



I am here

je suis là / ik ben hier

002 Je suis là.
Se mettre en œuvre, de l'autoportrait au selfie

006 L'émergence de l'autoportrait et ses finalités

010 Autoportrait de photographe /
Autoportrait de la photographie

014 Une redéfinition de l'autoportrait

018 Pourquoi le selfie est-il si populaire ?

022 Les enjeux de l'autoportrait pour
les artistes femmes

026 Selfie et (marketing) politique

030 Les dérives du selfie : l'intégrité en question

032 De l'outil de commercialisation de soi
à l'outil de commercialisation du soi

034 La fabrique du décor

036 Et maintenant ? Perspectives

Annexes

042 Bibliographie sélective

044 Lexique

045 Biographies

046 Colophon

048 ULB Culture - présentation

I am here

je suis là / ik ben hier

Sous la direction d'Anne-Sophie Radermecker et Hélène Mariaud



lam here

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

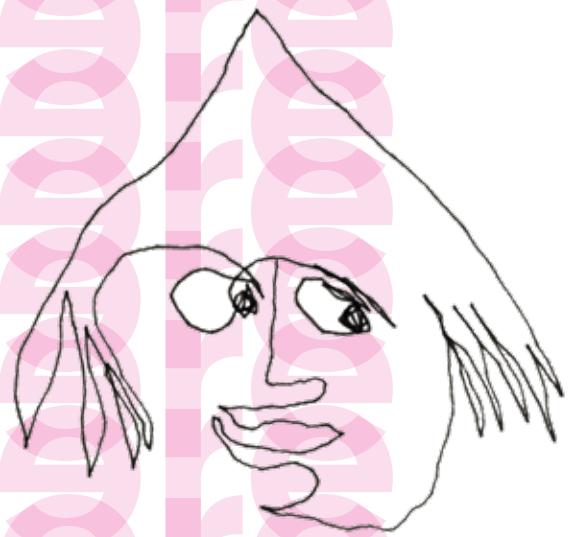
je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier

je suis là / ik ben hier



Je suis là.

Se mettre en œuvre, de l'autoportrait au selfie

Hélène Mariaud (ULB, doctorante-assistante)

Je suis là interroge ce que signifie se représenter, se montrer, se regarder et se raconter par le recours à sa propre image, de l'autoportrait aux pratiques contemporaines du selfie. À la croisée de plusieurs disciplines (histoire de l'art, sociologie, psychologie), l'exposition propose une réflexion historique et critique sur la prolifération des images de soi ainsi que sur la manière dont l'autoreprésentation façonne nos identités, nos liens sociaux et notre rapport à nous-mêmes.

Issue d'une interrogation sur les façons actuelles de se mettre en image, l'exposition questionne l'acte de l'autoreprésentation quand chacun·e peut, en un geste, produire, diffuser, modifier et capitaliser sur sa propre image. Elle aborde des thèmes variés tels que les enjeux politiques, le narcissisme et l'addiction aux médias, mais aussi les promesses de l'engagement, du *body positivism* et de ses alternatives, lorsque l'image de soi devient un espace de pouvoir et de contestation.

En remontant le fil depuis les premiers autoportraits peints jusqu'aux expérimentations photographiques, vidéographiques et numériques, le parcours retrace une histoire située de cette pratique. Il montre comment ce geste sert tour à tour de carte de visite, de laboratoire identitaire et de manifeste politique, notamment chez les artistes femmes, qui retournent contre le regard masculin un outil longtemps associé à la vanité. Mis en regard avec les pratiques ordinaires du selfie, ce récit invite à interroger les frontières entre vanité et narcissisme, entre affirmation de soi et mise en scène normalisée du moi. Là où les vanités rappelaient la fugacité de la vie, les autoportraits numériques – souvent éphémères – affirment leur présence dans le flux des réseaux, à la recherche de likes, de commentaires et d'autres signes de validation.

Je suis là se présente donc comme un appel à explorer les multiples fonctions de l'autoreprésentation, en tant qu'outil de légitimation, espace d'émancipation et de réappropriation de l'image de soi, mais aussi support d'une économie de l'attention où visage et corps s'imposent comme des ressources à part entière. Le tout sans en ignorer les dérives potentielles telles que la mise en danger, l'atteinte à l'intégrité des lieux ou des mémoires, ou encore la pression à se conformer à des standards de beauté. En articulant œuvres de collections belges, créations contemporaines et dispositifs scénographiques interactifs, l'exposition invite chacun·e à interroger ses propres pratiques selfie, à en mesurer les enjeux et les effets psychologiques, sociaux et politiques et à réfléchir à ce que la visibilité fait à nos existences.



003

←

Eddie Bonesire
Autoportrait, s.d.,
encre sur papier, 16 x 12 cm,
courtesy of the artist

Laura De Saqui
Autoportrait au téléphone, 2024,
pointe sèche, 19 x 14 cm,
courtesy of the artist





←

Gilles et Sébastien*Sans titre*, 2025, photographie, 84 x 64 cm, courtesy of the artist**Mao Wu***Autoportrait*, 2023, peinture à l'huile sur le couvercle d'une boîte à biscuits, 12,5 x 12,5 cm, courtesy of the artist

L'émergence de l'autportrait et ses finalités

006

Gaëlle Marchant (ULB, doctorante) et
Anne-Sophie Radermecker (ULB, chargée de cours)



[...] souvent présenté comme
l'un des premiers autoportraits
autonomes [...]

Jan van Eyck
L'Homme au turban rouge, 1433,
huile sur panneau, 25,5 x 19 cm,
National Gallery de Londres, wikipedia commons

Portrait des époux Arnolfini, 1434,
huile sur panneau, 82,2 x 60 cm,
National Gallery de Londres, wikipedia commons



Le 15^e siècle est marqué, en Europe, par des innovations techniques qui offrent de nouvelles possibilités aux artistes du Moyen Âge tardif. Parmi ces innovations figurent l'application plus systématique de la perspective dans les tableaux ainsi que de nouvelles méthodes de fabrication des miroirs en verre (étain-mercure), offrant un potentiel inédit pour la représentation de soi. À cette époque, les artistes commencent à questionner leur identité et leur statut social tout en cherchant à se démarquer de plus en plus des artisans. Ces interrogations les conduisent notamment à renouveler les traditions picturales existantes, avec l'apparition progressive d'un genre singulier : l'autoportrait.

Parmi les exemples iconiques de cette époque, *L'Homme au turban rouge* (1433) de Jan van Eyck est souvent présenté comme l'un des premiers autoportraits autonomes. Le célèbre *Portrait des époux Arnolfini* (1434), du même artiste, témoigne également des avancées techniques et des questionnements identitaires de son temps. Dans ce tableau, van Eyck intègre subtilement, par le biais d'un jeu de perspective complexe, son propre reflet dans le miroir dit « de sorcière » situé au fond de la composition. Au-dessus de celui-ci, l'inscription latine *Johannes de Eyck fuit hic* (« Jan van Eyck était ici ») traduit la volonté de l'artiste de laisser une trace de sa présence, à la fois comme auteur de l'œuvre et comme témoin direct de l'événement représenté.

D'un détail dissimulé dans une composition, l'autoportrait se développe pour devenir un genre indépendant, révélant une pratique nouvelle d'introspection par l'image peinte. Albrecht Dürer s'impose notablement dans l'art de l'autoreprésentation, avec trois autoportraits datés respectivement de 1493, de 1498 et de 1500. Déjà à l'époque, l'artiste exploite le potentiel – mais aussi l'ambiguïté – qu'offre cette démarche figurative en croisant intentionnellement ses traits avec ceux du Christ. Volonté d'affirmer sa foi religieuse ou désir de renvoyer une image idéalisée de lui-même ?

Outre la volonté d'affirmer la paternité d'une œuvre, l'autoportrait constitue donc le moyen à la fois de faire la démonstration de ses aptitudes techniques auprès des commanditaires, de véhiculer des messages symboliques et de disposer d'un modèle accessible en tout temps. Dans la veine du développement de la pensée humaniste, cette pratique d'autoreprésentation témoigne d'une affirmation croissante de l'individualité, faisant écho aux questionnements introspectifs des artistes de l'époque.



[...] volonté d'affirmer sa foi religieuse ou désir de renvoyer une image idéalisée de lui-même ?

Albrecht Dürer
Autoportrait, 1500,
 huile sur bois, 67,1 x 48,7 cm,
 Alte Pinakothek, Munich,
[wikipedia commons](#)



Rembrandt Harmenszoon van Rijn

Autoportrait aux yeux écarquillés, 1630, gravure à l'eau-forte et au burin, 5,1 x 4,4 cm © Musée Wittert ULiège

Au 17^e siècle, Rembrandt pousse l'exercice à son paroxysme en y insufflant une dimension psychologique. L'artiste se représente à de nombreuses reprises au cours de sa carrière, à tout âge, laissant derrière lui des versions contrastées de son apparence. Cette volonté de capturer par l'image l'effet du temps qui passe demeure une pratique toujours exploitée aujourd'hui par de nombreux artistes.



