



Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação

ISSN: 1809-5844

ISSN: 1980-3508

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da
Comunicação (INTERCOM)

Pastor, Leonardo

Autofotografia e relato de si: materialidades digitais e audiência algorítmica na prática de selfie¹

Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação,
vol. 43, núm. 3, 2020, Setembro-Dezembro, pp. 155-171

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-5844202038>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69868745009>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

redalyc.org
UAEM

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Autofotografia e relato de si: materialidades digitais e audiência algorítmica na prática de selfie¹

Auto-photography and account of oneself: digital materialities and algorithmic audience in the selfie practice

Auto-fotografía y dar cuenta de sí mismo: materialidades digitales y audiencia algorítmica en la práctica del selfie

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-5844202038>

Leonardo Pastor¹

<http://orcid.org/0000-0002-6250-4285>

¹(Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Salvador – BA, Brasil).

Resumo

Busca-se neste artigo, por meio de uma perspectiva atenta às experiências, investigar as relações material-discursivas desenvolvidas através da prática de *selfie*. Para essa análise, tomamos como ponto de partida imagens publicadas no Facebook realizadas em uma praça localizada na cidade de Salvador, conjuntamente com os metadados de leitura automática associados a ela – considerados aqui como uma audiência algorítmica. Argumenta-se que a prática de *selfie* configura-se enquanto uma experiência de produção de relatos de si vinculada obrigatoriamente a um outro múltiplo – direcionando-se a uma audiência de emaranhados de sujeitos e algoritmos. Dessa forma, sugere-se compreendê-lo enquanto um aparato de práticas material-discursivas de produção de relato de si que se forma na interação entre diferentes materialidades digitais e experiências relacionais.

Palavras-chave: *Selfie*. Relato de si. Materialidades digitais. Audiência Algorítmica.

Abstract

We seek to investigate, through the perspective of experiences, how material-discursive relations are developed through the practice of the selfie. For this analysis, we take as starting point images published on Facebook and taken in a square located in the city of Salvador, along with the automatic alternative text metadata – understood here as an algorithmic audience. We argue that the practice of selfie is an experience of account of oneself related to a multiple another – targeting an audience of entangled subjects and algorithms. In this way, we suggest to understand the selfie as an apparatus of

¹ Uma primeira versão deste artigo foi apresentada no Grupo de Trabalho Comunicação e Cibercultura do XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte - MG, 05 a 08 de junho de 2018.

material-discursive practices of account of oneself that is formed in the interaction between different digital materialities and relational experiences.

Keywords: Selfie. Account of oneself. Digital materialities. Algorithmic audience.

Resumen

Buscamos en este artículo, a través de una perspectiva atenta a las experiencias, investigar las relaciones material-discursivas desarrolladas a través de la práctica de *selfie*. Para este análisis, tomamos como punto de partida imágenes publicadas en Facebook realizadas en una plaza ubicada en la ciudad de Salvador, junto con los metadatos de lectura automática asociados a ella – considerados aquí como una audiencia algorítmica. Argumentamos que la práctica de *selfie* se configura como una experiencia de producción de relatos de sí vinculada obligatoriamente a otro múltiplo – dirigiéndose a una audiencia de enmarañados de sujetos y algoritmos. De esta forma, sugerimos comprenderlo como un aparato de prácticas material-discursivas de producción de relato de sí que se forma en la interacción entre diferentes materialidades digitales y experiencias relacionales.

Palabras-clave: *Selfie*. Dar cuenta de sí mismo. Materialidades digitales. Audiencia algorítmica.

Introdução: a prática de *selfie*

Desde 2013, quando os dicionários Oxford elegeram *selfie* como a palavra do ano² – refletindo o surgimento e rápida difusão de um fenômeno fotográfico associado ao *smartphone* –, a produção deste tipo de imagem cresceu substancialmente, tornou-se algo incorporado ao cotidiano e difundido em diversas redes sociais digitais. Para além de um tipo de imagem, no entanto, *selfie* coloca-se enquanto uma prática.

Ao tornar-se bastante popular sem restringir-se regionalmente, a prática de *selfie* começa a ser objeto de diferentes trabalhos acadêmicos. Gunthert (2015), por exemplo, ao estudá-la em termos de perspectivas culturais e históricas, identifica três maneiras distintas para se “praticar a *selfie*”: com o auxílio de um espelho, virando o aparelho ou através da câmera frontal. Para ele, esse tipo de imagem possui características conversacionais, demonstrando sua inerente sociabilidade ao ser produzida enquanto uma fotografia para ser compartilhada.

As atuais pesquisas³ sobre o fenômeno, no entanto, trabalham com objetivos e perspectivas diversas. Identificamos algumas delas: relações entre público e privado (LASÉN, 2013, 2015; SANTOS, 2016; WALSH; BAKER, 2016); observação de fatores psicológicos ou comportamentais (CARBON, 2017; LINDELL, 2017; MEESE *et al.*, 2015; SHAH; TEWARI, 2016; SUNG *et al.*, 2016; WILLIAMS; MARQUEZ, 2015); transformações da intimidade ou relação entre *selfie*, gênero e sexualidade (ČUŠ BABIČ; ROPERT; MUSIL, 2018; LASÉN, 2013; GARCÍA, 2015; MIGUEL, 2016; NAEZER, 2018); e aquelas

2 Disponível em: <http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner>. Acesso em: 13 abr. 2019.

3 Para estudos sobre *selfie* com perspectivas diversas realizados por pesquisadores brasileiros, ver livro organizado por Sandra Montardo (2018).

que compreendem a *selfie* enquanto um conjunto de práticas ou redes sociotécnicas (CRUZ; THORNHAM, 2015, FROSH, 2015, HESS, 2015, SENFT; BAYM, 2015), ou levam em conta materialidades digitais e/ou estudos de plataforma e métodos digitais (MONTARDO, 2019, WARFIELD, 2016, 2018). Em outros estudos, parte-se do pressuposto de que há uma relação direta entre a produção de *selfies* e formatos sociais individualistas e narcisistas, buscando compreender as razões desse envolvimento (HALPERN; VALENZUELA; KATZ, 2016, OLIVEIRA, 2015, PERSICHETTI, 2013; SUNG *et al.*, 2016).

