

DOI: 105327/Z1519-0617201400020006



## Imagem e subjetividade Narrativas fotográficas confessionais e a estética da afetividade

*Image and subjectivity  
Confessional photographic narratives  
and the aesthetics of affection*

Wagner Souza e Silva<sup>1</sup>

**RESUMO** A hibridação câmera-rede presente em *gadgets* fotográficos determina um contexto de produção inédito e ainda muito recente diante da trajetória social da fotografia. A vocação afetiva da prática fotográfica, que sempre circundou a produção doméstica dos álbuns familiares, encontra nas redes sociais um contexto consonante, que é sustentado pela exacerbação dos afetos e por uma subjetividade envolta por narrativas confessionais. Buscando o entendimento dessa afetividade a partir da filosofia de Spinoza, este texto teve o objetivo de explorar esse cenário de produção, propondo-o como um vetor da estética fotográfica que impulsiona o poder comunicativo da fotografia.

**PALAVRAS-CHAVE** fotografia; afetividade; estética; cultura digital; comunicação.

**ABSTRACT** The hybridization camera-web in photographic gadgets determines a unprecedented production context and also very recent in social trajectory of photography. The affective vocation of photographic practice, that always surrounded the production of family albums, finds a consonant social networking context, which is supported by the exacerbation of emotions and subjectivity surrounded by confessional narratives. Seeking understanding this affective context using Spinoza's philosophy, this paper aims to explore this production scenario, proposing it as a vector of photographic aesthetics which increases the communicative power of photography

**KEYWORDS** photography; affectivity; aesthetics; digital culture; communication.

---

<sup>1</sup> Professor Doutor do Departamento de Jornalismo e Editoração e do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, ambos da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: wasosi@gmail.com



## INTRODUÇÃO

**D**entre as intervenções da tecnologia digital no fazer fotográfico, a possibilidade de publicação imediata da imagem consiste em uma das características mais inéditas da produção fotográfica frente aos já mais de cento e setenta anos de sua história. Campo restrito da fotografia profissional até há pouco, seja ela jornalística e editorial, a ampla divulgação agora pode ser acessível a qualquer um que empunha uma câmera fotográfica digital e tenha acesso à web. A coisa torna-se mais gritante quando observamos que, nos últimos anos, o amálgama câmera-rede ganha concretude exemplar nos *smartphones* ou *tablets, gadgets* cada vez mais populares.

São as redes sociais que, de forma mais expressiva, dão vazão a essa produção. O *Facebook* é o exemplo mais contundente, sobretudo por ter recentemente incorporado o *Instagram*, aplicativo de produção e divulgação de fotografias. Refletir sobre a produção fotográfica contemporânea emergente da cultura digital exige a observação dessa nova ambiência, que se sustenta, em muitos aspectos, pela exacerbação da afetividade entre seus usuários.

A fotografia, assim, encontra (na verdade, reencontra) sua vocação para a expressão da subjetividade, mas em uma dimensão outra que aquela típica da relação entre autor e obra, como a que se dá, por exemplo, na figura do fotojornalista ou na presença da fotografia no mercado de arte: a subjetividade que emerge desse contexto é ainda mais íntima, atingindo um tom tipicamente confessional, atendendo a essa exacerbação dos afetos que parece ser exigida nesse campo comunicacional.

A cultura digital, por meio das redes sociais, coloca em curso uma epistemologia da afetividade, que, primeiramente, este texto tentou explorar,

sobretudo tendo em vista a influência da filosofia de Spinoza para tal contexto teórico. Em seguida, buscou-se a localização mais específica da imagem e, conseqüentemente, da fotografia na dinâmica pautada pelas práticas das redes sociais. Por fim, foi proposta a percepção das consequências estéticas na prática fotográfica contemporânea promovidas por tal ambiência.

## Epistemologia da afetividade

As redes sociais, que se estruturam como o fenômeno comunicacional mais significativo desta primeira década do século XXI, pautam-se pela afetividade. As dinâmicas impostas para o uso de uma rede social estimulam o usuário a externar suas predileções, favoritismos, preferências e interesses mais pessoais, favorecendo a afirmação e a publicização dos gostos e hábitos mais íntimos. As opiniões, divagações, sugestões, críticas, enfim, as informações que circulam nas redes comumente estão mediadas por personagens de nosso círculo de relações sociais, composto por membros que tanto podem pertencer à intimidade familiar como ao âmbito profissional. Sentimentos de foro íntimo, em tom confessional, passam a encontrar vazão nas páginas do *Facebook*, este como exemplo de rede social mais contundente atualmente, e a distinção entre as esferas do que é público e privado parece cada vez mais sem sentido.