Mig Quinet
Autoportrait, 1945,
encre de Chine sur papier gouache, 77,5 x 65,4 x 2,7 Cm,
n° inv. AM436, Musée L – Don de l'artiste.
© Musée L / Photo : Musée L – Jean-Pierre Bougnet



Emile Motte
Autoportrait, 1927,
huile sur toile, 94,5 x 89 cm,
Collections Ville de Mons

Autoportrait de photographe / Autoportrait de la photographie

Danielle Leenaerts (ULB, chargée de cours)



Henri Evenepoel

Autoportrait dans un miroir, 1897, Musées royaux des Beaux-Arts de Belgique,
Archives de l'Art contemporain en Belgique, Bruxelles, AACB, inv. 76613 / 115 (cliché KIK-IRPA X077749)

Julia Pirotte →

Mon autoportrait dans la glace (avec tablier), Marseille, 1943,
épreuve à la gélatine argentique, tirage d'époque, 24,3 x 17,8 cm, coll. Musée de la Photographie MPC 2006/79, Droits réservés



/
 [...] Charles Baudelaire
 accuse le public moderne
 de se presser
 « comme un seul Narcisse ».

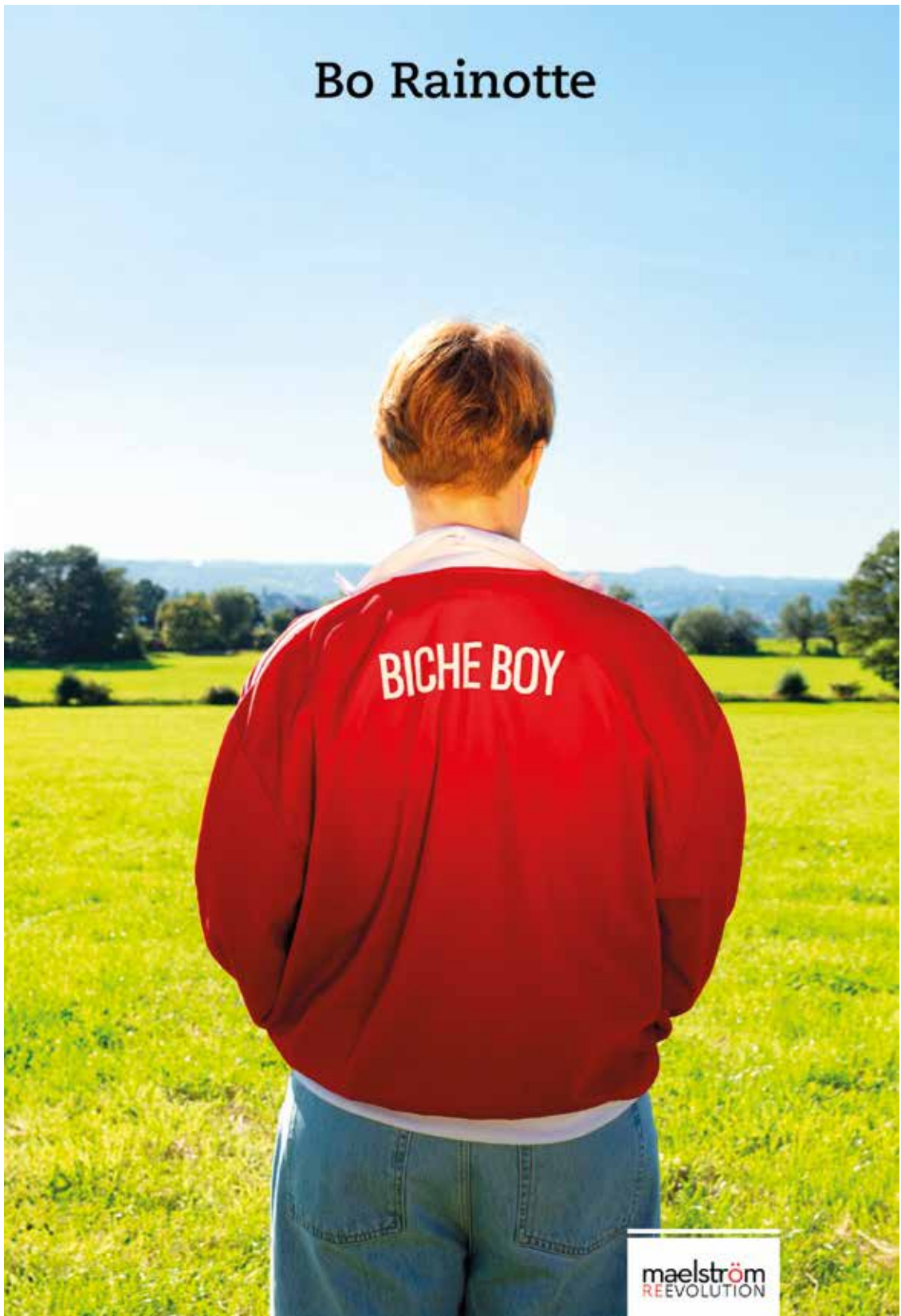
Dès les prémices de son invention en 1839, la photographie se voit conférer une mission encyclopédique visant à enregistrer l'ensemble du réel. L'une de ses principales applications, d'entrée de jeu, est le portrait, le plus souvent mis en scène au sein d'un studio photographique, dans lequel Charles Baudelaire accuse le public moderne de se presser « comme un seul Narcisse ». C'est précisément à l'encontre de cette industrie normative que s'élaborent au milieu du 19^e siècle les premiers autoportraits photographiques. La représentation de soi devient alors le lieu d'une introspection, visant à exprimer non plus une ressemblance physique, mais bien une vérité intérieure, que Nadar identifie comme étant la psychologie de son modèle.

Les expérimentations menées par les avant-gardes dans la première moitié du 20^e siècle encouragent à leur tour les photographes à se départir de la description. Déformations et travestissements conduisent à faire de son corps et/ou de son visage un matériau, soumis à un travail interprétatif pouvant aller jusqu'à renoncer à sa reconnaissance. Se jouant de l'image d'eux-mêmes, les photographes bénéficient alors d'un nouvel outil de travail : le déclencheur à distance, permettant d'actionner la prise de vue une fois que l'on est positionné devant l'appareil plutôt que de devoir recourir à un miroir. Il n'est d'ailleurs pas rare que l'un de ces deux éléments figure à l'intérieur même de la composition, pour en révéler la construction. Les effets visuels dans lesquels se recomposent alors les traits des photographes contrastent avec la finalité descriptive offerte par la mécanisation de l'autoportrait à travers le photomaton, élaboré en 1925 et dont se jouent alors notamment les surréalistes.

Faisant suite à l'abstraction du noir et blanc, la généralisation de la couleur à partir du dernier quart du 20^e siècle contribue à l'avènement d'une forme de citation directe du quotidien, voire de l'intimité du photographe, brouillant les frontières entre privé et public et incluant le spectateur dans une relation à l'image, au-delà de la contemplation de celle-ci. C'est aussi par l'autoportrait que la construction identitaire, entité mouvante et en perpétuelle redéfinition au contact de l'autre, se trouve mise en perspective. L'image autorise dès lors une (re)définition possible de soi, comme en atteste par exemple l'ensemble de l'œuvre de Cindy Sherman.

Modalité de prise de vue aujourd'hui intégrée dans nos téléphones, le selfie réaffirme l'image photographique comme marqueur temporel, répondant au besoin anthropologique des humains de scander leur présence au monde, d'affirmer, comme le rappelle le titre de cette exposition, que « *je suis là* », dans un effet de présence ravivé à chaque regard posé par un spectateur.

Bo Rainotte



Une redéfinition de l'autoportrait

Gaëlle Marchant (ULB, doctorante) et

Anne-Sophie Radermecker (ULB, chargée de cours)

014



Nathalie Amand

Autoportrait 5, 2005,

photographie, 70 x 80 cm,

collection d'art moderne et contemporain de l'Université libre de Bruxelles

Les tout premiers autoportraits reposent avant tout sur une recherche de ressemblance physiognomonique, s'attachant à reproduire avec fidélité les traits du visage de l'artiste. Avec le 20^e siècle, toutefois, le genre connaît des transformations majeures. Alors même que le terme « autoportrait » fait son entrée dans les dictionnaires, de nouvelles interrogations émergent quant à ce qui constitue véritablement un autoportrait. Les œuvres produites à cette époque intègrent davantage l'abstraction et la non-figuration; certaines vont jusqu'à assumer l'absence du visage, remettant en cause le primat de la représentation faciale dans l'affirmation de l'identité.

Les années 1960 marquent un tournant décisif. Cette décennie est traversée par des débats de société où le corps occupe une place centrale (droits des femmes et des minorités, y compris de genre, libération sexuelle, etc.). Dans ce contexte, les artistes élargissent leur focale et font de leur corps – et non plus uniquement de leur visage – le sujet de leurs œuvres. Le corps se voit alors attribuer des fonctions multiples: il devient à la fois producteur, sujet, support et médium artistique. De nouvelles formes émergent, donnant naissance au *body art*, à la performance et, plus largement, aux pratiques d'art corporel. Les artistes explorent également davantage d'autres techniques, telles que la sculpture, la photographie, la vidéo ou encore l'installation.

Les œuvres produites depuis cette période, bien que très hétérogènes, partagent un point commun essentiel: la question de l'intention. En effet, les autoportraits contemporains peuvent être identifiables de différentes manières: par l'image elle-même – lorsqu'elle renouvelle ou rejoue les codes du passé –, par le titre de l'œuvre ou encore par le récit que l'artiste propose de lui-même à travers sa pratique, parfois rendu accessible grâce à des textes explicatifs ou à la médiation. Il arrive aussi que certaines œuvres, non conçues initialement comme des autoportraits, soient perçues et interprétées comme tels. Cette évolution dans la réception peut tenir à l'esthétique de l'œuvre ou à son mode de fabrication, notamment lorsque l'artiste recourt à des empreintes, à des traces ou à des fluides corporels. Ainsi, les œuvres dotées de vertus « autoreprésentatrices » revêtent autant de formes qu'il existe d'artistes, donnant à voir une pluralité d'interprétations d'un sujet pourtant commun à toutes et à tous.

