



ESCOLA DE
HUMANIDADES

EDUCAÇÃO

Educação, Porto Alegre, v. 44, n. 3, p. 1-11, set.-dez. 2021
e-ISSN: 1981-2582 ISSN-L: 0101-465X

<http://dx.doi.org/10.15448/1981-2582.2021.3.33202>

SEÇÃO: OUTROS TEMAS

Selfie: espetacularização do eu e pedagogias no Instagram Stories

The selfie: spectacularization of the self and pedagogies on Instagram Stories

Selfie: espectacularización del yo y pedagogias em Instagram Stories

Joana Dourado França de Souza¹

orcid.org/0000-0001-6990-2713
joana.dourado@yahoo.com.br

Edvaldo Souza Couto¹

orcid.org/0000-0002-2648-9399
edvaldo@ufba.br

Recebido em: 30 jan. 2019.

Aprovado em: 10 nov. 2021.

Publicado em: 21 jan. 2022.

Resumo: O artigo apresenta resultados de uma pesquisa e tem como objetivo analisar publicações de *selfies* de um grupo de jovens no Instagram Stories. O principal argumento é de que esses jovens se valem de performances apropriadas através de pedagogias circulantes para espetacularizar a si nesta rede social. A fundamentação teórica considerou estudos nos campos das pedagogias culturais e da cibercultura aplicada à educação, notoriamente, os conceitos de visibilidade, performance e espetacularização do eu, atrelados às redes sociais digitais e em torno da denominada era da mobilidade, na qual as tecnologias móveis possibilitam a circulação de autorretratos digitais. O método utilizado foi o da pesquisa qualitativa, descritiva e analítica de cunho netnográfico. O artigo conclui que os jovens estudados espetacularizam suas vidas por meio de *selfies* para manutenção de visibilidade no Instagram Stories e, por conseguinte, evidenciam pedagogias e modos de ser que circulam nesta funcionalidade.

Palavras-chave: tecnologia educacional, selfie, pedagogias culturais, espetacularização do eu, instagram stories

Abstract: This article presents the results of a survey and has as purpose to analyze selfie postings from a group of young people on Instagram Stories. The main argument is that these young people use of appropriate performances through current pedagogies to make themselves spectacular on this social network. The theoretical fundaments considered studies in the fields of cultural pedagogies and cyberculture applied to education, especially, the concepts of visibility, performance and spectacularization of the self, related to digital social networks and around the age of mobility, in which, mobile technologies made possible the circulation of digital self-portraits. The method used was a qualitative, descriptive and analytical research with a netnographic approach. The article concludes that the surveyed young people make their lifes spectacular through selfie postings to keep visibility on Instagram Stories and, therefore, demonstrate pedagogies and ways of being that move around this feature.

Keywords: educational technology, selfie, cultural pedagogies, spectacularization of the self, instagram stories

Resumen: Este artículo presenta los resultados de un estudio que analiza publicaciones de Selfies de un grupo de jóvenes en Instagram Stories. El principal argumento es que estos jóvenes utilizan actuaciones apropiadas a través de pedagogias actuales para espectacularizar a si mismo en esta red. La base teórica consideró estudios en el ámbito de las pedagogias culturales y de la cibercultura aplicada a la educacion, especialmente, los conceptos de visibilidad, performance y espectacularización del yo, relacionados con las redes sociales digitales y en torno a la era de la movilidad, en la que la tecnología posibilita la circulación de autorretratos digitales. El método utilizado fue la investigación cualitativa, descriptiva y analítica con enfoque netnográfico. El artículo concluye que los jóvenes estudiados espectacularizan sus vidas a través de Selfies para



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

¹ Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, BA, Brasil.

mantener la visibilidad en Instagram Stories y, por consiguiente, evidencian pedagogías y modos de ser que circulan en esta función.

Palabras clave: tecnología educacional, selfie, pedagogías culturales, espectacularización del yo, instagram stories

Em 2014, um *selfie* feito na cerimônia do Oscar pela apresentadora Ellen DeGeneres junto a várias celebridades *hollywoodianas*, como Meryl Streep, Julia Roberts e Brad Pitt, parece ter repercutido mais do que os filmes e os prêmios entregues naquela noite. A foto alcançou, em poucas horas, a marca de 3,4 milhões de *retweets*² na rede social Twitter e rapidamente ganhou o *status* de imagem histórica. No ano anterior, "*Selfie*" já havia sido eleita a palavra do ano pelo dicionário *Oxford*³ devido ao intenso uso pelas pessoas em todo o mundo. E, recentemente, um jovem britânico, que acumula mais de 50 mil seguidores no *Instagram*, afirmou que tira 200 *Selfies* por dia.⁴ Esses são indicativos sobre a importância deste formato de fotografia nos tempos atuais.