Tal carga de subjetividade mina de vez a ideia de uma comunicação pensada no modelo de receptor passivo frente a um emissor centralizado, onipotente e dominante, que já teria sido bastante questionada nas últimas décadas do século passado (sobretudo pela corrente teórica dos Estudos Culturais, quando reconheceram as mediações de grupos e comunidades como fatores determinantes dentro

dos processos comunicacionais). O cenário neste momento é mais desafiador, visto que as próprias noções de emissor e receptor se confundem em meio às possibilidades de circulação de informação permitida pelas atuais tecnologias da comunicação.

Uma recente frente teórica que atualmente busca abarcar esse contexto de subjetividade exacerbada nas ciências sociais consiste na chamada Virada Afetiva (*Affective Turn*), que busca

expressar a nova configuração dos corpos e tecnologias, para instigar uma mudança de pensamento da teoria crítica.<sup>1</sup> (CLOUGH, 2007, p. 3)

A Virada Afetiva tem como uma das principais balizas o reconhecimento da necessidade de se abordar a afetividade como componente incontornável da subjetividade, esta agora não mais só entendida sob seu aspecto puramente racional mas, e principalmente, também sob o regime das emoções:

Desafiando as oposições convencionais entre emoção e razão, e discurso e afeto, essas tendências-chave das teorias social e cultural contemporâneas têm explorado e reconfigurado as (des)apropriações política e ética das emoções, a complexa relação entre poder, subjetividade e emoção, os lugares da emoção, afeto, sentimentos e sentimentalismo dentro da teorização, a dimensão afetiva das normas, o afeto como uma condição e possibilidade de subjetividade, e o investimento emocional e afetivo nas normas sociais como um

---

1 Tradução minha para o trecho "*The affective turn, therefore, express a new configuration of bodies, technology, and matter instigating a shift in thought in critical theory*".

modo constitutivo da subjetivação.<sup>2</sup> (ATHANASIOU; HANTZAROULA; YANNAKOPOULOS, 2008, p. 5)

O que chama a atenção em relação à Virada Afetiva é a sua sustentação teórica primeira na filosofia de Baruch Spinoza, este que, já no século XVII, sistematizaria significativas premissas para a reflexão acerca do potencial dos afetos no homem.

Primeiramente, cabe apontar que o entendimento da afetividade por meio da filosofia de Spinoza se dá na contraposição entre ideia e afeto. Ideia corresponde ao pensamento objetivo que remete a algo: existe um fim concreto para o pensamento. Já o afeto lida com um pensamento que não encontra representação: podemos odiar ou amar alguma coisa, por exemplo, mas não encontramos representação possível para os sentimentos de amor e ódio:

Os modos de pensar tais como amor, o desejo, ou qualquer outro que se designa pelo nome de afeto do ânimo, não podem existir se não existir, no mesmo indivíduo, a ideia da coisa amada, desejada, etc. Uma ideia, em troca, pode existir ainda que não exista qualquer outro modo de pensar. (SPINOZA, 2009, p. 52)

---

2 Tradução minha para o trecho "*Challenging the conventional oppositions between emotion and reason, and discourse and affect, these key trends of contemporary social and cultural theory have explored and reconfigured political and ethical (mis-)appropriation of emotions; the complex relation between power, subjectivity and emotion; the place of emotion, affect, sentiments and sentimentality within political and political theorizing; the affective dimension of the normative; the affective as a condition of possibility for subjectivity; and the emotive and affective investment in social norms as a constitutive mode of subjectivation*".