Indo de encontro a um olhar prévio reduzido pela ótica do narcisismo, damos preferência à interlocução com trabalhos que rejeitam um enquadramento *a priori* e desenvolvem questões voltadas para as dinâmicas associativas ou práticas e experiências relacionadas ao fenômeno. Hess (2015, p. 1630 - Tradução nossa⁴), ao tratá-lo enquanto uma prática social, o comprehende em termos híbridos: “Enquanto a explicação fácil é aquela que considera *selfies* como emblemas de um cultura contemporânea narcisista, uma leitura mais aprofundada das *selfies* proporciona na verdade a percepção sobre as relações entre tecnologia, o *self*, materialidade, e redes”⁵. De maneira semelhante, Gómez Cruz e Thornham (2015) percebem a *selfie* não apenas enquanto uma imagem, mas como um processo complexo de práticas, revelando suas relações com conversas mediadas, estabilizações e convergências através do *smartphone*, além de entendê-las enquanto algoritmos duráveis, em uma relação entre *softwares*, *design* digital, redes sociais e tecnologias móveis. A prática de *selfie*, ainda, pode ser caracterizada como aquela capaz de apontar transmissões de sentimentos através de diversas relações – entre o fotógrafo e o fotografado, entre imagem e *software* de filtros, entre observador e observado, entre indivíduos circulando imagens, entre usuários e arquiteturas de *softwares* sociais (SENFT; BAYM, 2015).

Interessam-nos, também, os estudos voltados para a interseção entre a prática de *selfie* e formas de produção de intimidade (LASÉN, 2013, 2015, MIGUEL, 2016). Ou, ainda, aqueles que extrapolam a análise da própria imagem e, por exemplo, comprehendem a *selfie* e o compartilhamento de imagens digitais em meio a uma rede sociotécnica e como uma prática social – como faz Frosh (2015) ao tratar de uma “imagem gestual” ou Gómez Cruz e Meyer (2012) ao indicar mobilidade, ubiquidade e conexão associados à fotografia realizada através de *smartphones*.

Assim como Gómez Cruz (2016), seguimos uma proposta de pensar a *selfie* enquanto um conjunto complexo de práticas e materialidades. No entanto, busca-se neste trabalho iniciar uma investigação que possibilite um avanço no sentido de identificar algumas especificidades dessa prática. Para isso, tomamos como ponto de partida o trabalho de Warfield (2016), o qual, baseando-se no realismo agencial de Barad (2007), trabalha com *selfies* como emaranhados material-discursivos em rede. Para além dessa perspectiva, no entanto, entende-se aqui *selfie* não apenas como uma prática de produção de imagens, mas

4 Até o final do artigo, as citações em língua estrangeira terão tradução nossa, com o original em nota de rodapé.

5 “While the easy explanation is that selfies exist as emblems of a narcissistic contemporary culture, a deeper reading of selfies instead provides insight into the relationships between technology, the self, materiality, and networks”.

como uma forma de produção constante de relatos de si dirigidos a um outro (BUTLER, 2015). São relatos – deve-se ressaltar – não unicamente desenvolvidos enquanto discursos imagéticos voltados a si, mas capazes de vincular-se a uma conformação material e discursiva imbricada em visões, procedimentos e audiências algorítmicas.

Através de uma perspectiva atenta às experiências, percebendo a *selfie*, portanto, como uma prática pautada por experiências relacionais (PASTOR, 2017) – e não apenas como um tipo de imagem –, buscamos neste artigo investigar as relações material-discursivas em produções de relatos de si desenvolvidos através deste tipo de autofotografia digital. Argumentamos que a prática de *selfie* configura-se enquanto uma experiência de produção de relatos de si vinculada obrigatoriamente a um outro múltiplo – direcionando-se a uma audiência de emaranhados de sujeitos e algoritmos. Ou seja, sugerimos tensionar a *selfie* de forma a compreendê-la enquanto um *aparato* – no sentido proposto por Barad (2007), de práticas material-discursivas específicas – de produção de relatos de si que se forma através, também, de materialidades digitais com procedimentos e audiências algorítmicas.

***Selfie* na praça e visão algorítmica**

Para uma investigação sobre a prática de *selfie* e as experiências e materialidades envolvidas na produção de autonarrativas, tomamos como ponto de partida as imagens publicadas no Facebook em uma praça⁶ localizada na cidade de Salvador. Extraímos todas as publicações de *selfies*, marcadas com a geolocalização específica, entre um período⁷ aproximado de dois meses. Foram encontradas 29 imagens.

Para esta análise descritiva⁸, ativamos a extensão *Show Facebook Computer Vision Tags*⁹, desenvolvida para o navegador Google Chrome, capaz de tornar visíveis as marcações geradas pelo *Automatic Alternative Text*¹⁰ da rede social. Trata-se de uma ferramenta de acessibilidade que, através de leituras automáticas realizadas por inteligência artificial, permite a apresentação em voz de conteúdos das imagens para aqueles com dificuldade devisão. Ou seja, são geradas palavras-chave indicando o resultado da leitura automática, demonstrando o possível conteúdo de uma fotografia. A identificação é, portanto, transformada em metadado e passa a acompanhar as informações ocultas da imagem.

Todas as fotografias foram classificadas em três tipos: *selfie* em grupo, *selfie* em dupla e *selfie* individual. O primeiro agregou as práticas de *selfie* que resultam em uma imagem

⁶ Para esta análise, escolhemos a Praça Ana Lúcia Magalhães, localizada em Salvador/BA. A proposta é perceber as experiências fotográficas que extrapolam o próprio espaço geográfico – além de transformá-lo em metadado a partir de uma *geotag* – e conectam-se com a dinâmica da rede social digital. A praça, portanto, torna-se um local que agrupa, em usos cotidianos, diversas práticas de lazer – incluindo a prática do *selfie*. Este trabalho se insere em um projeto de pesquisa mais amplo no qual esta praça é utilizada como ponto de partida para uma investigação etnográfica da prática de *selfie*.

