Pontifícia Universidade Católica
do Rio de Janeiro

Pablo de Macedo Silveira Vallejos

Expansão da Vida:
Narrativas Visuais, Autobiografia e Ficção no Instagram

Tese de Doutorado para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação do Departamento de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Orientadora: Profª. Dr.ª Vera Lúcia Follain de Figueiredo

Rio de Janeiro
Maio de 2025

Pontifícia Universidade Católica
do Rio de Janeiro

Pablo de Macedo Silveira Vallejos

Expansão da Vida: Narrativas Visuais, Autobiografia e Ficção no Instagram

Tese de Doutorado para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação do Departamento de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Profª. Vera Lúcia Follain de Figueiredo
Orientadora
Departamento de Comunicação — PUC-Rio

Prof.ª Bruna Aucar
Departamento de Comunicação — PUC-RIO

Prof. Eduardo Miranda
Departamento de Comunicação — PUC-Rio

Prof.ª Mônica Machado
Departamento de Comunicação — UFRJ

Prof. Felipe Muanis
Departamento de Artes — UFJF

Rio de Janeiro, 8 de Maio de 2025

Todos os direitos reservados. A reprodução, total ou parcial, do trabalho é proibida sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Pablo de Macedo Silveira Vallejos

Graduou-se em Jornalismo na Estácio, em 2011. Cursou a especialização em Comunicação e Imagem (2015) e o Mestrado em Comunicação (2020), ambos na PUC-Rio. Foi bolsista durante o Doutorado em Comunicação, pela Capes PROSUC e Capes PRINT, tendo passagem na University of Toronto, no Canadá. Nesse trajeto de pesquisa da tese, apresentou palestras, fez estágios de docência, participou de congressos e conferências no Brasil e no exterior.

Ficha Catalográfica

Vallejos, Pablo de Macedo Silveira

Expansão da vida: narrativas visuais, autobiografia e ficção no Instagram / Pablo de Macedo Silveira Vallejos; orientadora: Vera Lúcia Follain de Figueiredo. – 2025.
188 f. : il. color. ; 30 cm

Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2025.
Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Cultura visual. 3. Narrativas digitais. 4. Redes sociais. 5. Autobiografia. 6. Instagram. I. Figueiredo, Vera Lúcia Follain de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Dedicatória

Dedico este trabalho à Tia Lectícia que, em vida, me incentivou à latente curiosidade e à diária busca pelo saber. Por recorrentes visitas e aventuras com os livros, os dicionários, as enciclopédias, me apontava no conhecimento e na construção intelectual a exploração da vida em si. Pela imensa simplicidade, pelo cuidado, pela emoção do lidar, pela brincadeira imaginária.

Que bom que você existiu.

Agradecimentos

Agradeço a PUC-Rio, em primeira instância, por me abrir espaço: tanto o físico quanto o simbólico, de prover conhecimento a cada semestre. À instituição por, também, ter concedido a mim bolsas de estudo que foram inestimável auxílio e me mudaram para sempre. Em especial, os brilhantes professores que integraram a coordenação do PPGCOM e DCOM durante o período que estudei na PUC: Tatiana Siciliano, Bruna Aucar, Arthur Ituassu e Claudia Pereira. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Estendo o meu agradecimento, também, à Prof.ª Vera Figueiredo pelo papel transformador na minha trajetória acadêmica e, assim, ocasionando em um crescimento pessoal sem proporções. Pelos encontros em sala de aula e pelos pontos e modos de vista que, em diversas ocasiões, me ensinaram a desenvolver um novo olhar para elementos que viraram uma chave diante à vida.

Meus agradecimentos também são endereçados aos meus pais, Angela e Alfredo, por cada hora de trabalho nas diversas atividades que se propuseram a fazer para me manter em um caminho de educação e crescimento — seja dando aula de Língua Portuguesa e fazendo atendimento ao público ou costurando bolsas de pano e preparando doces e salgados. Aos meus irmãos, Flávia, Cacau, Letícia e Thais, assim como os meus (muitos) sobrinhos e os agregados Davi Leão e Karla Pinnola, por estarem comigo para sempre. Vamos de mãos dadas.

À minha esposa, Carolina Grangeia, e aos meus sogros, Carmen e Mario, assim como os cunhados Camila e Gabriel. Por terem sido um impulso fundamental para me manter na jornada acadêmica do Doutorado, acreditando e sendo gentis — e consequentemente tornando as etapas mais calorosas e amorosas. A força que eu precisava vocês forneceram.

Agradeço à banca pelo aceite de participação e pelo tempo de leitura. Que esse trabalho contribua à Comunicação, mas, sobretudo, informem sobre os diversos conhecimentos, vivências e esforços acumulados. Essa história escrevemos juntos.

Resumo

VALLEJOS, Pablo de Macedo Silveira; Figueiredo, Vera Lúcia Follain de. **Expansão da Vida: Narrativas Visuais, Autobiografia e Ficção no Instagram**. Rio de Janeiro, 2025. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Plataformas de *blogging* foram popularizadas por todo o mundo a partir dos anos 1990, sendo amplamente usadas como ambientes de confidência pessoal, conexão social, customização e exploração de hobbies. Nesses lugares eletrônicos, sujeitos construíam seus espaços autobiográficos, configurando textos, fotos, títulos, nomes e interações que caracterizavam o blog como tal. No Século XXI, sites como Orkut e Facebook, entre outros, alcançam popularidade. Mas com os progressos do desenvolvimento tecnológico emerge o Instagram, que desponta pelo consumo, criação e distribuição de fotos e vídeos. A presente pesquisa busca observar como usuários chamados Criadores de Conteúdo dessa rede social utilizam seus espaços para fabricar, editar e publicar mídias que compõem o Perfil naquela plataforma. Tem como principal objeto o artefato imagético, considerando o conceito de Cultura Visual como componente central desse contexto moderno. O estudo tem como objetivo, assim, apresentar uma análise sobre as narrativas elaboradas no processo de construção identitária nos ambientes *online*. Ou seja, se propõe compreender como são elaboradas as imagens, desenvolvidos os Perfis e montadas as narrativas do eu que povoam o Instagram. Parte, também, do entendimento daquela rede social não somente como empresa, mas como um espaço de trocas sociais que se pautam pela autobiografia ali construída por mídias criadas, manipuladas e organizadas estrategicamente. Para isso, a revisão de autores como Baudrillard, Debord, McLuhan, Hall, Goffman, Arfuch, entre outros. Compõem, também, análises de diversos Perfis de Instagram, centrando especificamente no tipo Criadores de Conteúdo. São usadas variadas metodologias de análise como Imagem, Discurso, derivadas da Sociologia, da Antropologia e da Comunicação, e revisão bibliográfica. Assim, a pesquisa conceitualiza a Expansão da vida, uma prática autobiográfica ficcionalizante por meio de recursos visuais na Web.

Palavras-chave

Cultura Visual; Narrativas Digitais; Redes Sociais; Autobiografia; Instagram.

Abstract

VALLEJOS, Pablo de Macedo Silveira; Figueiredo, Vera Lúcia Follain de. **Life Expansion: Visual Narratives, Autobiography and Fiction on Instagram**. Rio de Janeiro, 2025. Doctoral Thesis – Department of Communication, Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro.

Blogging platforms became popular worldwide starting in the 1990s, widely used as spaces for personal expression, social connection, customization, and hobby exploration. In these digital environments, individuals built autobiographical spaces, shaping texts, photos, titles, names, and interactions that characterized the blog as a unique format. In the 21st century, websites such as Orkut and Facebook, among others, rose to prominence. But with advances in technological development, Instagram emerged as a key platform focused on the consumption, creation, and distribution of photos and videos. This research seeks to examine how users known as content creators on that social network use their spaces to produce, edit, and publish media that shape their profile on the platform. The main object of study is the image-based artifact, approaching it through the lens of visual culture, a central concept in this modern context. The study aims to present an analysis of the narratives formed in the process of identity construction within online environments. In other words, it seeks to understand how images are created, how profiles are developed, and how narratives of the self are assembled and expressed on Instagram. The research also considers the platform not only as a company but as a space of social exchange, shaped by autobiographical performances carried out through media that are created, edited, and strategically organized. To support this investigation, the study draws on the work of theorists such as Baudrillard, Debord, McLuhan, Hall, Goffman, and Arfuch, among others. It also includes analyses of various Instagram profiles, focusing specifically on the content creator type. A range of analytical methodologies is employed, including image analysis, discourse analysis, and approaches from sociology, anthropology, and communication studies, along with a comprehensive literature review. Thus, the research introduces and conceptualizes the idea of life expansion, a fictionalizing autobiographical practice carried out through visual resources on the web.

Keywords

Visual Culture; Digital Narratives; Social Media; Autobiography; Instagram.

Sumário

1. Introdução 1

2. Práticas Online: Internet e Blogging 8
2.1 Comunidades Online e Páginas Pessoais 10
2.2 Da Ilusão e Simulação às Imagens Digitais 24
2.3 Visualidades e Experiência do Usuário 30

3. Cultura Visual e Narrativas Digitais 45
3.1 Seções, Símbolos e Ferramentas do Instagram 48
3.2 Processos de criação e Storytelling no Perfil 55
3.3 Self(ie) e a Estetização da Vida Cotidiana 67

4. Graus de Ficcionalização 86
4.1 Show e Espetacularização do Eu 88
4.2 Narrativas Vivenciais e Montagem 100
4.3 Técnicas e Estratégias Autobiográficas 111

5. Expansão da Vida 123
5.1 Narrativas forjadas e mundos editados 127
5.2 Memória, Arquivo e os possíveis futuros da Autobiografia 135

6. Considerações finais 156

7. Referências bibliográficas 165

Introdução

Quando a indústria dos consoles e jogos eletrônicos foi se espraiando, desde meados de 1980, consumidores tinham a oportunidade de conhecer quebra-cabeças e desafios que se limitavam a um grupo reduzido de recursos para interagirem com aquelas novidades. À medida que prosperava e se consolidava, esse movimento dos videogames desbravaria capacidades gráficas e tecnológicas que proporcionariam ainda mais entretenimento aos fãs, tais como: experiências mais extensas com fases e etapas duradouras; aumento na escala, na dimensão dos conteúdos; a chegada das cores, assim como a chegada do 3D; a estreia dos aparelhos domésticos a preços acessíveis; a popularização de desenvolvedoras de jogos; entrecruzamento com filmes, programas de televisão, jogos de tabuleiro e RPG que lançaram uma versão de videogame; e muito mais. Para as pessoas daquelas décadas iniciais a virada do século XX para XXI apresentaria um potente aliado, a computação pessoal. Nesses aparelhos domiciliares, chamados desktops, os gamers acessam jogos conectados à Internet em uma conexão direta de comunicação e interação com outras pessoas. Além disso, as desenvolvedoras dos títulos promoviam novidades esporadicamente para os consumidores. Por exemplo, se lá estavam competidores por um título de corridas de carro, poderiam surgir adesivos, opções de cores, modelos mais recentes ou pistas de corrida; caso se tratasse de uma batalha medieval entre clãs historicamente rivais, esses incrementos poderiam ser uma variedade ampliada de armaduras, armamentos, itens de combate ou novos territórios para explorar ou disputar. Para acessar essas novidades, jogadores devem comprar o título original, instalá-lo e criar uma conta pessoal. Em seguida, fazer download ou comprar os novos componentes. Essa estratégia mercadológica da indústria dos jogos eletrônicos chama-se expansão. É por meio dela que, de um lado, desenvolvedoras tornam seus produtos atraentes aos consumidores, com a premissa de que estão fornecendo uma abundância de elementos inéditos, corrigindo falhas técnicas e, consequentemente, um chamariz encantador para os fãs. Do outro lado, consumidores aprofundam seus trajetos, suas jornadas dentro daquele universo eletrônico, 2D ou 3D, aumentando a diversão individual ou coletiva com o jogo que tanto se relaciona. A ideia de expansão é, de certo modo, um símbolo do contexto digital do século XXI. É nesse período da computação pessoal que consumidores testemunham uma incessante onda de novidades dentro dos lugares online. A exemplo disso: o mouse, que saiu de uma caixa de único botão para um cursor que proporciona

movimento multiespacial dentro dos endereços eletrônicos; os websites, que eram estáticos e restritos às empresas, passaram a ter barra de rolagem, hiperlinks, fotos, vídeos, animações; os celulares, que se deslocaram do uso da ligação telefônica para o uso da informática, com acesso à Internet, troca de mensagens instantâneas e características semelhantes à de um computador potente, mas na palma da mão e até com manuseio via toque na tela. Assim, indivíduos – que progressivamente seriam reconhecidos como "usuários" – se habituariam constantemente com o alargamento de possibilidades da Internet e dos variados dispositivos eletrônicos.

Essa narrativa foi uma preocupação central em minha dissertação de Mestrado, aprovada na PUC-Rio em 2020. Ali, problematizei os frequentes convites à imersão que a indústria dos videogames faz aos consumidores, com um crescente investimento em capacidades gráficas, contação de histórias, entre outras adjetivações. Ainda, a promessa de "mundos", "universos", "galáxias". Ou seja, um vocabulário que também instiga fãs a passar horas percorrendo mapas, terrenos fictícios, desenvolvendo seus personagens e interagindo com outros gamers. Para elaborar aquele estudo, me deparei com as perguntas: Qual é o tempo que essas pessoas passam ali, "encarnando" aqueles avatares e navegando naqueles lugares? Qual é a relação que desenvolveram com esses territórios fictícios, os tais endereços lúdicos? Qual é o futuro dessa interação humano-máquina, uma vez que empresas progridem nas estratégias de encantamento e persuasão na promoção de jogos e consoles – usando expressões como "sem limites", "sem fim", entre outras? Em ordem de construir o raciocínio daquele trabalho, foram lidas obras teóricas sobre imagem, consumo material contemporâneo, à tecnologia digital, aos jogos, aos simulacros e até ao urbanismo e à arquitetura. Essa coleção de escritos foi a primeira etapa de uma investigação maior que viria a retomar no curso de Doutorado, também no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio.

Na pesquisa de tese, a hipótese de "Expansão da Vida" se encaminha para outro viés, o das redes sociais e do uso pessoal das tecnologias eletrônicas para a escrita de si. Se nos estudos de Mestrado o enfoque residia na criação, na customização e na contínua construção de identidade em avatares tridimensionais nos jogos eletrônicos, no Doutorado o caminho é observar como isso se dá dentro de plataformas como o Instagram. Naquele ambiente, usuários constroem páginas sociais e utilizam técnicas diversas, calcadas no recurso imagético, como fotos e vídeos, para montar um arquivo de mídias público – ao menos, em alguma instância. Desde 2022, ano que ingressei no curso,

os arranjos tecnológicos digitais prosperaram pelo mundo, com novas empresas, softwares, aplicativos e até a ampliação de ferramentas dentro do Instagram, que me propus a analisar. Ou seja, o panorama se modificava e se transformava pavimentando uma estrada que me entusiasmava. Primeiro, por revelar que as observações teóricas elaboradas até então se comprovam relevantes e atuais. Ou seja, trata-se de uma proposta de estudo condizente com o tempo de sua publicação. Em segundo lugar, porque a pesquisa tem o objetivo de fornecer uma lente crítica para uma narrativa contemporânea (a intensificação da relação humano-máquina no século XXI) que parece ter desdobramentos por décadas a frente. Portanto, um material que olha adiante na intenção de compreender o amanhã desses laços entre sujeito, os usos da imagem e subjetividades que emergem disso no espaço online.

No cenário das plataformas contemporâneas os recursos da Publicidade e do Marketing, como a construção de discursos estratégicos e a implementação de palavras-chave, não são somente usados pelas marcas. Se no Mestrado investiguei os instrumentos de desenvolvedoras de jogos eletrônicos para convidar *gamers* à imersão, na trilha da elaboração da tese de Doutorado notei que usuários passaram a adotar os mesmos caminhos a fim de capitalizar as páginas deles, os Perfis, para fazer daquele endereço um espaço de trabalho, de venda e de promoção de serviços e produtos. Esses indivíduos têm nomes que já foram incorporados ao vocabulário dos anos 2000 em diante: Produtores de Conteúdos e Influenciadores. O próprio Instagram dá a escolha de criar um Perfil com essas classificações e, ao fazê-lo, tem acesso às opções de promoção e investimento dentro daquela rede. Ou seja, o Instagram apresenta recursos que podem auxiliar na obtenção de renda por meio de vídeos, fotos e textos que alguém carrega ali. Acontece, então, que as pessoas que escolhem esse caminho extraem da área da Comunicação saberes que fortaleçam a "profissionalização" no Instagram. Nota-se o uso de práticas, de métodos, que vão se estabelecendo como padrões. A partir dessas observações, nesta pesquisa compreende-se que: (i) os Produtores de Conteúdo e Influenciadores entendem que o Instagram tem um apelo pessoal e intimista e, portanto, desenvolvem seus Perfis como se estivessem apresentando um espaço autobiográfico; (ii) aquela rede social é norteada pelas mídias digitais visuais e, portanto, dominar a criação, produção, manipulação e distribuição delas é essencial para prosperar ali; (iii) com isso, por fim, marcas e pessoas vão se misturando a ponto de um "parecer" o outro. Esses entendimentos, em síntese, revelam que tanto empresas quanto os usuários do Instagram

utilizam imagens de maneira estratégica para alcançar seus respectivos objetivos. Assim, neste estudo pretendo explorar como espaços de *blogging* também se apresenta como uma oportunidade de profissionalização, desde o início até os anos 2020.

Contudo, apesar dos ensejos de acompanhar e estudar o contemporâneo, se faz fundamental mapear estudos passados. Estes, por sua vez, mostram que os conceitos que povoam as práticas modernas são resultado de uma fileira de eventos, hábitos, práticas e conceitos já mapeados anteriormente. Em períodos de séculos anteriores pesquisas acerca da representação, da autobiografia, do diário, do arquivo, da ficcionalização e da narrativa visual já permeavam o âmbito acadêmico. Logo, na presente pesquisa, a proposta consiste em reunir saberes plurais, multidisciplinares, a fim de organizar um acervo bibliográfico que respeite obras de outros períodos, mas os resgatando para colocá-los em diálogo com o contexto do século XXI. Reunir, assim, obras da Literatura, da Fotografia, do Cinema, da Sociologia e da Antropologia para, somadas à Comunicação, arquitetar a tese da vida expandida. Para isso, a obra de autores como Baudrillard, Goffman, Flusser, Benjamin, Eco, Arfuch, entre outros, será aliada na composição de cada item. Nos blocos a seguir, há uma ordenação narrativa que: (i) se inicia na contextualização do objeto de estudo, a plataforma Instagram, e as variadas problemáticas teóricas das práticas de *blogging*, imagens e espaços digitais; (ii) aborda reflexões sobre estética, cultura visual contemporânea e cibercultura; (iii) pondera sobre representação, ficcionalização, autobiografia, prática de diário e arquivo; e (iv) culmina em apontamentos sobre vida cotidiana, a construção social da realidade, simulacro, imaginário, memória e um aprofundamento do conceito motriz, de Expansão da vida.

Para a materialização do presente trabalho foram necessários usos de metodologias variadas. Em parte da pesquisa permeia a revisão bibliográfica de autores de variadas áreas, conforme mencionado. Em uma versão anterior, me lancei às entrevistas qualitativas, mas pausei essa produção e optei por um caminho mais objetivo e palpável: analisar e interpretar as imagens publicada por estudos de caso no Instagram e em websites relacionados com o tema. Como será possível perceber, há uma preocupação autoral em sustentar informações com dados quantitativos oriundos de levantamentos estatísticos de fontes seguras, mas, simultaneamente, exercitar o argumento descritivo e o olhar subjetivo sobre os consumidores do Instagram e de outras plataformas de imagem e *blogging*. Ou seja, uma leitura sensível — uma vez que os escritos buscam teorizar sobre a experiência da narrativa de vida. Para isso, proponho nesta pesquisa explorar

metodologias a fim de buscar novos caminhos. Enquanto os escritos se desenrolavam, foram encontradas diferentes maneiras de analisar fotografia, vídeo, arquivo e interfaces digitais. Logo, em momentos do trabalho há explorações de métodos distintos a fim de investigar ferramentas multidisciplinares. Ao reunir diversos métodos, proponho verificar qual melhor se aplica ao contexto contemporâneo e ao ambiente do Instagram. Com êxito, autores das áreas de Sociologia, Antropologia e Comunicação oferecem diferentes perspectivas sobre como essa análise pode ser conduzida:

- Na Sociologia, é ideal recorrer à Análise de Conteúdo Visual, de Goffman (1979). Embora focada em Publicidade, essa metodologia propõe uma análise sistemática de imagens, explorando como as representações visuais reforçam normas sociais. Nela é necessário categorizar elementos visuais e interpretar os significados sociais por trás deles. Além dela, Bourdieu (1996), em "A Fotografia: Uma Arte Intermediária", reflete sobre como a fotografia funciona como um "objeto social" que espelha e reproduz distinções sociais. A abordagem reside na análise das condições sociais de produção e consumo das imagens.
- Na Antropologia, Pink (2001) propõe uma metodologia etnográfica que integra a análise de fotografias com a observação participante. A autora de "Doing Visual Ethnography" recomenda que as imagens sejam analisadas dentro de seus contextos culturais, com atenção às práticas e aos significados locais associados às fotografias. MacDougall (1998), por sua vez, argumenta pela análise das imagens dentro do fluxo de vida social. Em "Transcultural Cinema", o autor considera como as fotografias são utilizadas, interpretadas e significadas em diferentes contextos culturais.
- Já na Comunicação, Barthes (1980) propõe a Semiótica para a análise de fotografias, introduzindo os conceitos de Studium (interesse cultural) e Punctum (impacto emocional) para explorar como as imagens comunicam significados. Em Rose (2001), uma metodologia que combina análise crítica do discurso com a análise de imagens, explorando como as fotografias participam na construção de discursos e ideologias.

Cada uma dessas metodologias oferece ferramentas para examinar fotografias digitais de forma profunda e contextualmente informada. É possível optar por uma

abordagem mais estruturalista, como a de Barthes, ou por uma análise mais contextual e interpretativa, como a de Sarah Pink na Etnografia Visual. No caminho, entre metodologias e exploração teóricas, encontraram-se hipóteses. A tese, portanto, se inclina sobre alguns argumentos:

a. Produtores de Conteúdo e Influenciadores usam recursos da Publicidade e do Marketing, principalmente o Storytelling, como estratégia central na elaboração de Perfis profissionais no Instagram;
b. A fim de se diferenciar de outros, esses indivíduos atribuem um tom autobiográfico naquelas páginas. Ou seja, se posicionam na primeira pessoa, dividem eventos e narram fragmentos de suas vidas, comum desde 1990, quando se popularizou a prática de *blogging*;
c. Esses sujeitos usam fotos e vídeos para desenvolver narrativas imagéticas e audiovisuais para atingir objetivos comerciais. O domínio da estética amplia e fortalece o laço de tais Perfis com os usuários que o acompanham;
d. Nessa lógica, Produtores de Conteúdo e Influenciadores confeccionam espaços autobiográficos online por meio de mídias imbuídas de técnicas de contação de histórias. Fotos, vídeos e textos que são editados e montados em um processo ficcionalizante a fim de construir um Perfil atraente para propósitos comerciais – exatamente como marcas fazem por meio de campanhas publicitárias.