Assim, para definir os afetos, Spinoza os aborda sempre acompanhados de uma ideia de algo. Para ele, a esperança é “uma alegria instável, surgida da ideia de uma coisa futura ou passada, de cuja realização temos alguma dúvida”; o medo é “uma tristeza instável, surgida da ideia de uma coisa futura ou passada, cuja realização temos alguma dúvida”; a segurança é “uma alegria surgida da ideia de uma coisa futura ou passada, da qual foi afastada toda causa de dúvida”; ou ainda “o desespero é uma tristeza surgida da ideia de uma coisa futura ou passada, da qual foi afastada toda causa de dúvida”, etc. (SPINOZA, 2009, p. 140-52).

Importante notar que as definições se dão quase sempre balizadas pelos afetos da tristeza e alegria, isto porque, para Spinoza, tais afetos são primários e consistem, na verdade, em uma espécie de movimento dos estados de ânimo, na passagem entre intensidades de perfeição (realidade): a alegria é a “passagem do homem de uma perfeição menor para uma maior”; já a tristeza é a “passagem do homem de uma perfeição maior para uma menor”:

Digo passagem porque a alegria não é a própria perfeição. Pois se o homem já nascesse com a perfeição à qual passa, ele a possuiria sem ter sido afetado de alegria, o que se percebe mais claramente no afeto da tristeza, que é o seu contrário. Com efeito, ninguém pode negar que a tristeza consiste na passagem para uma perfeição menor e não na perfeição menor em si, pois o homem, à medida que participa de alguma perfeição, não pode se entristecer. (SPINOZA, 2009, p. 140)

Alegria e tristeza são movimentos que, respectivamente, aumentam e diminuem a potência do homem para a ação. O afeto do “amor”, por exemplo, nos

propulsiona, pois é uma alegria acompanhada da ideia de uma causa exterior.

É por essa necessidade da “causa exterior” para a percepção dos afetos que encontramos a indissociabilidade entre mente e corpo que é atribuída ao pensamento desse filósofo, a qual se opõe à doutrina de seu contemporâneo Descartes, para quem a mente pode ser autônoma em relação ao corpo. A doutrina cartesiana do “penso, logo existo” é confrontada por Spinoza, para quem existir e pensar não se dá por meio de uma relação hierárquica única, e sim em uma situação em que

mente e corpo são uma só e a mesma coisa, a qual é concebida ora sob o atributo do pensamento, ora sob o da extensão. (SPINOZA, 2009, p. 100)

Fundamental ainda apontar que, no sistema filosófico de Spinoza, tal dinâmica existencial é regida pelo desejo, afeto este afirmado como “a própria essência do homem”, designando “todos os esforços, todos os impulsos, apetites e volições do homem”, em que este é “arrastado para todos os lados e não sabe para onde se dirigir” (SPINOZA, 2009, p. 140-1). À mercê de sua essência entendida como desejo, o aspecto puramente racional e independente da mente humana se mostra impossível, visto ainda que, para o filósofo, “vontade e o intelecto são uma só e mesma coisa” (SPINOZA, 2009, p. 89).

Dessa forma, razão e emoção se confundem em um emaranhado de afetos mediados por causas externas, em que o corpo ganha importância igual à mente. É tendo em vista essa perspectiva confrontadora perante a postura racional cartesiana, fundadora dos preceitos de investigação das ciências modernas, que a afetividade se lança como uma possível nova epistemologia.

## Os *gadgets* e o campo afetivo para as narrativas fotográficas

As redes sociais que propulsionam a circulação das imagens fotográficas permitem considerar a possibilidade de uma apropriação oportuna do termo *tele* (“à distância”, no grego arcaico) à fotografia: fazemos “telefotografias” atualmente, só que não mais no sentido da captura do que está distante, tal como sempre foi possível com as teleobjetivas e o mecanismo do zoom, e sim telefotografia no sentido de que muito da produção imagética contemporânea destina-se à transmissão à distância, dentro de uma escala inédita de permeabilidade social.

Produzir fotografias no âmbito das redes significa produzir imagens que estarão à mercê de um público em uma grande escala de recepção, feito este que, até então, no universo tecnoimagético das telas, era praticamente exclusividade da televisão. Nesse sentido, seria possível pensarmos a respeito da fotografia nas redes tendo como ponto de partida a prática visual da televisão?