Le corps se voit alors attribuer des fonctions multiples: il devient à la fois producteur, sujet, support et médium artistique.



Fañch Le Bos

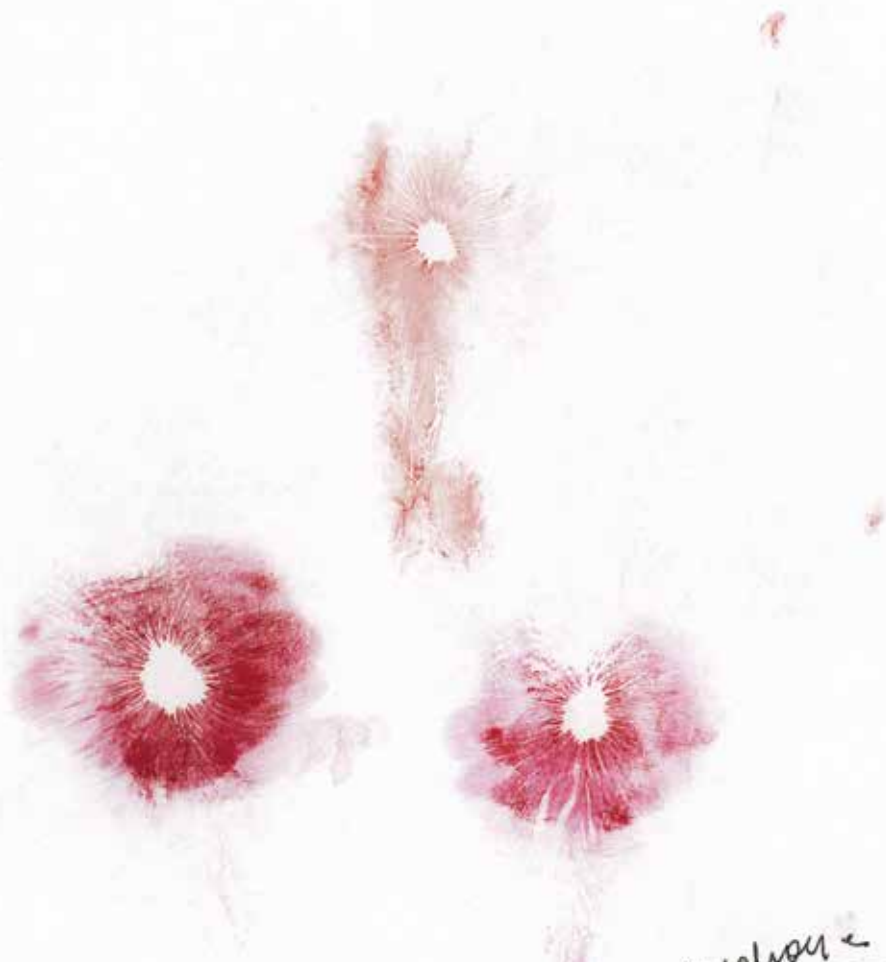
Self-storage, Box 2343,
photographie, impression UV sur plexiglass, 75 x 112,5 cm, courtesy of the artist

Wim Delvoe →

Anal Kiss (Hotel Admiral Basel), 2000,
lipstick print on hotel stationery, 55 x 45 cm, courtesy Galerie Rodolphe Janssen, Bruxelles



Hotel Admiral
Messeplatz
CH-4021 Basel/Switzerland
Fon + 41 61 691 77 77
Fax + 41 61 691 77 89
hotel@admiral.ch
www.admiral.ch



8-24

****Komfort ***Hotel

200 Betten / 140 Zimmer, Cafébar, Konferenzräume, Geheizter Open-Air-Swimmingpool (Mai-Oktober)

Melina &
99

Pourquoi le selfie est-il si populaire ?

Émilie Caspar (UGent, professeure associée ; ULB, collaboratrice scientifique)

018



Au-delà d'une simple mode, le selfie révèle des mécanismes psychologiques et cognitifs profonds. Les sciences psychologiques et cognitives montrent que cette pratique n'est pas qu'un geste narcissique, soit l'expression d'un amour excessif de soi. Elle constitue, en réalité, une manière contemporaine de réfléchir à soi et de se connecter aux autres.

Le selfie remplit en effet une fonction sociale importante. Du point de vue de l'évolution, maintenir une bonne réputation est essentiel, car le statut au sein du groupe conditionne l'accès aux ressources et au soutien social. Publier un selfie revient à solliciter des retours sociaux (likes, commentaires, réactions) qui agissent comme des signaux de reconnaissance. Des études en neurosciences montrent que ces retours activent les circuits neuronaux de la récompense, notamment le noyau accumbens, ce qui peut renforcer le sentiment de valeur personnelle et encourager la répétition du comportement. En 2021, Megan Vandemia et David DeAndrea ont démontré que, chez les adolescents, voir des photos ayant reçu de nombreux « likes », en particulier leurs propres photos, est associé à une activation plus forte de ce même noyau accumbens.

Par ailleurs, le selfie participe à la contagion émotionnelle, c'est-à-dire la transmission des états émotionnels entre individus. Selon l'article de Nishiyama Sasaki et de ses co-auteurs publié en 2021, observer quelqu'un de joyeux ou de triste ou partager ses propres états émotionnels peut induire des états émotionnels similaires chez autrui, favorisant ainsi un sentiment de compréhension et de connexion sociale.

L'étude de Ruoxu Wang et de son équipe nous apprend toutefois que la comparaison sociale peut aussi engendrer une baisse de l'estime de soi et de la satisfaction à l'égard de sa propre vie, notamment parce qu'elle s'opère souvent avec des personnes perçues comme « meilleures » que soi. Lorsque les selfies sont utilisés principalement à des fins de validation sociale ou de compensation émotionnelle, ils sont corrélés à un narcissisme plus important et à une vulnérabilité accrue à l'anxiété, nous apprennent d'autres chercheurs. Le consensus scientifique actuel souligne donc que ce n'est pas l'acte du selfie en lui-même, mais bien la fonction psychologique qu'il remplit qui apparaît déterminante pour comprendre ses implications en matière de bien-être psychologique.

Ainsi, bien que le selfie constitue pour la plupart d'entre nous un outil ordinaire de communication, d'expression de soi et de gestion identitaire, il remplit également une fonction sociale forte et peut avoir des conséquences significatives sur nos émotions et notre bien-être psychologique.

[...] la comparaison sociale peut aussi engendrer une baisse de l'estime de soi [...]



Dieter Appelt
Der Fleck auf dem Spiegel,
den der Atemhauch schafft, 1978,
 épreuve à la gélatine argentique,
 tirage d'époque, 29 x 38,5 cm,
 coll. Musée de la Photographie MPC 87/98,
 courtesy Galerie Françoise Paviot





←

Irene Bengoechea*Scanographie III*, 2025,

scanographie et aquarelle sur papier photographique, 40 x 30 cm, courtesy of the artist

André Nonga Tassebedo*Autoportrait, Ouagadougou*, 1970,

épreuve à la gélatine argentique, tirage tardif, 39,9 x 39,6 cm, coll. Musée de la Photographie MPC 99/791, Droits réservés

Les enjeux de l'autoportrait pour les artistes femmes

Tara Planchet (historienne de l'art)



Si l'autoportrait est un thème récurrent dans l'histoire de l'art occidental depuis le 15^e siècle, son usage par les artistes femmes revêt des enjeux particuliers. Longtemps, leurs autoportraits ont été interprétés comme une expression de la vanité, un vice fréquemment symbolisé par une femme se contemplant dans un miroir – l'histoire de l'art ayant été longtemps une discipline définie par le regard masculin.

L'ouvrage *Seeing Ourselves: Women's Self Portraits* (1998) de l'historienne de l'art Frances Borzello a montré que cette lecture occultait les intentions des artistes femmes, qui utilisaient l'autoportrait comme un moyen d'affirmer leur présence et leur légitimité.

Jusqu'au 20^e siècle, les artistes femmes devaient composer avec de nombreuses contraintes. En effet, elles étaient tenues de se représenter, en société comme dans leurs autoportraits, selon les codes de convenance de leur époque. De plus, elles avaient un accès limité à la formation artistique et se voyaient interdire la pratique du dessin d'après modèle nu.e. Cette restriction les excluait des genres les plus valorisés – peinture d'histoire, sujets bibliques ou mythologiques – et les cantonnait aux natures mortes et aux portraits, genres moins prestigieux mais qui pouvaient leur offrir une certaine autonomie financière.