Por fim, resta pontuar que desde que a pesquisa foi iniciada o Instagram já passou por diversas alterações. A Meta, companhia detentora da rede social, fez mudanças em mecanismos variados, mas aquele que mais diz respeito à proposta aqui colocada é a descontinuação da Meta Spark, que é a plataforma de criação de efeitos de Realidade Aumentada. Ao lançar essa ferramenta, em 2017, a empresa dava aos usuários o acesso a instrumentos para criar Filtros, permitindo que pessoas criassem esses componentes de edição e os distribuíssem pela plataforma. Diversos usuários, inclusive, se profissionalizaram, se titulando como Criadores de Filtros e até recebendo pagamentos para essa atividade. Esse mesmo recurso foi tópico de extensos debates acerca de dismorfia corporal, problemas de autoimagem e excesso de estetização. Sete anos após a novidade, a Meta Spark termina em 2024, ficando indisponível para usuários. A partir daquele período, somente a própria empresa desenvolveria e distribuiria os filtros.

Considerando que o estudo é fundamentado em Imagem e Cultura Visual dentro do Instagram, cabe observar as nuances dessa ferramenta.

As mudanças no panorama digital influenciam a pesquisa, mas não a inviabilizam. Pelo contrário, somente reforçam o caminho apresentado pela tese. Um exemplo disso é a popularização da Inteligência Artificial como ferramenta para desenvolver mídias visuais. Em Setembro de 2023, a norte-americana Adobe lança Firefly, que é uma função de Imagem Generativa. Trata-se de uma tecnologia que vasculha banco de imagens e monta um resultado visual de acordo com o pedido detalhado do usuário, chamado de *prompt*. A exemplo disso, basta imaginar que é possível inserir uma janela aberta com vista para a praia na foto da parede branca de uma casa. Ou, em um segundo cenário, remover móveis que desagradam na fotografia. A possibilidade de inserir ou excluir elementos, alterando aquilo que se vê, é uma pauta fundamental para a tese uma vez que tal instrumento se espalhou. Além da Adobe, diversas plataformas também seguiram a tendência e as Imagens Generativas ficaram ainda mais acessíveis, velozes e simplificadas. Torna, desta maneira, mais fácil encostar no que conceitualizo como "práticas ficcionalizantes" nos espaços autobiográficos sociais digitais como o Instagram.

Nota-se, por fim, uma ênfase na edição de imagem digital, especialmente a partir dos anos 2000: seja pela sociabilidade, seja por manutenção estética, seja pela profissionalização. Em todos os casos, a Expansão é um alargamento das práticas de representação e autobiografia nos ambientes digitais. Uma construção identitária *online* potencializada pela Cultura Visual do Século XXI, povoada com mecanismos de edição, tratamento, manipulação, criação e distribuição imagética. Nos quatro capítulos a seguir, desenvolvo esse argumento em partes: (i) apresentando o surgimento dos blogs até o Instagram; (ii) refletindo sobre o poder das visualidades na contemporaneidade; (iii) observando elementos como representação, autobiografia, montagem e ficção; (iv) surgindo a conceitualização de Expansão e propondo considerações que fomentem o debate acerca do futuro das imagens digitais e das plataformas de redes sociais.

2. PRÁTICAS ONLINE: INTERNET E BLOGGING

A construção dessa pesquisa só é possível a partir do entendimento das práticas que acontecem no ambiente digital, em específico no *online*. Ou seja, quando um usuário está conectado às informações e aos outros sujeitos que navegam pela Internet. Essas pessoas são conhecidas como “usuários”. Para isso, o trajeto inicial mais comum é listar os eventos que culminaram no advento da ARPANET e, posteriormente, na World Wide Web, ou WWW, como nomeou o norte-americano Tim Berners-Lee. Outro caminho habitual é o desenvolvimento dos computadores eletrônicos entre meados de 1940 e 1980, para fins de pesquisas militares. Eram, essencialmente, grandes calculadoras e transmissoras e receptoras de informações. No entanto, proponho aqui uma trilha mais objetiva, já considerando que esses eventos históricos foram amplamente discorridos e analisados em trabalhos acadêmicos. Partimos, neste estudo, da premissa que a Internet é uma realidade partilhada entre pessoas na década de 1990 em diante. Em 1993, Larry Press escreve sobre o horizonte que se consolidava cada vez mais: a fusão da comunicação com a computação. De acordo com o autor, em 1960 pesquisadores já especulavam a respeito desse panorama vindouro, sobre o intercâmbio intelectual entre pessoas. Foi somente a partir de 1980 que os componentes eletrônicos do computador seriam aprimorados o suficiente para começar a comercialização em tamanhos “portáteis”: antes, ocupavam uma sala inteira para funcionar e sequer eram legíveis; posteriormente, com os progressos científicos da engenharia computacional, poderiam caber na mesa de casa e até exibir imagens por meio de um aparelho monitor. De acordo com Abbate (1999), esse processo de diminuição dos aparelhos, tornando-os portáteis e ainda mais móveis, estava em alta em determinada época. Ela abre o artigo "Getting Small: A Short History of the Personal Computer" com essa frase: "A tendência mais dramática na computação nas décadas de 1960 e 1970 foi a miniaturização." A autora explica que, em resumo, a migração dos computadores para um formato mais compacto se deve aos "circuitos integrados". Ou seja, seria possível, com os desenvolvimentos da Engenharia, diminuir e juntar circuitos, que antes ocupavam muito espaço, em uma única placa. Essa, por sua vez, ficaria dentro de uma "Unidade de Processamento Central", uma CPU, na sigla original. Para tornar o computador visual, um monitor seria responsável por traduzir e intermediar todos os dados, todas as informações, entre os circuitos e o

humano. Cabe aqui, então, pensar de 1980 em diante. Afinal, quando os computadores encontram os usuários é que erodem as problemáticas que nos interessam.

Segundo Lévy (1999), autor frequentemente mencionado nos estudos de Internet, é nesse período que as indústrias começam a povoar o ambiente digital, de modo a desenvolver endereços eletrônicos e encontrar as pessoas, os consumidores nesse promissor território. Lévy chama esse lugar de "ciberespaço": "espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores" (p. 92). Essa "interconexão" garante que relações sejam estabelecidas e fortalecidas por intermédio de uma interface, uma construção e uma projeção visual feita de elementos de design digital, que facilitariam a navegação de pessoas no meio das informações dentro da Internet. Com isso emergem as "comunidades virtuais", construídas "sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais." (LÉVY, 1999, p. 127)

Em um trabalho anterior a esse, de 1996, Manuel Castells já posava um questionamento importante: "Como essa revolução tecnológica afeta a sociedade?" (p. 16) De acordo com ele, toda tecnologia é parte de uma sociedade. A aplicação, os usos e as consequências de qualquer tecnologia também são socialmente determinadas. Para o autor, três elementos respondem essa questão: primeiro, que informação e conhecimento são elementos fundamentais de culturas sociais, mas os processos de produção e de consumo são modificados no panorama digital, no qual esferas sociais e econômica se cruzam cada vez mais; um segundo ponto, que novas tecnologias informacionais se espalham pelo mundo todo, combinando a noção de tempo real e descentralização para gerar novos tipos de redes; por fim, afirma, "o domínio da ciência e da tecnologia das tecnologias da informação torna-se uma fonte de poder em si".

Considerando as afirmações aqui colocadas, portanto, sabe-se que o advento do computador para uso pessoal viabilizou a navegação pelo ciberespaço a partir dos anos 1980. A chegada desse aparelho eletrônico instala uma série de mudanças sociais que, conforme constata Castells, vai dar origem à outras novas tecnologias informacionais capazes de transformar a relação da sociedade com a cultura, com a economia e com o poder. Esses são pilares fundamentais para as reflexões que apresento como um primeiro capítulo desta tese. Como em uma narrativa alternativa a outras pesquisas, intensamente centradas em autores específicos, quero propor um ordenamento diferente de raciocínios. Acredito, sobretudo, que a participação da Internet e dos vários tipos e das múltiplas

aparências de computador eletrônico, balançam a estrutura do que se entende sobre espaço, tempo, identidade e expressão. Este primeiro momento da pesquisa tenta costurar como os Blogs, desde o surgimento à contemporaneidade, contribuem para essa história.

2.1 Comunidades Online e Páginas Pessoais

Arthur C. Clarke (1917–2008) foi um escritor britânico e cientista, reconhecido como um dos maiores nomes da literatura de Ficção Científica do século XX. O autor explorou temas relacionados à tecnologia, exploração espacial e inteligência artificial, frequentemente antecipando avanços científicos e tecnológicos. Um dos títulos mais populares dele é “2001: Uma Odisseia no Espaço”, escrito e produzido em filme em colaboração com o diretor Stanley Kubrick, mas baseado no conto futurístico de Clarke, “The Sentinel”, de 1948. A escrita dele, contudo, não se restringia às tecnicidades e, por vezes, combinava rigor científico com imaginação, apresentando questões filosóficas sobre o lugar da humanidade no universo e a instrumentalização dos artefatos eletrônicos. Em 1974, Clarke é entrevistado para uma reportagem para a emissora de televisão norte-americana ABC. A conversa ocorre dentro de uma ampla sala, com barulhos mecânicos ecoando ao fundo. O jornalista está acompanhado de seu filho, Jonathan, e pergunta ao autor de ficção-científica, apontando para a criança, como será o futuro da computação em 2001, quando o garoto já for um adulto. Clarke diz que ele [Jonathan] vai ter na própria casa não um computador tão grande quanto aquele na sala, mas, ao menos, “um console” no qual será possível falar com outros computadores e ter acesso às informações que precisa para a vida cotidiana, como dados de transações bancárias, reservas para um espetáculo de teatro. O escritor ainda afirma que esse dispositivo "terá forma compacta", semelhante à uma "tela de televisão e um teclado", com tanta importância pessoal quanto um telefone tinha naquela década. O repórter, intrigado com a existência de um eletrônico deste dentro de casa, questiona quais seriam os efeitos sociais “se toda a nossa vida é construída” e “dependente ao redor do computador”. Clarke conclui que, em alguma instância, sim, mas que esse advento também “enriquece” a sociedade à medida que mantém interações sociais, mas tornaria possível “viver prontamente de qualquer lugar que quisermos”. O recorte da entrevista foi carregado em 11 de Dezembro de 2013 na plataforma de vídeos YouTube e desde aquela data foi visualizado mais de 12.800 milhões de vezes. Em outro vídeo, um fragmento do documentário "BBC Horizon" de 1964 hospedado no YouTube em meados de 2014 e que acumula 2,8 milhões de

visualizações, Arthur C. Clarke também apresenta uma previsão para "talvez daqui a 50 anos daqui". Desta vez, algo inédito dentro dos progressos na área das Comunicações, especialmente em satélites. De acordo com ele, uma soma de elementos vai viabilizar, no futuro, "contato instantâneo", de onde quiser, mesmo que não se saiba a localização de alguém. Afirma, também, que o sentido de cidade para o homem será modificado. "Na verdade, as pessoas não irão mais se deslocar; elas vão se comunicar", diz.[1]

A promessa do computador e da tecnologia digital acessível, rápida, eficiente e compacta foi uma presença frequente entre diversas indústrias. Na avaliação de teóricos do Imaginário, essa percepção sobre as novidades eletrônicas operava ora como instrumento político, ora como estímulo econômico. A estratégia, contudo, era a mesma: apresentar produtos multifuncionais, que podiam reunir diversas capacidades e aplicações em “um só lugar”, permitindo que pessoas fossem para “qualquer lugar” ou ter “todas as informações” a “um clique de distância”.

Uma reportagem de julho de 1993, transmitida pela norte-americana CNN, revela uma novidade que “abrange todo o globo como uma super estrada, que é a Internet”. Ainda naquele ano, a NBC News também explora as possibilidades desse advento, imaginando como computadores com acesso à chamada "Net" ampliavam horizontes para videochamadas de longa distância, entretenimento 24h e muito mais. Ainda pairava mistério sobre o uso pessoal, domiciliar, desse dispositivo e suas respectivas capacidades. Em 1994 vai ao ar um anúncio de TV da companhia Network MCI, com a jovem atriz Anna Paquin sozinha no meio do deserto. Em uma alternância de planos próximos e distantes da personagem, a apresentação cumpre seu dever simbólico quando ela diz: “Haverá uma estrada. Não conectará dois pontos... conectará todos os pontos. Seu limite de velocidade será a velocidade da luz. Não irá daqui para lá. Não haverá mais lá. Estaremos todos, apenas, aqui.” Observa-se, então, um esforço imaginativo ao tentar desvendar o que o futuro (chamado de “lá”) reserva sobre essa tão aguardada novidade que é a navegação da Internet pelo computador. Além dessa proposta subjetiva, também era comum um caráter pedagógico para explicar esse novo cenário em noticiários e comerciais de TV. Programas como "The Kid's Guide to... Internet" (1997) são exemplo de uma maior cautela sobre os usos recomendados da então novidade que era a Web. Na

[1] A frase original, em Inglês, é: "In fact, men will no longer commute, they will comunicate". "Commute" é o termo usado para o hábito de usar transporte. "Deslocar", por sua vez, já sugere uma ação. Não raro, no Século XXI, ambas as noções serão intensificadas e, em alguma instância, imbricadas: trânsito, localização, espaço, deslocamento e lugares foram palavras revisitadas por diversos teóricos desde o advento da computação pessoal e do acesso à Internet. Esse tópico será refletido novamente a seguir.

lógica da mídia, como se nota nesses exemplos, ascendia uma percepção otimista a respeito do que seria o amanhã da World Wide Web: a suspensão ou o encurtamento de distâncias, o encontro de novos conhecimentos e o acesso às culturas globais, a repaginação das relações sociais e a coleção e o armazenamento de informações.

Figura 1. A reportagem da CNN, de 1993, discorre sobre o advento da navegação na Internet por meio dos computadores pessoais, descrevendo essa novidade como um "super estrada de informação". No ano seguinte, o comercial da Network MCI apresenta uma jovem no meio do deserto refletindo sobre um futuro onde distâncias serão reduzidas, "não haverá mais lá", pois "estaremos todos, apenas, aqui". A noção de trânsito, movimento, dinamização das relações e intercâmbio de culturas é observado nos discursos midiáticos em comerciais de TV norte-americanos daquele período.

Em "How Digital Technology Found Utopian Ideology" (2006), Fred Turner exercita a criação de uma cartografia: descobrir quando e como ocorreu o encontro posado no título daquele artigo. Para o autor, quando se tornou pública a iminente chegada da Internet ao redor do mundo, havia um espalhado entusiasmo que, em alguma instância, soava como um discurso utópico. Ele explica:

> Dizia-se que os protocolos da Internet incorporavam formas novas e igualitárias de organização política. Ofereceram os fundamentos tecnológicos para o comércio *peer-to-peer* [pessoa para pessoa] e, com eles, afirmaram muitos, o fim do poder corporativo. E bem acima das planícies humanas de negociação financeira e política, sugeriram alguns, esses mesmos protocolos poderiam finalmente ligar as espécies agora desencarnadas numa electrosfera única e harmoniosa. (TURNER, 2006, pág. 257)

A proposta de Turner naquele artigo é, então, identificar o raciocínio por trás do que ele chama de "ciberlibertarianismo". Ou seja, mapear quando e como ocorre a fusão entre as tecnologias digitais emergentes daquele período e a as transformações sociais e culturais que as acolheram — ocasionando no que ele nomeia "ideologia da informação utópica". Para o pesquisador, um ponto de partida para essa exploração é a Hackers' Conference de 1984, realizada em Marin County, na Califórnia. O evento apresenta uma

ruptura naquilo que se imagina sobre a persona do *hacker*, uma vez que esses sujeitos eram retratados como *hippies*, com princípios e ideais contraculturais, desviantes e até potenciais criminosos ou "*machine-obsessed loners*", os "solitários obcecados por máquinas" (TURNER, p. 263). O que se nota a partir das coberturas daquele congresso é diferente disso: são jovens adultos e homens e mulheres de meia idade trocando saberes e dividindo insights sobre sistemas, computadores, softwares e suas respectivas experiências.[2] Até então, conta Turner, o que se sabia sobre a figura do hacker vinha da linha histórica descrita por Steven Levy em "*Hackers: Heroes of the Computer Revolution*" (1984). De acordo com aquele autor, o surgimento desses especialistas ocorre no MIT (*Massachussets Institute of Technology*), em 1966, quando estudantes trabalham no advento do computador, sendo divididos entre "planejadores" e "hackers": enquanto o primeiro grupo era formado majoritariamente por teóricos que pensavam formatos, modelos e modos de uso do aparelho, o segundo era responsável pelo design e pela arquitetura dos sistemas em si.

Figura 2. Hackers organizam mesas de debate, rodas de conversa e se reúnem na conferência de 1984 para, em essência, trocar informações sobre os códigos de ética e os princípios ideológicos de suas atuações profissionais. Naquele momento, a primeira edição do evento, esses sujeitos discutem temas como distribuição de informação, livre acesso à Internet e os valores e ideais de suas atuações.

Ainda naquela conferência de 1984 foram debatidos, principalmente, dois temas: a ética hacker e modelos de negócios emergentes na indústria dos computadores. No primeiro, o maior tópico de discussão consistia na relação (e no dilema) que esses

[2] Uma das entrevistas feitas naquela ocasião apresenta um Ted Nelson de 47 anos, que discorre sobre o que é um hacker: "Alguém que está tão interessado nas coisas que não precisam ser pressionados para investigar algo". Nelson faz uma relação sobre desenvolvedores de jogos eletrônicos. Para ele, ser hacker é "explorar o desconhecido", seja em um "mundo peculiar de um jogo de aventura ou na investigação de um sistema operacional ou linguagem operacional". Theodor Holm Nelson se firmaria como sociólogo, filósofo e um dos pioneiros pesquisadores em Tecnologia da Informação, responsável por cunhar "hipertexto" e "hipermídia", nos anos 1960.

profissionais devem ter com a informação, de modo geral. De acordo com Brand (1985, p. 49), há um paradoxo sobre informação, porque é um recurso valioso e, ainda assim, precisa ser de livre e gratuito acesso. A exemplo disso, o questionamento sobre liberar ou não códigos-fontes dentro da comunidade *hacker*. Para alguns, trata-se de um princípio comunitário de distribuição informacional; para outros, a autoria deve ser priorizada, mesmo que o produto seja disseminado. De acordo com Levy (1984, p. 27-33), são seis valores que compõem a ética hacker:

> (i) Acesso a computadores – e qualquer coisa que possa lhe ensinar algo sobre a forma como o mundo funciona - deveria ser ilimitada e total; (ii) todas as informações devem ser gratuitas; (iii) desconfiar de autoridade – promover a descentralização; (iv) *hackers* devem ser julgados por suas ações de *hacking*, e não por critérios falsos como como graus, idade, raça ou posição; (v) você pode criar arte e beleza em um computador; (vi) os computadores podem mudar a sua vida para melhor.

A primeira edição do evento trouxe esses pontos à tona, mas, além disso, tornou visível ao mercado e à sociedade a figura do profissional *hacker*. "Eles eram rebeldes culturais – e seus computadores eram as novas ferramentas da mudança cultural utópica [*utopian cultural change*]", afirma Turner (p. 264). De acordo com o autor, o Hackers' Conference de 1984 é revelador enquanto ponto de encontro entre a ideologia utópica e as tecnologias digitais. Na opinião do pesquisador, o fórum é marcado pela reunião de três anéis profissionais que atuaram conjuntamente para tornar aquele momento histórico: o primeiro, de designers, programadores e sujeitos que partilhavam conhecimentos sobre a mecânica daqueles eletrônicos; o segundo, que eram orientados sobre o valor simbólico da computação e da Internet, como profissionais de marketing e empreendedores; e um terceiro anel, formado por jornalistas, publicitários e especialistas enquanto comunicadores, anfitriões e documentaristas daquelas trocas. Para Turner, a segunda implicação da primeira edição do evento foi "a contribuição potencial dos estudos da cibercultura para a teoria social" (p. 266). O encontro foi realizado em um modelo *offline* para que os indivíduos se encontrassem. Posteriormente, nas edições subsequentes, trocas *online* também ocorreram. Ainda assim, o que chama a atenção o autor é que os diálogos são construídos a partir de um encontro coletivo a fim de estimular debates e conduzir horizontes naquela comunidade. Ele afirma que "à medida que estudamos novas formas de sociabilidade, temos a oportunidade de explorar (...) as maneiras pelas quais as colaborações *online* ajudam a gerar os recursos simbólicos e ideológicos dos quais todas as culturas são feitas."

A análise de Turner apresenta variados ângulos sobre a ideologia utópica construída em torno da Internet e dos computadores. Para isso, usa como exemplo o Hackers' Conference, refletindo sobre como esse evento pode ser observado como (i) um descolamento dos estereótipos até então desenvolvidos sobre profissionais da computação, (ii) um ponto de reunião fundamental para a estruturação ética da atuação *hacker*, (iii) um momento que visibiliza discussões acerca da liberdade de expressão, do direito à informação e o futuro da Web.

Figura 3. Capturas de tela do longa-metragem "A Rede Social" (2010), dirigido por David Fincher e baseado no livro "Bilionários por acaso: A criação do Facebook", de Ben Mezrich (2009). No filme são explorados alguns dos eventos que culminaram na fundação da empresa e plataforma Facebook. Em passagens, o personagem inspirado em Mark Zuckerberg é visto em maratonas hacker, nas quais participantes têm tempo limitado para executar um desafio.

Partindo da premissa de Turner de extrair do evento "lições", qual seriam os ensinamentos obtidos por edições posteriores ou, ainda, das décadas iniciais do século XXI. Por tratar-se de um contexto de profusão das tecnologias eletrônicas cabe ao leitor imaginar quais seriam as contribuições da conferência se fosse amplamente reportada como foi aquela primeira edição. Em uma busca realizada em 2023, pouco se encontrou sobre os últimos encontros. A natureza das edições contemporâneas parece ser calcada no sigilo, ao contrário daquela realizada em 1984. No site oficial a organização informa que o lugar é revelado somente após a inscrição ser confirmada. Ainda, para tentar descobrir por qual motivo ideais e princípios da conferência *hacker* não vêm à tona como antes, a resposta parece estar na diferenciação entre o que pode se esperar do evento atualmente e qual percepções a produção quer evitar. Segundo o website, na seção FAQ:

> O fim de semana é uma troca contínua, poderosa e energética de ideias entre os impulsionadores e agitadores de uma ampla variedade de disciplinas - um catalisador para o futuro. A maioria das conferências tem público e palestrantes convidados. Nesta conferência, espera-se que todos contribuam e partilhem – é uma conferência de pessoas que partilham com os seus pares. (...) A

> conferência não é uma "conferência de computador". Não é dedicado a nenhum computador, a nenhuma tecnologia, nem mesmo apenas à tecnologia. A conferência não é uma "conferência" [*con*] de ficção científica. Nem é uma reunião de *crackers*, *phreaks* telefônicos ou criminosos. O termo H é usado em sua forma mais antiga e respeitável, e não na forma como a mídia abusou da palavra. A conferência também não é uma feira com estandes, exposições e "*marketroids*". Temos uma grande área dedicada aos muitos participantes que mostram seus próprios trabalhos em andamento e seus melhores e mais novos brinquedos - especialmente aqueles que eles criaram.

