção sensorial. O modo em que a percepção sensorial do homem se organiza — o medium em que ocorre — é condicionado não só naturalmente, como também historicamente*” (Benjamin, 2012, p. 67). Ora, nas sociedades hodiernas, a referência cultural generalizada remete justamente para a celebração colectiva, a festa permanente, uma sociedade em que impera o espectacular, bem distante do legado do Humanismo, difundido durante a Renascença, na sua inspiração greco-romana, pugnando pela valorização do conhecimento crítico, pela consciência da condição humana e acreditando no desenvolvimento das potencialidades do ser humano, nas suas faculdades, interesses, saber científico e capacidade criativa. Os princípios humanistas pressupõem reflexão e tempo, diferentemente da instantaneidade da *selfie* e da percepção fugaz do seu registo num breve momento no tempo; nela são constantes transitoriedade, efêmero, exposição, mas também a presença da encenação e a alusão ao residual, em colisão com a auto-imagem pintada, exigindo recolhimento, auto-reflexão e o sentido da individuação, “aquilo que confere ao tipo específico de um ser a sua existência singular e concreta, determinada no espaço e no tempo e distinta da dos outros indivíduos” (Morfaux, L.-M. & Lefranc, J., 2009, 318<sup>7</sup>). A *selfie* e a sua prática generalizada, convite ao insólito e à extravagância e aludindo à ambiguidade das vivências quotidianas, inscritas num tempo veloz, por oposição à singularidade e à autenticidade do auto-retrato pintado, tudo isso a afasta da auto-reflexão identitária, em que está presente o tema da morte, a força do enigma e a experiência da perda.

Perante essa tendência quotidiana para as pessoas se focarem na sua própria imagem, vem à memória a possibilidade de se retomar o mito de Narciso, nas suas novas formas presentes na cultura contemporânea, mesmo se esta não confunde mais o reflexo da auto-imagem com o próprio ser, como aconteceu a Narciso:

Ele admira-se a si próprio, pois, como um outro. O mesmo paradoxo vale para a cultura contemporânea das representações de si: elas não são produzidas para serem vistas pelo autor, mas

---

<sup>7</sup> Verbete “Individuação”.

pelos outros. Relativamente ao mito, os papéis invertem-se: hoje, o Eu está do lado da imagem, o Outro está do lado do olhar. (Lacroix, 2014, p. 51)

Sem que, no entanto, tal inversão de polaridade mude o dispositivo, na medida em que está inerente a convocação, ainda que velada ou indirecta, dos outros. O Narcisismo da actualidade está associado à competição e ao calculismo, à urgência da presentificação (eu estive aqui), como se torna perceptível nas diversas estratégias de sedução relacionadas com a moda das *selfies*, cuja produção revela inautenticidade, vazio e ausência de empatia, distante da maturidade do ser humano comprometido com o mundo que o rodeia, responsável na gestão das suas acções e aberto aos outros.

Integrando-se no domínio da representação do mundo sensível, o auto-retrato pintado e a *selfie* suscitam um amplo debate em torno da verdade, da fidelidade, da autenticidade e da falsidade. No entanto, enquanto a *selfie* é geradora de reprodutibilidade técnica e de difusão alargada<sup>8</sup> (o que até pode ser vantajoso nalgumas circunstâncias), e mesmo que transmita o tal olhar singular gerado por um dispositivo tecnológico, este não poderá ser confundido com a preservação da *aura* potenciada pela obra de arte que constitui a auto-imagem pintada (cf. Benjamin, 2012, pp. 61–91).