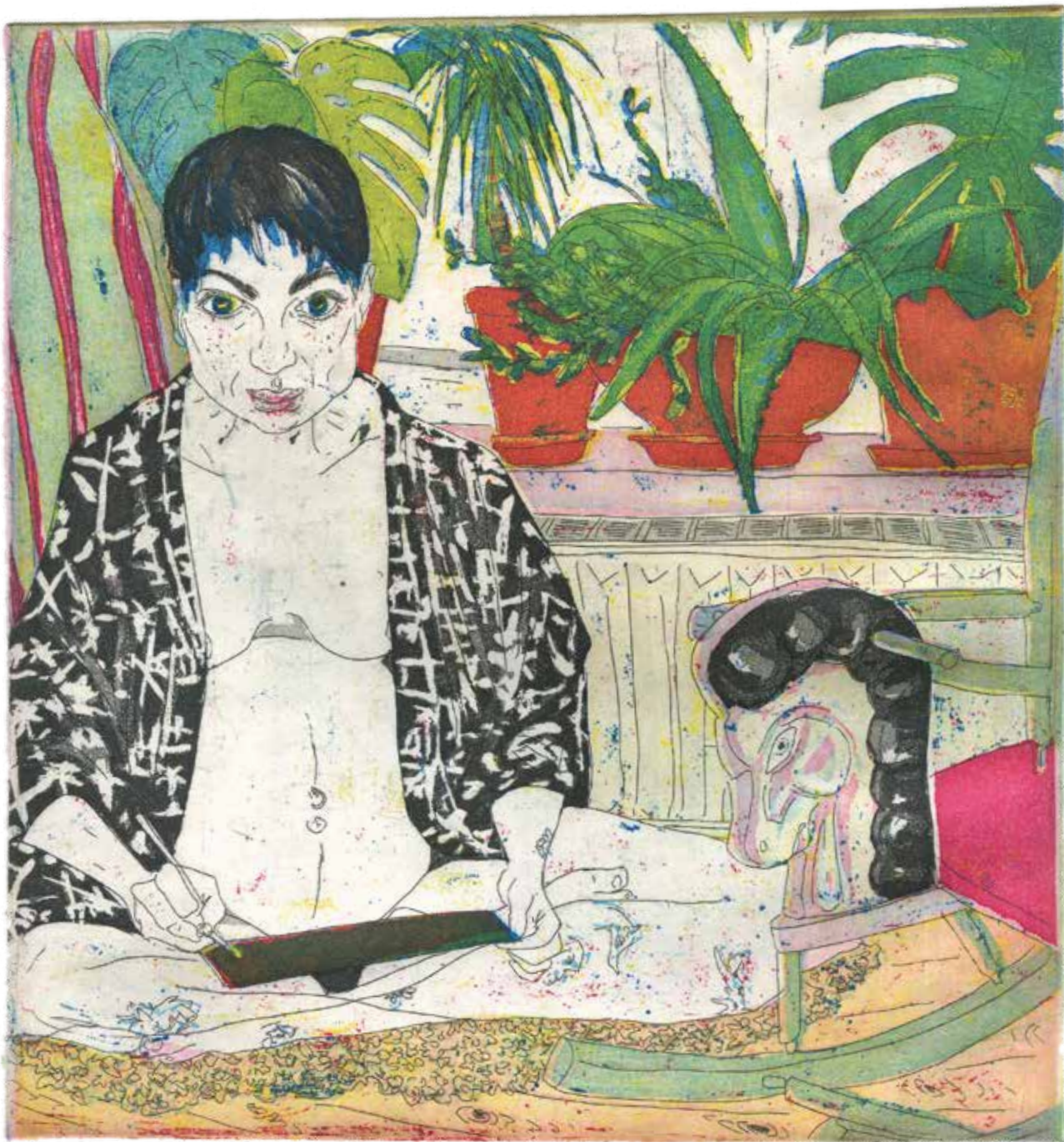
Dans ce contexte contraignant, l'autoportrait devient un outil d'émancipation progressive. Il permet aux artistes femmes de se représenter non plus seulement comme objets du regard, mais comme sujets actifs de leur propre image. Dans son *Autoportrait en allégorie de la peinture* (1638-1639), Artemisia Gentileschi revendique explicitement son statut professionnel dans une tradition jusqu'alors réservée aux hommes.

À partir de la seconde moitié du 20^e siècle, portées par les mouvements féministes, les artistes revendiquent une représentation plus directe de leur corps et de leur vécu. Elles questionnent les normes de beauté imposées aux femmes et abordent de nouveaux thèmes longtemps absents des représentations artistiques, comme la grossesse, la naissance, la sexualité, la maladie ainsi que les identités raciales et de genre. Dans ces œuvres, la sphère personnelle devient un espace de revendication politique, comme en témoignent les autoportraits de Frida Kahlo.

[/...] l'autoportrait comme un moyen d'affirmer leur présence et leur légitimité.

Gilberte Dumont

Autoportrait, 1949, huile sur toile marouflée sur panneau, 54 x 53 cm, coll. du musée des Beaux-Arts de Charleroi



Laura De Saqui
Sept mois, 2025,
quadrichromie eau forte et aquarelle, 38 x 29 cm, courtesy of the artist

L'autoportrait permet également d'évoquer la difficulté de concilier pratique artistique et rôles sociaux assignés aux femmes, notamment celui de mère. Présentes dès le 18^e siècle, notamment dans les autoportraits d'Élisabeth Vigée Le Brun avec sa fille, les allusions à la maternité deviennent au 20^e siècle un moyen explicite d'exprimer une expérience longtemps invisibilisée.

Autrement dit, loin d'un simple exercice narcissique, l'autoportrait constitue pour les artistes femmes un espace de liberté et d'affirmation, leur permettant de s'émanciper progressivement des normes esthétiques, sociales et symboliques qui les contraignaient.



Bérengère Henin

Autoportrait en carpe XVI - C'est un beau lot, 2021,

lithographie et rehauts à l'encre de Chine, 50 x 66 cm, collection du Centre de la Gravure, inv. OE10318

Selfie et (marketing) politique

026

Laurence Rosier (ULB, professeure)

Qui dit communication dit visibilité dans l'espace public. À ce titre, Dominique Cardon, dans son article intitulé « Identité en ligne » (2019), indique que le selfie fait partie du design de la visibilité. Les personnalités publiques, dont les hommes et les femmes politiques, s'en servent abondamment pour se promouvoir, ainsi que leur programme, auprès de leur électorat.

Fort de son expérience d'homme politique, Barack Obama explique : « L'une des choses bizarres que j'ai découvertes quand j'étais président, c'est que les gens ne me regardaient plus dans les yeux et ne me serraient plus la main. » En 2016, au moment des présidentielles américaines, on a pu voir une photo de la candidate Hillary Clinton devant un public qui lui tournait le dos afin de réaliser un selfie avec elle en arrière-plan. L'ancien Premier ministre du Canada Justin Trudeau a quant à lui été baptisé « le roi des selfies ».

La pratique du selfie et le sentiment de proximité qu'elle engendre incarnent, selon Myriam Durocher et Mireille Lalancette dans un article de 2019, « cette idée de personnalisation des pratiques politiques [...], laquelle est conséquente avec l'ère néolibérale et l'idéologie occidentale qui favorisent l'individualité ». Le selfie reproduit également des images très stéréotypées, notamment des rôles de genre : le ou la politique en bon père ou bonne mère de famille, aimant les animaux, pratiquant un sport ou cuisinant, etc.

Dans son essai *Selfie. Comment le capitalisme contrôle nos corps* (2023), Jennifer Padjemi décortique les mécanismes de l'industrie de la beauté ainsi que les conséquences du capitalisme sur nos corps, mais aussi sur nos émotions et nos psychés.

Le selfie faisant partie du marketing politique relationnel, il est dès lors abondamment discuté, selon une dualité opposant style et substance, ou image et contenu. On l'a vu dans les médias lorsque les membres des flottilles palestiniennes postaient sur les réseaux des « selfies-messages » : leurs adversaires, critiques des briseur-ses de blocus, les ont alors surnommés « *selfieyacht* ».

Par ailleurs, les internautes dénoncent ponctuellement les selfies de soldats tout sourire en pleine exaction, aux quatre coins du monde. Du marketing à l'éthique ?



Benjamin Huynh

Côté jardin, côté cour, avec Emrys, Lourdes, Faust, Sofia, Elias et Lili, 2022, acrylique sur coton, 8 x (180 x 125 cm), courtesy of the artist



Stéphanie Petitjean
Dear King, Please, Give me a House, 2025,
photographie, dimensions variables, courtesy of the artist

Éthique du selfie et pratique (critique) politique

Des artistes produisent régulièrement des œuvres critiques à l'égard des pratiques selfieques. Ainsi, le réalisateur Matthew Frost a réalisé un court-métrage mettant en scène Kirsten Dunst dans son propre rôle d'actrice hollywoodienne. Intitulé *Aspirational*, le projet dénonce l'aspect égocentrique et l'absurdité du selfie. Plus engagé encore : pour dénoncer notamment les selfies amoureux ou fantaisistes réalisés devant le Mémorial de la Shoah à Berlin, l'artiste israélien Shahak Shapira, âgé de 28 ans, a mené une contre-offensive à coups de photomontages ultraviolents, publiés sur son site « YoloCaust.de », contraction du slogan « *You Only Live Once* » et de « *Holocaust* ».

Mais le geste selfieque peut-il acquérir une fonction citoyenne, voire activiste (comme dans l'ouvrage collectif *Selfie Citizenship*, dirigé par Adi Kuntsman en 2017), et être défendu à ce titre ? Pour Marina Merlo (2022), « le selfie est peut-être la forme visuelle actuelle qui véhicule le plus d'images de corps ; il offre donc un contrepoids important aux discours qui déplorent une perte de l'humain dans le monde contemporain, en particulier par le numérique ». Il est aussi devenu une nouvelle pratique esthétique, notamment dans le domaine du cinéma, comme dans le film *Selfies* de Claudius Gentinetta (2021), entièrement composé à partir de selfies glanés sur Internet, puis retravaillés et gouachés. « Dans les contextes où la représentation est un enjeu de pouvoir, ajoute Marina Merlo, l'autoreprésentation gestuelle qu'est le selfie [...] peut devenir un outil particulièrement puissant. » On peut mentionner ici les selfies du dissident chinois Ai Weiwei qui, en 2009, est parvenu, dans un ascenseur, à se photographier subrepticement entouré par les gardiens qui l'avaient arrêté (Murat, 2018).