Em contraponto aos princípios divulgados na página oficial, Jordan e Taylor afirmam em "A sociology of hackers" (1998) que a "comunidade imaginada que os hackers criam e mantêm" é composta pelos elementos: tecnologia, sigilo, anonimato, fluidez de limites, dominação masculina e motivações. (p. 762) De acordo com os autores, "a natureza estranha da vida online permite que as pessoas acreditem que os hackers se comunicam mais facilmente com as máquinas do que com os humanos". (p. 775) Ainda que se tenha *insights* pouco públicos sobre os eventos mais recentes, em "The Hacker Conference: A Ritual Condensation and Celebration of a Lifeworld" (2010), Coleman analisa as trocas sociais desses encontros, centrando os esforços em compreender as dinâmicas relacionais dessa comunidade. Para a pesquisadora, ali "há um jogo semiótico de profunda semelhança e diferença" (COLEMAN, 2010, p. 62). Ela explica:

> As conferências de *hackers* ocorrem com pouca frequência, mas de forma consistente. Reconfiguram a relação entre tempo, espaço e pessoas; permitem uma série de transformações pessoais; e talvez o mais significativo, reforçar a solidariedade do grupo. (...) as conferências hackers são rituais de confirmação, libertação, celebração e, especialmente, reencantamento, onde os assuntos cotidianos da vida, do trabalho, do trabalho e das interações sociais são ritualizados e, portanto, vivenciados em termos fundamentalmente diferentes. Através de uma condensação comemorativa, os hackers imbuem suas ações com significados novos, revitalizados ou eticamente carregados. (p. 51-52)

Se a segunda metade do século XX foi marcada por uma incessante pesquisa e um entusiasmado público que observava a ascensão dos computadores e da Internet, o panorama do século XXI pode ser classificado como o período de uso, consumo e experimentação desses aparatos. Contudo, foi naquele período que se imaginava o futuro dos recursos eletrônicos: como extrair o melhor deles; de que maneira desenvolver projetos e novidades; quais indústrias podem ser geradas a partir dessas ferramentas; quais são os valores em torno da distribuição de informação; entre outros tópicos de discussão. Os vislumbres e as previsões que eram feitas, portanto, eram exercício imaginativo e especulativo sobre quais horizontes seriam possíveis.

Tal como no comercial estrelado por Anna Paquin – a menina no deserto que reflete sobre as aproximações e distâncias no contexto da informação computadorizada –, percebe-se que otimismo ainda paira sobre os profissionais e os amantes dos eletrônicos. Todas as indústrias observam e se lançam aos fenômenos originados e/ou causados pelo advento da Internet, dos *gadgets*, das plataformas de redes sociais e das estratégias digitais. No entanto, como naquele cenário do anúncio publicitário, usuários navegam por um vasto e desértico terreno de possibilidades. As ideologias sonhadas e discutidas pelos *hackers* em 1984 ecoam ainda na contemporaneidade como uma promessa de que as tecnologias digitais podem fornecer soluções reais que não residem mais no futuro, não estão mais "lá". Trata-se do contexto moderno e seus desafios.

Figura 4. Capturas de tela das plataformas de blogging, Blogger (esquerda), Live Journal (centro) e Open Diary (direita). Estas, entre outras, foram responsáveis pelo espalhamento da popularização do Blog enquanto espaço para carregamento de textos e relatos pessoais e profissionais. A cada entrada (log ou weblog), usuários povoavam seus endereços pessoais. Com o passar dos anos e com o aprimoramento tecnológico, essas páginas habitariam imagens, cores e outros diversos elementos — que até então eram centrados em textos e hiperlinks, sem qualquer possibilidade de foto, vídeo ou Emoji.

É importante destacar o papel da comunidade *hacker* e as contribuições dela para o que se desenvolveria nos próximos anos da tecnologia digital computacional. Esse grupo de apaixonados pela computação e pela informática explorava as possibilidades dos dispositivos eletrônicos a fim de descobrir o que mais poderia ser obtido dali. As interfaces, os softwares, os videogames e muito mais seriam resultados dessas buscas, dessas pesquisas. O norte-americano Justin Hall é um exemplo. Em 1994, Hall lançou um site chamado Links.Net e passou a publicar textos regularmente, compartilhando informações sobre a vida com familiares e colegas da Swarthmore College, onde estudava. De acordo com uma reportagem do New York Times, intitulada "Founding Father of Personal Bloggers" ("Pai Fundador dos Blogueiros Pessoais", em tradução

livre), ele inaugurou uma prática até então inédita. De acordo com Amaral, Recuero e Montardo (1997), o termo *weblog* foi utilizado pela primeira vez por Jorn Barger, combinando dois conceitos que sintetizavam a ação de registrar e inserir conteúdo na Internet: "log the web" ou "logging the web". Esse movimento incentivaria outros usuários a criarem seus próprios espaços online e inauguraria um cenário de plataformização da atividade de *blogging*. Endereços como Blogger, LiveJournal e o pioneiro Open Diary disponibilizaram funcionalidades de personalização e publicação de mídia acessíveis a qualquer pessoa, sem exigir conhecimento prévio de linguagens de programação. As autoras explicam esse progresso naquele período:

> Foi, no entanto, o surgimento das ferramentas de publicação que avalancou os weblogs. Em 1999, a Pitas lançou a primeira ferramenta de manutenção de sites via web, seguida, no mesmo ano, pela Pyra, que lançou o Blogger. Esses sistemas proporcionaram uma maior facilidade na publicação e manutenção dos sites, que não mais exigiam o conhecimento da linguagem HTML e, por isso, passaram a ser rapidamente adotados e apropriados para os mais diversos usos. Além disso, a posterior agregação da ferramenta de comentários aos blogs também foi fundamental para a popularização do sistema. (...) Esses blogs eram utilizados como espaços de expressão pessoal, publicação de relatos, experiências e pensamentos do autor. Ainda hoje, o uso do blog como um diário pessoal é apontado por muitos autores como o mais popular uso da ferramenta. (AMARAL, RECUERO, MONTARDO, 2009, p. 28-29).

O avanço tecnológico, especialmente no início dos anos 2000, com fusões empresariais e pesquisas em computação, abriu espaço para a coexistência de diferentes formatos dessa prática, integrando textos, hiperlinks, fotos, músicas e vídeos em um único blog. Em 2004, o YouTube permitiu o compartilhamento e a troca de vídeos; em 2006, o Twitter, com uma proposta mais concisa, introduziu o *microblogging*, limitando as postagens a 140 caracteres; e, em 2007, o Tumblr lançou mecanismos como Curtir e Repostar, fomentando a troca de conteúdo e a interação simbólica em um espaço multimídia com rolagem "infinita".[3]

A sucessão de eventos mercadológicos, apesar das tecnicidades, propiciou uma transformação no modo com o qual pessoas acessam à Internet. Não se tratava de um tráfego, uma visita online aos portais de notícias ou endereços hospedados por companhias, mas usuários consumindo e produzindo para outros usuários. Esses gestos

[3] Esse último elemento citado, o "Infinite Scrolling", será retomado mais adiante e com profundidade. Tem uma relevância pouco aparente por envolver a ação de rolar os elementos da interface digital horizontal ou verticalmente, mas, como proponho aqui, vale refletir sobre a noção de vastidão, imensidão e abundância que esse gesto evoca. Sobretudo, por manter pessoas atreladas à tela, com a sensação de que há algo inédito em um movimento incessante de Posts e atualizações das quais — para o benefício dessas próprias plataformas — o usuário passa mais tempo em exposição.

ocasionariam, por décadas adiante, uma proeminente e expressiva cultura relacional entre homem e máquina, indivíduo e coletivo. Trata-se do *blogging* enquanto manifestação e expressão em um espaço que opera entre as esferas públicas e reservadas. Em 2005, um blogueiro consegue credenciais como Imprensa para fazer cobertura jornalística na Casa Branca, momento que traria reflexão sobre como blogs deveriam ser incorporados às práticas comunicacionais e profissionais do segmento. Segundo Reynolds (2004), no novo século também emergem *warblogs*, cuja premissa é partilhar informações sobre conflitos, divulgar ataques ou até analisar notícias e táticas de guerra. Em vez de recorrer aos veículos de mídia tradicionais até então, com a televisão ou jornais impressos, pessoas passaram a produzir suas próprias leituras sobre o que há de mais denso, espesso e problemático em seus respectivos contextos: desde o *Mom Blog*, com relatos de obstáculos da maternidade, até refugiados expondo cenários ditatoriais. Aparentemente, podia-se escrever sobre tudo e todos poderiam acessar.

Jeffrey Zeldman, um dos primeiros blogueiros dos anos 1990, em entrevista, afirma que entende a prática como uma "publicação independente" (2009). Ele explica que "o que era empolgante a respeito é que você não precisava de uma sala cheia de editoras dizendo 'Não achamos que pessoas vão comprar isso'. Basta apenas colocar lá [no blog]." [4] A liberdade descrita por Zeldman foi um dos principais atrativos dos *blogs*, por habilitar possibilidades de expressão, tanto privadas quanto coletivas ou tanto nominais quanto anônimas. Em uma contramão da hegemonia midiática e das companhias, as plataformas de *blogging* soam, na aurora da Internet entre 1990 e 2000, como um espaço personalizável. Para O'Sullivan, diários permitiam reflexões, a formação de opiniões e julgamentos individuais e um controle maior dos objetos que são colocados ali. Esses documentos – especula-se que tenham surgido entre os séculos XVI e XVII, eram uma oportunidade de elaborar uma mídia particular, ao contrário dos folhetins, livros e comunicados: "A leitura silenciosa libertou o indivíduo de os mediadores tradicionais e as restrições comunais do mundo medieval. A compreensão, assim, tornou-se uma experiência pessoal e privada, em vez de um ato coletivo, público." Nessa lógica, é possível considerar que diários, os predecessores dos *blogs*, já anunciavam um modelo reservado de escrita. No entanto, ao mesmo tempo que o modelo virtual alarga a capacidade de montagem por conta dos recursos multimídia, ele proporciona meios de

[4] Tradução livre. Original: "What was exciting about it was you don't have a room full of publishers going, 'We don't think people will buy this.' He just put it out there. (...) So, if you write a blog post and you got one comment on everything you write, take that comments for awhile. Just write."

tornar público o conteúdo que se coloca ali, mesclando o privado com o coletivo. Assim, por habilitar tal escolha, o escopo se assemelha àquilo que Murray chama de "projeto autobiográfico global":

> À medida que mais e mais pessoas se tornam tão habilidosas com o ambiente digital quanto com a caneta e o papel antigos, a World Wide Web está se tornando um projeto autobiográfico global, uma gigantesca revista ilustrada de opinião pública. Artistas digitais independentes estão usando a rede como um sistema de distribuição global para arte underground, incluindo histórias ilustradas, animações, romances hipertextuais e até mesmo curtas-metragens digitais. Narrativas de fantasia e ficção científica sempre terão uma forte presença no ciberespaço; no entanto, os elementos documentais da web - álbuns de família, diários de viagem e autobiografias visuais do ambiente atual - levaram a narrativa digital a se aproximar dessa corrente. (2003, p. 235)

Bunkers e Huff, por sua vez, compreendem o caráter autobiográfico do diário porque sua "expressiva vantagem reside no confinamento do leitor ao mundo interno de um único ego onde a narração em si é uma espécie de ação." (p. 3) Ao mencionar "mundos internos", é de se pensar como essa prática, ao ser transportada para a Web dos séculos XX e XXI, pôde ser alavancada com múltiplos recursos em diversos espaços. No Brasil, endereços como MySpace, Flogão, Fotolog, entre outros, democratizaram a construção autobiográfica para que usuários fizessem carregamentos de fotos e textos, com entradas diárias que podiam ser comentadas por outros, que deixavam suas interações ao conteúdo postado. A profusão de usuários e a ampliação do mercado eletrônico mudaram o panorama de maneira decisiva.

Figura 5. Capturas de tela de blogs do Flogão (esquerda) e Fotolog (direita). Ambas as plataformas se popularizaram no Brasil nos anos 2000, com uma estrutura amigável e simples para que qualquer pessoa, mesmo que sem domínio de programação computacional, pudesse criar e customizar o próprio blog sem qualquer custo. Com o Flogão e Fotolog, o usuário brasileiro incluiu em seus hábitos online a prática de editar mídias, fazer Posts, escrever Comentários e manter um espaço autobiográfico online.

Apesar de começar sua história conceitualmente como um espaço para relatos e arquivos individuais, o *blog* passou a ser praticado como uma espécie de vitrine, um lugar de exposição e apresentação que entende que ao existir já é visto. Em anos anteriores ao boom virtual no Brasil e no mundo, ter um *blog* não era sinônimo de conexões sociais, ser lido, ser visto ou sequer alcançar a fama. Operava, assim, na esfera das confissões, dos desabafos, do canto particular - certas vezes sob uma persona, uma caracterização fictícia ou até anônima. Nas plataformas do ano 2000, as trocas também se dividiam entre particulares e comunitárias: eram *messengers* como *MIRC*, *MSN* e *ICQ* nos quais ocorriam trocas multimídia dentro de uma rede reservada de contatos; assim como fóruns de debate, salas de bate-papo e *chats* públicos para que todos pudessem interagir. Além disso, naquele período emerge a problemática do avatar, ou seja, a possibilidade de determinar uma representação individual, como um nome ou uma foto, que não tinham, necessariamente, estar relacionados à realidade e serem fiéis àquilo que o indivíduo é fora do mundo online. Isso se amplifica à medida que câmeras são embutidas nos celulares e eles são incrementados com uma veloz capacidade de processamento, sendo chamados, assim, de *smartphones*. Por serem dispositivos móveis, habilitam que o indivíduo produza variados formatos de mídia a todo o momento, quando desejar e de onde preferir. Próximo aos anos 2010 em diante, com a proposta do "Mural" do *Facebook* ou do "Feed" do *Instagram*, as publicações que usuários faziam eram amplamente distribuídas e disponibilizadas, estabelecendo, assim, a noção de que tudo que seria carregado ou comunicado faria parte de uma visibilidade coletiva. Embora o Orkut, em anos anteriores a esse período, tenha provocado agito pelas interações, eram camadas de navegação para entrar no perfil de uma pessoa e, então, ver o que ela escreveu ou deixar um "Recado" (também chamado de "*Scrap*") para ela. Nas plataformas dos anos 2020, a lógica é que se presume - ou ao menos se espera – produzir e compartilhar mídias e ser visto. Trata-se de uma mudança considerável na tratativa conceitual do *blog*: não mais um espaço de reflexo da vida real, íntima, mas uma publicização da autobiografia. A respeito disso, importante destacar que privacidade pode ser definida como "uma medida de controle que um indivíduo tem sobre 1) informação sobre si, 2) intimidades de identidade pessoal, ou 3) quem tem acesso sensorial a ele" (SCHOEMAN, 1984, p. 2). Desse modo, *blogs* se enquadram nessa noção de quais conteúdos podem ou não ser privados, uma vez que toda plataforma virtual contemporânea fornece a possibilidade de "Tornar Público" ou estabelecer filtros de visibilidade daquilo que é publicado no perfil pessoal dos usuários.

> Por virtude do modo que eles [os usuários] se adaptam a específicas comunidades, formas online de auto-documentação abastecem diversos debates sobre a natureza da privacidade. A maioria dos portais hospedando diários online e webcams se apresentam como comunidades funcionais, grupos condicionalmente unidos por interesses comuns, empatia mútua e a disposição de compartilhar experiências pessoais e pensamentos. Um [indivíduo] assim pertence à comunidade escrevendo do coração e de casa - esses lugares corpóreos e culturais onde acredita-se que a autenticidade e realidade residem (KITZMANN, 2003, p. 55).

Para Kitzmann, diários virtuais são também "sítios importantes de memória, essenciais para construção e preservação da identidade individual e cultural" (2003, p. 53). Ou seja, pessoas são encorajadas pelas plataformas e por seus contextos relacionais pessoais a publicarem nas plataformas de *blogging*. Desse modo, podem dividir mais sobre si e construir um acervo próprio e autobiográfico à medida que se dispõem a isso.

Em diversas ocasiões no desenvolvimento desta pesquisa, a pesquisa e os livros e Paula Sibilia foram evocados por colegas cientistas. A recomendação mais recorrente foi "O show do eu: a intimidade como espetáculo" (2016), que também investiga a narrativa de si dentro dos ambientes digitais. Além desse, "Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível" (2015), "O homem pós-orgânico: A alquimia dos corpos e das almas à luz das tecnologias digitais" (2015) e, o mais recente, "Você é o que Google diz que você é: a vida editável, entre controle e espetáculo" (2018). Não é de se estranhar que, ao discorrer sobre meu próprio projeto, Sibilia seja uma associação rápida dos professores e companheiros da área da Comunicação, pois a autora navegou por temas semelhantes àqueles que me proponho observar e fez trajetos que, assumidamente, gostaria eu de ter elaborado. Entre tantos pontos convergentes, ressalto aqui que Sibilia, ainda na tese de Doutorado dela na Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ (2007), enxergava uma tendência de relatos biográficos e redes sociais como espaços para que essas narrativas sejam construídas. Ela exemplificava a literatura autobiográfica para refletir o ensejo que escrever sobre si na contemporaneidade.

> (...) Recorrendo às diversas técnicas de criação de si, tanto as palavras como as imagens que tecem o minucioso relato autobiográfico parecem exalar um poder mágico: não só testemunham, mas também organizam e inclusive concedem realidade à própria experiência. Essas narrativas tecem a própria vida; de alguma maneira, a realizam. Por tudo o que foi exposto até aqui, as "escritas de si" parecem constituir objetos privilegiados quando se trata de estudar a constituição do sujeito na linguagem e a estruturação da vida como um relato. Esta constatação nos autoriza, então, a reforçar a aposta inicial desta tese: as novas versões desses gêneros auto-referentes que hoje florescem na Internet prometem pistas importantes para tentarmos compreender as configurações atuais dessas delicadas entidades — o eu e a vida — cada vez mais fluidas e dificilmente apreensíveis, embora também cada vez mais enaltecidas,

> estetizadas e cultuadas nas sociedades ocidentais contemporâneas. (SIBILIA, 2007, p. 31)

Já naquele período a autora notava uma onda de comportamentos que, nos anos 2010 e 2020, eu passaria a analisar. Em seu texto, ela apontava uma "tendência" para "a autoconstrução como personagens reais, porém ao mesmo tempo ficcionalizados (de acordo com a linguagem altamente codificada da mídia) em nossas próprias vidas, administrando os códigos audiovisuais na exposição aos olhares alheios" (2007, p. 52). Foi somente com Jurgenson (2019) que percebi um elemento fundamental que nortearia os meus interesses, que seria o que ele chama de "a foto social". Para esse autor, imagens, de maneira geral, são um potente instrumento no processo de contação de histórias na narrativa autobiográfica. São, sobretudo, quando analisadas em seu panorama mais amplo, um indicativo do "aspecto de existência social" de um indivíduo (p. 21).

> Cada imagem tem uma borda. É um documento singular, um registro e uma informação. Mas como parte de um fluxo, como uma prática leve cotidiana, o que emerge é uma alfabetização visual mais matizada. Como um discurso visual, as fotos sociais são um meio de expressar sentimentos, ideias e experiências no momento, um meio às vezes mais importante do que os fins específicos de uma imagem em particular. (...) Fotografia social, emojis, quadrinhos e memes são parte de um discurso visual em expansão construído em ver, registrar e falar com o mundo por meio de seu valor de sinal visual para ver os significados mais universais em objetos específicos. (JURGENSON, 2019, p. 23-24).

O olhar de Jurgenson sobre as mídias dentro de uma estrutura digital foi um componente essencial para observar como o espetáculo da escrita de si, explorado por Sibilia, ocorre no panorama moderno. Ficou claro, ao conciliar ambos os autores, que eles forneceriam um modo de organizar e desenvolver o raciocínio que aqui apresento. Portanto, pretendo me aprofundar nos dois mais adiante, em blocos dedicados. Se neste primeiro item introduzi o surgimento da Internet e dos Blogs como ambientes frutíferos para a participação, para o encontro, para a escrita da vida, nas etapas adiantes sigo experimentando analisar outros elementos, tais como: Arquitetura da Informação, Experiência do Usuário e, então, como as Cultura Visual contemporânea encontra um terreno fértil para florescer, como é o caso do objeto de estudo central, o Instagram. Percebi, assim, que se fazia importante dissecar a estrutura sistêmica da plataforma e os componentes sígnicos e subjetivos que ela abriga para, posteriormente, mapear e ler os comportamentos, as escolhas e a construção dos usuários que nela habitam.

2.2 Da Ilusão e Simulação às Imagens Digitais

Era o início dos anos 2000 e a rotina de diversas pessoas se desenrolava com uma crescente participação de dispositivos eletrônicos básicos, como impressoras, pagers, câmeras de fotografia e vídeo, discmans, televisores, elevadores e o computador de mesa, conhecido como desktop, além de modelos recém-lançados dos chamados laptops ou notebooks, que eram computadores portáteis e dobráveis. A penetração desses aparelhos no dia a dia parecia se intensificar. Nomes como Microsoft, IBM, Apple e Sony, entre outras, estavam presentes na constelação de marcas nos primeiros anos do Século XXI. O emprego do termo "constelação" aqui não é à toa: foi naquele período que se popularizou o termo ciberespaço, frequentemente citado para tentar nomear os ambientes da Internet, os domínios da World Wide Web. Termos como esse se revelam um construto a fim de estimular o imaginário de consumidores (posteriormente, "usuários") que passam a se relacionar com ambientes eletrônicos cada vez mais vastos em gráficos, símbolos e imagens em movimento. Para pisar nesse terreno, contudo, costuro o bloco anterior, no qual pontuo a cultura hacker e o advento da Internet, com uma análise dedicada a dois livros específicos. Ambos esclarecem como a imagem em movimento e o encantamento acerca dela ocasionariam "a paixão pelos meios visuais" (RODRIGUES, 2006) e, posteriormente, o aprofundamento na relação entre indivíduos e o domínio da Cultura Visual nos anos 2010 e 2020, com Blogs, redes sociais e montagem estética.