Hoje, é natural encontrar pessoas, nas ruas, em ambientes privados, *shoppings*, praias, festas e afins, empunhando seus dispositivos móveis, *smartphones* ou *tablets*, em frente a si para registrar imagens por meio das câmeras frontais destes aparelhos. Esses autorretratos são chamados de *selfies* quando são publicados em redes sociais digitais. Imagens de si feitas para estimular interações em redes. Tais imagens não precisam, necessariamente, captar significativos acontecimentos da vida. Pelo contrário, na maioria das vezes, são registros de momentos cotidianos, e, por isso, tão frequentes nas *Timelines*, *Feeds* e *Stories*, espaço nos quais as publicações dos usuários circulam nas redes sociais digitais. Produzir e compartilhar *selfies* correspondem, desta forma, a um novo hábito cultural de milhares de pessoas. Esse hábito, já popularizado, se tornou uma característica da vida na cibercultura.

A função *Stories* corresponde a um espaço privilegiado para este hábito contemporâneo. A funcionalidade que elimina publicações em um prazo máximo de 24 horas e que, hoje, compõe as redes e as mídias sociais digitais mais populares do mundo, como Facebook, Whatsapp e Instagram, favorece postagens incessantes de *Selfies*. Mesmo que o cenário, a pose e/ou a motivação sejam semelhantes ao do dia ou até do minuto anterior, o movimento das interações é preservado, por meio da produção, interação e apagamento contínuos de publicações que este recurso proporciona. A exposição e a interação instantâneas que se almeja com o *selfie* são, desta forma, amplificadas nas *Stories*.

Os jovens, principais usuários deste recurso, são íntimos do *Selfie*. Este formato de fotografia digital serve como um espelho para exporem o melhor ângulo, a melhor pose, facilmente alcançados pela prática adquirida na frequência frenética de publicações. Essas pessoas costumam exibir, permanentemente, seus autorretratos e seus cotidianos para os olhares dos outros. Os *smartphones* e aplicativos oferecem vários recursos para a produção das imagens espetaculares de si: filtros, retoques, *emojis* e legendas das *Stories* para contar suas vidas, reais e inventadas, tendo as performatividades de si como centro das narrativas. E, ao contar, frequentemente, suas histórias triviais e contingenciais, mas sempre espetacularizadas, essas pessoas permanecem visíveis para seus amigos/seguidores, para suas audiências e, por conseguinte, expõem pedagogias deste contexto de conectividades.

Nesse contexto, o objetivo do artigo é analisar performances e espetacularizações do eu nas publicações de *selfies*, no *Instagram Stories*, de um grupo de oito jovens, entre 20 e 23 anos. O estudo analisa tais atributos nas postagens dos autorretratos digitais dos sujeitos participantes da investigação e, por conseguinte, evidencia

² Selfie do Oscar perde o post de tweet mais compartilhado da história para pedido de nuggets grátis. Recuperado em 22 nov. 2021, de <https://oglobo.globo.com/cultura/selfie-do-oscar-perde-post-de-tweet-mais-compartilhado-da-historia-para-pedido-de-nugget-s-gratis-21314764#ixzz4rEyzK75x>.

³ Selfie é eleita a palavra do ano pelo Dicionário Oxford. Recuperado em 22 nov. 2021, de <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/11/selfie-e-eleita-palavra-do-ano-pelo-dicionario-oxford.html>.

⁴ 'Tiro 200 selfies por dia': vício é reconhecido por médicos como transtorno mental. Recuperado em 22 nov. 2021, de <https://g1.globo.com/mundo/noticia/tiro-200-selfies-por-dia-vicio-e-reconhecido-por-medicos-como-transtorno-mental.ghtml>.

pedagogias e modos de ser que constituem a cibercultura.

Metodologia

O método utilizado na pesquisa foi o qualitativo, de caráter descritivo e analítico e de cunho netnográfico. Este método, como afirma Minayo et al. (2009, p. 21) "trabalha com o universo de significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes". Para este estudo, que analisa publicações de *selfies* no Instagram Stories e, conseqüentemente, pedagogias e modos de ser presentes nesta conjuntura, constitui-se como uma abordagem apropriada.

No que se refere ao caráter descritivo e analítico, a descrição detalhada dos dados é um dos pilares desta abordagem associada a uma análise pormenorizada decorrente do que foi levantado em campo empírico sobre as particularidades dos sujeitos em âmbito social e cultural. Segundo Cervo et al. (1996), esta abordagem metodológica busca descobrir, com a maior precisão possível, a frequência com a qual um fenômeno ocorre, suas conexões com outros, sua essência e suas características, confrontando fatos ou fenômenos sem provocar manipulações.

O método utilizado é de cunho netnográfico porque a netnografia transpõe para o contexto da cibercultura as premissas da etnografia, um "método de investigação oriundo da antropologia que reúne técnicas que munem o pesquisador para o trabalho de observação, a partir da inserção em comunidades para pesquisa, onde o pesquisador entra em contato intra-subjetivo com o objeto de estudo" (Amaral et al., 2008, p. 35). A netnografia é adequada para uma investigação que tem o Instagram, rede social que compõe a cibercultura, como campo empírico.