⁷ Período de 18 dez. 2016 a 19 fev. 2017.

⁸ Para suporte à análise desenvolvida neste artigo, utilizamos o *software* de análise e pesquisa qualitativa *Atlas.ti*.

⁹ Mais detalhes sobre a extensão: <https://github.com/ageitgey/show-facebook-computer-vision-tags>. Acesso em: 8 abr. 2019.

¹⁰ Para mais informações sobre o desenvolvimento do *Automatic Alternative Text*: <https://code.facebook.com/posts/457605107772545>. Acesso em: 8 abr. 2019.

com a presença de mais de duas pessoas em primeiro plano, enquanto o segundo relaciona-se a fotos com duas pessoas e, por fim, *selfies* com apenas uma pessoa. Nesta mesma ordem, temos 11 registros associados a *selfies* realizadas em grupo, dez em dupla e oito individuais. Apesar deste tipo de prática estar comumente associada ao isolamento e auto representação individual, percebe-se, ao menos neste exemplo de sociabilidade em um espaço público, a predominância daquelas imagens capazes de agregar mais de uma pessoa – 21 de um total de 29 fotos.

De forma semelhante, as *Computer Vision Tags* (CVT) indicam um reconhecimento mais comum de categorias voltadas para identificação humana. Dentre as 23 diferentes marcações indicadas na imagem, seis são exclusivas para contagem e ações referentes a pessoas – através delas, 56 diferentes aparições são registradas. Dentre as cinco marcações¹¹ que aparecem com maior frequência, inclusive, três relacionam-se diretamente com descrições de pessoas: *people* (20), *people smiling* (18), *outdoor* (17), *1 person* (12) e *closeup* (6).

Figuras 1 e 2 – Selfies realizadas em grupo



Fonte: Imagens coletadas no Facebook.

¹¹ Todas as CVT encontradas são: *1 person*, *beard*, *child*, *closeup*, *cloud*, *concert*, *crowd*, *eyeglasses*, *hat*, *indoor*, *nature*, *one or more people*, *outdoor*, *n people*, *people sitting*, *people smiling*, *people standing*, *selfie*, *sky*, *standing*, *sunglasses*, *table*, *tree*.

Em uma das publicações¹², por exemplo, vemos uma pessoa em primeiro plano segurando um cachorro em uma das mãos, enquanto com a outra provavelmente segura um *smartphone*, mantendo o braço esticado. Assim como ele, mais cinco pessoas atrás – dois adultos e três crianças – sorriem para a foto. “Domingo na Praça!!”, escreveram na legenda. O *Automatic Alternative Text*, neste caso, identificou duas descrições para a imagem: *6 people* e *people smiling*. A primeira, demonstrando uma contagem de pessoas na imagem, enquanto a segunda indica uma ação facial daquelas pessoas.

Como é possível perceber, a prática de *selfie* extrapola o simples visível do humano. Para além da necessidade de se compreender a *selfie* enquanto uma prática – evitando, portanto, um olhar centrado apenas na imagem –, demonstra-se como, de forma complementar, deve-se acrescentar as contínuas multiplicações material-discursivas capazes de extrapolar o momento de registro e a publicação da imagem.

Uma outra publicação extraída do Facebook mostra uma mulher em primeiro plano, de óculos escuros, enquadrada no lado direito da foto, permitindo que outras seis pessoas apareçam ao fundo. Observando o ângulo da imagem, percebe-se a intenção de fazer um tipo de *selfie* de cima para baixo, com um rosto em primeiro plano e o restante das pessoas sentadas ao fundo. Todas estão sorrindo e olhando para câmera – *people smiling* e *people sitting*, como confirma também a leitura automática da imagem –, com uma delas, inclusive, sentada em uma cadeira de praia e fazendo um sinal positivo com o polegar. Vemos, no chão, algo que parece ser uma toalha para piquenique, vermelha e branca quadriculada, com bandejas com petiscos e, ao centro, um bolo de chocolate com morango. A foto, como é possível, portanto, observar, foi realizada para registrar algum tipo de comemoração.

12 Todas as imagens inseridas neste texto foram compartilhadas no modo público no Facebook. No entanto, borramos todos os rostos visíveis, com o intuito de preservar a identidade das pessoas.

Figuras 3 e 4 – *Selfies* realizadas em grupo e em dupla



Fonte: Imagens coletadas no Facebook.

Em uma outra publicação, com uma *selfie* realizada com três pessoas, a leitura automática da imagem revela as seguintes CVT: *3 people, people smiling, child, outdoor, closeup*. Trata-se de uma foto de família, com um homem segurando o *smartphone* ao alto, abraçado a uma mulher – os dois sorrindo para a câmera, como já indica o algoritmo de leitura imagética do Facebook – e, agarrada à mãe, encontra-se a provável filha do casal – não sorrindo, mas aparentemente gritando alegremente para a foto. Os pais estão com os rostos encostados um no outro, enquanto a filha se segura em sua mãe. Na legenda, eles escrevem: “Alegria, alegria...”. Tais expressões de contentamento aparecem, dessa forma, nos próprios sorrisos e grito registrados na imagem, na leitura automática com o *people smiling*, em forma de texto na descrição e, ainda, nos comentários de amigos: “Que alegria!!!”, acompanhado de um *emoji* representando um sorriso feliz; “Que lindos sorrisos !!!”; “Família linda e Feliz!!! Amoo muitooo!!!”, ao lado de figuras de rosto sorrindo e coração. Os sorrisos, portanto, passam pela prática de *selfie* naquele momento na praça – segurar o *smartphone*, interagir com os familiares, abraçar, registrar e visualizar as imagens –, transformam-se em metadados – alojados, provavelmente, em um grande banco de dados de outras marcações de *people smiling* –, chegam até a legenda escolhida para a imagem, misturam-se a *emojis* representando alegria, além de se multiplicar até pelas expressões textuais dos amigos que comentam a publicação.