C'est dans cette ligne de réflexions que l'on peut rappeler une scène de selfie devenue culte – et symbole féministe –, même s'il est pris avec un Polaroid, dans le film *Thelma et Louise* sorti en 1991. André Gunthert a consacré un article à cette scène en 2015 et l'analyse de la façon suivante : « L'esprit du selfie, c'est l'autonomie. *Thelma et Louise* est assez emblématique : elles manifestent leur féminisme en faisant elles-mêmes leur photo, loin d'une autorité paternaliste. »

Selfie et empouvoirement, même combat ?

L'esprit du selfie,
c'est l'autonomie [...]

Anne De Gelas
Autoportrait (masque fleur), 2020,
10 x 10 cm, courtesy of the artist

La metis de BX →
PUBLIC ENEMY #1, 2024,
installation, dimensions variables,
courtesy of the artist





INDIVIDUALS
Fruit tree available - Dile in multiple face
Frank posture of prop business
Etching in la rue palme



Fruit tree available - Dile in multiple face
Frank posture of prop business
Etching in la rue palme

WANTED
LGBT TERRORISM - CONFIDENCE ABUSE, INSULT TO THE PATRIARCHY



LA METIS
APPROACH WITH EXTREME CAUTION

LA METIS was last seen corrupting minds with a distorted vision of an 'inclusive' and 'diverse' society. Her rhetoric is a dangerous threat to our values and poses a grave risk to the fabric of our society. Approach with caution - her message is not to be trusted.

If you have any information regarding his whereabouts, please contact your nearest police station to report or call our help hotline

WANTED
LGBT TERRORISM - CONFIDENCE ABUSE, INSULT TO THE PATRIARCHY



LA METIS
APPROACH WITH EXTREME CAUTION

LA METIS was last seen corrupting minds with a distorted vision of an 'inclusive' and 'diverse' society. Her rhetoric is a dangerous threat to our values and poses a grave risk to the fabric of our society. Approach with caution - her message is not to be trusted.

If you have any information regarding his whereabouts, please contact your nearest police station to report or call our help hotline

WANTED
LGBT TERRORISM - CONFIDENCE ABUSE, INSULT TO THE PATRIARCHY



LA METIS
APPROACH WITH EXTREME CAUTION

LA METIS was last seen corrupting minds with a distorted vision of an 'inclusive' and 'diverse' society. Her rhetoric is a dangerous threat to our values and poses a grave risk to the fabric of our society. Approach with caution - her message is not to be trusted.

If you have any information regarding his whereabouts, please contact your nearest police station to report or call our help hotline

WANTED
LGBT TERRORISM - CONFIDENCE ABUSE, INSULT TO THE PATRIARCHY



LA METIS
APPROACH WITH EXTREME CAUTION

LA METIS was last seen corrupting minds with a distorted vision of an 'inclusive' and 'diverse' society. Her rhetoric is a dangerous threat to our values and poses a grave risk to the fabric of our society. Approach with caution - her message is not to be trusted.

If you have any information regarding his whereabouts, please contact your nearest police station to report or call our help hotline

WANTED
LGBT TERRORISM - CONFIDENCE ABUSE, INSULT TO THE PATRIARCHY



LA METIS
APPROACH WITH EXTREME CAUTION

LA METIS was last seen corrupting minds with a distorted vision of an 'inclusive' and 'diverse' society. Her rhetoric is a dangerous threat to our values and poses a grave risk to the fabric of our society. Approach with caution - her message is not to be trusted.

If you have any information regarding his whereabouts, please contact your nearest police station to report or call our help hotline

WANTED
LGBT TERRORISM - CONFIDENCE ABUSE, INSULT TO THE PATRIARCHY



LA METIS
APPROACH WITH EXTREME CAUTION

LA METIS was last seen corrupting minds with a distorted vision of an 'inclusive' and 'diverse' society. Her rhetoric is a dangerous threat to our values and poses a grave risk to the fabric of our society. Approach with caution - her message is not to be trusted.

If you have any information regarding his whereabouts, please contact your nearest police station to report or call our help hotline

LA METIS
APPROACH WITH EXTREME CAUTION

LA METIS was last seen corrupting minds with a distorted vision of an 'inclusive' and 'diverse' society. Her rhetoric is a dangerous threat to our values and poses a grave risk to the fabric of our society. Approach with caution - her message is not to be trusted.

If you have any information regarding his whereabouts, please contact your nearest police station to report or call our help hotline

IN
D



Les dérives du selfie : l'intégrité en question

Vincent Timsit (EHESS, doctorant ; ULB, collaborateur scientifique)

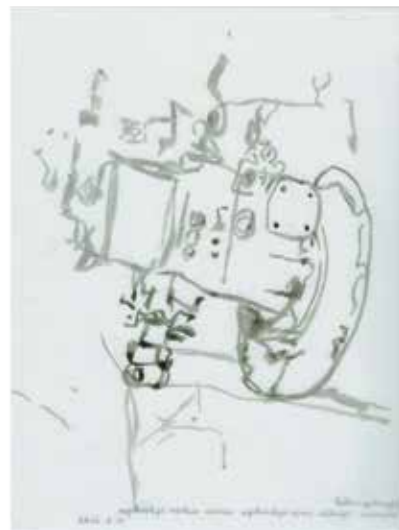
Depuis quelques années, la presse aligne les formules choc: « les selfies tuent plus que les requins », « ressembler à son selfie peut virer à l'obsession », « une œuvre d'art est réduite en miettes pour une photo souvenir ». D'autres – soulignant l'attention médiatique anxigène accordée au phénomène – dénoncent « la nouvelle bête noire des lieux touristiques » ou « l'angoisse des conservateurs de musée ». En d'autres termes, si le selfie s'inscrit dans la continuité de l'autoreprésentation, il se distingue, entre autres, par les « dérives » qu'on lui attribue. Mais que désigne-t-on exactement par-là ?

En 1963, le sociologue Howard Becker rappelait que la déviance n'existe pas *en soi*: elle est « le produit d'une transaction effectuée entre un groupe social et un individu qui, aux yeux du groupe, a transgressé une norme ». De la même manière, les dérives du selfie apparaissent lorsqu'une forme d'intégrité – état originel, sacré, pur ou authentique d'une chose – est perçue comme profanée.

Procédant à une analyse typologique, quatre grandes catégories se dégagent. Lorsqu'un site naturel ou une œuvre exposée dans un musée sont endommagés par la quête d'une image, c'est l'intégrité des lieux et du bien commun qui est touchée. Lorsque des individus recourent à la chirurgie esthétique pour correspondre aux canons de l'autoportrait numérique ou se mettent en danger pour un « selfie extrême », c'est l'intégrité de la personne physique qui est altérée. Des visiteur·ses se prenant en selfie sur le site d'une catastrophe naturelle ou devant la dépouille d'une célébrité à celles et ceux qui posent pour une photographie sur les rails du camp d'extermination d'Auschwitz, d'autres pratiques enfrennent l'intégrité d'une éthique ou d'une mémoire collective.

Enfin, certain·es critiquent la capture compulsive du quotidien. Ils et elles estiment que celle-ci détourne l'attention du moment vécu et porte ainsi atteinte à l'intégrité de l'expérience individuelle. D'autres s'irritent lorsque concerts ou visites sont perturbés par la prolifération des écrans, jugée contraire aux règles implicites du vivre-ensemble.

Intégrité des lieux et du bien commun, intégrité de la personne physique, intégrité d'une éthique ou d'une mémoire collective, intégrité de l'expérience individuelle et des règles du vivre-ensemble: autant de registres dont la violation, mise au service d'un selfie, alimente la dénonciation d'une dérive. Ainsi, bien que l'on ne puisse en dresser une liste exhaustive, ces dérives se comprennent comme le résultat d'une interaction entre un groupe social et un individu et non comme des données naturelles. Enquêter sur les dérives du selfie révèle les tensions qui traversent notre rapport à l'autre et aux espaces – physiques et virtuels – que nous habitons et contribue à sonder les configurations normatives de nos structures sociales.



←

Clara Thomine

Les visiteur·euses, 2025,
Vidéo HD – Couleur – Son stéréo –
16/9, 7 min, courtesy of the artist

Emmanuelle Quertain

*DATA painting - Diaporama réparation
pompe hydraulique révision moteurs
hydrauliques*, 2023,
aquarelle sur papier Yupo/
polypropylène, 23 x 30 cm,
courtesy of the artist

De l'outil de commercialisation de soi

à l'outil de commercialisation du soi

Vincent Timsit (EHES, doctorant ;
ULB, collaborateur scientifique)

L'image de soi constitue une ressource potentielle majeure de production de valeur. Ainsi, des pratiques artistiques de la Renaissance aux plateformes numériques, l'autoreprésentation s'est inscrite dans des logiques distinctes. En ce qui concerne la première, se représenter relève principalement d'une commercialisation *de soi*, conçue comme stratégie consciente de reconnaissance et de légitimation. Les régimes numériques contemporains vont plus loin et instituent parallèlement une commercialisation *du soi*, engageant directement l'identité, le corps et l'intimité comme des supports de production de valeur et de ressources économiques.