Os sujeitos da pesquisa são oito jovens, entre 20 e 23 anos, usuários do Instagram, que publicam, frequentemente, na função *Stories*. No Quadro 1, a seguir, tem-se os dados de cada um, idade e sexo:

Quadro 1 – Participantes da pesquisa

Código do perfil	Idade	Sexo
@perfil01	20 anos	Feminino
@perfil02	21 anos	Feminino
@perfil03	22 anos	Feminino
@perfil04	23 anos	Feminino
@perfil05	21 anos	Masculino
@perfil06	22 anos	Masculino
@perfil07	22 anos	Masculino
@perfil08	23 anos	Masculino

Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

No que se refere ao processo de escolha, foram, inicialmente, selecionados mais de 50 perfis públicos a partir do mecanismo de busca via geolocalização de *Stories*, recurso que apresenta as publicações mais recentes e feitas nos locais mais próximos ao do usuário, no caso, o bairro da Barra da cidade de Salvador, Bahia. A seleção destes perfis, por meio deste recurso, ocorreu durante o período de 02 a 05 de agosto de 2017. Em seguida, após uma análise prévia dos perfis e uma breve conversa via troca de mensagens privadas do Instagram, para saber idade e frequência de publicações, foram excluídos aqueles que não estão na faixa etária estipulada e não publicam *Stories* constantemente. A partir desses critérios, então, foi alcançado o número de oito sujeitos para este estudo. Estes sujeitos foram acompanhados, diariamente, durante o período de 10 de agosto a 10 de setembro de 2017.

Mesmo considerando que as postagens foram publicadas em perfis públicos, neste artigo, optamos por fazer menção aos perfis através de uma sequência numérica, de forma que os sujeitos são nomeados por uma sequência que vai de @perfil01 a @perfil08, evitando, assim, a identificação dos autores. Além disso, as imagens usadas, a seguir, passaram por um tratamento, com o uso do aplicativo Blur, para impedir a visualidade dos rostos dos participantes da pesquisa, impedindo, assim, a identificação dos sujeitos. Tais cuidados visam atender ao disposto na Resolução CNS nº 466/2012 (Ética na Pesquisa com seres humanos) e na Resolução CNS nº 510/2016 (Ética na

Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais).

Instagram Stories: *Selfie*

Criado em outubro 2010 pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, o aplicativo *Instagram* tinha como objetivo primeiro "resgatar a nostalgia do instantâneo cunhada ao longo de vários anos pelas clássicas Polaroids, câmeras fotográficas de filme, cujas fotos revelavam-se no ato do disparo" (Piza, 2012, p. 7). Por isso, as fotos eram registradas, com as câmeras frontal e traseira dos dispositivos móveis, e editadas, no programa, somente em formato quadrado e os filtros disponíveis nele, para edição da imagem, remetiam à estética das fotografias das *polaroids*. A ideia, então, era registrar, em tempo real e em qualquer lugar, os instantes vividos em retratos com estilo *retrô*, isto é, produtos novos que imitam estilos antigos que foram criados em, pelo menos, uma década anterior. As interações, a partir destas publicações, ocorriam por meio das curtidas e comentários nas imagens pelos contatos/seguidores e, também, por mensagens privadas.

Em 2012, o dono da rede social Facebook, Mark Zuckerberg, comprou o aplicativo Instagram quando ele ainda possuía 30 milhões de usuários e, após a aquisição, iniciou mudanças no funcionamento do programa.⁵ Uma dessas mudanças foi a opção de postagem de vídeos de até 15 segundos (atualmente podem ter até 1 minuto), a inclusão de diversos recursos e filtros para edição das imagens, para além do estilo retrô, o que possibilitou a pulverização imediata das publicações para outras redes sociais como Facebook, Tumblr, Flickr e Twitter e acrescentou a possibilidade de acesso ao programa por meio de computadores, além dos dispositivos móveis. A categorização das postagens através de *hashtags* - palavras-chave antecidas pelo símbolo "#" que indexam publicações de redes

sociais da internet – nas legendas e pela localização de onde os registros foram feitos também foram aperfeiçoados facilitando, cada vez mais, as possíveis buscas por perfis e publicações por meio de palavras-chave e de nomes de locais pelo mundo.

Atualmente, com mais de 800 milhões de usuários,⁶ as atualizações continuam acontecendo para manutenção e atração de participantes. A última novidade do Instagram é o Instagram Stories. Em agosto de 2016, devido à vertiginosa ascensão do aplicativo de rede social Snapchat, Zuckerberg acrescentou ao Instagram uma funcionalidade com características iguais as desta rede, o Instagram Stories.⁷ Assim como no Snapchat, este recurso permite o compartilhamento de publicações autodestrutivas, isto é, postagens que são descartadas da memória do programa no prazo máximo de 24 horas, as *Stories* (Souza & Couto, 2016).

Ao acessar o Instagram, na parte superior do *layout* em disposição horizontal, independente das demais funcionalidades, tem-se os avatares dos contatos/seguidores em formatos de círculos com suas respectivas *Stories*. Ao deslizar o dedo na tela *touch screen* do dispositivo móvel da direita para a esquerda e clicar em cada avatar, visualiza-se, automaticamente, as publicações autodestrutivas de cada um. As postagens, fotos, *gifs* (Souza & Couto, 2020) ou vídeos, podem ser registradas pelo próprio recurso, por meio das câmeras frontal, para *selfie*, e traseira, ou selecionadas nos arquivos dos dispositivos, nas galerias de imagens. Após registro ou seleção, as imagens podem ser customizadas com filtros, *emojis* divertidos e textos. O tempo de visualização de cada *Story* é de até 10 segundos e pode ser vista inúmeras vezes durante 24 horas, o tempo de permanência dela no aplicativo.