Demonstração de afeto, alegria e sorrisos mostram-se presentes na maioria das fotos com duas pessoas. Elas, inclusive, demonstram uma maior proximidade, rostos mais próximos, com tipos de *selfie* em *closeup* – como chama o algoritmo de leitura do Facebook. Em uma dessas publicações, vemos um casal, um homem e uma mulher, sorrindo para a câmera, com suas faces quase encostadas uma na outra. “Tem momentos na vida que parece que nada acontece, aí Deus vai e lhe dá um presente”, ele escreve na publicação, indicando que há provavelmente um envolvimento amoroso entre os dois. Na seção dos comentários, ela responde: “Você que é meu presente!”. Em seguida, amigos e parentes parabenizam o casal.

Figuras 5 e 6 – *Selfies* realizadas em dupla e individualmente



Fonte: Imagens coletadas no Facebook.

Os sorrisos, conjuntamente com outras expressões faciais, aparecem também em mais fotos em dupla que indicam algum envolvimento amoroso. Sentado em um banco da praça, junto com sua provável namorada, um rapaz estica um braço e produz uma *selfie* sorrindo, enquanto ela ao mesmo tempo sorri e coloca a língua para fora. Os dois encostam a parte superior de suas cabeças, mantendo o rosto inclinado; ela o abraça por trás, com uma das mãos, enquanto a outra segura um pote grande de açaí. Ele escreve na legenda: “Então é Natal! Vamos engordar!”, acompanhado da hashtag #Bótomaçai?”. Trata-se, de fato, de um compartilhamento feito na noite do dia 25 de dezembro, com a decoração de Natal da praça visível ao fundo da foto. Nos comentários, amigos falam

tanto do entrosamento do casal quanto a referência ao Natal: “Feliz Natal casal sucesso da Bahia!”. Já os CVT, apesar de não perceberem diretamente as luzes natalinas, identificam corretamente a quantidade de pessoas, os sorrisos, árvores e uma situação ao ar livre – *2 people, people smiling, tree, outdoor.*

Apesar de aparecerem em menor número, *selfies* com apenas uma pessoa demonstram também características diversas. Uma das publicações mais curiosas apresenta, na verdade, duas fotos diferentes editadas em apenas uma imagem. Um homem de meia idade, cabelos ralos e parcialmente brancos, de camisa polo e fones de ouvido, fotografa-se duas vezes embaixo do sol – mostrando discretamente, ao fundo, um totêmico da prefeitura exibindo a temperatura de 34 graus. Nas duas imagens, feitas bem próximo ao rosto, é possível perceber as sombras de seus óculos projetadas pelo sol forte. Na foto da esquerda, porém, ele está sorrindo discretamente; na da direita, arregala os olhos, joga a cabeça um pouco para trás e abre a boca fazendo uma expressão de espanto. “Calor é bom... mas 34 as 8h30 é de lascar!!!! Saudade do frio de Sampa.”, escreve. Para completar, a pessoa faz uma marcação no Facebook de “*feeling hot at Praça Ana Lúcia Magalhães*”. Nos comentários, algumas pessoas rebatem a afirmação, indicando que “A coisa por aqui também anda quente”, ou, ainda, fazem referências irônicas – provavelmente – às suas expressões faciais nas fotos: “Tá bonito heim!!!!”. A quantidade de raios solares, inclusive, parece confundir as marcações automáticas do Facebook: em uma imagem, aponta *sunglasses*; em outra, apenas *eyeglasses*.

Observando algumas dessas práticas, percebe-se como a experiência desenvolve-se não apenas na imagem de uma face registrada em forma de autorretrato, mas, também, nas possibilidades de publicação e interação em redes sociais digitais; na sociabilidade gerada através da prática, em momentos lúdicos com uma ou mais pessoas; nas relações de intimidade desenvolvidas; nas narrativas de si através da produção imagética, com faces multiplicadas através das redes; além da disseminação, às vezes involuntária, de metadados e comportamentos capazes de, por exemplo, serem explorados através de leituras das imagens compartilhadas. Essa experiência constrói-se como um emaranhado de práticas diversas, agregando diferentes dinâmicas e interações materiais e discursivas.

Relato de si, materialidades digitais e audiência algorítmica

Como é possível observar a partir das publicações analisadas, as imagens chamadas de *selfie* compartilhadas em redes sociais não se fecham em um relato imagético pessoal restrito, mas se configuram – conjuntamente com dados de geolocalização, *hashtags* e descrições textuais – como uma prática dirigida à interação com outros. Nesse sentido, as publicações funcionam também como uma narrativa de si, um relato de um momento na praça. Para compreender essa relação, sugerimos perceber a *selfie* também como uma prática

de relatar a si mesmo – ou compreender a si mesmo¹³ – através de uma relação com o outro, no sentido proposto por Butler (2015).

Segundo Butler (2015, p. 53), “se conto a história para um ‘tu’, esse outro está implícito não só como característica interna da narrativa, mas também como condição irredutivelmente exterior e trajetória do modo de interpelação”. No entanto, o relato de si, muito além de uma questão unicamente narrativa, é colocado por Butler (2015, p. 13) em termos morais – uma filosofia moral envolta em uma “questão que tem a ver com conduta e, portanto, com o fazer”. Para ela, há uma conexão paradoxal entre “a deliberação da moral” e a “tarefa de relatar a si mesmo” (BUTLER, 2015, p. 21). Ao mesmo tempo em que haveria um conjunto de regras morais produzindo um sujeito, há uma negociação reflexiva desse sujeito em relação a elas.