Com a crescente popularização de redes sociais específicas para a circulação de imagens fotográficas (não só mais estáticas mas também em movimento), tal como o *Instagram*, o *Flickr*, mais recentemente, o *Snapchat*, a produção dessas imagens está quase sempre mediada por *gadgets* conectados, dispositivos que têm a tela como componente fundamental, que inclusive suprime a ideia de câmera entendida como uma “caixa” (com raízes etimológicas na *camara obscura* renascentista). Dessa forma, talvez seja possível enxergar a “prática de tela” estabelecida pela TV como um componente genealógico mais próximo da fotografia nas redes do que qualquer outra forma de produção fotográfica envolvendo outros canais de distribuição, tais como revistas, jornais, exposições, etc.

A associação com a TV pode ser pertinente, já que poderíamos defini-la como a primeira grande rede social baseada em imagens. A TV sempre foi um dispositivo que congregou as esferas do público e do privado, visto estar imersa nos lares, por isso na intimidade, ao mesmo tempo que sempre foi capaz de promover o debate público: a sensação de se ver TV, estando-se ciente de que os outros também veem no mesmo momento, já configurava certa ideia de rede conectada e afetiva, ainda que determinada por um fluxo de informação e uma prática comunicacional tipicamente unidirecionais, em que se tinha muito bem-definida a onipotência do emissor.

Grosso modo, a rede social televisiva sustenta-se na propagação do consumo, em um mercado de produtos e ideias a serem vendidos, que se traduzem em produção audiovisual ancorada e direcionada por tais necessidades. A produção imagética televisiva, seja ela de cunho jornalístico, educativo ou ficcional, obedece a ditames delineados pela necessidade de inserção de filmes publicitários: as imagens dessa grande rede social visam, em última instância, ao consumo de produtos<sup>3</sup> e, para tanto, pautam-se de maneira muito evidente em um apelo afetivo. Família, amigos, paixões, ódios, traumas, etc. sempre foram temas explorados largamente pelas imagens que saltam da tela.

---

3 O ator norte-americano Tom Hanks, ao ser indagado sobre sua preferência por cinema, TV ou teatro, afirmou a sua predileção por este último, por ser o teatro o meio de expressão do ator. Para ele, “o cinema seria o meio de expressão dos diretores” e “a televisão, o meio de expressão dos produtos”. Tradução livre de entrevista cedida no programa “Inside Actor’s Studio”, em 27 de setembro de 1999. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=HFSY-ZpYK-8>. Acesso em: 02 maio 2013.



Mas o mais importante é notar que a própria TV, como um dispositivo de comunicação sustentado por anunciantes e pela propaganda de produtos, também era um desses produtos. Seu modelo de negócio, ao contrário do cinema, talvez seu antecessor mais próximo no campo das práticas tecnoimagéticas, não propunha somente o consumo de imagens mas, e principalmente, o consumo do dispositivo:

No que concerne à tecnologia, a televisão poderia ter-se desenvolvido num modelo econômico semelhante [ao do cinema], com a compra do “direito de assistir” a certos programas específicos em algum local público, financiando dessa maneira tanto o sistema de transmissão quanto os custos de produção. Mas, como vimos, o rádio e a televisão evoluíram de maneira muito diferente, com a transmissão e a recepção sendo concebidas abstratamente, antes de dirigir a atenção à produção. O impulso tanto para o rádio como para a televisão veio dos fabricantes de equipamentos, para os quais ia o lucro da venda de receptores. (ARMES, 1993, p. 72-3)

Em certo sentido, a televisão foi o primeiro *gadget* tecnoimagético. Dotada de alguma portabilidade, também sendo possível até afirmarmos certa mobilidade (garantida pela teletransmissão), a televisão, mesmo não permitindo que o seu usuário fosse capaz de produzir imagens, trouxe características determinantes para uma nova prática visual, que acabou por redefinir outras práticas envolvendo imagens técnicas até então, como aquelas das salas de cinema ou da própria fotografia editorial das revistas ilustradas, as quais,

por sua vez, passaram a enfrentar uma nova realidade de consumo de imagens<sup>4</sup>.

Mas a característica que deve merecer maior atenção consiste na relação afetiva entre dispositivo e usuário que foi capaz de promover, sobretudo quando passou a garantir uma intimidade cada vez maior entre ambos, seja pela sua migração nos lares — da sala para os quartos —, seja pela diversificação de sua programação que buscava atender aos gostos cada vez mais específicos de seus usuários.