O cenário atual é pautado por efemeridades, isto é, parte expressiva das ações e dos aconte-

⁵ Facebook compra Instagram por US\$ 1 bilhão em dinheiro e ações. Recuperado em 22 nov. 2021, de <http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/facebook-compra-instagram-por-us-1-bilhao-em-dinheiro-aco-es-4530157>.

⁶ Instagram tem 800 milhões de usuários ativos por mês e 500 milhões por dia Recuperado em 22 nov. 2021 de <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/instagram-tem-800-milhoes-de-usuarios-ativos-por-mes-e-500-milhoes-por-dia.ghtml>.

⁷ Snapchat x Instagram Stories: quem está vencendo a disputa? Recuperado em 22 nov. 2021, de <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/snapchat-x-instagram-stories-quem-esta-vencendo-a-disputa.ghtml>.

tecimentos perdem a importância, deixam de existir ou se transformam rapidamente. Por isso, já se tornou um lugar-comum aludir à sensação de viver em um perpétuo presente, como uma característica inerente à contemporaneidade. As *Stories* aumentam esta sensação. Por serem publicações de curto prazo de duração, incitam a participação ininterrupta dos usuários que almejam permanecer em evidência, pois, "o efêmero desmonta-os, e estes devem ser reconstruídos e exibidos todos os dias para si e para os demais atores sociais" (Batista & Rodrigues, 2014, p. 14). E os *selfies*, os autorretratos digitais, favorecem e amplificam ainda mais esta dinâmica, pois, para fazer este tipo de registro, basta empunhar em frente a si o dispositivo móvel, em qualquer tempo e lugar, fotografar-se, publicar de imediato e manter-se em exposição no fluxo incessante de *Stories*.

O autorretrato não é recente, notoriamente. Na arte têm-se diversas obras de diferentes autores nas quais eles, os artistas, são os protagonistas, especialmente na pintura. Destaque para Frida Kahlo⁸ e Van Gogh⁹ cujas obras, que estão entre as mais famosas, são autorretratos. E, também, além da arte, o ato de virar a lente da câmera fotográfica, analógica ou digital, em frente a si também não diz respeito a uma ação que surgiu atualmente. Possivelmente, existe desde a chegada deste dispositivo tecnológico. Entretanto, o *selfie* se diferencia porque é um autorretrato feito para ser, instantaneamente, compartilhado em redes sociais. Registrado por meio de *smartphones*, no devir da vida cotidiana, capta o momento, imediato, para suscitar interações efêmeras que logo são substituídas quando, rapidamente, se tem um novo *selfie* (Fernandes, 2015).

A fotografia, de um modo geral, antes, servia, primordialmente, como memória, como lembrança de experiências vividas, de momentos simbólicos e históricos. Atualmente, em tempos de tecnologias digitais e conectividade, ela tem, entre os objetivos primeiros, o de comunicar

atividades imediatas e/ou cotidianas (Han, 2017). O *selfie*, em especial, segue, fundamentalmente, esta lógica, de captar a expressão individual do eu, instantânea, e fazê-la circular, fazê-la comunicar algo. "Um *Selfie* pode ser um simples ato de vaidade, mas pode também, pela sua força comunicacional, transmitir emoções e ideias, posicionando o elemento que se autofotografa em um determinado contexto" (Fernandes, 2015, p. 7). E tudo isso em meio às trocas, às interações voláteis e fluidas em redes sociais digitais.

Por isso, o *selfie* amplifica a dinâmica de publicações incessantes da função *Stories*, por ter esse caráter de expressão individual cotidiana e instantânea. E, por conseguinte, a função *Stories* suscita mais e mais *selfies*, pois para a manutenção das exposições e das interações dos sujeitos neste recurso pautado pela efemeridade, os autorretratos devem ser feitos e refeitos permanentemente.

Performance e espetacularização do eu: pedagogias do selfie em Stories

O *selfie* é, necessariamente, um meio de exibir um indivíduo em rede social, torná-lo visível neste contexto. Uma pessoa, por exemplo, ao fotografar-se em uma praia e automaticamente publicar tal imagem, deseja, além de comunicar algo, ter visibilidade na rede social digital de destino do registro. Segundo Recuero (2014, p. 109). "A visibilidade é um valor por si só, decorrente da própria presença do ator na rede social", ou seja, ao atualizar com postagens constantes uma página em uma rede, se tem presença, se tem visibilidade. O *selfie*, especificamente, corresponde à presença, à visibilidade da imagem do eu, do rosto, do corpo do sujeito. Para além do que se objetiva comunicar com este tipo de fotografia, ela se constitui como uma espécie de presença literal do indivíduo (Costa, 2016).