Trazendo uma discussão a partir de Michel Foucault, Butler (2015) conecta as formas de relato de si com a ação ética. Não há, nesse sentido, uma ação ética determinada totalmente, ao mesmo tempo em que ela não pode ser radicalmente livre; portanto, “Sua luta ou dilema primário devem ser produzidos por um mundo, mesmo que tenhamos de produzi-lo de alguma maneira” (BUTLER, 2015, p. 31) A ética, dessa forma, está relacionada ao conhecimento de si; há possibilidades de relato de si em um diálogo – e disputa, em certos momentos – com as formulações éticas. O sujeito moral em Foucault (1984), por exemplo, constitui-se justamente através de “modos de subjetivação”, da “ascética” e das “práticas de si”. Dessa forma, a ação moral não estaria restrita a atos moldados por regras, leis ou valores; ela “implica também uma certa relação a si; essa relação não é simplesmente ‘consciência de si’, mas constituição de si enquanto ‘sujeito moral’”, um sujeito que “age sobre si mesmo, procura conhecer-se, controla-se, põe-se à prova, aperfeiçoa-se, transforma-se” (FOUCAULT, 1984, p. 37).

Seguindo esta relação entre ética¹⁴ e práticas de si, desenvolvidas por Foucault, Butler (2015, p. 32) argumenta que “uma teoria da formação do sujeito, que reconhece os limites do conhecimento de si, pode sustentar uma concepção da ética e, na verdade, da responsabilidade”. Nossa relação com outro, ela explica, desenvolve-se também no sentido de uma opacidade do sujeito – e essa opacidade, inclusive, vincula-se a formações éticas. Ou seja, quando nos relacionamos com outros, surgem também momentos de desconhecimento sobre nós mesmos. A opacidade do sujeito, portanto, é consequência de sua condição como ser relacional.

O relato de si, nesse sentido, envolve-se em uma relação com o outro. “Se dou um relato de mim mesma para alguém, sou obrigada a revelá-lo, cedê-lo, dispor-me dele no

13 Utilizamos aqui a tradução oferecida pela edição brasileira (BUTLER, 2015) como “relato de si”; no entanto, é importante destacar o sentido mais amplo do termo original “*account of oneself*”, envolvendo não apenas um significado de relato, mas também de compreensão e cuidado de si, especialmente em termos éticos em uma relação com o outro.

14 Em termos da relação entre ética e relato de si, Butler (2015) desenvolve o argumento de que certa opacidade do sujeito, ou uma impossibilidade de nos relatarmos por completo para outro, não representaria um “fracasso ético”; pelo contrário, trata-se de algo indispensável para a ética: “A relationalidade que condiciona e cega esse ‘si-mesmo’ não é, de maneira precisa, um recurso indispensável para a ética?” (BUTLER, 2015, p. 56).

momento em que o estabeleço como meu”, escreve Butler (2015, p. 51). Esse relato, no entanto, encaixa-se em um formato de interpelação, mesmo que não saibamos para quem exatamente ele se dirige. O relato só se completa, portanto, “quando é efetivamente extraído e expropriado do domínio daquilo que é meu” (BUTLER, 2015, p. 51-52).

Ao nos fotografarmos, não nos fechamos no anonimato, produzimos relatos de nós mesmos dirigindo-nos a um outro – mesmo que, como lembra Butler, este outro não seja diretamente conhecido. O relato de si mesmo – e, no nosso caso, a prática de *selfie* compreendida também como relato de si – configura-se como uma produção relacional. Por outro lado, esse relato que necessariamente sai do domínio do eu, e deve alcançar um outro, um tu, é desenvolvido por Butler (2015) no sentido de uma relação entre sujeitos. Para além desta relação, interessa-nos trabalhar com a prática de *selfie* capaz de produzir relatos de si que não apenas extrapolam o domínio do eu, mas também englobam uma forma relacional que escapa de associações e interpretações realizadas unicamente entre sujeitos. Ou, em outros termos, explorar uma experiência envolvendo associações e produções de subjetividade entre humanos e não humanos. Para utilizar o exemplo analisado neste trabalho: o relato de si, realizado através das práticas de *selfie*, dirige-se também a um “outro” formado por algoritmos de reconhecimento automático da imagem.

O relato de si, nesse sentido, continua sendo relacional; agregamos, no entanto, uma pluralidade para o sentido do “ser”, do “eu” e do “outro” – indo ao encontro de autores como James (1912, 2000), Latour (2012), Viveiros de Castro (2015) e Stengers (2008). Evitando, portanto, uma separação entre interioridade e exterioridade, material e imaterial, humano e não humano, sujeito e objeto, podemos retrabalhar a questão trazida por Butler (2015). Ao nos tornarmos “seres autonarrativos” (BUTLER, 2015, p. 23), em termos da produção de imagens de si, envolvendo-nos na prática de *selfie*, percebemos que este “outro” configura-se tanto por aquele amigo que irá ver e comentar sua fotografia, quanto também, por exemplo, por aquela audiência do algoritmo que lê sua imagem automaticamente, a transforma em metadado, conectando-a com outras imagens, outras *selfies*, outras fotos em praças, outras faces multiplicadas em diferentes redes. Ou, ainda, por aquele pedido sedutor e discreto de alguma rede social digital: compartilhe relatos de si, publique sua *selfie*, mostre-me seu rosto, demonstre seu humor, diga o que você está fazendo agora, ou, ainda, traga sua experiência fotográfica para cá, transforme-a em dados.