A representação através da *selfie* implica, no recurso ao dispositivo tecnológico, um tempo para a pose e encenação (posição do corpo, e especificamente do rosto), visando o impacto de espectacularidade, em maior ou menor grau, junto dos destinatários, sendo ainda de ter em atenção a influência exercida pelos factores sócio-culturais na natureza e estruturação deste tipo de representações, na medida em que tais imagens produzidas se apresentam na qualidade de receptor e de emissor de imagens, carreando informação. O espectador apreende a imagem em função do seu capital de informação, cultura e conhecimento em relação ao mundo, a par dos efeitos de sentido e dos impactos afectivos deliberadamente nela transmitidos. Por isso, faz todo o sentido um olhar mais abrangente sobre a nossa contemporaneidade: a banalização das experiências estéticas, num mundo global em transformação contínua, sublinha a importância do colectivo na afirmação de correntes que privilegiam a inovação, como refere Bernardo Pinto de Almeida — “(...) o *gosto*, anteriormente reservado, qual privilégio, apenas às elites, seja agora partilhado, numa corrente de emoções estéticas banais, por essas *multidões Kantianas* (...) aptas a emocionar-se com o *kitsch* do *sublime contemporâneo*” (Almeida, 2018, p. 207), — ao que acresce que as manifestações culturais dos nossos dias evidenciam a pretensão de afirmar a transitoriedade e o circunstancialismo como marcas sociais orientadoras dos comportamentos individuais e colectivos, banindo a estruturação de pensamento crítico. Para além disso, quer a pintura do auto-retrato, quer o tempo da sua observação, exigem conhecimento, recolhimento, duração e reflexão, em divergência com as produções culturais da actualidade, as quais visam captar massas a partir da diversão e do consumo imediato, referenciando o mimetismo e os comportamentos da cultura global, sem prioridades de carácter estético-cultural, como reflecte também Bernardo Pinto de Almeida: “O agenciamento do *inconsciente estético* social penetrou já, profundamente, todas as camadas da esfera social (...). As grandes sensações e emoções não se discutem, vivem-se (...)” (Almeida, 2018, p. 216).

Assim pressentiu Walter Benjamin, ao declarar que “a câmara será cada vez mais pequena, cada vez mais pronta a registar imagens efémeras e secretas, cujo choque paralisa o mecanismo de associação do espectador” (Benjamin, 2012, p. 112), em risco de se tornar um espectador distraído, conforme alertou o mesmo filósofo (Benjamin, 2012, p. 91), ou seja, tendencialmente desinteressado de juízos críticos ou mesmo

<sup>8</sup> Veja-se, a propósito do modo de difusão de imagens, “difusão, emissão”, in Vanoye (2011, pp. 118–119). Veja-se, ainda, Rabardel (1995).

comparativos. “A humanidade que, outrora, com Homero, era um objecto de contemplação para os deuses no Olimpo, é agora objecto de autocontemplação”, já o dizia Walter Benjamin (Benjamin, 2012, p. 95), e o espectador distraído de hoje, apressado no seu tempo de olhar, antes preocupado em divulgar a sua presença e o respectivo valor testemunhal, e ainda mais interessado na replicação da auto-imagem por meio da memória tecnológica, dispensa o olhar atento e informado reclamado pelo registo e interpretação da auto-imagem pintada, deste modo se perdendo, também, a interacção humanista, própria da cumplicidade de referências culturais existentes entre artista e espectador, e fundamentais para a interpretação da obra de arte, na sua autenticidade e singularidade. E essa é uma questão da maior relevância, e tanto mais que “face às figuras que as imagens apresentam, são as nossas capacidades de procurar o sentido, de traduzir e de relacionar com um fundo cultural que são activadas e também os nossos afectos e as nossas representações inconscientes que são solicitados” (Vanoye, 2011, p. 166<sup>9</sup>). Mesmo considerando o consolo narcisista do autor, encontrado na capacidade de reprodutibilidade da auto-imagem, captada pelo olho tecnológico, será vantajoso ter em conta o sentido de falsa aparência gerado pelo mundo virtual, tradutor de universos fictícios sujeitos a programações e acções desencadeadas por cada utilizador, o que não pode ser interpretado do mesmo modo que a produção da imagem fotográfica, e particularmente no caso do auto-retrato fotográfico,<sup>10</sup> em que há uma relação muito especial com o tempo, com a estratégia de captura e fixação da imagem num momento específico e seleccionado.

Por outro lado, não deve confundir-se o auto-retrato fotográfico com a *selfie*: “no retrato não se fotografa apenas um sujeito ou um objecto, mas uma relação, uma distância, uma situação, um encontro” (Vanoye, 2011, p. 333<sup>11</sup>), comprometendo assim o tempo, de maior duração neste tipo de registo fotográfico, enquanto veloz na *selfie*: “«quando se fotografa um rosto, fotografa-se a alma que está por trás dele»” (Vanoye, 2011, p. 334), ou seja, retomando do retrato e do auto-retrato pintados a representação do carácter do retratado, mediado pelo rosto, revelador do processo de identidade,<sup>12</sup> mesmo considerando que a percepção subliminar — “uma imagem subliminar age, portanto, abaixo do limiar de consciência do sujeito e poderá influenciar o seu comportamento contra a sua vontade” (Vanoye, 2011, p. 355) — se situa no limite do reconhecimento de um ser ou de um objecto, por parte do sujeito.