A visibilidade, o estar presente, visível para o olhar do outro, para o olhar dos espectadores das redes mobiliza performances (Santana &

⁸ Frida Kahlo construiu, em seus célebres autorretratos, várias versões de si mesma Recuperado em 22 nov. 2021, de <https://ndonline.com.br/florianopolis/plural/frida-kahlo-construiu-em-seus-celebres-autorretratos-varias-versoes-de-si-mesma>.

⁹ Autorretratos – Vincent van Gogh. Recuperado em 21 nov. 2021, de <http://www.arteeartistas.com.br/autorretratos-vincent-van-gogh>.

Couto, 2017). O ato de performar, atualmente, não se localiza, apenas, no campo artístico, está presente também, e fortemente, na vida cotidiana. A cultura midiática, a sociedade de consumo, as tecnologias digitais, as subjetividades alterdirigidas, construídas para os outros, produzem uma vida ordinária performática dirigida às telas. Para Sibilia (2015, p. 356),

(...) vivemos performando para "aqueles que asistem", acentuando nossos comportamentos cotidianos visando a seduzir os espectadores, é porque as atuais condições de vida nos levam a fazer isso: calcular, estudar, ensaiar e emoldurar nossos próprios gestos do dia a dia, como se o objetivo fosse enquadrá-los para que o público possa apreciá-los.

A melhor aparência, a melhor pose, o sorriso mais simpático e sedutor, os cenários bem enquadrados nas telas *touch screen* são artifícios que fazem parte das performances que transformam momentos cotidianos em espetáculos. Ou seja, "qualquer experiência pessoal é valorizada em função da sua capacidade de se tornar uma cena, um evento, um acontecimento diante de câmeras" (Couto, 2015, p. 52). E o *selfie*, o autorretrato feito para as redes sociais e, por isso, performático, ocupa lugar privilegiado nos espetáculos do eu e da vida cotidiana.

Na década de 1960, Debord (1997), qualificou como "sociedade do espetáculo", a sociedade ocidental da segunda metade do século XX. O sistema capitalista, o consumismo e os meios de comunicação de massa, segundo ele, produziram uma dinâmica social caracterizada pelo espetáculo. De acordo com este autor,

Quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. o espetáculo, como tendência a fazer ver (por diferentes mediações especializadas) o mundo que já não se pode tocar diretamente, serve-se da visão como o sentido privilegiado da pessoa humana. (Debord, 1997, p.18)

A visão é um sentido privilegiado de uma sociedade constituída por uma sucessão de imagens, de cenas espetaculares.

A partir da perspectiva de Debord (1997) e Llosa

(2013) afirma que na civilização do espetáculo tudo reduz-se a lógica do entretenimento e do prazer. Os jornais, os programas de TV, os livros, hoje, servem para entreter, distrair e divertir. E, com as tecnologias digitais, com a *internet* e o borramento da fronteira entre o público e o privado, o espetáculo alcançou também a vida ordinária.

O que é privado em nossos dias? Uma das consequências involuntárias da revolução informática foi a volatilização das fronteiras que o separavam do público, confundindo-se ambos num happening em que todos somos ao mesmo tempo espectadores e atores, em que nos exibimos reciprocamente, ostentamos nossa vida privada e nos divertimos observando a alheia, num *strip tease* generalizado no qual nada ficou a salvo da mórbida curiosidade de um público depravado pela necessidade. (Llosa, 2013, p. 1768)

Os dispositivos digitais conectados, desta forma, tornaram os espectadores dos produtos das mídias de massa, também produtores de conteúdo. E tais conteúdos circulam, sobretudo, em torno da vida cotidiana de cada um. São narrativas de si, nas quais as pessoas espetacularizam o eu. E "espetacularizar o eu consiste precisamente nisso: transformar nossas personalidades e vidas (já nem tanto) privadas em realidades ficcionalizadas com recursos midiáticos" (Sibilia, 2019, p. 197). Assim, os indivíduos performam, ficcionalizam ações e acontecimentos do dia a dia em frente às telas, principalmente, dos *smartphones*.

O *selfie*, neste cenário, é um dos principais tipos de conteúdo que narram os espetáculos da vida cotidiana. Por meio de performances e para manutenção da visibilidade, estas fotografias se multiplicam nas redes sociais digitais como literais espetáculos do eu (Sturn, 2013). No recurso *Instagram Stories*, especificamente, com sua lógica movediça, na qual as publicações só duram 24 horas, os autorretratos digitais performáticos são renovados ininterruptamente para plena conservação da presença dos usuários na funcionalidade. Ou seja, um intenso e efêmero fluxo de *selfies* na função *Stories* que constituem as narrativas de si espetacularizadas.

Os participantes do Instagram, que incessan-

temente publicam *selfies* em *Stories*, se valem de pedagogias que circulam neste contexto para espetacularizar suas vidas. Para Costa & Andrade (2015, p. 845) “Nas complexas sociedades do mundo globalizado, pedagogias são praticadas também por jornais, programas de TV, peças publicitárias, filmes, revistas, sites e inúmeros outros artefatos que atravessam a vida contemporânea.” Isto é, os autorretratos captados por meio de performances em frente às telas, por exemplo, com poses e feições coreografadas, seguidas de instantâneas publicações correspondem a ações aprendidas por meio das interações nesta rede.