Retomemos uma das publicações de *selfie* na praça observadas neste trabalho, na qual uma família – um casal e uma criança – aparece sorrindo e abraçada, acrescentando uma legenda com as palavras “Alegria, alegria...”. Os olhares à câmera tornam-se, na verdade, olhares direcionados também àqueles, amigos e conhecidos, que verão aquela imagem no *Facebook* e, muitas vezes, reagirão com curtidas ou ainda comentários do tipo “Família linda e Feliz!!! Amoo muito!!!” – com muitos *emojis* ao lado. Suas faces sorridentes, no entanto, direcionam-se não apenas a essa audiência humana empolgada com tais afetos familiares na praça, mas também a uma audiência algorítmica que, por exemplo, identifica na imagem a presença de três pessoas, incluindo uma criança, em *close-up*, sorrindo e se

fotografando em um espaço ao ar livre. Os afetos, as interações, as relações de intimidade daquela família materializam-se em comentários, *tags* geradas automaticamente, *emojis*, curtidas, compartilhamentos – o relato de si e a intimidade partilhada transformam-se também em metadados que alimentam a rede social. Isso revela, inclusive, a necessidade de uma compreensão do cruzamento entre materialidade e práticas discursivas que extrapole o limite da agência humana, permitindo uma percepção pós-humanista dessa relação (BARAD, 2007).

No sentido como trabalhado neste artigo, pode-se dizer que a construção de um relato de si, através da prática de *selfie*, relaciona-se e forma-se conjuntamente com uma audiência múltipla, igualmente conduzida por práticas e emaranhados materiais e discursivos. Nossa intimidade partilhada e os relatos e sociabilidades produzidas, percebidos e desenvolvidos também através da prática de *selfie*, coloca-se em termos relacionais, a partir do outro. Este outro, no entanto, deve agregar não apenas a audiência humana ou aqueles com quem nos fotografamos, mas também as formas materiais inerentes às produções de subjetividade.

Para compreender este tipo de narrativa de si, desenvolvida com a prática de *selfie*, mostra-se importante reinterpretar a análise de Butler (2015) de forma a evitar os elementos antropocêntricos vinculados a ela. Ou seja, repensar a própria materialidade da prática de *selfie* e das produções de relatos de si. Segundo Barad (2007), pode-se dizer que, apesar de Butler (2015), em uma lógica de performatividade, aliar matéria e significação, sua investigação limita-se à produção de corpos humanos. Nesse sentido, tanto para Butler (2015) quanto para Foucault – explica Barad (2007) – a agência vincula-se apenas ao domínio humano. Segundo a autora, “a teoria de Butler interpreta a matéria como um produto passivo das práticas discursivas ao invés de interpretá-la como um agente participante ativo no próprio processo de materialização”¹⁵ (BARAD, 2007, p. 151). Através da elaboração de uma perspectiva chamada de *agential realism*, Barad (2007) reivindica uma percepção performativa pós-humanista das práticas material-discursivas. Não se trata de um realismo atrelado a uma essência ou propriedade das coisas; pelo contrário, trata-se da percepção de uma materialidade dinâmica pautada pela diferença e entrelaçada com o discurso. Ou seja, matéria e significado articulam-se mutuamente.

Incorporando à perspectiva de Butler (2015) a lógica de um dinamismo da matéria, podemos perceber como, no próprio desenvolvimento da prática de *selfie*, as produções de relatos de si envolvem-se em um emaranhado material-discursivo. Ou seja, pode-se considerar a *selfie* como um *aparato* – nos termos de Barad (2007) –, uma configuração material-discursiva específica, pautada pelas relações entre relato de si, materialidades digitais, subjetividades e ações algorítmicas. Além de pensá-la enquanto uma rede de *entanglements* materiais e discursivos – como sugere Warfield (2016) a partir de Barad (2007) –, pode-se comprehendê-la como um aparato que envolve práticas material-discursivas de relatar a si mesmo. Tendo como base a filosofia-física de Niels Bohr, Barad (2007) vai extrapolar a

15 “Butler’s theory ultimately reinscribes matter as a passive product of discursive practices rather than as an active agent participating in the very process of materialization”.

conformação laboratorial de um aparato para pensá-lo enquanto práticas material-discursivas específicas, que produzem diferenças “*that matter*”, em reconfigurações materiais dinâmicas do mundo. A *selfie*, dessa forma, funciona enquanto um aparato não apenas no sentido de um autorretrato produzido por um aparelho capaz de transformar luz em informação numérica, mas, principalmente, por se mostrar enquanto uma prática discursiva – e, portanto, também material – desenvolvida através de experiências cotidianas, interações textuais, audiências algorítmicas, compartilhamentos, metadados etc.

A prática de *selfie*, portanto, não está relacionada a uma experiência de um sujeito ou atrelada diretamente a ele. A experiência, compreendida em termos relacionais, através de relações também experienciadas (JAMES, 1912, 2000), passa por diversos seres – no sentido híbrido proposto por Souriau (2009) e Latour (2012) –, envolvendo, no caso deste trabalho, uma multiplicidade de práticas e relações – em diferentes *entanglements* de matéria e discurso (BARAD, 2007) –, passando desde um abraço na praça até a materialidade digital dos algoritmos que irão interpretar uma imagem desse abraço. Essa conformação material-discursiva, como visto com os exemplos analisados, produz sua especificidade na relação dos processos traduzidos pela plataforma digital com a prática cotidiana daqueles que frequentam aquele espaço. Não se tratam apenas de possíveis contextos locais ou culturais, mas também de uma experiência que é desenvolvida na produção conjunta de relatos de si e materialidades digitais. A própria leitura automática das imagens, nesse sentido, relaciona-se tanto com as interações e retratos produzidos através da prática de *selfie* naquele espaço específico quanto com um conjunto de parâmetros algorítmicos treinados a partir de outros rostos, abraços, sorrisos e praças.