Tal intimidade com a tela, inaugurada pela TV, ganharia reforço com a ascensão dos *personal computers* (PCs) e suas telas como interfaces visando a múltiplos usos; e, hoje, com a tecnologia *touch screen* aliada à portabilidade permitida pela redução do tamanho das telas, essa relação “*personal*” se torna mais evidente ainda.

A tentativa de se criar esse vínculo entre as “telefotografias” das redes sociais e a televisão, aqui também entendida como a primeira grande rede social imagética, tem o objetivo de reforçar esse novo caráter de circulação em grande escala de fotografias nas telas. Obviamente, deve-se resguardar as devidas proporções de audiência e tipo de produção visual, mas o que permanece nesses

---

<sup>4</sup>No caso do Brasil, sempre é oportuno lembrar o impacto da TV, sobretudo a colorida na década de 1970, sobre as revistas ilustradas, estas que tiveram um papel hegemônico nas práticas de consumo de fotojornalismo. O fim de revistas como *O Cruzeiro* (1928–1975) e *Realidade* (1966–1976) tem a ascensão da TV como um dos fatores determinantes. Ao mesmo tempo, o surgimento e o sucesso de revistas mediadas pelo universo televisivo, como, por exemplo, a revista *Caras* (desde 1995), também são fenômenos que devem ser levados em conta nesse sentido.

dois sistemas de comunicação é a estruturação por meio de uma visão à distância interfaceada pela tela.

Essa distância é fundamental para a sustentação de certo “campo afetivo” mediado pelos *gadgets*, que pressupõem um usuário apenas e são dimensionados para atender a sua personificação. Estar sozinho ganha um novo significado, na medida em que tais dispositivos permitem a conectividade com o outro sem a sua presença concreta. Um campo de afetividade entre usuário, rede e *gadget* se estabelece, e parece reforçar a possibilidade de construção de narrativas cada vez mais íntimas.

Aqui cabe lembrar a obra “*I photograph to remember*”, do fotógrafo mexicano Pedro Meyer, que, segundo o próprio, foi um dos trabalhos pioneiros na assunção das novas tecnologias digitais, visto que as imagens foram destinadas a um CD-ROM. Realizada em 1991, tal obra não contou com a intermediação de *gadgets* (apesar de hoje estar disponível também para eles em versão para iPod que pode ser obtida pelo website da obra<sup>1</sup>), mas evidenciou a possibilidade desse campo afetivo nas telas, quando pautou-se pela ampla divulgação de imagens, portadoras de alta carga emocional, que traziam registros fotográficos da intimidade

dos últimos meses de vida de seus próprios pais (Figura 1). Não há como negar o forte apelo dramático presente nessa produção fotográfica, que muito flerta com a mesma afetividade que sempre esteve presente nas telas da televisão.

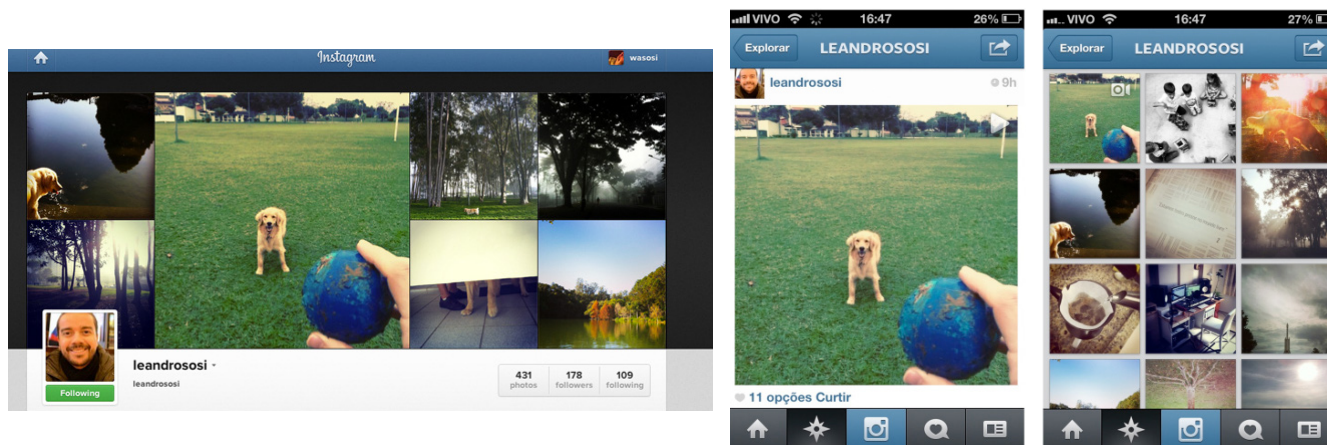
Esse campo afetivo, agora ampliado pelas redes sociais que convergem às telas, vem sendo alimentado em meio a um cenário de produção fotográfica que lida com uma simplificação tecnológica ímpar para se chegar a resultados esteticamente atraentes, os quais vêm sendo explorados constantemente por seus usuários.