As trocas, as interações que pautam as redes sociais e suas respectivas funcionalidades, em especial na função *Stories*, produzem processos de ensino-aprendizagem, pois orientam atitudes, hábitos, modos de ser e estar das pessoas que vivenciam cotidianamente este contexto. Há, desta forma, um conjunto de saberes e práticas, pedagógicas, (Camozzato & Costa, 2013), que constroem determinadas formas de ser sujeitos no *Instagram Stories*. E uma das práticas que constituem as formas de ser é o *selfie*, enquanto mecanismo de visibilidade qualificado por performances que espetacularizam o eu.

Resultados e análises

Constantemente, o grupo de jovens escolhido para este estudo publica *selfies* no recurso *Stories* do Instagram. Durante o período de observação, a maior parte das postagens de todos eles foram autorretratos digitais. E, além das imagens de si, tais fotografias apresentam específicos acontecimentos e ações que fazem parte das respectivas vidas desses sujeitos. Por isso, para efeito de análise, o estudo das publicações foi dividido em dois temas: rotinas em exposição e diversão e ócio.

Rotinas de exposição

Os *selfies* que apresentam ações cotidianas são os mais frequentes entre as publicações do *Instagram Stories* do grupo de jovens que compõem esta investigação. Carros, ônibus, academia de ginástica, ambientes de trabalho e faculdades,

geralmente, são cenários para esses registros. Na maioria das vezes, tais imagens são customizadas com textos, legendas que expressam algum sentimento, acrescentam alguma informação e auxiliam a narrativa sobre o dia a dia. Filtros e retoques que favorecem as poses coreografadas também fazem parte da edição dos *selfies*, no entanto, por serem imagens cotidianas, tais recursos são utilizados de maneira discreta. Estas performances podemos observar abaixo:



Figura 1. Rotinas.

Fonte: Selfies de @perfil07 e @perfil06



Figura 2. Rotinas.

Fonte: Selfies de @perfil07 e @perfil01

As imagens nas figuras 1 e 2, foram registradas durante o devir cotidiano dos jovens. Na primeira imagem @perfil07 registrou o autorretrato em um carro e acrescentou o texto “desde cedo” que indica que ele começou cedo a cumprir as suas obrigações. Na foto seguinte, @perfil06 enquadrou a metade do seu rosto no *selfie* cujo cenário é um ônibus. A terceira e a quarta imagens, feitas por @perfil07 e @perfil01, são enquadradas em frente a espelhos de academias de ginásticas e são customizadas com textos motivacionais sobre as respectivas rotinas de exercícios físicos.

Para a manutenção da visibilidade no *Instagram Stories*, estes *selfies* que contam a vida cotidiana parecem a forma mais eficaz de comunicação imagética. Eles demarcam, devido à frequência incessante em todos os dias da semana, a presença do indivíduo na rede social, independentemente dos conteúdos. Conteúdos estes que, na maioria das vezes, são repetitivos, visto que dizem respeito a rotinas (Veras, 2018). No entanto, é importante ressaltar que, com a dinâmica de publicações autodestrutivas do *Stories*, tais conteúdos se apresentam de maneira renovada após o prazo de 24 horas.

As performances dos *selfies* rotineiros apresentados nas imagens acima foram sutis. Com poses comedidas, feições dos rostos geralmente sérias e edições quase imperceptíveis, tais performances, com aparências autênticas, serviram para narrar momentos de responsabilidades e obrigações. Espetáculos do eu, portanto, condizentes com a vida cotidiana. Para Sibilía (2013, p. 22) “quando mais a vida cotidiana é ficcionalizada e estetizada com recursos midiáticos, mais avidamente se procura uma experiência autêntica, verdadeira, não encenada. Busca-se o realmente real — ou, pelo menos, algo que assim pareça.” E tais espetáculos da realidade exibem, notoriamente, pedagogias, saberes circulantes do *Instagram Stories* já que os jovens deste estudo, utilizam meios e modos semelhantes, visíveis nas composições das imagens, para contar suas distintas rotinas.

Diversão e ócio

Os *Selfies* que expõem momentos de diversão e ócio são menos frequentes, porém são os mais

celebrados pelo grupo de jovens deste estudo. Geralmente registrados durante os finais de semana, eles exibem festas, viagens, encontros com amigos, momentos de descanso e visuais cuidadosamente produzidos para aproveitar os períodos de lazer. Os *emojis* divertidos, filtros e retoques disponibilizados no *Instagram Stories* são mais explorados. Os textos explicativos são substituídos, na maior parte das vezes, por legendas que indicam a localização, via GPS, e o dia da semana. As poses ensaiadas, coreografadas se apresentam de forma mais explícitas nestes autorretratos, além dos sorrisos que indicam a alegria de viver e compartilhar tais momentos de diversão e ócio.