Podemos observar novamente, por exemplo, uma das publicações apresentadas no tópico anterior, na qual, na imagem, encontramos um casal de namorados abraçados: ele, segurando o *smartphone* e sorrindo para a câmera, enquanto ela coloca a língua para fora, abraça-o com uma das mãos e, com a outra, segura um pote de açaí. Tal experiência banal, envolvida em sorrisos e abraços, dá continuidade à sua trajetória, através de diferentes relações, não apenas a partir da própria imagem compartilhada, mas também pela audiência humana que a observa e age sobre ela – com curtidas, comentários e interações que se transformam, inclusive, em metadados associados à publicação –, assim como uma audiência algorítmica capaz de interpretar aquela foto e, neste caso, identificar a presença de duas pessoas sorrindo, em um lugar aberto e com árvores. O relato de si produzido através da prática de *selfie* vincula-se a um outro múltiplo, capaz de agregar formações material-discursivas que não se limitam a um objeto ou sujeito. A imagem de si dirige-se também a uma audiência algorítmica, capaz de ler e transformar aquela foto em um conjunto textual que será posteriormente lido pelo sistema e ouvido por alguém impossibilitado de vê-la com os próprios olhos. Nesse sentido, a fotografia torna-se, também, uma prática de produção de dados inserida, a partir das ações algorítmicas, em uma lógica do que Lemos e Bitencourt (2017), por exemplo, chamam de sensibilidade performativa. A prática de *selfie*, portanto, ultrapassa o momento do abraço – e também ultrapassa a própria imagem e as faces sorridentes –, percorrendo uma

multiplicidade de relações, em diferentes emaranhados de subjetividade e materialidade. Ou, para utilizar uma lógica tardiana¹⁶ (TARDE, 1890), trata-se de uma continuidade da experiência desenvolvida através de imitações e repetições que geram diferenças – faces, afetos, dados e algoritmos que se multiplicam, cruzam-se, imitam-se e diferenciam-se entre a praça e as redes sociais.

Considerações finais

Para além dos rastros de produções material-discursivas mais visíveis em uma publicação de uma *selfie* no Facebook – como *hashtags*, legendas, comentários, *emojis*, *geotags* – identificamos neste trabalho também interpretações das imagens geradas por procedimentos algorítmicos. O objetivo não é pensar o algorítmico em si, mas no contexto de fenômenos sociotécnicos associados a ele (DOURISH, 2016); em nosso caso, portanto, percebê-lo enquanto uma audiência que participa de um emaranhado material e discursivo constituidor da prática de *selfie*.

Tomando como ponto de partida as publicações de *selfies* registradas com a geolocalização de uma praça, demonstramos relações de sociabilidade e afeto que se materializam de diferentes maneiras e envolvem-se no trajeto de instauração (SOURIAU, 2009) da própria prática. Os rostos soridentes, vistos nas imagens, tornam-se também *closeup* e *smile*; os abraços se multiplicam com as exclamações nas legendas e a expressividade das *hashtags*; a alegria dos sorrisos forma-se conjuntamente com os textos e dados associados a ela, os comentários dos amigos, os *emojis* de coração, o *people smiling* da leitura automática; a experiência fotográfica na praça é também uma experiência partilhada com outros – pessoas, algorítmicos, dados, materialidades digitais diversas.

Argumentamos neste artigo que a *selfie*, além de se configurar como uma prática relacional, desenvolve-se enquanto um relato de si associado a um outro múltiplo – misturando-se a uma conformação material e discursiva de dados digitais, procedimentos algorítmicos e subjetividade. Não se trata de um tipo de imagem voltada para o próprio sujeito que supostamente a realiza, mas de uma prática de produção de relatos de si – dirigidos sempre a um outro (BUTLER, 2015) – que se relaciona, também, com uma audiência algorítmica. Dessa forma, podemos compreendê-la enquanto um *aparato* (BARAD, 2007) de práticas material-discursivas de produção de relato de si que se forma na interação entre diferentes materialidades digitais e experiências relacionais – em um emaranhado de audiências algorítmicas, corpos, afetos, metadados, narrativas, intimidades e expressões textuais.

16 O princípio da imitação, para Tarde (1890), relaciona-se diretamente com o social. Toda relação social, ou todo fato social, distingue-se dos outros por ser imitativo. Não há, portanto, um caráter de semelhança – como, por exemplo, em Durkheim (2014) –, mas uma diferenciação pela imitação. Nesse sentido, uma sociedade não é um agregado específico, uma coisa, mas uma imitatividade, uma associação. A continuidade do social, segundo Tarde, dá-se pela imitação. São repetições, imitações que geram diferenças. Apesar de Barad (2007) não citá-lo, sua proposta de perceber a “difração” enquanto fenômeno e simultaneamente ferramenta de análise – buscando, assim, padrões de diferença ao invés de semelhança – mostra-se bastante próxima da perspectiva sociológica e filosófica de Tarde.