Andrew Darley, em "Visual Digital Culture - Surface play and spectacle in new media genres" (2000), desenha uma linha narrativa e genealógica que parece coerente para mim. Naquele livro, propõe pensar o desenvolvimento da cultura visual ocidental contemporânea em estágios: (i) primeiro, no deslizamento histórico da imagem enquanto ilusão e espetáculo desde o advento da Fotografia e do Cinema; (ii) em seguida, como a Televisão se apropria da imagem em movimento para construir, junto ao Cinema, blockbusters e sucessos do entretenimento global; (iii) pensar os experimentos hacker como um passo essencial para a progresso da imagem em movimento nos ambientes digitais; (iv) posteriormente, a indústria dos games, alavancada pela cultura hacker, atinge o *mainstream* e, por esses investimentos, são desenvolvidos aparelhos computadores domésticos; (v) por fim, a ilusão, a imagem em movimento e o espetáculo migram e coexistem também ali nos desktop, laptops e (anos depois da publicação do autor) na palma da mão, com os celulares conectados à Internet. Darley propõe essa linha de raciocínio, sobretudo, para demonstrar que a relação do espetáculo com a imagem é antiga

e intrínseca, uma vez que os públicos em diversos momentos da história demonstram encantamento, curiosidade e avidez pelo consumo de encenações, filmes, séries, novelas, parques temáticos e demais produtos midiáticos nos Séculos XX e XXI. Destrincho e refaço o caminho analítico proposto por esse autor nas páginas a seguir, acreditando que essa lógica nos beneficia para o entendimento das práticas vigentes nas décadas iniciais dos anos 2000 e o consumo e comportamento nas redes sociais virtuais.

> Tudo isso começou a mudar durante os anos 1980. Se a década de 1970 e o início dos anos 1980 foram marcados pelos fliperamas e pelos consoles de videogame domésticos, o restante dos anos 1980 foi a era do computador pessoal no que diz respeito aos jogos eletrônicos. Durante esse período, o hardware dos computadores domésticos evoluiu do uso de fitas cassete para discos flexíveis, acelerando o tempo de carregamento dos jogos. Ao mesmo tempo, o poder das máquinas aumentou, resultando em tempos de resposta mais rápidos, maior qualidade de som e imagem e/ou jogos mais elaborados e complexos. (…) Cada vez mais, como veremos, o elemento de novidade dentro da repetição de formatos de jogo já conhecidos passou a depender da criação de uma maior sensação ou impressão de realismo na experiência do jogo. (DARLEY, 2000, p. 28)

A análise de Darley sobre o impacto das tecnologias computacionais na produção imagética revela um percurso marcado por otimismo inicial e subsequente complexificação das possibilidades técnicas e estéticas. O progresso das tecnologias digitais foi inicialmente visto como uma "panaceia para os males do presente" (p. 13), alimentando a crença de que os computadores poderiam revolucionar as formas de criação visual e solucionar desafios técnicos e industriais. Esse entusiasmo refletia não apenas uma visão progressista da tecnologia, mas também uma confiança na capacidade das imagens digitais de superar as limitações dos meios tradicionais. Conforme as pesquisas avançaram, o foco da computação gráfica deslocou-se para aplicações práticas. No espaço da pesquisa aplicada e do desenvolvimento industrial, "os gráficos computacionais passaram a ser vistos como ferramentas industriais ou instrumentos de pesquisa" (p. 14). Esse movimento indica uma mudança na percepção da tecnologia: de uma promessa abstrata para um conjunto de soluções concretas e utilitárias. Ainda assim, mesmo em colaborações com artistas, predominava a produção de imagens figurativas, evidenciando uma tendência em direção ao realismo computacional desde as primeiras investigações da área. A busca pelo realismo se consolidou ao longo das décadas seguintes, especialmente a partir dos anos 1980, quando a simulação se tornou um objetivo central da pesquisa em imagens computacionais. A capacidade de "copiar ou modelar a realidade fenomênica tanto em telas bidimensionais quanto em espaços virtuais tridimensionais"

(p. 16) demonstrou não apenas um desenvolvimento técnico, mas também uma mudança no paradigma estético da visualidade digital. A crescente sofisticação da computação gráfica resultou no surgimento do cinema digital, da animação computadorizada e de subgêneros significativos na videografia musical e na publicidade, evidenciando a interseção entre tecnologia e cultura visual contemporânea.

O predomínio do realismo nas imagens digitais, entretanto, não se restringe ao desejo de replicar a fotografia por outros meios. Conforme Darley aponta, os fatores que impulsionam essa fixação variam de acordo com o contexto. No âmbito da pesquisa científica e prática, a busca pela representação fidedigna da realidade atende a funções específicas e operacionais. Já no cinema de entretenimento, o realismo constitui um ideal estético predominante, moldado por expectativas culturais e pela lógica da verossimilhança narrativa (p. 17). Essa diferenciação revela como os avanços técnicos dialogam com demandas e motivações distintas, conforme a tecnologia é apropriada por diferentes esferas da produção visual. Por fim, o pesquisador ressalta que a introdução dos computadores na produção imagética não apenas criou métodos, mas também transformou e potencializou técnicas tradicionais: “Novas formas de criação visual, juntamente com modos distintos de auxiliar e ampliar os métodos tradicionais de produção de imagens em movimento, tornaram-se comuns nas formas contemporâneas de produção cultural visual” (p. 22). Esse processo evidencia a interdependência entre inovação tecnológica e tradição artística, um cenário em que a imagem digital se estabelece como uma das principais linguagens da cultura visual contemporânea.

No entanto, é fundamental compreender que, embora a tecnologia digital tenha possibilitado esse novo espaço estético, ela não é sua única determinante. Darley destaca que “o computador é vital para compreender a composição das formas visuais contemporâneas, mas não é o único agente explicando o que elas são e como surgiram” (p. 36). A história da Cultura Visual não pode ser reduzida a um determinismo tecnológico, uma vez que componentes sociais, econômicos e culturais também desempenham papéis essenciais na configuração dessas novas formas. Além disso, o autor ainda sugere que as formas digitais contemporâneas representam uma espécie de renascimento ou resgate de tradições visuais anteriores. Segundo ele, "essas formas constituem tanto uma continuidade quanto uma distinção em relação a práticas e experiências que já estavam presentes na cultura popular do século XX" (p. 37). O advento do cinema e da televisão relegou certos estilos visuais a um papel secundário, mas o digital reaviva essas abordagens, conferindo-lhes um novo status dentro da cultura

visual. O cinema, por sua vez, emergiu como a forma mais avançada e emblemática da representação visual na modernidade industrial. Darley observa que "o cinematógrafo foi tanto uma culminação quanto um emblema: a síntese dos avanços tecnológicos em prol da representação visual ao longo de dois séculos" (p. 38). O cinema consolidou-se como uma instituição cultural heterogênea que estabeleceu a imagem em movimento como a modalidade dominante da visualidade contemporânea. Esse legado influenciou profundamente o desenvolvimento das imagens digitais, que, ao mesmo tempo que se distanciam do cinema tradicional em aspectos técnicos, ainda compartilham dele influências narrativas e estilísticas. Portanto, a ascensão das imagens digitais não pode ser analisada isoladamente, mas sim em diálogo com as transformações da cultura visual ao longo do tempo. A tecnologia digital não apenas amplia as possibilidades de criação, mas também resgata e reformula práticas preexistentes, evidenciando a continuidade e a inovação dentro do campo da produção imagética.

> Uma diferença crucial entre o cinema narrativo clássico e o teatro está na forma como ele envolve o espectador. Se certo tipo de voyeurismo já era um elemento do prazer experimentado pelos espectadores do teatro burguês, a narrativa cinematográfica ampliou significativamente esse aspecto da espectatorialidade. Os mundos ficcionais do teatro e do cinema narrativo são construídos e percebidos de maneiras muito diferentes. Através da câmera cinematográfica, o espectador do filme narrativo recebe uma mobilidade delegada que lhe permite um 'acesso' anônimo ao espaço ficcional da história e de seus personagens. O ponto de vista fixo do espectador teatral é substituído pelos múltiplos pontos de vista do espectador cinematográfico, que é 'levado' para dentro do mundo da história e através dela. Quando se acrescenta a isso o verossímil pictórico da filmagem em live action, as convenções de câmera e edição que produzem a ilusão de um espaço-tempo contínuo, a fixação com a representação da psicologia dos personagens e a estruturação da narrativa em torno da revelação e eventual resolução dos problemas centrados nos personagens – então, como inúmeros comentaristas já apontaram, os prazeres associados a esse modo de representação tornam-se consideráveis. (DARLEY, 2000, p. 48)

A transição da cultura visual contemporânea também marca uma mudança na experiência estética do espectador. Darley (2000) argumenta que o impacto sensorial de certas formas de entretenimento digital contemporâneo "ultrapassa os processos e motivações da significação cinematográfica clássica", privilegiando a estimulação visual e sensorial em detrimento da narrativa tradicional (p. 54). Esse retorno parcial a uma estética popular anterior reflete a intensificação das ilusões visuais e a ênfase na experiência imersiva. Nesse contexto, os videogames representam um campo especialmente significativo. Darley (2000) questiona a relação dos jogos digitais com o legado do espetáculo direto e da estimulação sensorial, enfatizando a dimensão interativa

como um elemento fundamental para definir essa forma de entretenimento (p. 55). A interatividade dos jogos digitais os diferencia de outras manifestações audiovisuais, ao mesmo tempo que os insere na tradição das atrações visuais voltadas para a imersão e o envolvimento do público.[5] Assim, propõe que a cultura visual digital compartilha um espaço comum com formas populares de entretenimento anteriores. Ele sugere que, apesar das inovações tecnológicas, "o que essas formas estão fazendo em termos de prática estética guarda relação direta com formas anteriores de entretenimento popular, baseadas nos mesmos princípios gerais" (p. 56). Esse argumento aponta para a continuidade histórica entre as novas tecnologias e as experiências visuais do passado, destacando a recorrência de certas estratégias estéticas ao longo do tempo. Dessa maneira, a análise do autor não apenas esclarece o papel das tecnologias digitais na configuração da cultura visual contemporânea, mas também abre caminho para uma reflexão teórica mais ampla. A interseção entre espetáculo, imersão e interatividade levanta questões sobre os limites da experiência estética e sobre as novas formas de engajamento sensorial proporcionadas pelos meios digitais. Esses aspectos serão fundamentais para aprofundar a compreensão das transformações da visualidade no Século XXI.

A análise de Andrew Darley sobre a teoria de Jean Baudrillard acerca da imagem na contemporaneidade revela um processo de dissolução da própria noção de realidade. Como pontua Baudrillard, "o real e o princípio de realidade são hoje negados ou confundidos pelas imagens do próprio sistema" (p. 65). Esse fenômeno, que ele nomeia como hiper-realidade, caracteriza-se pela substituição do real por simulacros que não remetem mais a um referente objetivo, mas apenas a outros signos, instaurando um regime de imagens autossuficientes. Nesse contexto, as imagens midiáticas deixam de representar a realidade para se tornarem a instância do real, suprimindo a ilusão enquanto categoria operativa da percepção. A proliferação tecnológica dessas imagens, intensificada por sua reprodutibilidade, mobilidade e capacidades realistas avançadas, contribui para esse colapso das distinções entre o que é representado e o que é simulação.

[5] Em minha Dissertação de Mestrado, que é proposta como uma primeira parte do que proponho como "Expansão da Vida", analiso jogos digitais e os discursos publicitários. Ali, destaco como empresas de Tecnologia e os criadores daqueles títulos se empenham em explorar elementos-chave, como "imersão", "experiência" e "realismo" (ou "look and feel", no termo técnico e teórico). Naquele período, não conhecia a obra de Darley, mas há uma sintonia aqui: os jogos eletrônicos e tais companhias seguem buscando atrair a atenção e o consumo das pessoas por meio de técnicas discursivas que evocam associações à liberdade, à criatividade e à identidade. Como apresento e reflito a seguir, dando continuidade ao tema nesta Tese de Doutorado, no Instagram o cenário e os métodos são os mesmos.

A relação entre cultura visual, ilusão e realismo gráfico encontra-se profundamente transformada nesse cenário. O *hiperreal*, como aponta Baudrillard, não é mais um jogo de representação tradicional, mas uma "paródia da semelhança fotográfica", na qual não se acredita mais na exatidão das imagens do mundo (1984, p. 25). Esse jogo visual, segundo Darley, adquire centralidade no chamado "cinema de espetáculo", onde técnicas de imagem gerada por computador e efeitos especiais digitais saturam a experiência visual, tornando a artificialidade um elemento constitutivo do olhar contemporâneo (p. 111). O impacto disso se faz sentir na recepção estética das imagens, pois, como observa Thompson (1981, p. 290), quando o espectador começa a perceber o estilo pelo estilo, o excesso assume protagonismo, afetando a própria lógica narrativa. A materialidade da imagem, antes uma janela para o mundo, converte-se em um espaço de deleite perceptivo, onde o espectador é convidado a "permanecer sobre os dispositivos por mais tempo do que sua função estrutural justificaria" (p. 292). Esse deslocamento das imagens como meros índices de realidades externas para construções autônomas dialoga, ainda, com a questão da reprodutibilidade técnica. Como já havia antecipado Benjamin (1973), a reprodução mecânica desloca a obra de arte de seu contexto *aurático*, conferindo-lhe um estatuto de repetição potencialmente infinita (p. 125). A emergência da reprodução digital amplia esse fenômeno, tornando a imagem ainda mais volátil e destituída de unicidade. Nesse sentido, conclui Darley, a cultura visual contemporânea passa a operar sob uma lógica de autorreferencialidade, em que a profusão de imagens não mais representa o mundo, mas sim constrói um universo visual próprio, marcado pela estetização do excesso e pela ausência de profundidade significativa (p. 129).

> Especificamente, o computador foi utilizado para produzir o efeito de representação foto-realista em uma cena que, conceitualmente, possui um caráter fantástico – uma cena que não poderia ter um correlato direto na vida real. (…) Nesse caso, o computador foi empregado para representar a imagem de um objeto fantástico: um tentáculo líquido senciente, uma sonda alienígena. Dado o tom dramático sério e o realismo geral adotado, esse elemento precisava ser convincente – tanto em seu aspecto visual e comportamento quanto na forma como se integrava e combinava com a cinematografia tradicional de ação ao vivo (alta definição, alta fidelidade) em cenários contendo atores reais. Para isso, a imagem precisava atingir um alto nível de sucesso técnico em três níveis estabelecidos de transparência cinematográfica. Assim, apesar de sua natureza fantástica, o pseudópode precisava parecer e se comportar de maneira convincente e crível. Isso envolve precisão descritiva ou superficial: o naturalismo. Ao mesmo tempo em que se distingue como um elemento “outro” (alienígena) em relação aos personagens humanos e ao mundo ficcional, o pseudópode deveria ser indistinguível no nível da representação, ou seja, em seu efeito representacional. Ele precisava parecer ocupar – ser ontologicamente coextensivo com – o mesmo espaço profilmico que os atores humanos. (DARLEY, 2000, p. 108)

Essa nova configuração do olhar se reflete também na experiência do usuário diante das visualidades contemporâneas. À medida que interatividade e imersão se tornam características estruturais da mídia digital, a recepção da imagem passa por transformações que vão além da fruição passiva. O *hiperreal* se reconfigura na relação entre espectador e interface, demandando novas formas de engajamento sensorial e cognitivo. Assim, torna-se essencial aprofundar a análise sobre como a experiência do usuário se entrelaça às estéticas visuais da contemporaneidade, questão que será explorada no próximo capítulo.

2.3 Visualidades e Experiência do Usuário

Com a indústria tecnológica prosperando no aprimoramento de aparelhos eletrônicos de uso pessoal, como *smartphones* e câmeras fotográficas, é possível observar que o *blogging* se direciona para um caminho predominantemente visual, seja em fotos ou vídeos. Plataformas como a YouTube, TikTok e Instagram despontam em números de usuários, volume de mídias publicadas por dia, dados de acesso e tempo de permanência, o que evidencia um aumento na produção e no consumo de um novo modelo de *blogs*. Nesse período, se intensificam as problemáticas acerca das narrativas visuais. Segundo Rodrigues, o olhar e as visualidades são componentes protagonistas dessa modernidade.

> Nos tempos de hoje, os olhos é que fornecem o critério mais definitivo de verdade. (...) Depois de tanto conhecermos o real e o verdadeiro por meio de fotografias, talvez tenhamos passado a precisar de imagens e de fotografias para sentir que as coisas e os acontecimentos são reais ou verdadeiros. (...) Em geral, sem que o receptor saiba o que se passa atrás das câmeras, em todos esses casos podemos flagrar a mesma estratégia persuasiva de utilizar um presumido realismo da visão e da imagem como argumento para fazer crer e fazer aceitar. Enfim, táticas retóricas que, apoiadas na presunção de realidade é verdade de que a fotografia e seus derivados estão imbuídos, objetivam apenas aumentar a verossimilhança da ficção e do imaginário. (RODRIGUES, 2006, p. 52)

De acordo com o autor, é possível partir do pressuposto de que há, para cada pessoa, dois mundos: aquele "construtor", centrado na objetividade e na vida concreta das coisas e das pessoas; e o "interior", pautado pela subjetividade, "efêmeros" e norteado pelas "manifestações particulares do viver" (p. 5). Rodrigues explica que esses segundos mundos passam a ocupar a posição de construtores, pois fornece uma espécie de lente

para, inclusive, perceber o primeiro mundo. Ele argumenta que a forma como os seres humanos e outras espécies percebem o mundo está diretamente relacionada a fatores biológicos de origem genética. Segundo o autor, os sentidos funcionam dentro de limites previamente estabelecidos pela constituição orgânica de cada ser vivo, sendo processados por meio de redes neurais e circuitos nervosos que interpretam os estímulos conforme padrões específicos. Assim, a percepção da realidade de cada organismo está sujeita tanto a possibilidades quanto a restrições impostas por sua biologia. Para ilustrar essa ideia, ele destaca que a audição humana opera dentro de uma faixa delimitada de frequências sonoras, assim como a visão de determinados animais se restringe a um espectro reduzido de cores, variando entre preto, branco e algumas tonalidades de cinza. Dessa maneira, a perspectiva sensorial não é universal, mas sim determinada pelas características biológicas de cada espécie.

Por conseguinte, se os homens codificam o mundo por meio dos sentidos, as sociedades codificam os sentidos e as relações entre estes. Para os seres humanos, as percepções não independem das concepções. Entre nós, ocidentais modernos, a visão parece ter adquirido um papel progressivamente proeminente, pelo menos desde o Renascimento. (…) Dentro desse quadro, é bastante compreensível que esta civilização – batizada por alguns como "da imagem" – tenha com tanto empenho se dedicado às técnicas e tecnologias associadas à visão: elas são como pilares que a sustentam. Desde as mais simples até as mais complexas, vale com o mesmo peso para tais técnicas a seguinte ponderação: o que seria da cultura ocidental moderna, de sua construção histórica e de sua expansão, se não tivessem sido inventadas as formas mecânicas, elétricas ou eletrônicas de olhar? (p. 9-10)

Essa perspectiva de Rodrigues enfatiza a materialidade do olhar e das demais formas de apreensão da realidade, que são condicionadas por circuitos neuronais e limites orgânicos. No entanto, a experiência visual não se restringe apenas a essas determinações biológicas. A cultura e a tecnologia também exercem um papel fundamental na construção das formas de ver e interpretar o mundo. É nesse ponto que se insere a análise de Joanne Finkelstein, que desloca a discussão para o campo da cultura visual e do impacto das indústrias do entretenimento, sobretudo o cinema, na maneira como os indivíduos leem e atribuem significado às imagens. A escritora de "The art of self-invention" (2007) observa que o desenvolvimento das indústrias do entretenimento no século XX intensificou a centralidade da aparência na cultura ocidental. O cinema, com suas técnicas de manipulação da imagem – como zooms, dissoluções e sobreposições –,

não apenas reorganizou a percepção do tempo e do espaço, mas também desestabilizou as fronteiras entre o público e o privado, o interior e o exterior. A câmera, ao permitir novos modos de enquadramento e de construção visual, alterou a forma como os indivíduos compreendem a realidade e como representam a si mesmos. Assim, a visão deixa de ser apenas uma função biológica para se tornar um campo de produção simbólica mediado por aparatos técnicos e convenções sociais.

> Com o desenvolvimento da psicologia formal no final do século XIX e a invenção de tecnologias como a câmera, o ato de ver transformou a visualidade em um campo próprio de investigação. Quando os irmãos Lumière exibiram seu filme "A Chegada de um Trem na Estação" para o público em 1895, as reações evidenciaram o poder da imagem visual. A imprevisibilidade da cena do trem avançando em direção à plateia foi tão impactante que as pessoas fugiram assustadas, como se um trem real estivesse de fato vindo em alta velocidade em sua direção. As impressões visuais eram tão imediatas que se tornava difícil lembrar que o trem não estava realmente presente. Esse momento da história cultural marca o ponto exato em que as habilidades perceptivas do público da cultura popular foram irrevogavelmente transformadas. Também representa a descoberta de que a histeria coletiva poderia ser deliberadamente provocada por meio das tecnologias de comunicação. (FINKELSTEIN, 2007, p. 6)

Outro ponto crucial levantado pela autora é o papel do cinema na construção da legibilidade dos corpos e das identidades. O filme, como um dos meios culturais mais influentes, ensina seus espectadores a decodificar sinais e a associar traços físicos a determinadas características psicológicas ou morais. Essa dinâmica reforça a ideia de que a imagem não é apenas uma representação neutra, mas sim um dispositivo ativo na formação de valores e expectativas sociais. A tradição da fisionomia, por exemplo, encontra no cinema um novo meio de difusão, transformando expressões faciais e gestos sutis em marcadores narrativos que auxiliam na compreensão e na antecipação das ações dos personagens. Finkelstein destaca como a cultura ocidental atribui um significado simbólico à visão, frequentemente representada como um portal para outras dimensões do conhecimento. No cinema, o close-up amplifica essa noção ao conferir novas camadas de interpretação ao olhar dos atores, atribuindo significados múltiplos a gestos mínimos, como um piscar de olhos ou um desvio de olhar. Essa ênfase na visualidade reforça um paradoxo recorrente no imaginário ocidental: a ideia de que ver não é necessariamente acreditar, e que o visível pode ocultar tanto quanto revela. O cinema, portanto, não apenas registra a realidade, mas a reconstrói, moldando a percepção do público e redefinindo os modos de ver na modernidade.

Finkelstein argumenta que a mídia de massa não apenas transmite imagens, mas também condiciona os espectadores a interpretá-las de formas previsíveis. Ele observa que certos códigos visuais são repetidos incessantemente no cinema *mainstream*, até parecerem naturais, como a associação da beleza à figura da mulher loira ou da heroísmo à masculinidade musculosa (p. 7). Esse processo não apenas reforça estereótipos, mas também envolve o público em sua perpetuação, tornando-os cúmplices na manutenção dessas convenções. A naturalização desses padrões demonstra que a experiência visual não é neutra, mas mediada por discursos ideológicos que estruturam a percepção e a construção da realidade.