En 2025, un-e micro-influenceur-se (10 000 à 100 000 abonnés) peut percevoir entre 100 et 500 dollars par publication sur Instagram, tandis que les comptes plus exposés négocient des montants bien supérieurs. Toutefois, cette rémunération, notamment via la monétisation de l'image de soi, repose sur une ressource inégalement distribuée: l'attention. Comme le souligne Dominique Cardon, «1 % des contenus attirent plus de 90 % de l'attention des internautes, 30 % des contenus sont vus occasionnellement. Presque personne ne voit le reste. Le Web est un cimetière de contenus». En somme, n'est pas vu-e qui veut.

[...] Le Web est un cimetière de contenus». En somme, n'est pas vu-e qui veut.

Ces considérations entrepreneuriales, largement intégrées aux plateformes socionumériques, assujettissent les utilisateur·rices à des injonctions économiques, affectives et émotionnelles. Ces plateformes instaurent une économie de l'attention, en partie fondée sur un système de «découvrabilité», dans laquelle les créateur·rices sont incité·es à construire, à capter et à maintenir un public. Mais la découvrabilité, définie comme «l'aptitude d'un·e artiste ou d'une œuvre à rejoindre un public en ligne, à l'aide de différents outils et techniques, de manière à être présent, visible et recommandé sur Internet», n'a rien d'évident. Elle comporte des barrières plus ou moins obscures et encore peu régulées.

Une étude menée en 2023 par Sophia Gaenssle montre par exemple que, sur Instagram, l'exposition du corps exerce un effet mesurable et positif sur les revenus générés. Dans certaines catégories – notamment le fitness –, la nudité est particulièrement valorisée, au point d'apparaître comme une condition de compétitivité pour les producteur·rices de contenus. En outre, plusieurs travaux révèlent que la mise en visibilité du visage constitue un puissant levier d'engagement sur Instagram. À ce titre, le livre *Selfish*, publié en 2015 par Kim Kardashian, est un cas paradigmatique. Près de 450 pages de selfies – des photos de voyage à l'auto-exposition du corps nu –, dont la journaliste Jillian Mapes écrit qu'ils montrent «l'évolution de Kim à la fois en tant que personne et en tant que marque (y a-t-il une différence?)». Dès lors, l'autoportrait numérique occupe une position centrale. Il concentre visibilité, engagement et potentiel de monétisation tout en étant renforcé par des logiques algorithmiques qui privilégient certaines formes d'exposition corporelle.



Wim Devoeye
Action Doll, 2008,
mixed media, 37 x 34,5 x 10, 5 cm,
courtesy of the artist

La fabrique du décor

Vincent Timsit (EHESS, doctorant ; ULB, collaborateur scientifique)

034

Loin d'être un simple arrière-plan, le décor est devenu un acteur essentiel de la mise en scène du soi. En ouvrant la voie de l'autoportraiture pour tou·tes, le selfie ainsi que les technologies numériques qui en permettent la production et la diffusion donnent à chacun·e l'opportunité de fabriquer le cadre de sa propre représentation. Du café au musée, du site touristique à l'intimité de la maison ou de la chambre à coucher, les scénographies se multiplient. Car, contrairement à ce qui pourrait être attendu d'une pratique photographique d'apparence anodine et spontanée, on ne capture pas le réel, on le compose. Le décor n'est pas choisi au hasard. De même que l'autoportrait visait autrefois à traduire les qualités du·de la peintre, l'image dit aujourd'hui quelque chose de la valeur de son auteur·e. Nombre de selfies résultent ainsi d'un agencement minutieux du décor, qui agit comme un discours silencieux et induit une identité visuelle éloquente. La construction du décor dépasse donc la seule considération esthétique. Elle engage une économie du regard, établit une tension entre authenticité et fabrication et estompe la perception de ce qui relève de l'intime ou du public.

D'une image à l'autre, on observe aussi la récurrence de compositions, imitées, adaptées, rejouées. Loin de s'en détourner, certaines institutions s'y ajustent et intègrent peu à peu ces usages à leurs dispositifs de visite. Ainsi, en octobre 2025, à la suite de la sortie du dernier album de Taylor Swift, ses fans se sont précipité·es au musée de Wiesbaden, en Allemagne, pour découvrir le tableau *Ophelia* de Friedrich Heyser, dont s'inspire fortement le clip de la chanson *The Fate of Ophelia*. En réponse à cet engouement, le musée a aménagé un « coin selfie » à proximité de la toile, a organisé plusieurs événements et visites thématiques en lien avec la chanteuse et a invité – sur Facebook et sur Instagram – les « swifties » à publier leurs selfies le 13 décembre, date de l'anniversaire de la chanteuse.

À travers les interfaces qui accompagnent la prise de vue, l'élaboration de l'arrière-plan se déploie également hors des seuls espaces matériels. Types d'objectifs, suggestions de cadrage, ajustements automatiques et nombreux filtres sont autant d'outils qui orientent subtilement la façon dont le décor s'organise autour du visage. En outre, chaque réseau social conditionne à son tour l'apparition de certains types d'images pensées en fonction d'un support visuel spécifique. Enfin, des cafés soudainement fleuris aux boutiques et vitrines colorées et soigneusement décorées ou aux plats largement esthétisés dans les restaurants, tous les objets susceptibles d'être photographiés se conforment en éléments de décor instagrammables.

Interroger la fabrique du décor, c'est interroger la manière dont l'espace autour de nous se trouve façonné par l'évolution des pratiques d'autoreprésentation telles que le selfie. Ne se réduisant ni à un geste individuel ni à une stratégie institutionnelle, le décor se construit dans l'articulation continue entre usages sociaux, dispositifs techniques et environnement physique.

Willy Del Zoppo

Autoportrait en Julien de Medicis,
s.d., photographie en noir et blanc,
67 x 60 cm, Collection artistique
de la Province de Liège



Et maintenant ?

Perspectives

Anne-Sophie Radermecker (ULB, chargée de cours)

036

En parcourant cette exposition, le visiteur aura compris que l'autoreprésentation ne peut être réduite à un seul genre artistique ni à une seule pratique numérique. C'est une manière de se situer dans le monde, de produire une image de soi destinée à soi-même et aux autres. Comprendre l'histoire de l'autoportrait, c'est aussi reconnaître que le selfie n'est que la forme récente et réinterprétée d'un geste ancien: laisser une trace, affirmer sa présence, construire une identité. Comme annoncé en introduction, il ne s'agit en aucun cas d'influencer les pratiques, mais bien d'offrir à toutes et tous les moyens de s'approprier le geste en toute connaissance de cause.

L'un des messages clés de l'exposition tient à cette continuité. Des visages d'artistes dissimulés dans les tableaux anciens aux autoportraits modernes, de la performance au smartphone, l'autoreprésentation évolue avec les outils, les codes et les enjeux de son temps. La pratique ne disparaîtra donc probablement pas. Mais elle évoluera, et plusieurs questions se posent déjà.

La première concerne le droit à l'image et les données personnelles: qui possède nos autoportraits, où sont-ils stockés et qui peut les utiliser? Avec l'intelligence artificielle, la frontière entre image réelle et image fabriquée devient plus floue. Une autre question s'impose alors: comment savoir ce qui est vrai et comment prouver que «j'étais bien là»? Une deuxième question concerne la fatigue numérique. Face au trop-plein d'images et à la pression de la mise en scène, on peut imaginer une envie de se montrer moins – moins d'images, mais plus sélectives? Enfin, le selfie pose aussi la question de l'archive: nous produisons énormément d'images de nous-mêmes, mais celles-ci restent dépendantes des plateformes et des formats. Que restera-t-il de nos « screenshots » identitaires dans cinquante ans? Les technologies, elles aussi, continueront d'évoluer (lunettes connectées, captation en continu), sans pour autant faire disparaître ce qui est au cœur de l'autoreprésentation: l'intention. C'est elle qui transforme une image en geste et une présence en récit. On peut dès lors espérer que l'autoreprésentation restera un moyen de s'affirmer. Acte de visibilité, l'autoportrait engagé a ce pouvoir dans un monde où les images et les contenus se font concurrence pour exister.

JE SUIS LÀ se referme dès lors sans donner de réponse définitive: l'exposition rappelle que l'autoreprésentation est moins une pratique qu'une question éminemment humaine, celle de savoir comment se voir et comment être vu.

[...]
comment
se voir
et comment
être vu.