A *selfie*, traduzindo a fácil acessibilidade à imagem digital, e sendo um veículo que, na partilha de imagens em rede, potencia mecanismos de adesão, não deixa de influenciar o olhar sobre a cultura visual do presente, bem como a percepção da representação da realidade. Bernardo Pinto de Almeida associa a prática da *selfie* a uma “nova consciência perceptiva geral”, dado que:

Gera os seus próprios mecanismos de reconhecimento, e mesmo identitários (um ficar bem na imagem), dentro de um quadro democrático que os *likes* exprimem (...) ‘diz-me se sou assim’ ou ‘gosta de mim assim’. (...) E até a própria memória é, hoje, inevitavelmente, afectada em si mesma por esse modelo (...). Cada vez mais recordamos imagens das coisas, mais do que a memória fluida da sua experiência (...). (Almeida, 2018, p. 356)

<sup>9</sup> Verbete “Figura”.

<sup>10</sup> A propósito das implicações da imagem fotográfica, veja-se Barthes, R. (2008); Medeiros, M. (2010), *Fotografia e Verdade*. Lisboa: Assírio & Alvim. Sobre o auto-retrato fotográfico, veja-se também Medeiros, M. (2000). *Fotografia e Narcisismo*. Lisboa: Assírio & Alvim.

<sup>11</sup> Verbete “Fotografia” (pp.333-335).

<sup>12</sup> Sobre os temas do retrato e do auto-retrato na Pintura, veja-se Pacheco, M. E. V. (2018).



Também pela dimensão da presença fotográfica, generalizada no colectivo do quotidiano, com afectação da auto-imagem - mediada pela valorização da selectividade ditada pela globalização, abrangendo comportamentos, gestos, modas, etc. —, a interacção com os outros fica condicionada por um novo tipo de narcisismo, essa “nova consciência fotográfica de si”, em conformidade com o “novo *estádio fotográfico*” (Almeida, 2008, p. 358) — socialmente generalizado e envolvendo hábitos de produção de imagens, os quais são fomentados logo desde os primeiros tempos de vida do ser humano.

Deste modo, entender-se-á mais facilmente que na representação mental, de pessoas, como de objectos e de ambientes, a ideia de imagem fotográfica antecipe — pela presença continuada desse tipo de imagens inculcadas na mente humana, pressupondo a adesão dos outros e a recompensa pessoal inerente — a própria ideia de representação de um determinado referente, sobrepondo o domínio do imaginário à experimentação do real. É esse o território da *internet*, e dos *media*, ao qual está vinculada a representação através da *selfie*, inculcando a substituição da realidade vivida pelo simulacro da imagem.

### 3. Conclusão

A ideia de auto-estima que tem acompanhado a evolução do Homem, remetendo para a necessidade de um olhar de equilíbrio relativamente à imagem que os outros fazem de si próprio (como tal tendente a evitar frustrações nesse desdobramento da personalidade identitária), possibilitando a celebração da existência, encontra-se hoje em risco pela pressão de um território virtual gerador de angústia, obsessão e insatisfação. No frenesi da busca pelo reconhecimento alheio, a auto-imagem presente na *selfie* (a qual remete para o *medium* do amor próprio, uma vez colocada em circulação nas redes sociais) compromete paradoxalmente esse amor próprio, na medida em que na procura infinita da melhor imagem pessoal, centrada na aprovação dos outros, se toca nos próprios limites do ser humano, considerando o círculo vicioso gerado pela frustração da ideia de se poder atingir a imagem ideal. O narcisismo obrigatório subjacente à exposição do sucesso, que se deseja manifestar, acaba afinal por revelar a fragilidade do ser humano, à mercê da doença da atenção fixada na necessidade do reconhecimento dos outros através da multiplicação da auto-imagem.

Ao que acresce, segundo alguns cientistas, “que a utilização da Internet modifica o nosso cérebro e as nossas interacções com o mundo” (Boisson, 2019, p. 14; trad. da autora), bem como as relações da memória e os processos e contextos em que as relações sociais podem ter lugar, pelo que o impacto sobre o tratamento cerebral da informação parece que se apresenta mesmo como sério risco de transformação do próprio tecido social: “«eu penso que isso [o bombardeamento de estímulo via Internet e a atenção dispersa que daí resulta], com o aumento da Instagramificação da sociedade, tem a capacidade de modificar simultaneamente a estrutura e o funcionamento do cérebro, modificando potencialmente o nosso tecido social»” (Boisson, 2019, p. 14; parafrazeando Jerome Sarris). A afectação das nossas sociedades mediante os riscos de cyberintimidação, de dependência, e até mesmo de exploração do indivíduo, apontam para um mundo em desaparecimento e para o abandono do mergulho na alma humana, em benefício da imersão virtual em que a humanidade está submersa, e de que a *selfie* é sintoma, tornando o mito de Narciso um mito estruturante da nossa modernidade e poderoso na nossa individualidade, permanentemente avaliada pelo sucesso, nas suas diferentes dimensões.