### Estética da afetividade

O que Pedro Meyer, em 1991, foi obrigado a estruturar, isto é, a construção da narrativa e sua publicação, hoje já se encontra arquitetado e acessível pelos *gadgets*, como no caso do aplicativo para acesso à rede do *Instagram*, por exemplo, que não exige qualquer habilidade relacionada às técnicas fotográficas para a obtenção de resultados interessantes. Trata-se de mais um componente para propulsionar o desejo de se lançar na busca por narrativas autobiográficas, como bem observa Janet Murray, ao refletir sobre a construção de narrativas no universo digital:



**Figura 1: Imagens da obra *I photograph to remember*, de Pedro Meyer (1991). Trata-se de um audiovisual com 35 minutos de duração que traz imagens do drama familiar vivido pelo fotógrafo, ao descobrir as doenças terminais dos próprios pais**



**Figura 2: Variações de visualização das imagens no *Instagram*. À esquerda, a publicação na web, na forma de página pessoal do usuário; à direita, duas variações possíveis para a interface em *gadgets*, (*smartphones* ou *tablets*)**

À medida que mais e mais pessoas tornam-se tão habilidosas com o ambiente digital quanto o são com os velhos papel e caneta, a world wide web está se tornando um projeto autobiográfico global, uma gigantesca revista ilustrada de opinião pública [...] As narrativas de fantasia e de ficção científica terão sempre uma forte presença no ciberespaço; contudo, os elementos documentais da web — os álbuns de família, os diários de viagens e as autobiografias do ambiente atual — têm levado a narrativa digital a se aproximar dessa corrente. (MURRAY *apud* CANNITO, 2010, p. 160)

Nesse sentido, cabe observar que a arquitetura da informação visual das interfaces dessas redes imagéticas, bem como as dinâmicas de aplicação de filtros de tratamento das imagens, favorece a uma sensação sempre presente de propriedade da linguagem fotográfica, garantindo que qualquer assunto ou tema abarcado apresente aspectos formais atraentes.

A fotografia que emerge nessas redes parece dar conta de um universo cotidiano que só mais recentemente passou a ser realmente motivo para

os registros fotográficos, desmontando ainda mais o caráter solene e tradicional da fotografia posada ou de sua função de memorização de situações e momentos atípicos, como viagens, cerimônias, etc. A rotina passa a figurar-se como uma motivação sempre presente na produção fotográfica.

Essa fotografia da intimidade cotidiana imprime um tom confessional às narrativas construídas, em que um mapeamento cronológico das imagens (e também espacial, já que é capaz indicar a sua geolocalização) define e organiza a produção como uma espécie de diário de bordo, estrutura típica das narrativas confessionais dos blogs<sup>5</sup>.

Tudo o que é fotografado encontra aportes técnico e estético já formatados, com uma boa possibilidade de variações, garantindo ao usuário a motivação e a liberdade de diversificar constantemente seus motivos para o registro fotográfico (Figura 2).

<sup>5</sup> Segundo Cannito, “o termo surgiu da junção e abreviação de duas palavras do inglês: *web*, que se refere a *world wide web*, e *log*, que é um diário de registros, utilizado principalmente por navegadores. Os *weblogs* logo passaram a se chamar simplesmente *blogs*” (2010, p. 159).