> Vivemos em uma era em que as impressões têm grande importância e onde a reputação pode ser tanto um ativo quanto uma vulnerabilidade. Parte da nossa rotina diária agora envolve proteger informações pessoais e evitar nos tornarmos "anonimizados" ou invisíveis. Aprendemos a valorizar a privacidade e a evitar integrar um banco de dados global, para não nos tornarmos alvos de telemarketing ou ataques de hackers. Ao mesmo tempo, estamos cada vez mais autoconscientes e atentos à forma como os outros nos enxergam. (…) Esse nível de interesse pelo eu foi comercializado; terapias individuais e aulas de meditação podem ser adquiridas para ajudar a melhorar e desenvolver nosso potencial. Podemos aprender a dormir de maneira diferente, modificar hábitos alimentares e até reconfigurar nossos desejos sexuais para compreender e aperfeiçoar o mecanismo que une corpo e mente. Esse nível intensificado de atenção incentiva uma supervalorização da autopresentação. (FINKELSTEIN, 2007, p. 122)

A identidade, reflete a autora, também se insere nesse campo de construção simbólica, mas, diferentemente da imagem, é tratada como um bem tangível, comprovado por documentos oficiais, como passaportes e cartões bancários (p. 121). Esses registros permitem não apenas a circulação no espaço social, mas também o acesso a direitos e serviços. No entanto, essa perspectiva administrativa da identidade contrasta com sua construção no campo midiático, onde atributos como aparência e estereótipos visuais frequentemente se sobrepõem às definições formais. Portanto, a identidade se revela um conceito duplo: ao mesmo tempo que é um dado objetivo, ela também é performada e negociada por meio das imagens que circulam na cultura de massa.

Para agregar à discussão, o livro "Vision and Visuality" (1988), editado por Hall Foster, traz ponderações relevantes sobre o tema. No Prefácio, por exemplo, problematiza a relação entre visão e visualidade, destacando que esses conceitos não devem ser entendidos como opostos, mas como dimensões interligadas da experiência visual. Ele argumenta que, embora a visão seja frequentemente associada a um processo fisiológico,

e a visualidade a um fenômeno social, ambas são historicamente construídas e atravessadas por dinâmicas culturais e subjetivas — uma clara sintonia com Rodrigues e com Finkelstein, como explorado anteriormente. Assim, a percepção não é neutra nem exclusivamente biológica, mas moldada por contextos específicos que determinam o que pode ser visto, como se deve ver e quais significados podem ser atribuídos às imagens. Esse entendimento amplia a noção de que a visualidade é um campo de disputa simbólica, onde diferentes formas de ver se sobrepõem, competem e se estruturam conforme interesses sociopolíticos. Dentro dessa perspectiva, ainda no Prefácio, Foster também discute os regimes escópicos, que impõem uma ordenação da visualidade, buscando estabelecer uma visão hegemônica a partir de múltiplas perspectivas sociais. Esses regimes operam de maneira a naturalizar hierarquias do olhar, criando uma ilusão de universalidade e apagando diferenças no modo como as imagens são percebidas e interpretadas. No entanto, o autor ressalta que a visão não é apenas um mecanismo de recepção passiva, mas participa ativamente da produção da subjetividade. Ao socializar a visão, ou seja, ao reconhecer que o ato de ver está inserido em estruturas discursivas, compreende-se que a identidade e a experiência do sujeito também são moldadas por essa dinâmica. Assim, a visualidade não apenas reflete o mundo, mas o constitui, influenciando a forma como os indivíduos se enxergam e como são vistos na sociedade.

Ainda em “Vision and Visuality” (1988), Norman Bryson e Jonathan Crary fornecem contribuições aos temas explorados. Ali, o primeiro interpreta — e se alinha ao que este capítulo propõe — o panorama contemporâneo como uma paisagem “onde a visão ainda é originada do ponto de vista de um sujeito colocado no centro de um mundo (p. 87). Crary, então, em reforça a ideia de que a visão subjetiva não é apenas um processo fisiológico ou cognitivo, mas um fenômeno de poder e conhecimento. O autor afirma que a "visão subjetiva, que conferiu ao observador uma nova autonomia perceptiva e produtividade, foi simultaneamente resultado de sua transformação em sujeito de um novo conhecimento e de novas técnicas de poder" (p. 35). Isso implica que o ato de ver não se limita à recepção passiva de imagens, mas é uma prática ativa e condicionada por forças sociais e culturais. A visão, ao se tornar subjetiva, não é mais neutra; ela está imersa em dinâmicas de poder que moldam não apenas o que é visto, mas também quem o vê e como ele é capaz de interpretar o mundo ao seu redor. A autonomia perceptiva do sujeito está, portanto, ligada a um novo tipo de subjetividade que não é independente, mas sim imersa em uma rede de técnicas e saberes que configuram e limitam a experiência visual. Na análise de Crary, as tecnologias contemporâneas contribuem para regimes de

visualidade e constroem uma realidade para o observador. A "ausência de referencialidade", mencionada pelo autor, torna-se a base sobre a qual um novo "real" é fabricado, em que as identidades se tornam "instáveis e móveis" (p. 40). A afirmação de que "novas formas do real estavam sendo fabricadas" sugere que a visão não apenas reflete a realidade, mas a constrói de maneira ativa, desconstruindo as certezas sobre o que é considerado verdadeiro. Nesse contexto, as sensações tornam-se "intercambiáveis", ou seja, a experiência sensorial e a percepção do mundo são fragmentadas e manipuláveis, o que torna as identidades fluidas e sujeitas a uma constante reinvenção. Ao questionar "não apenas como se sabe o que é real", mas a própria fabricação de uma nova verdade, Crary aponta para a transformação radical da subjetividade na era das novas tecnologias, onde as fronteiras entre o real e o construído, entre o visível e o invisível, tornam-se cada vez mais tênues.

As reflexões de Foster, Crary, Finkelstein e Rodrigues convergem para uma compreensão crítica do impacto das imagens na constituição do sujeito e da sociedade contemporânea, abordando o modo como a percepção e a representação visual são moldadas pelas forças históricas, tecnológicas e culturais. Foster e Crary, por exemplo, discutem como a visão, longe de ser uma atividade puramente física, é impregnada por valores sociais e históricos que a definem como uma construção sujeita a regimes de poder. Para Foster, a visualidade não se limita ao olhar individual, mas reflete e reforça um sistema social maior, enquanto Crary observa como a autonomia do observador se vê transformada em sujeito de novas técnicas de poder. Finkelstein, ao analisar o papel das imagens na modernidade, também ressalta a maneira como as imagens se tornam, ao mesmo tempo, ferramentas de conhecimento e instrumentos de controle. Rodrigues, por sua vez, aponta para a perda da crítica no fascínio contemporâneo pelas imagens, que se tornam instrumentos de entretenimento e manipulação, obscurecendo a reflexão profunda sobre as questões sociais e políticas. Juntas, essas abordagens revelam como a imagem é uma força paradoxal, tanto de empoderamento quanto de sujeição, que redefine o sujeito moderno em um campo de tensões entre liberdade e controle. Essas questões se tornam ainda mais complexas quando vistas à luz das ponderações de Gilbert Durand, que critica a marginalização do imaginário e a forma como o Ocidente tem lidado com as imagens e seus significados ao longo da história.

Durand, em “O Imaginário” (1994), apresenta uma análise crítica das imagens e do papel do imaginário na sociedade ocidental, destacando como o progresso técnico e o domínio material sobre outras civilizações resultaram em uma marginalização das

imagens e da imaginação. Ele sugere que, ao longo da história, o pensamento ocidental se afastou da "imagem", preferindo a racionalização da realidade e a valorização de uma lógica baseada em fatos e dados objetivos.[6] Durand aponta que esse processo de “erosão do papel do imaginário” na filosofia e epistemologia ocidentais acabou levando à desvalorização de aspectos da subjetividade humana, associando culturas não ocidentais a uma mentalidade "pré-lógica" ou "primitiva" (p. 43). Esse movimento de rejeição das imagens, impulsionado pela razão e pela brutalidade dos fatos, encontrou resistências, inclusive dentro do próprio Ocidente, que, apesar da ascensão da racionalidade técnica, ainda era marcado por tensões em relação à própria natureza do imaginário.

A análise de Durand também observa uma transformação significativa no papel da imagem nas artes e na cultura. O autor faz referência à corrente "simbolista", que, ao ignorar a perfeição formal, eleva a imagem a um campo mais profundo de significação, onde a representação simbólica se torna um veículo de sentidos mais complexos e transcendentais. Ao dar à imagem o título de “símbolo”, a arte começa a forçar a banalidade do significante a captar o simbolizado indizível, revelando um potencial de compreensão que vai além do imediato e do literal (DURAND, 1988, p. 43). Esse movimento simbólico propõe um retorno à valorização da imagem como veículo de profundidade emocional e filosófica, que não pode ser apreendido apenas pela lógica ou pela razão. No entanto, Durand também destaca uma nova realidade contemporânea, em que a "Galáxia Gutenberg" — representando a era da escrita e da impressão — é superada pelo reino da informação e da imagem visual, que se tornou onipresente na sociedade. Ele aponta que a pesquisa acadêmica e científica, influenciada pelo positivismo, se concentrou nas técnicas de produção e transmissão de imagens, mas ignorou as implicações culturais e subjetivas dessa revolução. Durand observa que, apesar da enorme produção de imagens e da presença dominante dos meios de comunicação de massa, essas imagens continuam sendo desvalorizadas e inseridas no campo do “distrair”, uma forma superficial de entretenimento e manipulação. A imagem, em seu poder simbólico e psicológico, ainda não inquieta profundamente a consciência moral do Ocidente, que se julga "vacinado" contra sua própria iconoclastia (p. 48). No entanto, essa onipresença das imagens revela uma manipulação invisível das intenções humanas, onde os produtores de imagens, muitas vezes anônimos, ditam as percepções e desejos das massas, do

[6] Quanto à questão do real, destaco também a análise Figueiredo (2012): “Na impossibilidade de atingir uma verdade última, o real seria o real de cada indivíduo e, portanto, um fenômeno da ordem da construção discursiva” (p. 9)

nascimento à morte, sem que a sociedade se dê conta de sua profunda influência, como conclui o teórico francês.

O protagonismo das visualidades é alargado entre o fim do Século XX e a chegada do Século XXI. É ali que o fenômeno computacional erode para reacender problemáticas como essas que observamos até aqui. Para o progresso de apresentação desta tese, cabe, portanto, introduzir o objeto central para análise: uma plataforma *online*, para interações sociais, dirigida sobretudo pelas mídias imagéticas.[7]

Em Outubro de 2010, os profissionais de Tecnologia e empreendedores Kevin Systrom e Mike Krieger lançam Instagram. O aplicativo, segundo o site oficial daquele período, "é uma maneira rápida, bonita e divertida de compartilhar sua vida com amigos por meio de uma série de fotos." O texto ainda explica as etapas, listando-as: "Tire uma foto com seu iPhone, escolha um filtro para transformar a aparência, envie para o Facebook, Twitter ou Flickr — é tudo muito fácil. É compartilhamento de fotos, reinventado. Ah, sim, mencionamos que é grátis?" Nos anos iniciais, era disponível para aparelhos Apple, mas, posteriormente, chegaria a dispositivos com sistema operacional Android. Essa ampliação de operações faria o Instagram atingir rapidamente a marca de centenas de milhões em menos de um ano no mercado digital. Diversos componentes fizeram o *app* atingir a popularidade e aqui vamos por etapas.

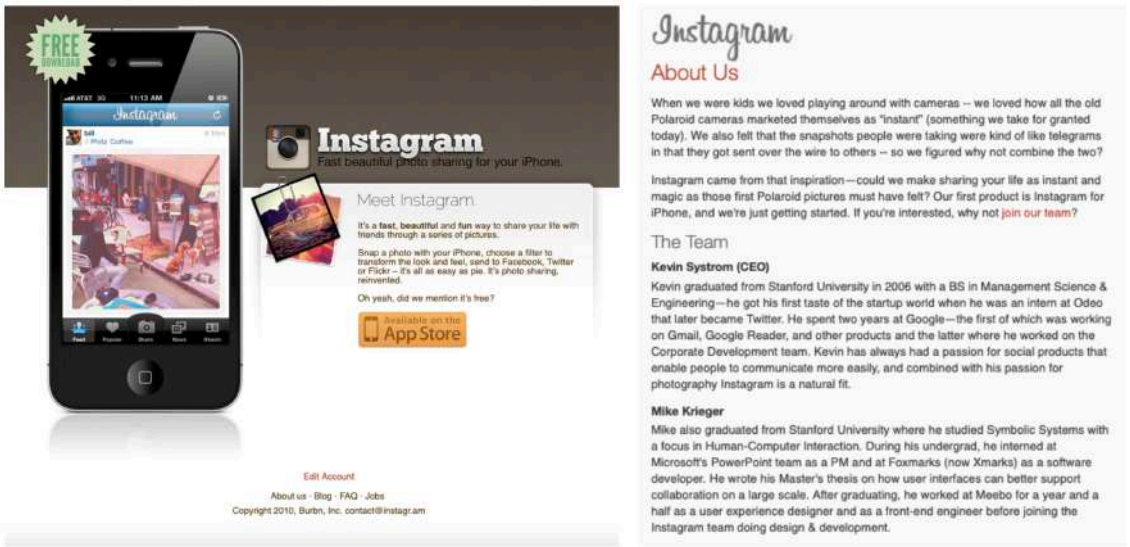

Figura 6. Capturas de tela do site oficial do Instagram em 2010, ano de lançamento do aplicativo. Naquele período, a página recomendava o carregamento do *app* em aparelhos móveis iPhone. Na seção "Sobre

[7] Enquanto Introdução, é estabelecida uma pausa na apresentação de fundamentos teóricos, a serem retomados em blocos diferentes. No decorrer dos próximos capítulos por vezes serão articuladas, em revezamento, o Instagram, a Cultura Visual, a Imagem e a Identidade na contemporaneidade. A proposta é, de fato, apresentar como esses elementos se entrecruzam e se correspondem,.

Nós", os fundados se apresentam, mas destacam a paixão pela Fotografia analógica como inspiração para a criação do Instagram. A novidade consistia, conforme sublinha o website, em ser "compartilhamento de fotos, reinventado", com diversas possibilidades de edição de Filtros para "transformar o *look and feel*".

O nome faz referências às fotos instantâneas de câmeras Polaroid e a paixão de ambos os fundadores pela fotografia, de acordo com a descrição no website. Ali, escreveram: "Instagram veio dessa inspiração — poderíamos fazer com que compartilhar sua vida fosse tão instantâneo e mágico quanto aquela primeira foto Polaroid deve ter parecido?" A pergunta deixa o mistério na seção "Sobre Nós" daquele endereço institucional. Ambos o site e o *app* tinham a mesma aparência, emulando a câmera analógica que inspirou os fundadores da empresa. Dentro da rede social, os Filtros também replicavam a estética daqueles aparelhos. Eram 16 Filtros, cada um com uma maneira diferente de edição visual. De acordo com Hu, Manikonda e Kambhampati (2014), ao carregar uma foto no Instagram também era possível: (a) escrever uma Legenda, que pode descrever o contexto ou dar mais informações sobre a foto escolhida; (b) adicionar Hashtags, usando o símbolo #, que também descrevem a mídia usando uma frase curta ou uma palavra; (c) marcar usuários usando o símbolo @ a fim de incluí-los em uma publicação ou comentário, o convidando para interagir ali. Os autores explicam:

> Além de suas funções de captura e manipulação de fotos, o Instagram também fornece conectividade social semelhante à do Twitter, que permite que um usuário siga qualquer número de outros usuários, chamados de "amigos". Por outro lado, os usuários que seguem um usuário do Instagram são chamados de "seguidores". A rede social do Instagram é assimétrica, o que significa que se um usuário A segue B, B não precisa seguir A de volta. Além disso, os usuários podem definir suas preferências de privacidade de forma que suas fotos e vídeos postados fiquem disponíveis apenas para os seguidores do usuário, o que requer aprovação do usuário para ser seu seguidor. (2014, p. 596)

Em ordem de entrar no Instagram é fundamental ter um aparelho eletrônico conectado à Internet. Nos dispositivos móveis com câmera estão lojas virtuais, como a Play Store, da Google, ou a App Store, da Apple, que apresentam o Instagram para *download* gratuito. Ao descarregar e instalar o aplicativo (ou *app*), a pessoa tem a opção de criar um cadastro ou entrar na conta existente. Na primeira, coloca dados como nome, sobrenome, data de nascimento e nome de usuário – que define como alguém prefere ser nomeado e encontrado naquele lugar. Além disso, é sugerido o carregamento de uma foto, um avatar, e uma descrição para montar o Perfil. No meio do processo é necessário dar aceite aos Termos de Uso, Regulamentos e Leis de Privacidade, confirmando que a pessoa

leu e está de acordo com uma série de parâmetros estabelecidos pela plataforma.[8] Feito isso, o Perfil está criado. Caso alguém já tenha uma conta, a entrada no aplicativo requer somente e-mail ou nome de usuário e senha. As duas opções culminam na entrada da Página Inicial ou "Home" ("Casa"). É possível, também, navegar pelo Instagram por computadores, mas ali não há opção para o carregamento de fotos e vídeos, cabendo somente às mensagens, pesquisas, assistir às mídias e percorrer publicações.

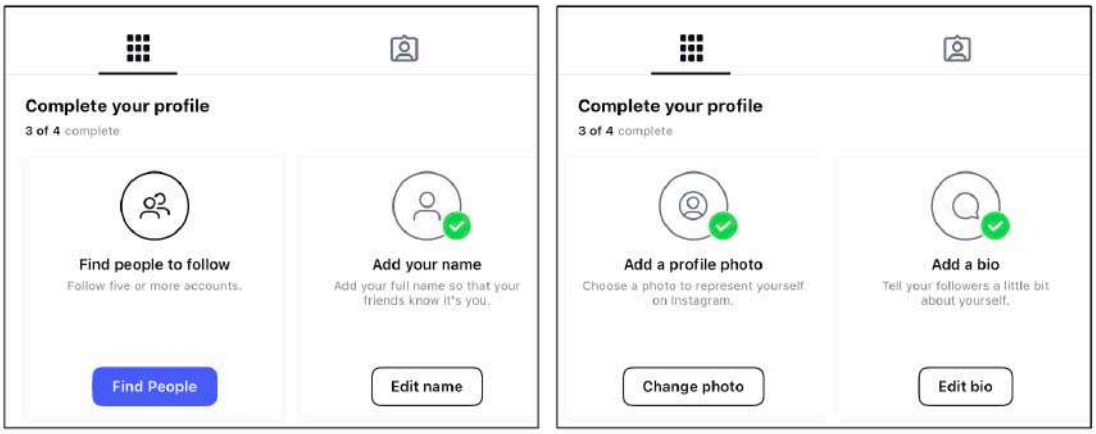

Figura 7. Capturas de tela do Instagram. Quando o Perfil apresenta dados ou seções incompletas, a plataforma mantém indicativos de que há algo pendente. Contudo, ainda que cumpra com esses requisitos, o mecanismo frequentemente encoraja a participação, a interação e novas ações que mantenham o usuário ativo no fluxo da rede.

Na parte inferior da Página Inicial estão as quatro seções padrão do Instagram: "Home", "Explorar", "Reels" e "Meu Perfil". Na primeira área está localizado o Feed de Posts e de Stories, que são todas as mídias carregadas por você e por outras pessoas. Em "Explorar" há uma barra de digitação para pesquisa, assim como uma grade de recomendações de fotos e vídeos que se assemelham ao tipo de publicações que o usuário mais interage.[9] "Reels" é o nome dado aos vídeos transferidos para o Instagram e navegar nessa área significa descobrir novos Perfis que o usuário não segue. Em "Meu Perfil", a

[8] Este ponto é tema de artigos e estudos por si só e será explorado em um bloco adiante. Mas cabe nesta nota indicar que tais informações funcionam como um "contrato" entre a plataforma e a pessoa que se torna usuário no Instagram. Aceitar essas cláusulas é, em resumo, concordar que seus dados (número de telefone, e-mail, mídias carregadas, entre tantas outros) serão compartilhados com "terceiros" para "fins publicitários" ou "aprimoramento da experiência" no Instagram.

[9] Faz parte da lógica algorítmica do Instagram um usuário receber principalmente Publicações e Perfis que se parecem com o que ele mais interage. Por exemplo, se uma pessoa costuma Curtir, Comentar e Compartilhar vídeos de cachorros, é provável que a seção "Explorar" tenha mais postagens desse tema. Monitorar padrões de uso e transformar isso em inteligência automatizada para recomendações está entre os itens acordados ao fazer um cadastro no Instagram. A empresa acompanha interesses, hábitos e comportamentos para, então, recomendá-los aos indivíduos.

visão completa que uma pessoa tem da própria conta na plataforma, assim como opções de Configurações, Postagens, Descrição e Avatar. Antes de explorar essas terminologias, é importante destacar que é possível ter acesso ao Instagram sem ter uma conta, mas essa visita é limitada: ao tentar realizar certas ações, como Curtir ou deixar um Comentário, o website indica que é preciso fazer *login* - termo para "entrar na conta". O Instagram é composto de pessoas que concedem informações à plataforma e, nas etapas iniciais de cadastro, precisam customizar minimamente o Perfil naquele ambiente. Ou seja, para entrar no Instagram é necessário um Perfil e, consequentemente, fornecer dados e estar presente. Apesar disso, cabe ao indivíduo personalizar ou não. É possível ter um Perfil, mas não ter uma foto como Avatar, ter feito uma Publicação ou elaborado uma Descrição. Quando um usuário tem uma conta, mas não insere tais informações, a plataforma o incentiva a participar, pois os botões sugerem ações como "Edite o seu Perfil" ou "Faça um Post", assim como mensagens de e-mail ou Notificações de celular trazem sugestões como: "[Nome 1], [Nome 2] e [Nome 3] fizeram publicações" ou [Seu nome], veja o que está acontecendo no Instagram". Dentro desses estímulos à interação, constam também as frases "Fique por dentro do que acontece no Instagram - Veja as coisas divertidas e as ideias inspiradas nas contas que você segue", acompanhada de um botão "Veja as novidades", e "Descubra mais - Quanto mais contas você seguir, mais coisas incríveis verá no seu feed", com o botão "Encontrar contas para seguir". Abaixo, ao fim do e-mail, um aviso em letras menores e com um tom de cinza claro, que poderia passar despercebido: "O Instagram envia atualizações como esta para ajudar você a acompanhar o que há de mais recente no Instagram. (...)". Nessa lógica, fazer o cadastro naquela plataforma é ser frequentemente encorajado a utilizá-la, recebendo lembretes de que há "novidades", "coisas incríveis" e "divertidas" acontecendo. Com carregada abordagem textual, o convite fica ainda mais enfático com prévias das fotos e dos vídeos postados no Instagram. A ideia, nota-se, é informar que pessoas, canais de notícia, grifes e personalidades, entre outros, estão dividindo suas respectivas informações, tais como lançamentos, relacionamentos, promoções, viagens feitas ou eventos realizados. Você, o usuário que não interage, contudo, não acompanha e precisa estar informado. Isso ocorre porque o Instagram detém dados analíticos que apontam quem menos faz atividades na plataforma, interage menos ou tem dados pendentes para preenchimento. Quem passa tempo na rede, carrega mídias ali, se conecta com outros usuários e fins, não recebe esse mesmo volume de convites ao "engajamento".