Marian Guillemin
*Essai autobiographique :
Calendrier (extrait),
2024, tirage photo A2,
à partir de photogrammes
scannés, courtesy of
the artist*

→
Valène De Valck
*The maze of modern
dating, 2024,
photographie, 70 x 90 cm,
courtesy of the artist*





Annexes

Bibliographie sélective

- Bakhsh, Saeideh et al.** (2014). Faces Engage Us: Photos with Faces Attract More Likes and Comments on Instagram. Dans *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Toronto.
- Becker, Howard** (1985 [1963]). *Outsiders*. Paris: A. M. Métailié.
- Bonafoux, Pascal** (2020). *Autoportraits cachés*. Paris: Seuil.
- Bonnet, Marie-Jo** (2002). Femmes peintres à leur travail: de l'autoportrait comme manifeste politique (XVIII^e-XIX^e siècles). *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 49(3), 140-142.
- Borzello, Frances** (2019). *Femmes au miroir: une histoire de l'autoportrait féminin*. Londres: Thames & Hudson.
- Bourdaloie, Hélène, et Bénistant, Alix** (2024). Influence et rapports de minoration. La fabrique des normes à l'ère de la plateforme néolibérale. *Communication [Information Médias Théories]*, 41(1).
- Cardon, Dominique** (2019). Identité en ligne. *Culture numérique*, 176-188.
- Durocher, Myriam et Lalancette, Mireille** (2019). Égoportraits et médiatisation de la politique: une analyse de la pratique du selfie participant à produire le politicien célèbre. Le cas de Justin Trudeau. Dans Hourmant, François, Lalancette, Mireille et Leroux, Pierre (dir.), *Selfies & Stars. Politique et culture de la célébrité en France et en Amérique du Nord* (p. 129-145). Rennes: Presses universitaires de Rennes.
- Gaenssle, Sophia** (2024). Income Distribution and Nudity on Social Media: Attention Economics of Instagram Stars. *Kyklos*, 77(1), 184-212.
- Gunthert, André** (2015). Le selfie de Thelma et Louise. *L'image sociale. Carnets de recherche*.
- Hall, James** (2015). *The Self-Portrait: A Cultural History*. Londres: Thames & Hudson.
- Iribarnegaray, Léa** (2015, 5 août). **André Gunthert**: «Embrayer de conversation, le selfie doit être moche». *Libération*.
- Kardashian, Kim** (2015). *Selfish*. New York: Rizzoli.
- Kuntsman, Adi** (dir.) (2018). *Selfie Citizenship*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Liu, Yixuan, Zhu, Jiayu et He, Jianping** (2022). Can Selfies Trigger Social Anxiety? A Study on the Relationship Between Social Media Selfie Behavior and Social Anxiety in Chinese Youth Group. *Frontiers in Psychology*, 13, 1016538.
- Mapes, Jillian** (2015). Nothing Is Embarrassing: On Kim Kardashian's Strangely Liberating Book of Selfies. *Flavorwire*.
- Merlo, Marina** (2022). Le sujet selfique. La subjectivité mobile. *Cinéma*, 30(1), 89-105. Mincke, Christophe (2016). Le selfie stick. *La Revue nouvelle*, 5, 73-75.
- Murat, Pierre** (2018). Le selfie au musée. *Medium*, 55, 37-43.
- Revello, Sylvia** (2017, 24 janvier). À Berlin, un site épingle les selfies de la mort. *Le Temps*.
- Rioux, Michèle** (2022). La découvrabilité va-t-elle devenir essentielle pour se frayer un chemin dans notre monde hyperconnecté? *Nectart*, 15(2), 22-30.
- Rudd, Natalie** (2021). *The Self-Portrait*. Londres: Thames & Hudson.
- Sasaki, Wataru, Nishiyama, Yuuki, Okoshi, Tadashi et Nakazawa, Jin** (2021). Investigating the Occurrence of Selfie-Based Emotional Contagion over Social Network. *Social Network Analysis and Mining*, 11(1), 8.
- Spina, Coco** (2023). Conversation avec Jennifer Padjemi. Aimer son corps au temps du capital beauté. *Manifesto XXI*.
- Vendemia, Megan A. et DeAndrea, David C.** (2021). The Effects of Engaging in Digital Photo Modifications and Receiving Favorable Comments on Women's Selfies Shared on Social Media. *Body Image*, 37, 74-83.
- Wang, Ruoxu, Yang, Fang et Haigh, Michael M.** (2017). Let Me Take a Selfie: Exploring the Psychological Effects of Posting and Viewing Selfies and Groupies on Social Media. *Telematics and Informatics*, 34(4), 274-283.
- Wang, Xia et al.** (2025). The Impact of Face Presence in User-Generated Videos on Consumer Engagement: Insights into How, When, and Who. *International Journal of Research in Marketing*, 42(4), 1323-1342.

Lexique

Autoportrait. Représentation de soi réalisée par un·e artiste, où l'auteur·rice et le sujet de l'œuvre sont la même personne, afin de montrer son apparence, son identité ou l'image qu'il souhaite donner de lui ou d'elle-même.

Autoreprésentation. Ensemble des pratiques par lesquelles un individu construit et diffuse une image de lui-même (visuelle, textuelle, performative) pour se définir, se raconter ou se situer socialement.

Émancipation. Processus par lequel un individu ou un groupe gagne en autonomie en se libérant de contraintes sociales, politiques ou symboliques et en acquérant un pouvoir d'agir.

Empreinte. Trace matérielle directe laissée par un corps ou un objet sur un support (pression, contact), utilisée comme indice de présence plutôt que comme représentation mimétique.

Individualité. Caractère d'un sujet perçu comme distinct et singulier, doté d'une identité propre, socialement construite et reconnue.

Intention. Orientation mentale qui guide une action ou une création – qu'il s'agisse d'un autoportrait ou d'un autre genre artistique – vers un but précis (exprimer, montrer, convaincre) et qui structure le sens attribué à un geste ou à une œuvre.

Miroir. Dispositif optique qui renvoie une image inversée et permet l'auto-observation; en art, outil majeur de l'autoportrait et symbole de réflexivité (se regarder / se penser).

Narcisse. Dans la mythologie grecque, jeune homme d'une grande beauté qui tombe amoureux de son propre reflet dans l'eau. Incapable de s'en détacher, il dépérit et meurt; une fleur, le narcisse, pousse à l'endroit où il disparaît.

Narcissisme. Tendance psychologique à investir fortement son image et sa valeur personnelle, avec un besoin accru d'admiration et de reconnaissance. Il se manifeste par une centration sur soi, une recherche de validation sociale et une sensibilité particulière au regard des autres.

Physiognomonique. Qui se rapporte aux traits du visage et à leur interprétation comme signes d'identité (et, historiquement, de caractère), notamment dans la recherche de ressemblance.

Réception. Ensemble des interprétations et des effets produits par une œuvre ou une image sur ses publics, selon leur contexte culturel, social et historique.

Selfie. Photographie de soi réalisée par une personne elle-même, le plus souvent avec un smartphone, destinée à être conservée ou partagée. C'est une forme d'autoreprésentation qui combine mise en scène de l'identité et communication sociale (recherche de lien, de reconnaissance ou d'expression de soi).

Trace. Marque ou indice d'un événement passé (matériel ou symbolique) permettant d'attester une présence, une action ou un passage dans le temps.

Vanité. Attitude de valorisation excessive de soi et de sa propre image liée au besoin de reconnaissance; en art, thème rappelant aussi la fragilité, la fugacité et l'illusion des apparences.

Biographies



Emilie A. Caspar est professeure à l'Université de Gand, où elle dirige le Moral & Social Brain Lab. Elle a obtenu son doctorat en neurosciences sociales et cognitives à l'Université libre de Bruxelles. Ses travaux portent principalement sur l'obéissance à l'autorité et les comportements nuisibles. Elle a initié des projets scientifiques dans des pays et auprès de populations rarement, voire jamais, étudiés par les neuroscientifiques, tels que des personnes incarcérées ou des survivants de génocides. Elle a notamment mené des entretiens et des études en neurosciences avec d'anciens auteurs de génocides et des sauveteurs au Rwanda, au Cambodge et en Israël.



Danielle Leenaerts est docteure en histoire de l'art, spécialisée dans le domaine de la photographie contemporaine. Elle est enseignante-chercheuse en Histoire de l'art contemporain à l'Université de Namur (UNamur) et en Histoire de la photographie à l'Université libre de Bruxelles (ULB). Ses thèmes de recherche portent principalement sur la photographie contemporaine. Elle travaille actuellement sur la représentation de l'industrie nucléaire (à paraître : Danielle Leenaerts, *(Faire) face au nucléaire*, Bruxelles, La Lettre Volée, 2026).



Gaëlle Marchant est chercheuse et assistante en art moderne et contemporain à l'ULB. Diplômée d'un bachelier (2021) et d'un master en histoire de l'art et archéologie à finalité «monde de l'art et culture visuelle» (2023), elle a consacré son mémoire de fin d'étude aux fluides corporels dans les performances artistiques et œuvres d'art contemporaines.

Sa recherche actuelle prolonge ce travail et porte sur l'étude de la pratique de l'autoportrait sous sa forme sculpturale dans l'art actuel et son rattachement aux corps et au matériel génétique.



Hélène Mariaud est doctorante et assistante au sein du Master en Gestion culturelle à l'Université libre de Bruxelles et membre du GRESAC (Groupe de Recherche en Sciences des Arts et de la Culture). Ses recherches portent sur les trajectoires professionnelles des photographes artistiques en Belgique et les enjeux du travail et de la formation artistique, à la croisée de l'histoire de l'art, des sciences sociales et de la gestion culturelle. Elle développe parallèlement une pratique photographique et de curation d'expositions, notamment au sein de structures alternatives.



Tara Planchet est historienne de l'art, spécialisée en conservation du patrimoine mobilier. Diplômée de l'ULB en 2023, elle a développé une expérience au sein du Service des Archives, patrimoine et réserve précieuse de l'université, où elle a participé à l'inventorisation et à la conservation du patrimoine mobilier universitaire. Elle travaille aujourd'hui comme assistante de musée au Musée René Magritte – Musée d'Art Abstrait et mène des projets de recherche en tant qu'historienne de l'art indépendante. Elle collabore également avec l'asbl L'Architecture qui dégenre.