Referências

- BARAD, K. **Meeting the universe halfway**: quantum physics and the entanglement of matter and meaning. Durham & London: Duke University Press, 2007.
- BUTLER, J. **Relatar a si mesmo**: crítica da violência ética. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.
- CARBON, C. C. Universal principles of depicting oneself across the centuries: From Renaissance self-portraits to selfie-photographs. **Frontiers in Psychology**, v. 8, February, p. 1–9, 2017.
- CRUZ, E.; THORNHAM, H. Selfies beyond self-representation: the (theoretical) f(r)ictions of a practice. **Jounal of Aesthetics and culture**, v. 7, p. 1–10, 2015.
- ČUŠ BABIČ, N.; ROPERT, T.; MUSIL, B. Revealing faces: Gender and cultural differences in facial prominence of selfies. **PLOS ONE**, v. 13, n. 10, 31 out. 2018.
- DOURISH, P. Algorithms and their others: Algorithmic culture in context. **Big Data & Society**, v. 3, n. 2, 24 dez. 2016.
- DURKHEIM, É. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 2014.
- FOUCAULT, M. **História da sexualidade 2**: o uso dos prazeres. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.
- FROSH, P. The gestural image: The selfie, photography theory, and kinesthetic sociability. **International Journal of Communication**, v. 9, n. 1, p. 1607–1628, 2015.
- GÓMEZ-CRUZ, E. The (Be)Coming of Selfies: Revisiting an Onlife Ethnography on Digital Photography Practices. In: HORST, H.; HJORTH, L.; GALLOWAY, A. (Eds.). **The Routledge Companion to Digital Ethnography**. London: Routledge, 2016. p. 300–307.
- GÓMEZ CRUZ, E.; MEYER, E. T. Creation and Control in the Photographic Process: iPhones and the emerging fifth moment of photography. **Photographies**, v. 5, n. 2, p. 203–221, 2012.
- GUNTHERT, A. La consécration du selfie. **Études photographiques**, n. 32, 2015.
- HALPERN, D.; VALENZUELA, S.; KATZ, J. E. “Selfie-ists” or “Narci-selfiers”? A cross-lagged panel analysis of selfie taking and narcissism. **Personality and Individual Differences**, v. 97, p. 98–101, 2016.
- HESS, A. The Selfie Assemblage. **International Journal of Communication**, v. 9, p. 1629–1646, 2015.
- JAMES, W. **Essays in Radical Empiricism**. New York, London: Longmans, Green, and Co, 1912.
- JAMES, W. Pragmatism (1907). In: **Pragmatism and Other Writings**. London: Penguin Books, 2000. p. 1-132.
- LASÉN, A. Autoportraits numériques: un exemple de la médiation technologique du devenir des corps. In: GRANDJEAN, N.; LOBET-MARIS, C. (Eds.). **Corps et Technologies**: penser l’hybridité. Bruxelas: P.I.E. Peter Lang, 2013. p. 83–110.
- LASÉN, A. Digital self-portraits: exposure and the modulation of intimacy. In: **Mobile and Digital Communication**: Approaches to Public and Private. Covilhã: LABCOM, 2015. p. 61–76.
- LASÉN, A.; GARCÍA, A. ‘... but I haven’t got a body to show’: Self-pornification and male mixed feelings in digitally mediated seduction practices. **Sexualities**, v. 18, n. 5–6, p. 714–730, 13 set. 2015.
- LATOUR, B. **Enquête sur les modes d’existence**: une anthropologie des Modernes. Paris: Éditions La Découverte, 2012.
- LEMOS, A.; BITENCOURT, E. Smartbody and performative sensibility in Fitbit devices. **Galaxia**, v. 1, n. 36, p. 5–17, 2017.

- LINDELL, A. K. Consistently Showing Your Best Side? Intra-individual Consistency in #Selfie Pose Orientation. **Frontiers in Psychology**, v. 8, n. February, p. 1-7, 2017.
- MEESE, J. *et al.* Selfies at Funerals: Mourning and Presencing on Social Media Platforms. **International Journal of Communication**, v. 9, p. 1818–1831, 2015.
- MIGUEL, C. Visual Intimacy on Social Media: From Selfies to the Co-Construction of Intimacies Through Shared Pictures. **Social Media + Society**, v. 2, n. 2, 2016.
- MONTARDO, S. P. **Selfies: subjetividade e tecnologia**. Porto Alegre: Sulina, 2018.
- MONTARDO, S. P. Selfies no Instagram: implicações de uma plataforma na configuração de um objeto de pesquisa. **Galáxia**, n. 41, p. 169–182, 2019.
- NAEZER, M. Sexy selves: Girls, selfies and the performance of intersectional identities. **European Journal of Women's Studies**, v. 27, n. 1, p. 41-56, 29 set. 2018.
- OLIVEIRA, M. DE. Reflexos de Narciso: traços do arquétipo mítico-psicanalítico nos selfies. **Ciberlegenda**, n. 32, p. 83–94, 2015.
- PASTOR, L. Prática do selfie: experiência e intimidade no cotidiano fotográfico. **Contracampo**, v. 36, n. 2, p. 157–173, 2017.
- PERSICHETTI, S. Dos elfos aos selfies. In: **Comunicação: entretenimento e imagem**. São Paulo: Editora Plêiade, 2013. p. 155–164.
- SANTOS, F. C. As faces da selfie: revelações da fotografia social. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 31, n. 92, p. 1-16, 2016.
- SENFT, T. M.; BAYM, N. K. What Does the Selfie Say ? Investigating a Global Phenomenon Introduction. **International Journal of Communication**, v. 9, p. 1588–1606, 2015.
- SHAH, R.; TEWARI, R. Demystifying ‘selfie’: a rampant social media activity. **Behaviour & Information Technology**, v. 35, n. 10, p. 864–871, 2016.
- SOURIAU, É. **Les différents modes d'existence**. Paris: Presses Universitaires de France, 2009.
- STENGERS, I. Experimenting with Refrains: Subjectivity and the Challenge of Escaping Modern Dualism. **Subjectivity**, v. 22, n. 1, p. 38–59, 2008.
- SUNG, Y. *et al.* Why we post selfies: Understanding motivations for posting pictures of oneself. **Personality and Individual Differences**, v. 97, p. 260–265, 2016.
- TARDE, G. **Les lois de l'imitation**. Kindle ed. Paris: Collection Etudes, 1890.
- VIVEIROS DE CASTRO, E. **Metafísicas canibais**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.
- WALSH, M. J.; BAKER, S. A. The selfie and the transformation of the public–private distinction. **Information, Communication & Society**, v. 20, n. 8, p. 1185–1203, 2016.
- WARFIELD, K. **Making the Cut: An Agential Realist Examination of Selfies and TouchSocial Media and Society**, v. 2, n. 2, p. 1-10, 2016.
- WARFIELD, K. Im(matter)ial Bodies: A Material and Affective Rethinking of Selfies for Digital Literacy Resources. **Language and Literacy**, v. 20, n. 3, p. 73–88, 2018.
- WILLIAMS, A. A.; MARQUEZ, B. A. The Lonely Selfie King : Selfies and the Conspicuous Prosumption of Gender and Race. **International Journal of Communication**, v. 9, p. 1775–1787, 2015.

Leonardo Pastor

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. Foi pesquisador visitante da Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, na Universidad Complutense de Madrid, e atuou durante dez anos como pesquisador do Laboratório de Pesquisa em Mídia Digital, Redes e Espaço (Lab404/UFBA). E-mail: leopbr@gmail.com.

Recebido em: 15.04.2019

Aprovado em: 17.06.2020

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC), que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que sem fins comerciais e que o trabalho original seja corretamente citado.