No processo de criação de Perfil, o usuário é perguntado sobre qual tipo se enquadra ou identifica. São eles:

- **Perfil Pessoal**, que é voltado para indivíduos que buscam compartilhar conteúdo de forma privada ou semi-pública, com amigos, familiares e conhecidos, promovendo interações sociais informais. Esse tipo de perfil prioriza a conectividade entre os usuários, permitindo o compartilhamento de momentos cotidianos e experiências pessoais, sem a necessidade de ferramentas avançadas de análise ou recursos comerciais.
- **Perfil Comercial** é direcionado a empresas, marcas, organizações e estabelecimentos que visam promover seus produtos ou serviços de maneira estratégica. Além das funcionalidades básicas de postagem, esse perfil oferece acesso a uma gama de ferramentas analíticas, possibilitando a medição do desempenho das publicações, o rastreamento do engajamento e a segmentação de público. Com isso, torna-se uma plataforma ideal para ações de marketing digital, visando estreitar a relação com os consumidores e otimizar campanhas publicitárias.
- O **Perfil de Criador de Conteúdo** é pensado para influenciadores, artistas e profissionais da mídia que buscam construir e engajar um público mais amplo. Esse perfil oferece funcionalidades específicas para otimizar a produção e a disseminação de conteúdo, além de ferramentas analíticas avançadas que possibilitam o gerenciamento eficaz da interação com os seguidores. O criador de conteúdo pode, assim, personalizar sua abordagem, identificar preferências da audiência e aprimorar a sua estratégia digital.[10]

A presente pesquisa se propõe a observar e refletir os métodos e as práticas dos Criadores de Conteúdo e, consequentemente, Influenciadores. Isso se deve à relação tênue entre as esferas profissionais e pessoais: são indivíduos que navegam pela vida cotidiana e, ainda assim, têm uma relação capitalizada com o Instagram. Investigar esses casos pode ampliar reflexões a temas como Autobiografia, Identidade, Ficção e Cultura Visual, uma

[10] LABATE, Alice. Diferentes perfis no Instagram: entenda a diferença entre CF, Daily, Dix e PVD. Época Negócios. Disponível em: < https://epocanegocios.globo.com/tecnologia/noticia/2024/12/diferentes-perfis-no-instagram-entenda-a-diferenca-entre-cf-daily-dix-e-pvd.ghtml >. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

vez que estão envolvidos em uma dinâmica de consumo e de produção naquela plataforma. A imagem, nessa lógica, é vista como uma ferramenta de criação e expressão, mas, também, para conquista de atenção e geração de negócios comerciais.

Com o Perfil criado, resta Seguir outros usuários e, ocasionalmente, ser Seguido. Significa que uma página pessoal acompanha a outra a cada atualização. Essas, por sua vez, têm formas distintas, mas é necessário que o usuário desenvolva ações: (i) fazer um Post, que é uma Publicação que fica no Perfil, na página individual de cada pessoa; (ii) fazer um Story, que é uma mídia temporária que fica 24 horas disponível; (iii) escrever um Comentário em outro Post, de outro usuário; (iv) enviar uma Mensagem Privada para alguém também localizado no Instagram; (v) dar Curtidas ou Reagir, que são maneiras imagéticas, com símbolos diversos, para comunicar algo a outro usuário sem usar texto *per se*; (vi) Salvar um Post ou um Reel, guardando-o em uma pasta privada, como uma coleção. Considerando a natureza dinâmica de plataformas digitais como o Instagram, se faz imprescindível fixar duas constatações neste ponto: (a) toda função e ação do Instagram será nomeada com a primeira letra em maiúscula em todo o trabalho, a fim de evitar desencontros e assegura uma leitura fluida, considerando que alguns dos rótulos de seções e áreas do Instagram se cruzam com o vocabulário comum do Português; (b) não serão detalhadas todas as capacidades funcionais, sistêmicas, do Instagram, tendo em vista que a rede social está passível de atualizações em todos os níveis, desde o posicionamento de botões e o nome de elementos às cores e modos de funcionamento.

Estar no Instagram requer participar, interagir. A plataforma afirma beneficiar sujeitos que ingressam nas dinâmicas da rede social. Quanto mais Postar, Curtir, Comentar, Compartilhar, Reagir... Maior será a recompensa em atenção: possíveis novos Seguidores, Comentários e Curtidas de volta para o usuário. Ao menos, essa é a lógica promovida. O termo "engajamento", mencionado anteriormente neste item, é presente no vocabulário dos usuários que utilizam o Instagram, especialmente aqueles que capitalizam o Perfil na rede. Em uma pesquisa pela palavra em buscadores da Internet é possível encontrar publicações de *blogs* e sites que sugerem métodos e boas práticas para fazer com que os Seguidores ou a Comunidade engaje mais. Em um dos portais, consta no primeiro parágrafo: "No marketing digital, a palavra 'engajamento' já deixou de ser um simples termo da moda para se tornar um dos pilares centrais de qualquer estratégia eficaz. (...)". Outra, afirma que "engajar é fundamental no marketing digital, transformando espectadores passivos em participantes ativos da narrativa de uma marca." No entanto, de acordo com Barger, Peltier e Schultz (2016), "as mídias sociais

são um fenômeno de marketing relativamente novo e, portanto, há uma ingenuidade sobre como o engajamento deve ser criado, rastreado e medido". Além disso, afirmam os autores, "com suas muitas plataformas e formatos variados, a mídia social se tornou um meio fragmentado, dificultando que as empresas rastreiem e coordenem seus esforços". Para eles, "o engajamento é uma construção ilusória", a não ser que seja consolidada uma conceitualização mais sólida, que sejam revisitados e reconhecidos outros componentes precursores, como engajamento de marca, satisfação, fidelidade e retenção de consumidores, entre outros. O termo se popularizou no Século XXI, mas para Dessart (2017) trata-se de um "estado que reflete as disposições individuais positivas dos consumidores" e que são "expressas por meio de vários níveis de manifestações afetivas, cognitivas e comportamentais que vão além das situações de troca" (p. 377). A percepção de engajamento como um "estado" também é observada em Di Gangi e Wasko (2017), que descrevem como um gesto de "maior envolvimento individual e que resulta em um benefício pessoalmente significativo". Para esses pesquisadores, "quanto maior o nível de intensidade de envolvimento que um usuário sente, mais interessado ele está em usar o sistema." Ou seja, a ressonância íntima dos sujeitos de uma plataforma *online* com um assunto, com um tema, com um objeto, os faz querer participar e interagir em algum nível, como uma Curtida, um Comentário ou um Compartilhamento, entre outras terminologias a depender do ambiente digital em que ocorre. Eles continuam: "Usuários que percebem seu envolvimento com alta intensidade e sentem que a plataforma de mídia social é pessoalmente significativa para atender às suas necessidades estarão mais propensos a contribuir, recuperar e explorar conteúdo." (p. 8) É possível afirmar, então, que a crescente investigação acadêmica sobre engajamento se dá a partir de 2000 e 2010, quando o termo emerge nas esferas da Administração, da Tecnologia da Informação, do Marketing e da Comunicação. Com base na análise dos autores, a palavra vem à tona à medida que usuários ocupam posições e efetuam comportamentos mais ativamente nos lugares digitais, como *websites*, *blogs* e, mais recentemente, as plataformas de redes sociais. Ferramentas como Comentários ou botões de Like estão ali para incentivar as pessoas a interagirem diretamente com o elemento em si, dependendo do ensejo, da relação estabelecida com o objeto ou tema. Van Doorn et al. (2010), explica que "os comportamentos de engajamento nas mídias sociais vão além das transações" e não se restringem a compras ou aquisições, mas sim, "manifestações comportamentais resultantes de motivadores" (p. 254).

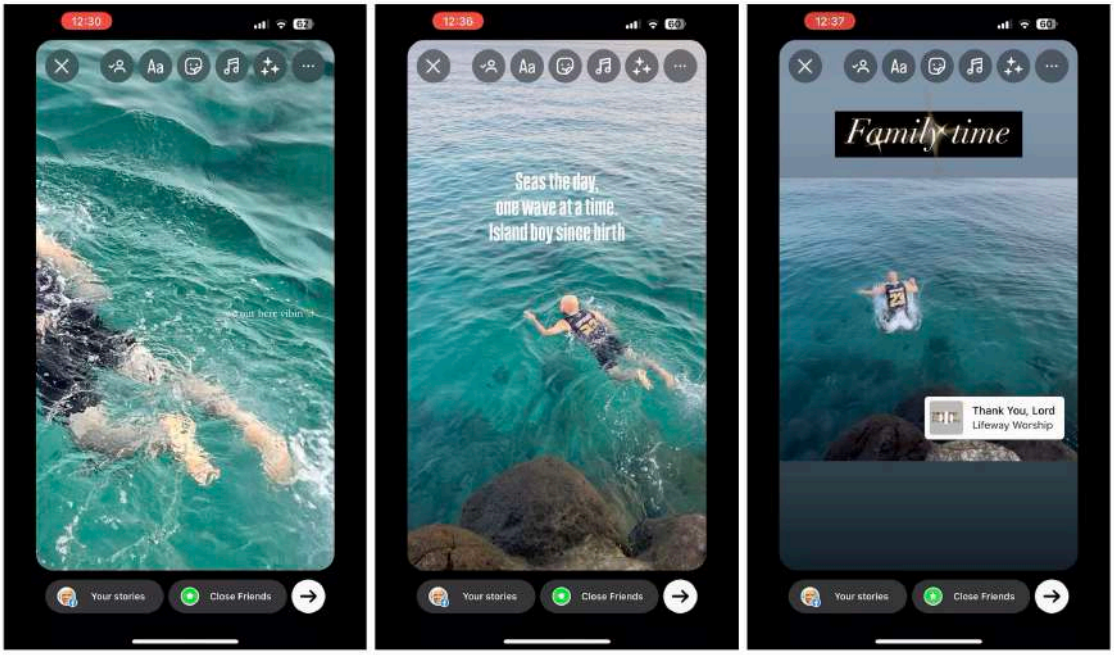

Figura 8. Captura de tela de um Reel do usuário @callmedaddyzow no Instagram. No vídeo, uma sátira sobre como usuários de gerações diferentes publicam um Story. É possível observar que os traços estéticos variam e cada geração, na proposta do Criador de Conteúdo, tem um uso característico na seção.

O Instagram é inteiramente visual e, em dependendo dos usos individuais, pode ser audiovisual. Isso significa que a plataforma é composta, além de textos, por botões e gráficos. Porém, esse é o sistema. Em maioria, é a mídia publicada pelos usuários nas seções mencionadas acima é que povoam a rede social. Ao fazer um Post, os Seguidores recebem essa mídia, que pode ser uma única foto estática ou diversas mídias, em um modelo chamado Carrossel. No Story, é possível publicar fotos e vídeos, quantos o usuário desejar. Há, também, os Reels, que são vídeos de até três minutos que podem ser postados no Perfil. Os formatos dessas imagens vão variar, mas a navegação do Instagram é principalmente na vertical, com uma rolagem de cima para baixo, com eventuais movimentos horizontais, como no Carrossel, no qual há um compilado de até 20 mídias carregadas em um só Post, ou nos Stories de quem um usuário Segue, que ficam enfileirados e são distribuídos da esquerda para direita, e vice-versa.

De acordo com a empresa Opinion Box sobre o consumo do Instagram no Brasil, mais da metade dos entrevistados afirma usar a plataforma com o principal objetivo de acompanhar Posts de amigos que Seguem. O estudo também indica que 81% postam ativamente ali, enquanto 73% são habituados a Salvar Publicações. Do total de entrevistados, 64% dizem que Instagram é a rede social que mais usam. Até o momento

da redação deste bloco, a plataforma soma mais de 2 bilhões de usuários.[11] Percorrida a introdução ao objeto de estudo central, em outros capítulos e itens serão destrinchados os elementos aqui nomeados — como as seções, áreas, práticas e tipos de Perfil.

3. CULTURA VISUAL E NARRATIVAS DIGITAIS

Comecei a fotografar em 2007, mas somente em 2012, cinco anos depois, conquistei o meu próprio equipamento profissional para fazer trabalhos com Fotografia e Vídeo como um suporte para a renda mensal. Vindo do Jornalismo, já com passagens em redações dos jornais O Dia e Extra, era comum ver e praticar o compromisso com a verdade no tratamento de informações e de imagens. Já nas experiências em agências de Marketing Digital e Assessoria de Imprensa, que também povoaram meu currículo, notava que fotos e vídeos de uma intenção encaminhada, reforçando uma mensagem que, em todas as ocasiões, miravam na promoção de eventos, serviços, produtos ou lançamentos de modo geral. Por ter sido, desde novo, interessado em fotos, vídeos, desenhos, pinturas e afins, me instigava a maneira com a qual imagens eram cautelosamente elaboradas para cumprir um papel na transmissão de um discurso.

As primeiras experiências como *freelancer*, ainda em tempos de Orkut, clientes não eram exigentes com a edição das imagens que eles receberiam. A ideia era manter um arquivo pessoal, mas não necessariamente digital e social. Quando o Facebook se espalhou, os pedidos mudaram. Era possível criar álbuns de fotos naquela rede social e o número, nos estágios iniciais daquele site, era limitado a algo como 30 carregamentos. Era preciso, então, fazer uma curadoria mais criteriosa a fim de garantir que somente os melhores registros iriam para o Facebook. Não somente isso, observava clientes se envolvendo mais com fotos. Essas pessoas consumiam imagens cada vez mais, até então nos computadores, mas também começavam a usar smartphones. Com o incentivo das redes sociais que foram se espraiando, meus clientes passaram a surgir com comentários como: "Dá para tirar isso?", "Você consegue mexer nessa cor?", "Depois corrige isso no Photoshop?" ou "Vai ter um trabalho de editar isso, depois!". As frases, progressivamente mais presentes em cada trabalho, eram um indicativo de que as pessoas estavam conscientes de que remover, adicionar, diminuir ou aumentar elementos nas fotos era

[11] UOL. Instagram em números: as interações dos usuários com marcas e influenciadores. Disponível em: < https://blog.publicidade.uol.com.br/insights/instagram-em-numeros-as-interacoes-dos-usuarios-com-marcas-e-influenciadores/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

possível por ferramentas digitais para tratamento de fotos. Não somente sabiam, mas esperavam e exigiam que a manipulação desses "cliques" acontecesse. O objetivo era, segundo essas pessoas, ter uma boa foto para "carregar" nas plataformas, "compartilhar" com amigos, "ganhar Curtidas" ou ter um registro ideal que, eventualmente, fazia o cliente dizer que "essa [foto] vai para o Perfil!". Destaco entre aspas tais expressões porque o vocabulário de tais sujeitos se aprimorava, como se eles também estivessem se capacitando, se informando e conquistando experiências sobre o que configura uma boa foto ou, ainda, qual é a melhor foto para compor esse espaço digital que eles ocupam e constroem nas redes sociais.

Em pouco tempo, os trabalhos estavam diminuindo e surgiu um novo tipo de clientela: pessoas e empresas que precisavam de fotos e vídeos para promover produtos e serviços online, nas redes sociais. Nesses ambientes, consumidores e vendedores pareciam se misturar e todos faziam parte de uma audiência digital crescentemente investida em explorar as possibilidades do que se tornou a profissionalização em redes sociais e blogs. Minhas capacidades em Fotografia e Audiovisual, então, eram colocadas à serviço de companhias, além dos chamados Produtores de Conteúdo e Influenciadores. Os equipamentos utilizados são, convencionalmente, câmeras profissionais, lentes e múltiplas ferramentas, ora analógicas, ora digitais. O aprimoramento dos aparelhos smartphone, contudo, especificamente com o desenvolvimento de câmeras potentes embutidas nos celulares com conexão com a Internet, colocou um desafio para os profissionais da Fotografia e do Audiovisual: os clientes não somente consumiam mais imagens, mas também as produziam em abundância, por vezes dispensando tais serviços para assumirem a captação, a edição e a produção por conta própria. Munidos de dispositivos móveis, usados rotineiramente, esses usuários — consumidores e produtores — recorrem às ferramentas, aos saberes e aos métodos que até então pessoas do Marketing, do Jornalismo, da Fotografia e do Audiovisual detinham conhecimento e técnica. Estou falando de roteiros, redação online, *storyboards*, análise de métricas, leitura de dados de comportamento, noções de enquadramento e o aprofundamento na edição multimídia. O enamoramento pela produção de fotos e vídeos para redes sociais foi um caminho sem volta. A capacidade de fazer isso de maneira independente de profissionais terceirizados os leva à profissionalização deles mesmos, mas também afina e intensifica a relação com a imagem. Filmar, fotografar e editar foram ações incorporadas à vida cotidiana de pessoas que documentam suas rotinas, divulgam um produto ou promovem um serviço a ponto dessas práticas, dos Posts e dos usos online, se

entrecruzarem com linguagens e métodos comuns às obras de ficção da Literatura, do Cinema e da Televisão.

Essas conexões me colocariam em contato com um lado da Comunicação que parecia inédito na trajetória histórica da área de conhecimento que tanto me havia envolvido. Ao ingressar na PUC-Rio, em 2014, meus horizontes teóricos seriam ampliados e eu compreenderia que nada daquele retrato contemporâneo era "novo" per se; seria uma mistura de variados componentes, práticas e segmentos da Comunicação que, ao colidir com o fértil terreno da Internet e das plataformas sociais online, culminaram no panorama que eu, nas primeiras décadas do Século XXI, participaria — e, eventualmente, me inclinaria para refletir com afinco. O Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio esteve presente, assim, me alimentando de referencial bibliográfico e pensamento crítico. Ao mesmo tempo, dividindo a minha rotina em agências e freelancers como fotógrafo e diretor audiovisual para clientes com projetos no ambiente digital. Era uma questão de tempo, portanto, que eu formasse um raciocínio intelectual sobre as práticas, os métodos e os comportamentos que eu tanto observava nas minhas vivências mercadológicas. A pesquisa científica, em paralelo, me confronta com lentes para observar, analisar e ponderar. “Expansão da Vida”, nessa lógica, é uma investigação acadêmica que caminha entre as esferas pessoal e profissional, mas que se situa teoricamente nas Humanidades e tem como desejo explorar e materializar reflexões não só da Comunicação, mas, também, na Fotografia, no Cinema, nas Artes, na Antropologia e na Sociologia. A presente pesquisa, dessa maneira, não tem pretensão de ineditismo, mas se propõe, com essas motivações, a apresentar uma lente atualizada para enxergar o fenômeno digital das plataformas de redes sociais e a relação dos usuários que passam a profissionalizar os Perfis que ali desenvolvem. Para consolidar este estudo, vê-se importante compor uma colagem de saberes de diversas disciplinas, com autores de nacionalidades distintas e com obras de épocas diferentes. Essa escolha se dá porque foram mapeados e localizados escritos que, em fragmentos, "dizem" a mesma coisa: o papel da imagem na contemporaneidade, em específico nos endereços online e sociais, se revela cada vez mais entrelaçado com a maneira que sujeitos exploram e constroem suas identidades. Dados de consumo constatam e as publicações científicas a partir dos anos 2000 reforçam essa perspectiva. Por fim, elaborar um construto acadêmico em forma de tese de Doutorado era inevitável.

Abrir um capítulo sobre Imagem discorrendo sobre a minha relação com ela, nas esferas profissionais e acadêmicas, faz sentido para mim. Compreendo que é fundamental

organizar uma linha de raciocínio que explique o Instagram em seu cerne, em sua história e funcionamento básico — considerando que, como qualquer outro produto eletrônico e online, atravessa constantes atualizações e se modifica periodicamente. Aqui, também revisito teóricos e reflito com eles a instalação de uma Cultura Visual, uma hegemonia das Visualidades, na contemporaneidade. As ideias acompanham análises de objetos variados a fim de tornar tangível as reflexões aqui propostas.

3.1 Seções, Símbolos e Ferramentas do Instagram

Se em um momento anterior introduzi a origem do Instagram, em outro expliquei as seções, alguns dos nomes mais recorrentes e comuns durante o uso da plataforma, assim como o fluxo de navegação. Aqui, no entanto, proponho uma outra camada à análise: observar como o Instagram, enquanto empresa, se retrata em seu próprio sistema. Verifico e problematizo esses componentes com o objetivo de identificar como a companhia se impõe como um reflexo de práticas, uma vitrine de si própria, utilizando outros casos de Criadores de Conteúdo e uma versátil estratégia discursiva para continuar atraindo novos usuários e nutrir a base já presente. O Instagram se localiza, enquanto empresa, debaixo da Meta, que também detém o Facebook. Porém, enquanto espaço digital, o Instagram se localiza em endereços variados: (i) em sua própria plataforma, com contas destinadas a fins distintos; (ii) em um website oficial, o qual chamaremos de About; (iii) com um website destinado aos usuários que empreendem na rede social, o qual chamaremos de Creators; e (iv) com um website destinado às marcas que usam a plataforma para fins comerciais, o qual chamaremos de Business.

A Perfil @Instagram tem, até o momento da redação desta pesquisa, 685 milhões de seguidores e 7.958 Publicações. A Descrição se restringe a “Descubra o que há de novo no Instagram” e um link para a página Ajuda no site oficial. Na maioria das postagens, como a Bio já indica, é possível conferir diversas recomendações de usuários, destacando Perfis de variados segmentos, desde Lifestyle, Moda e Beleza à Culinária, Arte, Música e mais. As Miniaturas são habitualmente marcadas pela presença de pessoas, em maior volume olhando para o registro.

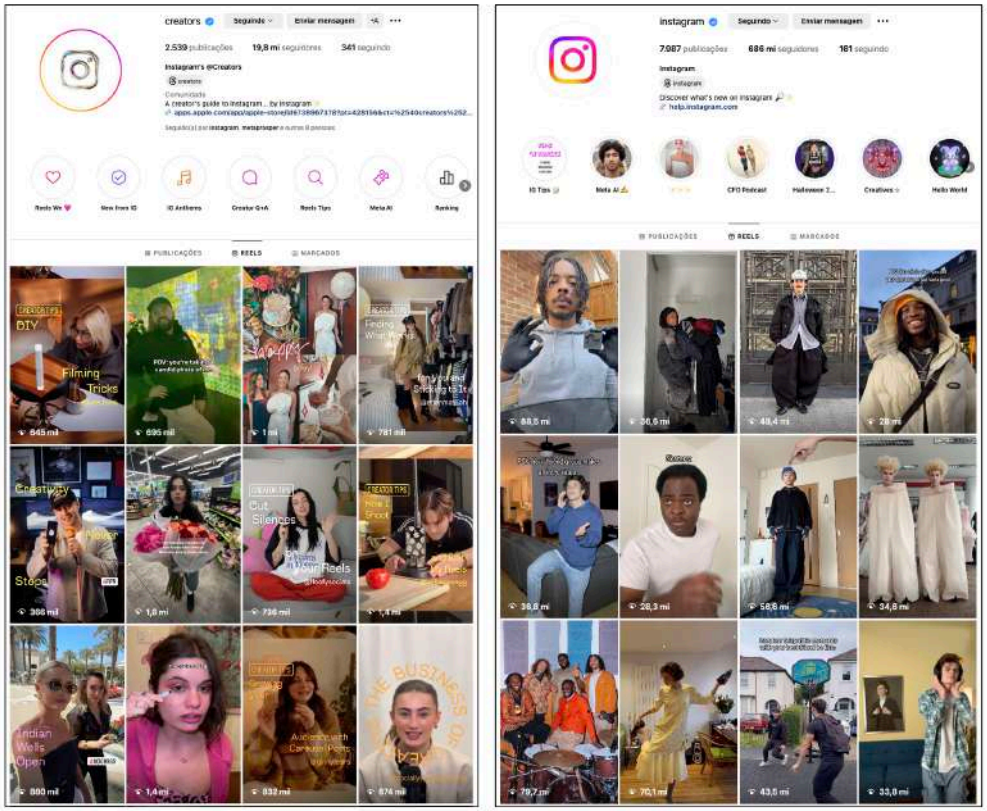

Figura 9. Captura de tela dos Perfis @creators e @instagram. As páginas oficiais da empresa situadas dentro da própria rede social evidenciam, em uma leitura geral, o destaque dado aos Criadores de Conteúdo. Entre os formatos praticados, Repostagens e mídias Institucionais são mais recorrentes.