Laurence Rosier est professeure de linguistique et d'analyse du discours à l'ULB. Elle a été commissaire des expositions *Salope et autres noms d'oiselles*, *L'expo Porno* et *L'expo Clito*. Spécialiste de l'étude des violences verbales, des discriminations et des discours de haine en milieu numérique, elle a notamment publié *Petite traité de l'insulte* (2009), *De l'insulte aux femmes* (2017), qui a reçu le prix de l'enseignement et de la formation continue du parlement de la fédération Wallonie/Bruxelles et *La riposte. Femmes, discours, violences* en 2025 aux éditions Payot.

les arts et le langage, EHESS/CNRS), et membre associé au GRESAC (Groupe de recherches en sciences des arts et de la culture, ULB).



Margaux Van Uytvanck est docteure en histoire de l'art de l'Université libre de Bruxelles, spécialisée en art moderne et contemporain. Durant l'année académique 2024-2025, elle a été chercheuse postdoctorante à New York University grâce au soutien de la Belgian American Educational Foundation. Elle est actuellement coordinatrice de projet au Fonds de la Recherche scientifique (FNRS) et collaboratrice scientifique du centre de recherche Mondes modernes et contemporains de l'ULB.



Anne-Sophie Radermecker est titulaire de la Chaire d'économie des arts et de la culture à l'Université libre de Bruxelles (Gestion culturelle, Département d'Histoire, Arts, et Archéologie). Ses recherches portent principalement sur les marchés de l'art, l'économie du patrimoine informel, et les mécanismes de formation des prix et de co-création de valeur.



Vincent Timsit est doctorant en sociologie à l'EHESS (École des Hautes Études en Sciences Sociales), où il prépare une thèse consacrée à la pratique du selfie devant les œuvres d'art et les hauts lieux patrimoniaux. Il a été formé à l'anthropologie et aux cultural studies à King's College London, et à Goldsmiths, University of London. Il est membre du CRAL (Centre de recherches sur

Colophon

Université libre de Bruxelles

Annemie Schaus - Rectrice

Isabelle Mazzara - Directrice générale

Bernard De Cannière - Président
du Conseil d'administration

Marius Gilbert - Vice-recteur à
la culture et la médiation scientifique

Ville de Bruxelles

Philippe Close - Bourgmestre,
en charge de la culture

Anne Vandembulcke - Directrice générale
du département Culture

Commissaire général

Ahmed Medhoun - Directeur
du Département des services
à la communauté

Commissaire scientifique

Anne-Sophie Radermecker -
Chargée de cours, co-directrice
du Groupe de Recherche en Sciences
des Arts et de la Culture (ULB)

Comité scientifique

Gaëlle Marchant - Doctorante-assistante
en histoire de l'art (ULB)

Hélène Mariaud - Doctorante-assistante
en gestion culturelle (ULB)

Laurence Rosier - Professeure de
linguistique, d'analyse du discours (ULB)

Vincent Timsit - Doctorant
en sociologie (EHESS)

Margaux Van Uytvanck - Docteur
en histoire de l'art (ULB)

Contributeur-ices

Emilie Caspar - Professeure et directrice
du Moral & Brain Lab (UGent)

Danielle Leenaerts - Professeure en
Histoire de la photographie (ULB)

Tara Planchet - historienne de l'art

Cheffe de projet

Aurélie Rousseaux - Responsable
ULB Culture

Coordination logistique et curation

Alexia Liévin - Chargée des expositions
ULB Culture

Coordination de l'appel à artistes bruxellois-es

Hélène Mariaud

Département des services à la communauté

**Alessia Angelini, Julien Brasseur,
Valérie Dumoulin, Anouk Genneret,
Amandine Hubert, Camilla Panchetti**

Direction du catalogue

**Anne-Sophie Radermecker
Hélène Mariaud**

Conception graphique

Signélazer

Impression

Presses universitaires de Bruxelles (flyer)
IPM Artoosgroup (panneaux)
Bietlot (catalogue)

Traduction

BeTranslated

Scénographie

Chloé Schapira

Production et montage

Julien Van Der Vorst

Exhibition manager

Lola Meotti

Assurance

Invicta Art

Communication

BE Culture

Institutions prêteuses

Archives de l'Art Contemporain
en Belgique, Bruxelles

Centre de la Gravure et de l'Image
imprimée, La Louvière

Collection communale de Schaerbeek
Collection de la Fédération

Wallonie-Bruxelles

Collection de la Province de Liège

Collection d'art moderne et
contemporain de l'Université libre
de Bruxelles

Design Museum Brussels

Musée des Beaux-Arts de Charleroi

Musée des Beaux-Arts de Liège -

La Boverie

Musée L, Louvain-la-Neuve

Musée de la Photographie, Charleroi

Musée Wittert - ULiège

Pôle muséal de Mons

Artistes lauréat-es de l'appel

Clémentine Balcaen, Marci Lorena Bayona, Irene Bengoechea, Olivier Bergot, Eddie Bonesire, Laura De Saqui, Valène De Valck, Gilles et Sébastien, Patrick Guaffi, Marian Guillemin, Maud Hasaerts, Benjamin Huynh, Kathleen de Meeûs (Katdems), La Metis de BX, Côme Lequin, Lila Maitre, Maedeh Norouzi, Stéphanie Petitjean, Bo Rainotte (Biche de ville), Sandra Rouffignac, Sarah Van Overstraeten, Amarante Villepelet, Mao Wu

Artistes sollicité-es

Nathalie Amand, Lyoz Bandie, Frédéric Biesmans, Anne De Gelas, Wim Delvoye, Thomas Dupal, Mathilde Laroque, Fañch Le Bos, Carole Louis, Annabelle Milon, Emmanuelle Quertain, Clara Thomine

Partenaires

Université libre de Bruxelles

Commission culturelle
Département des bibliothèques et de l'information scientifique
Département de la communication et des relations extérieures
Département des infrastructures
Service juridique
Direction générale
Présidence
Presses Universitaires de Bruxelles
Rectorat
Réseau des Musées de l'ULB
Vice-rectorat aux affaires étudiantes et sociales
Vice-rectorat à la culture et à la médiation scientifique
Vice-rectorat à l'enseignement et la qualité

Partenaires

Brussels museums – Nocturnes
CineFlagey/Kinograph
GardeRobe MannekenPis
Fédération Wallonie-Bruxelles – centre de prêt de Naninne
La Girouette brode
made with heART asbl
Photo-Booth.be
SONUMA – les archives audiovisuelles
Visit.brussels

Remerciements

Alice Asselberghs, Véronique Baccarini, Renaud Bardez, Sandra Bettiol, Fanny Bouvry, Stéphanie Cardinal, Véronique Cardon, Odile Chopin, Caroline Coste, Michel Coulon, Guy de Bellefroid, Elodie Deceuninck, Gianni Degryse, Eve Delplanque, Sandra Delveaux, Arnaud Destrebecqz, René De Wilde, Carole Druez, Éléonore Duchene, Caroline Dumoulin, Isabelle Eeckman, Claire Fauvel, Michèle Graye, Rudy Grégoire, Anne-Esther Henao, Tiphaine Kins, Julie La Girouette, Eric Lanxner, Virginie Mamet, Marie Menin, Emilie Menz, Catherine Meeûs, Édith Micha, Gilles Milecan, Fanny Moens, Philippe Noël, Noelia Palomino, Katerina Papadopoulos, Marielle Pascal, Valérie Piette, Margot Potelle, Chantal Sépulchre, Anthony Spiegeler, Johanne Raya Ruiz, Fabrizio Restivo, Adeline Rossion, Thomas Traina, Marjorie Vandriessche, Christophe Van Gasse, Jessica Van Heuverszwin, Valérie Van Innis, Christophe Veys, Alexia Vidalenche

ULB Culture

048

ULB Culture est un moteur important de la vie artistique et créative de l'Université libre de Bruxelles, un espace où des projets culturels naissent et/ou sont développés, à la croisée des initiatives des membres de la communauté universitaire et des partenaires culturels.

Une des missions est d'offrir à la communauté, et au-delà, de nombreuses opportunités pour créer, ensemble, une vie culturelle riche, diversifiée, stimulante et en constante réinvention. Les ateliers culturels offrent la possibilité à chacun·e de découvrir et développer ses talents, et les expositions suivent les valeurs et les missions que l'Institution porte. En effet, ULB Culture apporte une contribution singulière à la diffusion des savoirs scientifiques, en particulier au travers d'expositions dans ou hors les murs, sur des thématiques de société qui font l'objet de regards croisés entre scientifiques et artistes.

La richesse culturelle de l'ULB repose sur une multitude d'ateliers, de collectifs, de personnes qui animent le campus au quotidien. ULB Culture fédère ces énergies, encourage les collaborations et soutient ces projets portés. Le service met également à disposition des infrastructures pour accueillir spectacles, résidences, répétitions et événements.

ULB Culture tisse également de nombreux partenariats avec les acteur·ices culturel·les de la Région bruxelloise et en Wallonie. Les détenteur·ices de la Carte Culture bénéficient de tarifs préférentiels et d'un accès facilité à une large offre culturelle, renforçant ainsi les liens entre l'Université et la ville. Toutes les informations sont à retrouver sur culture.ulb.be.

Ensemble, partageons la culture !



S'autoreprésenter, une pratique récente ?

Où se situe la frontière entre autoportrait et selfie ?

L'image de soi par soi est-elle toujours neutre ?

À partir d'une sélection d'œuvres d'artistes belges et internationaux, l'exposition *JE SUIS LÀ - IK BEN HIER - I AM HERE* propose une immersion dans l'univers de la mise en scène de soi et questionne les enjeux artistiques, sociaux, commerciaux et politiques d'un geste devenu emblématique de notre époque.



ULB UNIVERSITÉ
LIBRE
DE BRUXELLES

ulb
culture