Contudo, e principalmente, o *Instagram*, como rede social, promove uma inevitável mescla de narrativas nas telas dos *gadgets*, visto que congrega usuários diversos em uma mesma linha de tempo. Se a fotografia, quando fruída isoladamente, carrega em si uma forte denotação visual (por ser, tradicionalmente, ainda uma referência precisa do que representa), talvez tal precisão seja abalada quando imersa em narrativas de caráter aleatório (fotografia no modo *shuffle*), tal como o *Instagram* permite estruturar. Surgem daí elos que são forçosamente inseridos nessa dinâmica de diários visuais que permanecem em constante diálogo. Maciel, ao analisar o diário como um gênero, assevera:

A tentativa de racionalização da experiência do cotidiano é a base do gênero. As datas que costumam aparecer nas anotações de um diário, além de tentativa de organização de uma possível existência, é uma ordenação dos acontecimentos dentro da narrativa, criando um elo que une, muitas vezes, acontecimentos sem nenhuma ligação entre si. (MACIEL, 2004, p. 86)

Nesse “grande ensaio fotográfico” arquitetado por seus usuários, mas sempre imprevisível quanto ao tema e abordagem, essa função denotativa de cada fotografia tende a ser diluída? Em que medida a fotografia abala sua objetividade quando há tais conexões inesperadas? Ou se colocarmos nos termos de Spinoza, o quanto essa fotografia abandona sua capacidade de representar ideias e coisas e passa a representar aquilo que parecia impossível ao filósofo, ou seja, a representar os afetos sem a presença da coisa que nos afeta ou que é afetada?

Nas redes, o que conecta tais fotografias não é uma ideia precisa, mas os laços afetivos que estão por trás das conexões estabelecidas entre

usuários que, quase sempre, correspondem a relações “reais” na vida concreta, sejam estas em diversos níveis (entes queridos, colegas de profissão ou pessoas conhecidas recentemente). Em jogo, há uma espécie de significação fortuita do conjunto que foge ao controle de cada usuário.

E de que maneira essa possível “estética da afetividade” pode renegociar as formas de abordagem de assuntos específicos que são retratados nas redes sociais imagéticas?

Tomemos como exemplo as já históricas manifestações de rua no Brasil<sup>6</sup>, em 2013, as quais, no *Instagram*, eram acompanhadas da *hashtag* “#vemprarua”. Mesmo que a etiqueta represente uma ideia, a produção fotográfica aleatória que dali emergiu foi um grande ensaio fotográfico documental orquestrado pelos afetos, criando-se um novo ambiente de percepção de certa realidade sociopolítica em debate (Figura 3). Com cerca de setecentas mil imagens produzidas sob um mesmo tema, esse grande ensaio chama a atenção para outro desafio que está presente nessa estética da afetividade, que é o de se pensar as fotografias adiante da irracionalidade atribuída à abundância e ao excesso de imagens no universo digital.

Mas esse mesmo aspecto da desmesura, isto é, um aspecto inevitável às redes e que comumente é afirmado como irracional, e que, portanto, confronta a ideia do que se entende como razoável, aponta para a necessidade de uma abordagem sustentada teoricamente em modelos interpretativos que deverão dar conta dessa dimensão. É nesse sentido que acreditamos que a epistemologia da Virada Afetiva,

---

<sup>6</sup> Ocorridas em junho de 2013, as manifestações tiveram como estopim o aumento do preço da passagem de ônibus na cidade de São Paulo, influenciando a realização de protestos de rua em várias outras cidades brasileiras, que buscavam demonstrar todo tipo de insatisfação em relação aos governantes do país.



**Figura 3:** Telas de *smartphones* trazendo a visualização de imagens produzidas com a *hashtag* #vemprarua

sobretudo a filosofia dos afetos em Spinoza, que acaba por balizar o conhecimento racional pela afetividade, seja uma dessas frentes capazes de permitir a modelização de instrumentos teóricos para tratar de tais fenômenos.

Se tomarmos por exemplo a relação entre afeto e conhecimento a partir de Spinoza, seria possível notar

que a presença de afetos parece implicar a presença de um conhecimento, mesmo que parcial, de alguma coisa, ao passo que a ideia de uma coisa não parece implicar necessariamente a presença de um afeto. (SÉVÉRAC, 2009, p. 24)

Tais imensos ensaios fotográficos nessas redes são também “coisas”, só que edificadas a partir dos afetos, e a possibilidade de conhecimento que circula terá, portanto, quase que inevitavelmente, uma natureza afetiva.