O website e o Perfil Business, frente do Instagram para marcas, foi movido para os domínios da empresa-mãe. O Perfil chama-se @metaforbusiness, enquanto o endereço eletrônico Business.Instagram.com afirma "Nós mudamos! O site Instagram for Business não desapareceu, ele agora está no Meta for Business." O Perfil no Instagram tem 1,3 milhões de Seguidores, 619 Publicações e a Descrição "Aprenda como você pode lançar e expandir seu negócio em todos os nossos aplicativos — e agora no metaverso." Por frisar que tem informações de outras plataformas da Meta, a presente pesquisa não vai desenvolver uma análise, uma vez que o foco reside no sistema Instagram, enquanto marca. O site, no entanto, se situa no domínio Facebook.com/Business/Instagram. Este, por sua vez, será examinado nas próximas páginas.

O endereço eletrônico About Instagram, em uma página inicial, informa o objetivo: "Aproximando você das pessoas e coisas que você ama". Abaixo, ainda nesse segmento de introdução, a frase "Estamos comprometidos em promover uma comunidade segura e solidária para todos". Ao descer, em um segundo bloco da navegação, variados destaques para leitura, como "Confira novidades", "Descubra Reels", "Assista a Stories", "Tenha uma conversa", "Compre o que ama", "Encontre algo novo". Em uma terceira e última

parte, “Nossa comunidade está evoluindo, nós também”. Na sequência, o texto “Cresça com a gente — Compartilhe e cresça sua marca com a nossa comunidade diversa e global”, encerrando com o botão “Business” que, por sua vez, leva o usuário para o endereço da Meta for Business. About tem um menu principal com as seguintes páginas: Início (ou “Home”, no idioma original), Notícias, Nossa História, Recursos, Threads, Segurança e Comunidade. Já o site Creators indica na primeira seção “Seja criativo para conectar seu mundo — Você foi feito para isso. Agora é hora de fazer sua comunidade.” Abaixo disso, a recomendação “Construa sua marca pessoal — Existem muitas maneiras de se expressar no Instagram”, seguida de destaques que explicam áreas e funções da plataforma, como Reels e Stories, entre outros. Em uma segunda seção, três blocos informativos: o primeiro, “Cresça do seu jeito — Seja você mesmo e os fãs seguirão: Construa sua comunidade no Instagram e diga olá aos seus novos fãs”, acompanhado de um botão “Vamos crescer juntos!”; o segundo, “Ganhe mais — Ganhe dinheiro fazendo o que você faz de melhor: Seja usando Branded Content, Assinaturas ou presentes, há muitas maneiras de ser criativo (e ser pago)”, com o botão “Comece a ganhar”; e o terceiro, “Segurança em primeiro lugar — Proteja sua conta e sua paz de espírito com nossas ferramentas de segurança: Com configurações de privacidade como autenticação de dois fatores, temos todas as ferramentas de segurança para ajudar você a se sentir protegido e, ao mesmo tempo, ser o melhor que pode ser.” A última seção de navegação tem dois elementos finais, com os títulos “Aprenda com alguns dos nossos criadores favoritos” e “Torne oficial — Altere seu tipo de conta e torne-se um criador com segurança e facilidade.”

		Contagem de Palavras-Chave no Website Creators (*)					
	Páginas	Comunidade	Conectar	Engajar	Criar	Expressar	Crescer
	Home/Início	10	1	0	10	2	2
Seção “Metas”	Se Inspire	3	4	1	36	1	3
	Crie Conteúdo Envolvente	3	6	5	30	3	1
	Economize Tempo Criando	1	0	1	27	4	0
	Como Crescer	2	3	19	5	1	8
	Alcance Seu Público-Alvo	1	0	5	2	1	3
	Usando Insights	1	1	5	10	1	8

	Ganhe Dinheiro Fazendo o que Você Ama	2	1	3	12	1	1
	Dicas Para Manter Você Lucrando	8	0	0	3	1	0
	Proteja Sua Conta	2	0	0	2	1	0
	Teen Accounts (Contas Jovens)	2	4	0	17	2	0
	Gerenciar Interações Indesejadas	2	0	0	2	1	0
	Denuncie Agentes Ruins e Impostores	4	0	0	3	1	0
	Políticas E Diretrizes	0	0	0	1	2	0

Considerando os fins desta pesquisa, de observar Criadores de Conteúdos e Influenciadores, focar no site e no Perfil @Creators pode fornecer ferramentas de análises relevantes. Ou seja, conferindo o as maneiras com as quais a Instagram incentiva a monetização de Perfis na rede social será possível compreender como usuários moldam e estabelecem as suas respectivas práticas. Aquela página soma 19,6 milhões de Seguidores e 2.539 Publicações. A Descrição indica “Um guia do criador para o Instagram... por Instagram”. Abaixo disso, o link para o download do novo aplicativo da companhia, chamado Edits, que será explorado adiante neste trabalho. As Miniaturas das postagens têm, em maioria, uma mistura de pessoas com uma sobreposição de texto. Diferente do Perfil principal, que se inclina para a divulgação de outras contas, @Creators parece propor uma organização visual, diferenciando categorias de assuntos. A exemplo disso, uma Miniatura indica: “Relatório de Tendências”. Outros, “Dicas de Criadores — 4 Recursos de Canal para Engajar os seus fãs” ou “Como criar consistentemente”. De 1° Janeiro a 1° de Abril de 2025 foram contabilizados 86 Posts, sendo desse total 25 no formato Carrossel e 61 no tipo Reels, com a ausência de uma Publicação com uma única foto estática. Desse volume, foram observados, em classificação autoral estabelecida para diferenciação: 7 Posts tipo “Spotlight”, geralmente Carrossel, apresentando um compilado de produções de Criadores; 24 Posts tipo Repostagem, no qual as mídias são replicadas exatamente como foram publicadas, salvo alterações na Legenda; e 55 Posts tipo Institucional, no qual estão Reels com comunicados de Adam Mosseri, “Creator Tips” (reunindo dicas), “Creator Digest” (agrupa diversos assunto em uma só Publicação) ou “Trend Report” (que promove uma tendência na plataforma). Na maioria, exceto pelos

Posts protagonizados pelo diretor do Instagram, o holofote é no Criadores de Conteúdo. Trata-se de uma maneira de fazê-los reconhecidos para movimentar a lógica financeira e as transações viabilizadas pela rede social — quanto mais publicizados, inclusive pela própria empresa, aumentam as chances desse "investimento", do espaço cedido retornar para a companhia. Em 14 de Janeiro de 2025, inclusive, divulgam um Reel Institucional chamado "The Business of Creating" (O Negócio de Criar"), com uma usuária explicando que se Criador faz um lucro excedente a uma determinada faixa, é preciso declarar impostos (729 mil Visualizações).[12] Em um segundo desse modelo, de 27 de Fevereiro de 2025, uma Criadora explica como estabelecer e obter resultados financeiros na relação direta com marcas para parcerias publicitárias (758 mil).[13] Um terceiro vídeo dentro do período analisado, publicado em 12 de Março de 2025, centra no tema de contratos comerciais para Criadores de Conteúdo (674 mil).[14] Nos três, o formato se repete: os empreendedores olhando para a câmera e falando diretamente, listando dicas e, em menos de um minuto, transmitindo as recomendações. Desse modo, como já destacado aqui, o Instagram se propõe a ensinar os usuários desse tipo a iniciarem, desenvolverem e alcançarem a etapa de monetização e geração de negócios pela própria rede social — uma das etapas, dos níveis, no que é proposto aqui como Graus de Ficcionalização.

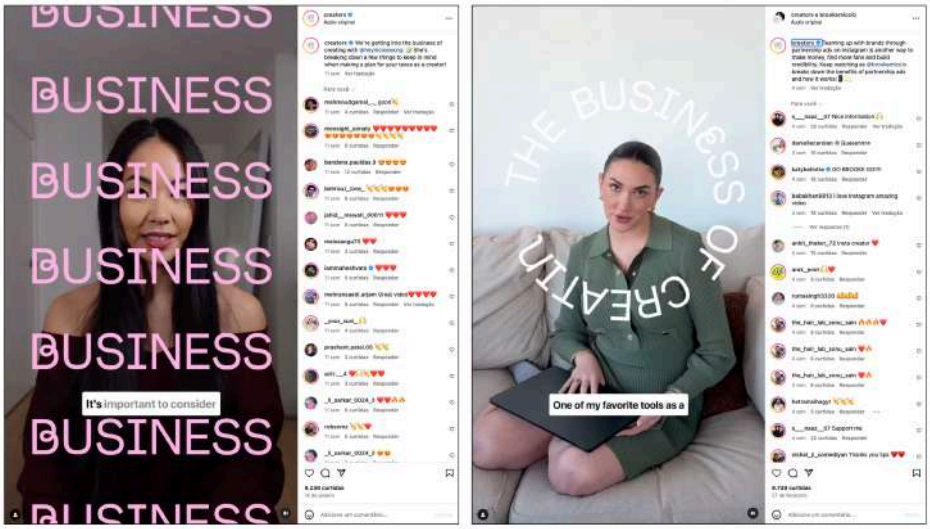

Figura 10. Captura de tela dos Reels no Perfil @creators do Instagram. A série "O Negócio de Criar" é direcionada para aspectos formais do Criador de Conteúdo enquanto empreendedor e profissional.

[12] INSTAGRAM. The Business Digest, 14 de Janeiro de 2025. Disponível em: < https://www.instagram.com/reel/DE0LmsEvhuj/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.
[13] INSTAGRAM. The Business Digest, 27 de Fevereiro de 2025. Disponível em: < https://www.instagram.com/reel/DGloVU8PCth/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.
[14] INSTAGRAM. The Business Digest, 12 de Março de 2025. Disponível em: < https://www.instagram.com/reel/DHHRnsaPXoJ/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

Em Janeiro de 2025, o diretor do Instagram anuncia o aplicativo Edits. No comunicado, Adam Mosseri explica que se trata de uma novidade que apresenta ferramentas para edições de vídeo, obtenção de mecanismos analíticos e maneiras de finalizar a elaboração de Reels para publicar no Instagram. O executivo afirma que o app é "para aqueles que são apaixonados por fazer vídeos nos seus celulares", afirma.[15] Em um comunicado posterior, também detalha que "com o tempo, podemos ter alguns recursos pagos onde precisaremos cobrir custos de coisas, como computação para grandes recursos de IA [Inteligência Artificial]". Ainda assim, Mosseri ressalta que o aplicativo será gratuito em maior parte "porque quanto mais as pessoas puderem criar, mais elas criarão, melhor será o Instagram e mais todos nós nos beneficiaremos."[16]

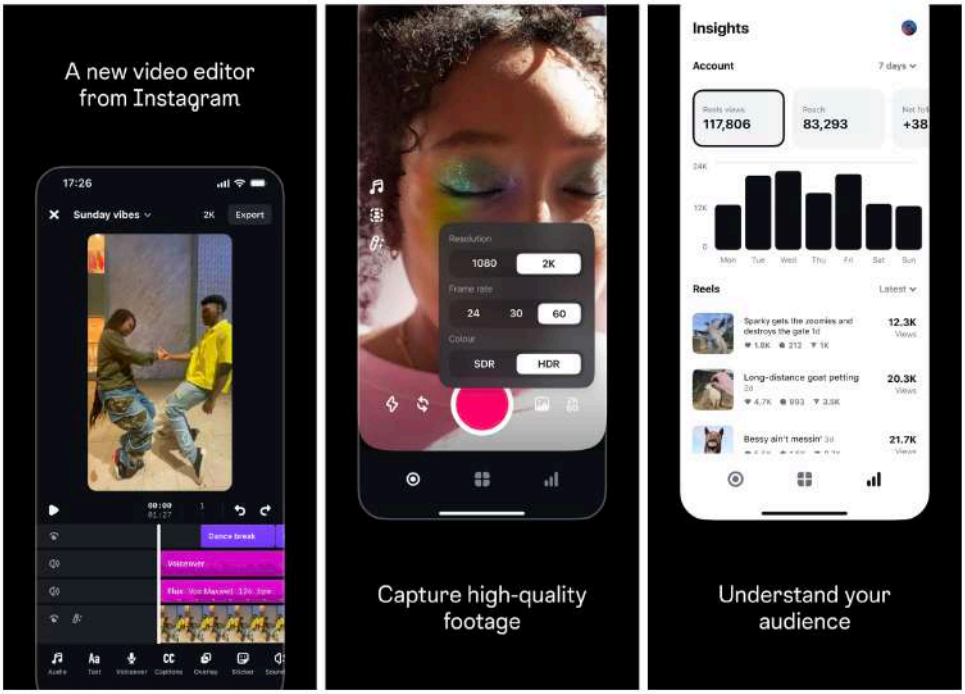

Figura 11. Captura de tela das prévias do aplicativo Edits, da Instagram, na loja virtual App Store. Ali, indicativos do que pode ser obtido pela novidade. Em uma análise de discurso, contudo, é possível observar como são desenvolvidos e enfatizados componentes que estimulem Criadores de Conteúdo a usarem as ferramentas do Instagram para gerarem negócios dentro da própria rede social.

[15] YEO, Amanda. Instagram unveils Edits, a video editing app to rival CapCut. Mashable, 20 de Janeiro de 2025. Disponível em: <https://mashable.com/article/instagram-edits-capcut-app>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.
[16] HUTCHINSON, Andrew. Instagram Chief Says 'Edits' App Coming Soon, Will be Available for Free. Social Media Today, 01 de Abril de 2025. Disponível em: <http://socialmediatoday.com/news/instagram-free-edits-video-editing-app-coming-soon/744139/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

Na loja virtual App Store, da Apple, é possível ver Edits e ler a descrição, ainda que até a redação desta pesquisa o aplicativo não tenha sido efetivamente lançado ao público.[17] Contudo, a Descrição e as capturas de tela dão indicativos de como o Instagram promove a novidade para estimular usuários. A análise de discurso sobre o texto que descreve o aplicativo Edits revela um conjunto de estratégias linguísticas e persuasivas que visam consolidar a imagem da plataforma como uma ferramenta indispensável e intuitiva para criadores de conteúdo. O texto é formulado com um tom direto e envolvente, projetado para atrair tanto iniciantes quanto profissionais da criação de vídeos, propondo a ideia de um processo criativo simplificado e acessível, mas ainda robusto em suas funcionalidades.

Inicialmente, o uso do verbo “make” ("faça vídeos") logo no início sugere uma relação direta entre o usuário e a criação do conteúdo, destacando a autonomia que o app oferece. O termo “proud to share” (“orgulhoso de compartilhar”) evoca uma resposta emocional do usuário, vinculando o ato de criar ao sentimento de realização e sucesso, o que contribui para reforçar a imagem de que o Edits é uma ferramenta que garante resultados de qualidade, dignos de serem compartilhados amplamente. Ao longo da descrição, há uma série de palavras e expressões que reforçam a ideia de que o Edits é uma plataforma completa e fácil de usar, como "simplify your creative process" (“simplifique seu processo criativo”) e "all in one place" (“tudo em um só lugar”). Essas construções discursivas são utilizadas para mitigar a sensação de complexidade que pode ser associada a editores de vídeo mais avançados, estabelecendo o Edits como uma solução acessível e prática para a criação de vídeos, sem perder a potência das ferramentas disponíveis. Esse movimento discursivo visa atrair usuários que buscam simplificar suas tarefas criativas sem renunciar a um conjunto robusto de funcionalidades.

Em relação às ferramentas oferecidas, o discurso é intencionalmente detalhado, apresentando recursos como a edição "com precisão de quadro único" e as opções para personalizar o conteúdo por meio de "filtros de vídeo, adesivos e muito mais". Esse uso de uma lista extensa de possibilidades faz com que o *Edits* seja retratado como um aplicativo altamente personalizável, adequado a diferentes estilos e necessidades criativas. Ao mencionar a presença de “AI animation” (“animação com IA”) e recursos de “green screen” (“fundo verde”) e “overlay de vídeo”, o texto destaca o uso de tecnologias avançadas, alinhando o aplicativo às tendências de inovação e ao desejo de

[17] APP STORE. Edits, an Instagram app. Disponível em: < https://apps.apple.com/us/app/edits-an-instagram-app/id6738967378>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

resultados visuais impactantes. Além disso, a ênfase em “exportar seus vídeos sem marca d'água” e a possibilidade de compartilhar "em qualquer plataforma" busca atrair um público que se preocupa com a profissionalização de seu conteúdo, sugerindo que o Edits é uma ferramenta que respeita a estética e a integridade do trabalho do criador, permitindo-lhe disseminar seus vídeos sem as limitações comuns de outros editores gratuitos.

No que diz respeito à parte de "informar suas próximas decisões criativas", o texto aborda a funcionalidade de “dashboard de insights” para monitorar o desempenho dos vídeos, utilizando o conceito de métricas como uma forma de empoderamento para o usuário. Isso insere o aplicativo em um contexto mais estratégico, incentivando os criadores a otimizar suas produções com base em dados reais, como “taxa de pulos” e engajamento de seguidores e não seguidores. Esse discurso alavanca a visão de que, para ser bem-sucedido nas plataformas digitais, é necessário mais do que apenas criatividade – é preciso estar atento às respostas do público e entender as dinâmicas algorítmicas, tornando o aplicativo uma ferramenta não só criativa, mas também estratégica.

No conjunto, o discurso do Edits se constrói como um convite para que o criador de conteúdo não apenas se sinta capaz de gerar vídeos de qualidade, mas também seja parte ativa no processo de análise e aperfeiçoamento contínuo de sua produção. Assim, o Edits se posiciona como uma plataforma integral, capaz de oferecer não apenas as ferramentas para criação, mas também um mecanismo de *feedback* e melhoria, atendendo tanto aos aspectos técnicos quanto criativos da produção de vídeos. O incentivo, como já observado na análise do Perfil e no website Creators, é que esses indivíduos tenham ferramentas para desenvolver mídias e, por meio dos Reels e Posts, viabilizar transações comerciais mediadas dentro e para o Instagram. Como foi possível observar neste bloco, a empresa tem estratégias de discurso, por meio de texto e imagem, para despertar o consumo e a produção dentro da rede social, com abordagens direcionadas à “criação”, “expressão”, “liberdade”, entre outras, diversas vezes direcionada ao público jovem que se profissionaliza ali. Resta percorrer neste capítulo, conforme a explorado a seguir, de que maneira esses sujeitos usam os seus Perfis para construir essas narrativas digitais.

3.2 Processos de Criação e Storytelling no Perfil

Ainda no primeiro capítulo desta pesquisa apresentamos a trajetória histórica do Instagram e a crescente popularidade. Ainda, mencionamos como foi a caminhada da

empresa por trás do aplicativo até o ano de 2018, quando os fundadores deixaram a corporação por, de acordo com veículos de notícia especializados em Negócios e Tecnologia, terem divergências com o criador do Facebook e presidente do Meta, Mark Zuckerberg. Em artigo do portal Tech Crunch, publicado em Setembro daquele ano, havia "tensões" envolvendo a autonomia do Instagram como uma marca pertencente à empresa-mãe, ou *holding*, a Meta. Segundo a reportagem, Zuckerberg queria manter a nova plataforma próxima do Facebook, mas Kevin Systrom e Mike Krieger, criadores do Instagram, discordavam dessa manobra e preferiam um sistema mais independente, com uma abordagem à parte. Em 2018, essas distintas crenças ocasionaram a saída dos dois.

Para ocupar o posto foi escolhido Adam Mosseri, que por mais de dez anos já trabalhava na Facebook e, conforme apontavam fontes, pertencia ao círculo de confiança de Zuckerberg. No site oficial da Meta, o profissional é descrito como "Head" ou, em uma tradução simplificada, Líder do Instagram, responsável por "supervisionar todas as funções do *app*, incluindo Engenharia, Produto e Operações." Nesse processo de transição empresarial, apesar dos rumores de atritos ideológicos, Mosseri publica uma foto junto a Systrom e Krieger parabenizando-os pelo trabalho feito na plataforma e, ainda, agradecendo a oportunidade de assumir o cargo. "O impacto do trabalho deles nos últimos oito anos foi incrível. Eles construíram um produto que pessoas amam e que traz alegria e conexão a tantas vidas", escreve Mosseri no *post*.

Entre as notícias, a recepção do novo Líder do Instagram foi como o início de um novo projeto. A exemplo disso, vale destacar que Adam Mosseri foi responsável por implementar a opção de tornar invisível o número de Curtidas em uma publicação. A medida revelou-se parte de uma campanha estratégica do Instagram para reduzir o *bullying* digital, a violência *online* e fortalecer a preocupação com a saúde mental dos usuários. Mencionar os rumores corporativos e a repentina nomeação de Mosseri são relevantes para entender, também, o panorama do consumo digital. Acontece que há uma narrativa política se desenrolando paralelamente: as eleições estadunidenses de 2016, entre Donald Trump e Hillary Clinton, e no Brasil, entre Fernando Haddad e Jair Messias Bolsonaro, em 2018. Durante esses anos, marcados pelas campanhas eleitorais e a vitória dos candidatos de direita, o território das redes sociais foi usado como instrumento de angariação de votos. De acordo com Itaussu, Lifschitz, Capone e Mannheimer (2019), o pleito que levou Barack Obama à presidência em 2008 foi distribuído em diversas plataformas, enquanto a de Trump, dez anos depois, foi marcada pela abordagem centrada no Facebook. Em artigo, os autores afirmam que publicações feitas em páginas não-

oficiais de campanha (conhecidos como *dark posts*) tiveram peso na propagação de *fake news* naquela rede social. Esse mecanismo, na análise dos pesquisadores, viria a contribuir para a vitória de Trump naquela eleição e culminaria, consequentemente, servindo como modelo estratégico para Bolsonaro, na campanha (e eventual alcance à presidência) no Brasil, em 2018.