A consagração de uma espécie de culto à própria imagem colocada em circulação na Internet, como se fosse um feitiço, é factor de dissuasão das experiências da vida real e

da inerente capacidade de comoção por via dos sentimentos, bem distante da auto-imagem pintada e geradora de afectos renovados. Todavia, o espectáculo promovido pela sociedade do entretenimento, com os seus riscos de alienação, tende hoje a ocupar o lugar da arte, referencial, identitária e fracturante, nas suas aberturas dolorosas que obrigam a pensar a condição humana e o sentido da vida. A valorização da inevitabilidade de se estar conectado tornou-se não só um indicador de reputação social, como uma nova forma de poder e de apreensão do mundo, em prejuízo das relações humanas de proximidade, com repercussões na consciência colectiva e na própria identidade pessoal.

## REFERÊNCIAS

- Agamben, G. (2008). *Qu'est-ce que le contemporain?* Paris: Rivages Poche.
- Almeida, B. P. (2016). *Arte portuguesa no século XX: Uma história crítica*. Matosinhos: Cardume Editores.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Arte e infinitude: O contemporâneo entre a arkhé e o tecnológico*. Lisboa: Serralves/ Relógio D'Água.
- Barthes, R. (2008). *A câmara clara* [1980, ed. original]. Lisboa: Edições 70.
- Benjamin, W. (2012). A obra de arte na era da sua reproduzibilidade técnica e Pequena história da Fotografia. In *Sobre arte, técnica, linguagem e política* (pp.59–95 e pp.97–113). Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Boisson, Th. (2019). L'utilisation d'internet modifie notre cerveau et nos interactions avec le monde. *Quantum Experience*, en partenariat avec *Cerveau Science & Conscience*, 16, 13–14.
- Bonafoux, P. (2004). *L'autoportrait au XXe siècle: Moi je, par soi-même*. Paris: Diane de Sellier éditeur.
- Clair, J. (2008). *Autoportrait au visage absent: Écrits sur l'art 1981–2007*. Paris: Gallimard.
- De Maison Rouge, I., Prévost, J.-M. & Salem, L. (1997). *L'art contemporain*. Toulouse: Éditions Milan.
- Didi-Huberman, G. (2011). *O que nós vemos, o que nos olha*. Lisboa: Dafne Editora.
- Eltchaninoff, M. (2014). Faut-il s'aimer soi-même? *Philosophie Magazine*, 80, 44–45.
- Fontanier, J.-M. (2005). *Le vocabulaire latin de la philosophie*. Paris: elipses édition.
- Gobry, I. (2000). *Le vocabulaire grec de la philosophie*. Paris: elipses édition.
- Guégan, S., Madeline, L. & Schlessler, Th. (2009). *L'autoportrait dans l'histoire de l'art: De Rembrandt à Warhol*. Paris: Beaux Arts Éditions/TTM Éditions.

- Harrison, Ch. & Wood, P. (Eds). (2010). *Art in theory 1900–2000: An anthology of changing ideas*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Lacroix, A. (2014), Perdre sa vie à contempler son profil Facebook? *Philosophie Magazine*, 80, 49–50.
- Lalande, A. (1996). *Vocabulaire technique et critique de la Philosophie* (18.<sup>a</sup> ed.). Paris: PUF.
- Morfaux, L.-M. & Lefranc J. (2005). *Dicionário da Filosofia e das Ciências Humanas*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Pacheco, M. E. V. (2018). *O auto-retrato na pintura portuguesa*. Lisboa: Caleidoscópico.
- Pontévia, J.-M. (2001). *Tout peintre se peint soi-même — «Ogni dipintori dipinge sè»*. Bordeaux: William Blake & Co. Edit.
- Rabardel, P. (1995). *Les Hommes et les technologies: Approche cognitive des instruments contemporains*. Paris: Armand Colin.
- Rosenblum, N. (1997). *A world history of Photography*. New York, London, Paris: Abbeville Press Publishers.
- Vanoye, F. (2011) (Coord. cient.). *Dicionário de Imagem* [2008, ed. franc.]. Lisboa: Edições 70.

(A autora segue a antiga ortografia.)