Spinoza, lembremo-nos, afirma a alegria ou a tristeza como os afetos fundamentais para a ação, e que estes surgem a partir de “passagens” entre realidades (perfeições). Assim, seria possível imaginarmos a seguinte proposição: o corpo fotográfico

do #vemprarua, trazendo seu caráter denotativo e uma forte ideia de múltiplas realidades, mais do que registrar fotograficamente um evento, funciona, na verdade, como um grande conjunto de polos que promovem tais movimentos de estados de ânimo.

E se tentarmos definir esteticamente essa estrutura no *Instagram*, será possível até mapearmos aspectos formais que se mostram recorrentes, tais como a moldura quadrada das imagens, as múltiplas variações de contrastes dos filtros disponíveis, ou a presença constante de “sombras” (vinhetas) nos cantos da imagem: elementos plásticos que são capazes de garantir expressividade a qualquer imagem a ser publicada. No entanto, devemos notar que tal estética, que aqui se afirma estar presente nas redes, ao amparar-se nos afetos, transcende os aspectos meramente formais das imagens, lidando com uma dimensão de realidade que parece não ser possível de ser objetivada somente pela fotografia.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tentativa de se tentar afirmar tal “estética da afetividade” se ampara no entendimento de

estética como um conjunto de estratégias para o regimento da percepção. Assim, neste caso de análise da fotografia nas redes, não nos prenderíamos somente aos aspectos formais da imagem mas também ao caráter sistêmico que ali está presente, que envolve as tecnologias, as posturas, os modos de ser e estar no mundo.

Em redes como o *Instagram*, que disponibiliza aportes técnico e estético aos usuários e seus *gadgets*, “campos afetivos” — que supomos ter uma possível origem na relação entre a tela da TV e o espectador (a primeira rede social imagética) — agora são estruturados para a criação de narrativas cada vez mais íntimas, o que evidencia a instrumentalização da fotografia em uma intensidade inédita em sua trajetória.

E uma vez que a Virada Afetiva propõe, em certo sentido, uma guinada filosófica e, para isso, busca em Spinoza as bases para uma postura distinta daquela que teria fundado as ciências modernas, sugerimos que a fotografia seja encarada não só como um importante instrumento filosófico capaz de mediar as possíveis relações, contraposições e complementações presentes nas relações entre os afetos e a construção do conhecimento mas também como um expressivo meio de comunicação que se reforça a partir de sua inserção nas dinâmicas de trocas simbólicas da cultura digital.

## REFERÊNCIAS

ARMES, Roy. *On vídeo: o significado do vídeo nos meios de comunicação*. São Paulo: Summus, 1999.

ATHANASIOU, Athena; HANTZAROULA, Pothiti; YANNAKOPOULOS, Kostas. Introduction: towards a new epistemology: the “Affective Turn”. In: *Performing emotions: historical and anthropological*

*sites of affect. Historein*, v. 8, 2008, p. 5-16. Disponível em: <<http://www.nnet.gr/historein/historeinfiles/histvolumes/hist08/historein8-intro.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2013.

CANNITO, Newton. *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo: Summus, 2010.

CLOUGH, Patricia Ticineto. *The affective turn: theorizing the social*. Durham: Duke University Press, 2007.

MACIEL, Sheila Dias A literatura e os gêneros confessionais. In: BELON, Antonio Rodrigues; MACIEL, Sheila Dias (org.). *Em diálogo - estudos literários e lingüísticos*. Campo Grande: Ed. UFMS, 2004, p. 75-91.

MEYER, Pedro. *I photograph to remember*. Disponível em: <<http://www.pedromeyer.com/galleries/i-photograph/>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

SÉVÉRAC, Pascal. O conhecimento como o mais potente dos afetos. In: LIMA, André (org.). *O mais potente dos afetos: Spinoza e Nietzsche*. São Paulo: Martins Fontes, 2009, p. 17-58.

SPINOZA, Baruch. *Ética*. São Paulo: Autêntica, 2009.

Imagem e subjetividade  
Narrativas fotográficas confessionais  
e a estética da afetividade  
**Wagner Souza e Silva**

Data de envio: 11 de agosto de 2014.  
Data de aceite: 16 de outubro de 2014.