Figura 3. Diversão e ócio

Fonte: Selfies de @perfil01 e @perfil03



Figura 4. Diversão e ócio

Fonte: Selfies de @perfil02, @perfil04 e @perfil08

Os *selfies* nas figuras 3 e 4 dos jovens que compõem este artigo foram feitos em feriados e finais de semana. Os três primeiros foram registrados momentos antes de @perfil01 e @perfil03 saírem de casa para se divertir. A quarta imagem, de @perfil02, foi feita em uma viagem para a Chapada Diamantina, na Bahia, durante feriado prolongado de setembro. O *selfie* seguinte, de @perfil04, registra um momento de ócio em uma cama e, a última imagem, foi feita em uma reunião entre amigos do @perfil08.

Publicar durante os momentos de diversão e ócio, especialmente dos finais de semana, é quase um imperativo para os jovens desta pesquisa. Eles têm visibilidade por meio das experiências prazerosas vividas. Exibições hedonísticas que demarcam presença e atestam que aproveitaram os dias destinados ao entretenimento. As performances, notoriamente, se acentuam nestes registros.

Nos *selfies* destacados, as poses em frente ao espelho desejam expor e valorizar ao máximo os visuais escolhidos, além de demonstrar que se trata de prólogos do que vem a seguir, o lazer. As imagens que ressaltam o dia da semana informam que a "sexta" é destinada à diversão. E as caretas e sorrisos dos três últimos *selfies* asseguram que aqueles momentos, de viagem, de descanso e de encontros, foram felizes. Autorretratos performativos que utilizam os recursos das mídias para espetacularizar o eu e para provar que os dias que, habitualmente, são destinados às atividades prazerosas foram aproveitados de fato. Visto que, nesta conjuntura, de acordo Han (2017, p. 275), "tudo deve tornar-se visível; o imperativo da transparência coloca em suspeita tudo que não se submete à visibilidade". Isto é, se não expôs, se não performou em imagens, não aconteceu.

Notadamente, nestes registros também, sobre diversão e ócio, os jovens utilizam maneiras similares para narrar seus momentos de prazer, expostos nas composições dos *selfies* (Montardo, 2018). Demonstram, com isso, aprendizagens que constituem as publicações e as interações da função *Stories*.

Conclusões

Chamar a atenção e conquistar a admiração alheias não são desejos atuais. Desde tempos remotos os indivíduos aspiram por posições de destaque na sociedade, almejam ser figuras populares e benquistas. No entanto, visibilidade e admiração, antes alcançadas por meio de ações que se limitavam ao âmbito público, isto é, por meio de um desempenho profissional satisfatório, ato heroico, dentre outros, hoje são também e, preferencialmente, conquistadas a partir da exibição da própria imagem e da vida particular. Na atual configuração da cibercultura, de câmeras intrusivas e ubíquas, a notoriedade é alcançada, sobretudo, por meio de performances, espetáculos de si e da vida cotidiana.

Os *selfies* do grupo de jovens aqui apresentados e analisados permitem diversas conclusões das quais destacamos duas. A primeira é de que estes jovens performam e espetacularizam-se por meio de publicações incessantes de *selfies* para, assim, serem vistos continuamente por suas audiências particulares, ou seja, terem visibilidade no *Instagram Stories*. Eles exibem os seus melhores ângulos, poses, sorrisos e cenários nos autorretratos digitais, performativos, narram suas vidas por meio destas cenas espetacularizadas e, por conseguinte, mantêm-se em constante exibição.

A segunda conclusão é que as práticas e os saberes que circulam no *Instagram Stories* imprimem atitudes e subjetividades no grupo de jovens estudado. A performatividade e a espetacularização do eu expostos neste estudo, adquiridos pelos sujeitos por meio do fluxo de publicações e de interações do *Instagram Stories*, demonstram o perfil formativo desta funcionalidade. Ou seja, os sujeitos desta pesquisa, por meio dos *selfies*, com seus respectivos textos, poses, enquadramentos e customizações, que se assemelham entre si, evidenciam pedagogias que constituem a função *Stories* do *Instagram*. Sobretudo, porque tais registros compõem as atividades diárias, se repetem cotidianamente, expondo, portanto, que a funcionalidade se constitui como um significativo artefato cultural pedagógico.

Como artefato cultural o *selfie*, a performance expositiva de si, é pleno de pedagogias porque as exposições dos sujeitos orientam modos de ser e comportamentos que amigos e seguidores copiam, adaptam, recriam perseguindo as suas próprias visibilidades. Poses e carões, por exemplo, são recursos amplamente utilizados por quem quer se manter em evidência. Neste sentido, o *selfie* como um fenômeno da cibercultura é, também, como o estudo indica, um conjunto de pedagogias que articula as performances do eu nas construções instantâneas de si, nos fluxos dinâmicos e ininterruptos do *Instagram Stories*. O *selfie* é uma marca das novas relações entre as tecnologias digitais e os corpos mutantes nos nexos das redes.

Referências

- Amaral, A., Natal, G. & Viana, L. (2008). Netnografia como Aporte Metodológico da Pesquisa em Comunicação Digital. *Revista Sessões do Imaginário*, 2(20), 34-40. <https://revistaseletronicas.pucrfil.br/C:/Users/edval/AppData/Local/Temp/4829-Texto%20do%20artigo-15991-1-10-20090312.pdf>. ojs/index.php/famecos/article/view/4829
- Batista, G. & Rodrigues, R. (2014, setembro). A Construção de Identidade na "Geração Fitness" do Instagram: a representação do eu e do corpo no ciberespaço. Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, Paraná, Brasil, 37. <http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1378-1.pdf>
- Camozzato, V. & Costa, M. (2013). Vontade de pedagogia-pluralização das pedagogias e condução de sujeitos. *TESTE*, 44, 22-44. <https://doi.org/10.15210/caduc.v0i44.2737>
- Cervo, A., Bervian, P. & Silva, R. (1996) Metodologia Científica: para uso dos estudantes universitários. Makron Books.
- Couto, E. (2015) Vida privada na esfera pública: narrativas de corpos e sexualidades nas redes sociais digitais. *Entreideias, Salvador*, 4(1), 163-183. <https://doi.org/10.9771/2317-1219rf.v4i1.8710>
- Costa, T. (2016). A beleza em tempos de Serfie: retratos fotográficos e uma intimidade criada. Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Disponível: <http://pantheon.ufrj.br/handle/11422/555Costa>
- A, M. & Andrade, P. (2015). Na produtiva confluência entre educação e comunicação, as pedagogias culturais contemporâneas. *Perspectiva*, 33, 843-862. <https://doi.org/10.5007/2175-795X.2015v33n2p843>
- Debord, G. (1997). *A Sociedade do Espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Contraponto.
- Fernandes, A. (2015). *Selfie: A força comunicacional do autorretrato que as redes sociais reinventaram* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho]. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/40845>
- Han, B. (2017). *Sociedade da transparência*. Vozes.
- Llosa, M. (2013). *A Civilização do Espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura*. Objetiva.
- Minayo, M., Gomes, R. & Delandes, S. (2009). *Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade*. Vozes.
- Montardo, S. (Org.). (2018). *#Selfies: subjetividades e tecnologia*. Sulina.
- Piza, M. (2012) *O Fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica* [Monografia de Graduação, Universidade de Brasília]. http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf
- Recuero, R. (2014) *Redes sociais na internet*. Sulina.
- Santana, C. & Couto, E. (2017). Estratégias de visibilidade e ações docentes no Twitter. *Educação*, 42(2), 435-450. <http://dx.doi.org/10.5902/198464442255>
- Sibilia, P. (2019) *O show do eu: A intimidade como espetáculo*. Nova Fronteira.
- Sibilia, P. (2013). A construção de si como um personagem real: autenticidade intimista e declínio da ficção na cultura contemporânea. *ECO-Pós*, 15(3), 22-46. <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v15i3.870>
- Sibilia, P. (2015). Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. *Fronteiras-estudos midiáticos*, 17(3), 353-364. <https://doi.org/10.4013/fem.2015.173.09>
- Souza, J. & Couto, E. (2020). Felicidade em gif. Pedagogias dos minivídeos em loop no Instagram stories. *ETD - Educação Temática Digital*, 22(4), 931-947. <https://doi.org/10.20396/etd.v22i4.8655338>
- Souza, J. & Couto, E. (2016) Snapchat: viver e aprender em meio a mensagens autodestrutivas. In Couto, E., Porto, C., Santos, E. *App-learning: experiências de pesquisa e formação* (pp. 81-124). EDUFBA.
- Sturm, H. (2013, Dez. 14) Do selfie ao unselfie. A prática do autorretrato nas redes sociais. *Jornal Zero Hora*. <https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2013/12/do-selfie-ao-unselfie-a-pratica-do-autorretrato-nas-redes-sociais-4364454.html>
- Veras, M. (2018). *Selfie logo existo*. Corruptio.

Joana Dourado França de Souza

Mestra e Doutoranda em Educação (PGEDU/UFBA), em Salvador, BA, Brasil. Participa do Grupo de Pesquisa Educação, Redes Sociotécnicas e Culturas Digitais (EDUTECH) e do Grupo de Pesquisa Educação Comunicação e Tecnologias (GEC).

Edvaldo Souza Couto

Doutor em Educação (FE/UNICAMP), em Campinas, SP, Brasil. Professor Titular na Faculdade de Educação (FACED/UFBA), em Salvador, BA, Brasil. Líder do Grupo de Pesquisa Educação, Redes Sociotécnicas e Culturas Digitais (EDUTECH) e um dos Coordenadores do Grupo de Pesquisa Educação Comunicação e Tecnologias (GEC). Bolsista em Produtividade e Pesquisa, Pq2, CNPq.

Endereço para correspondência

Edvaldo Souza Couto

Universidade Federal da Bahia

Faculdade de Educação

Av. Reitor Miguel Calmon, s/n

Vale do Canela, 40110-100

Salvador, BA, Brasil

Os textos deste artigo foram revisados pela Poá Comunicação e submetidos para validação do(s) autor(es) antes da publicação.