Adam Mosseri trabalhou no Facebook no trecho 2016 e 2018, especificamente sendo o responsável pela seção News Feed, incumbido a combater a disseminação de *fake news* naquele período. Em nota enviada ao site The Atlantic (2017), Mosseri afirmara: "A verdade é que aprendemos coisas desde a eleição e levamos em consideração a nossa responsabilidade de proteger a comunidade de pessoas que usam o Facebook seriamente". Na sequência, diz que o aprendizado está gerando mudanças e novos projetos que viriam a seguir. O autor da reportagem, Alexis C. Madrigal, afirma que o Facebook, tanto enquanto empresa enquanto rede social, teve um impacto sem precedentes no rumo das eleições norte-americanas de 2016. Ele reflete, ponderando como as noções algorítmicas podem ser, direta ou indiretamente, norteadoras para a desinformação:

> O atrativo do Facebook é sua capacidade de lhe dar o que você quer. Curta uma página e receba mais postagens dessa página; como uma história, receba mais histórias como essa; interagir com uma pessoa e obter mais atualizações dela. A maneira como o Facebook determina a classificação do Feed de notícias é a probabilidade de você curtir, comentar ou compartilhar uma história. Compartilhamentos valem mais que comentários, que valem mais que curtidas, mas em todos os casos, quanto maior a probabilidade de você interagir com uma publicação, mais alto ela aparecerá no seu Feed de Notícias. Dois mil tipos de dados (ou "recursos" no jargão da indústria) são fundidos no sistema de aprendizado de máquina do Facebook para fazer essas previsões. O que é crucial entender é que, da perspectiva do sistema, o sucesso é prever corretamente o que você vai gostar, comentar ou compartilhar. É isso que importa. As pessoas chamam isso de "engajamento". (MADRIGAL, 2017)

Em 2018, com esse pano de fundo já desenhado, Mosseri ocupa a cadeira de liderança no Instagram a fim de ampliar as medidas em prol de saúde mental. Inclusive, diversas das postagens, mesmo ainda anos no cargo, envolvem termos como "comunidade", "conexão", "inspiração" e criatividade. Ao ser perguntado sobre *fake news* e usuários com comportamentos violentos naquela rede (também chamados de "tóxicos"), Mosseri frequentemente afirma que realmente há diversas coisas que "não são legais". Ao ser constante nesse discurso, favorecendo os laços entre os usuários e evitando se estender nos obstáculos negativos, o novo *Head* parece causar uma boa impressão geral — exceto naqueles que, internamente, ainda lembravam dos envolvimentos do Facebook

News Feed nas eleições presidenciais. Um artigo do The New York Times (NYT) sobre o executivo ressalta que, apesar das controvérsias da plataforma-mãe, o novo diretor do Instagram trazia um ar distinto consigo. Chozick, no artigo, sublinha que a postura defensiva de Zuckerberg tem um contraste com o "afável e tranquilo" Mosseri que, ainda por cima, "faz sessões regulares de 'Ask Me Anything" (habitualmente reconhecido na sigla em inglês "AMA"). A colunista faz menção à ferramenta de Perguntas do Instagram, uma função disponível em Stories. O executivo esporadicamente abre o Perfil para perguntas, chamando usuários para deixarem dúvidas na "caixinha" — como é popularmente conhecido entre os usuários brasileiros. "Essa ofensiva de charme, combinada com os esforços do Sr. Mosseri para acabar com o bullying, remover fotos de automutilação e outras medidas de segurança e integridade que o Facebook pode ter se atrasado, lhe renderam respeito", diz o artigo. Nessa entrevista ao NYT, ele conclui com a lógica habitual, mirando no otimismo: "É muito natural que haja um forte ceticismo (…) Mas eu acho que criamos muito bem no mundo."

Em 2022, Leaver (2022) elaborou uma análise sobre Mosseri através de um "mapeamento de *persona*". Ou seja, esmiuçando a construção estratégica da imagem que faz do executivo uma figura carismática e positiva para as marcas Instagram, Facebook e Meta. A autora utiliza "Persona as a method" (2015), de Marshall, Moore and Barbour como instrumento de exploração e, para fins desta tese, adiciono as minhas contribuições atualizadas de Fevereiro de 2025, período no qual concluo a presente pesquisa. A combinação dessas análises, delas e minhas, podem fornecer uma leitura mais acurada do Perfil de Mosseri no Instagram, especialmente na edificação do que Leaver entitula como "Top Dad" (ou "Paizão", em uma tradução informal). Isso se dá por um conjunto de elementos que, se reunidos, apontam a direção de uma mensagem sutilmente explorada no decorrer do Perfil do executivo. Até o momento desta redação, Mosseri acumula 2,9 milhões de Seguidores e 1.167 Publicações. Na Descrição consta: "Pai de três meninos, casado com uma mulher incrível, apoiador do Threads e chefe do Instagram". Logo abaixo, os Destaques de Stories, com: "AMA", com respostas às perguntas dos usuários, conforme apresentamos acima; #dadlife, ou "Vida de Pai"; #bts, que é uma sigla para "Bastidores"; #instafam, compilando Selfies e registros dedicados aos colegas de trabalho; e um último, com o *emoji* de uma pintura emoldurada, no qual juntou fotos de obras de arte em uma galeria. Em uma perspectiva geral, Mosseri publica mais vídeos, os Reels, que fotos estáticas. Nos anos recentes, os temas são, nesta ordem: anúncios oficiais,

explicação de elementos da rede social, respostas às questões de pessoas e eventuais registros da rotina profissional e pessoal.

Na opinião de Leaver, "construir Adam Mosseri como o pai mais importante do Instagram é parte de uma batalha maior e estratégica de relações públicas para dar credibilidade às tentativas da Meta e do Instagram de criar aplicativos infantis personalizados" (p. 4, 2022). Anos depois dessa constatação da autora, os planos do Instagram se confirmaram nessa direção. Em Setembro de 2024, o aplicativo lança "Teens Accounts", que é um acesso customizado ao Instagram para usuários abaixo de 18 anos. Em entrevista televisionada ao noticiário norte-americano Good Morning America, Mosseri afirma: "Eles são um conjunto automático de proteções para adolescentes que tentam abordar as principais preocupações que ouvimos dos pais sobre adolescentes online." Entre as novidades, a possibilidade de verificar quem envia mensagens aos jovens, acompanhar os limites no tempo de uso e monitorar os tipos de Publicações consumidas. "Tudo isso sem exigir qualquer envolvimento do responsável", diz o diretor. Em um vídeo postado em 17 de Setembro de 2024, com 23.181 Curtidas, ele dá mais detalhes, concluindo o Reel contando que é um pai e que está "pessoalmente orgulhoso disso". Até o momento, contabiliza 1.710 Comentários. Desse total, fiz uma Análise de Sentimento[18] para identificar a recepção à novidade apresentada por Mosseri. Esse método é usado para a análise de opiniões que navegam pela subjetividade, com um emprego de atitude e emoção na fala dos sujeitos, a fim de classificá-las entre Positiva, Neutra ou Negativa. Me baseio nos usos de Pang e Lee (2008), Souza (2021), Silva e Hruschka (2012) e Carvalho, Plastino e Freitas (2018). Priorizei o que chamo de Comentários Autorais, que são feitos pelos usuários espontaneamente para expressar algo. Isso torna a análise mais refinada e objetiva, em vez de conferir o que nomeio como Conversas, que são Comentários feitos dentro de outros Comentários — o que, consequentemente, levaria à mistura de interpretações e complexificaria a leitura de humor na recepção dos usuários.

Foram contabilizados 473 Comentários Autorais, o que indica que 1.273 são provenientes de Conversas. Vale ressaltar que a obtenção dos dados foi dentro da própria rede social, sem uso de *softwares* terceirizados, nas versões Computador e Móvel, para

[18] Implemento essa metodologia a fim de ter lentes distintas para ler, interpretar e me aproximar das escolhas dos sujeitos ao empregar certas falas. Ressalto este ponto porque na linguagem digital contemporânea é possível observar estratégias distintas —ironias, sarcasmos, paralelos referenciais e afins— para imbuir sentido nas falas, tornando o processo de interpretação de discurso e opinião ainda mais complexo neste ambiente. Portanto, o embasamento de tais autores sobre Análise de Sentimento.

celular. Recorri às duas visualizações pois a seção de Comentários organizou e me apresentou um ordenamento diferente em cada acesso. Ou seja, ao clicar no botão "Comentários", estavam diferentes os conteúdos que eu encontrei ali. Portanto, abri a seção e li todas as entradas dos usuários a fim de categorizá-los como: Positivo, que é expressivamente elogioso à iniciativa da empresa; Neutro, que não transmite opinião direta e se restringe a uma ou mais perguntas não enviesadas; Negativo, com texto expressivamente contra a novidade do Instagram; Nulo, que são Comentários que tratam de outros assuntos (prática chamada de "off-topic" ou "fora de tópico"). Quando um usuário faz uma Marcação, é como se ele "convidasse" outro usuário a ler algo. Esse comportamento foi classificado como Nulo, pois não se sabe a intenção por trás do gesto, mas, ainda assim, são encorajamentos para Conversas.

Durante a navegação entre os Comentários, contudo, tanto a visualização do aplicativo quanto no computador resultava em dois erros. O primeiro, que ao rolar naquela seção, em determinado ponto, chegava em um alerta chamado "Ver comentários ocultos", com a explicação: "Esses comentários foram ocultos porque podem ser enganosos, ofensivos ou spam. As pessoas ainda podem tocar na tela para vê-los." Até esse ponto eram 473 Comentários Autorais, mas se somarmos com os Ocultos, chegamos a 503. A tabela abaixo considera o total de 503, apesar do aviso do Instagram. O segundo erro encontrado no processo metodológico é que, em algumas das tentativas, os Comentários não abriam. Ocorre que essa seção apresenta três a cinco entradas dos usuários e, na sequência, solicita o clique em "Ver mais" ou um botão "+" para continuar navegando. No entanto, ao apertar, acreditando ter mais Comentários ali, a navegação era interrompida, como se tivesse chegado ao final. Em conclusão, apresento aqui os dados e análise após cinco tentativas na leitura de Recepção e Análise de Sentimento dos usuários à publicação de Adam Mosseri.

	POSITIVOS	NEUTROS	NEGATIVOS	NULOS
Autorais	311	41	84	37
Ocultos	10	2	5	13
Total	321	43	89	50
% em relação ao Total de 1.710 Comentários	18,77%	2,52%	5,21%	2,93%

Em linhas gerais, a recepção foi majoritariamente Positiva, somando 321 do total de 503 Comentários Autorais. Elogiosos, em maioria se resumiam a *emojis* com aplausos e corações. Em segundo lugar, eram literais em celebrar a novidade, como "Isso é brilhante!" ou "Ótimas notícias". Em terceiro, se resumiam a relatos pessoais que estavam em consonância com o tema. Nestes, foram comuns aqueles que sublinhavam "priorização de segurança" ou "tranquilidade parental", como afirmam os usuários. No entanto, quando eram relatos detalhados e pessoais, a maioria estabelece uma relação direta com Adam Mosseri. Um usuário afirma: "É claro que você é um pai responsável e está pensando não apenas em seus filhos, mas também na adolescência dos demais." Outro usuário agradece dizendo que é bom "manter as crianças sob controle", com "a esperança que um dia elas sejam independentes na Internet", mas destaca que "saber que você é um pai me dá mais confiança."

Comentários Negativos ficaram segundo lugar, somando 89 do total de 503 Autorais. Foram dois tipos de entradas de usuários nessa categoria, nesta ordem pelo volume: (i) relatos impessoais, mas que acreditam que jovens não deveriam ter esse tipo de acesso; (ii) emojis com polegar para baixo, sinalizando reprovação, ou vômito, expressando repulsa à novidade. No primeiro, usuários escrevem opiniões como "Eles deveriam ficar sem Instagram e todas as redes sociais nessa idade!" e "Deixe-as sair e interagir na vida real com os amigos para que o cérebro delas se desenvolva da forma mais saudável possível". Um outro, que apresenta como "uma agência" afirma que "adolescentes não precisam depender do Instagram". O relato segue explicando a importância de evitar dispositivos eletrônicas para desenvolvimento de "habilidades essenciais para a vida". "Estudos mostram que a redução do tempo de tela leva a melhores resultados de aprendizagem e a um desenvolvimento mais equilibrado", conclui.

Comentários Neutros ficaram em terceiro lugar,[19] somando 47 dos 503 Autorais. Em síntese, eram dúvidas ou sugestões sobre a novidade, sem expressarem opinião que pudesse ser classificada e categorizada como Positiva ou Negativa. Trata-se de entradas como "Como vai funcionar a verificação de idade?" ou "Quando vão lançar mais detalhes sobre isso?". Apesar de serem neutros, é possível perceber o interesse entre usuários para compreender a dimensão da novidade anunciada. Alguns deles também ponderam pontos

[19] Comentários Nulos (50 de 503) ocupam o terceiro lugar total. No entanto, são sobre outros assuntos, como dúvidas acerca de outros tópicos, reclamações pessoais ou Marcações. Por esse motivo, a fim de afinar a interpretação dos dados, não serão analisados nesta pesquisa e, assim, considerados nessa classificação proposta no bloco.

negativos e positivos sem demarcar um ponto de vista no texto, como “definitivamente um passo na direção certa, mas também sinto que ninguém com menos de 16 anos deveria estar no Instagram”. Outro também equilibra percepções, concluindo que prefere ver “mais inovações” em outras áreas direcionadas a Criação de Conteúdo e Distribuição “em vez de introduzir um novo kit de ferramentas para restrições do lado dos destinatários.”

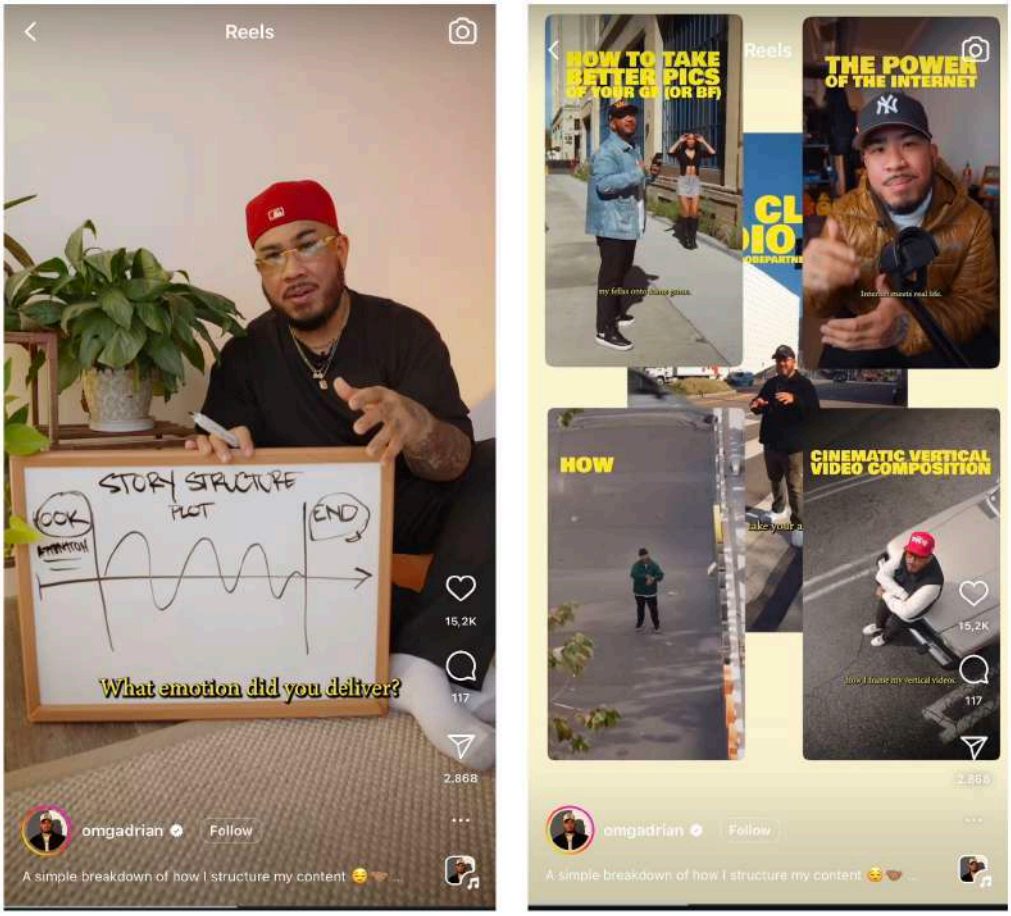

Figura 12. Capturas de tela de Reel do usuário @omgadrian. Nos vídeos, passo a passo para técnicas de filmagem, uso de câmeras e métodos de roteiro e edição.

A impressão construída por Mosseri não se restringe a ele, apenas. No Instagram, a ideia de performance está atrelada à participação ativa dos usuários, conforme explicado em 1.4, principalmente quando eles ocupam a posição de Criador de Conteúdo. Nesse tipo de Perfil, há a mistura de relatos pessoais com o uso comercial e a publicização daquela página. Nessa lógica, construir um Perfil pode fornecer obstáculos para encontrar equilíbrio entre o que publicar, como customizar e afins. Para o usuário @omgadrian, que constantemente carrega fotos e vídeos ensinando técnicas de filmagem e edição, a maneira ideal de obter atenção é por meio de vídeos cativantes. Em um Reel, ele explica que o caminho ideal para atrair outros usuários é por meio de um “gancho”, um “*hook*”.

Percorrendo as etapas, ele detalha as técnicas que utiliza e dá dicas de bastidores para que repliquem os métodos. Em outros, explora ângulos de captação de vídeo, ferramentas de edição, como gravar locução, melhores câmeras digitais e afins. O Perfil de Adrian Per soma 654 mil Seguidores, 1.996 Publicações, com vídeo chegando de 200 mil a 3 e 5 milhões de Visualizações — esse último, o mais visto até esta redação, inclusive, é um passo a passo para produzir vídeos verticais ideais para o Instagram.

Figura 13. Captura de tela do Perfil de Instagram @SoundWavesOffWax.

Em outro exemplo, a usuária @SoundWavesOffWax, que ficou conhecida em Setembro de 2024, no primeiro Reel que publicou. No vídeo, ela explica que após o falecimento do pai, herdou todos os discos de vinil dele e, após organizá-los em ordem alfabética, vai "embarcar em uma jornada de escuta" e "documentar" as redações para cada vinil no Perfil do Instagram. A página reúne, até a redação deste bloco, mais de 430 mil Seguidores em 186 Publicações. O padrão de cada Miniatura de Post — ou seja, a prévia imagética e estática dele — é marcada pela usuária segurando capas de discos na frente de uma extensa estante de outros discos enfileirados.

Para analisar os últimos três objetos apresentados, necessário percorrer as reflexões sobre narrativa, história e *storytelling* nos escritos de Roland Barthes e Paul Ricoeur, que oferecem confluência de perspectivas que intercalam semiótica,

hermenêutica e filosofia da história.[20] Em *"*S/Z" (1970)[21], Barthes propõe uma análise da narrativa baseada na desconstrução das convenções linguísticas e semióticas que estruturam os textos. A partir de sua distinção entre "leitura ativista" e "leitura passiva", Barthes indica que o sentido de uma história não é meramente dado, mas construído pelo leitor, que ativa os códigos e signos presentes no texto. A narrativa, portanto, não é uma simples representação de uma sequência de eventos, mas uma teia complexa de significados que se articulam através de códigos culturais, literários e linguísticos. A crítica ao conceito tradicional de *denotação* e *conotação* em Barthes revela a importância de se considerar a multiplicidade de leituras que um texto pode gerar, dependendo dos sistemas semióticos e dos contextos sociais nos quais está inserido (p. 11-12). Em sua análise, ele enfatiza que as narrativas operam não apenas no nível da sequência temporal, mas também no plano dos múltiplos significados que emergem da interação entre as diversas camadas de linguagem, cultura e simbolismo.

Paul Ricoeur, por sua vez, oferece uma abordagem filosófica mais focada na relação entre narrativa e temporalidade. Em "Tempo e Narrativa" (1983)[22], ele propõe que a narrativa é uma das formas essenciais de organizar a experiência humana, principalmente quando se trata da compreensão do tempo. Para Ricoeur, a narrativa tem a capacidade de reconciliar o tempo vivido, subjetivo, com o tempo histórico, objetivo, através da construção de *narrativas de sentido*. A função da narrativa, nesse sentido, não é apenas a de contar uma história, mas de *dar sentido ao tempo*, transformando uma sequência de eventos em uma trama coerente e significativa. A partir disso, ele propõe a ideia de que o tempo na narrativa não é homogêneo ou linear, mas é *estruturado* de forma a proporcionar uma compreensão mais profunda das condições humanas. Ao contrastar o tempo físico, como definido pela cronologia, com o tempo narrativo, que é dado através da *mimesis* (1983, p. 87), Ricoeur argumenta que a narrativa faz uma espécie de mediação entre o vivido e o dito, entre o tempo como experiência e o tempo como história.

As contribuições de Barthes e Ricoeur se entrelaçam ao abordarem o papel central da linguagem na construção da narrativa. Para Barthes, o processo narrativo é fundamentalmente semiótico, no qual o texto é visto como um sistema de signos que se organizam de maneira a criar sentidos, mas sem uma linearidade rígida. A narrativa é,

[20] É fundamental ressaltar que, embora não traga referências nesta pesquisa, o livro "The Handbook of Narrative Analysis" (2015) foi de suma importância para dar passos iniciais nos diversos conceitos que incorporam esse campo teórico da narrativa. A obra foi um leme na condução dessa redação.
[21] A edição usada para leitura foi de 2004, da Siglo XXI Editores.
[22] A edição usada para leitura foi de 1994, da Papirus.

portanto, um espaço onde o leitor interage ativamente com o texto, produzindo múltiplas interpretações a partir da infinidade de signos disponíveis. Já Ricoeur, ao focar na temporalidade da narrativa, sugere que a narrativa tem uma função ontológica — ela não apenas descreve eventos, mas transforma a maneira como os seres humanos experienciam o tempo e a história (p. 157). A narrativa, para ele, se torna o meio através do qual a experiência humana é mediada e ordenada. Ao entrelaçar a teoria semiótica de Barthes com a concepção filosófica do autor, compreende-se a narrativa como um fenômeno que transcende o simples relato de eventos, sendo um dispositivo essencial para a construção de sentido tanto individual quanto coletivo. Ambos os teóricos, embora partam de campos diferentes, convergem na ideia de que a narrativa é um meio pelo qual o sujeito, seja ele leitor ou contador de histórias, interage com a realidade, mediando sua percepção do mundo. Barthes, ao desvendar os processos semióticos da narrativa, oferece uma perspectiva em que a história é mais do que um simples encadeamento de eventos; ela é uma estrutura composta de múltiplos códigos e significados que emergem na interação entre texto e leitor. Ricoeur, ao abordar a narrativa como uma ferramenta para compreender o tempo e a história, propõe que, ao contar uma história, o ser humano reorganiza sua própria experiência do tempo, atribuindo-lhe significado e coerência. Juntas, essas abordagens revelam que a narrativa não é apenas uma técnica literária ou uma forma de comunicação, mas uma prática essencial na formação da identidade e da compreensão do mundo. A análise de Barthes e Ricoeur, assim, ilumina as complexidades da narrativa como um processo dinâmico de produção de sentido, no qual tempo, linguagem e experiência se entrelaçam para dar forma ao entendimento humano.

Vale destacar, também a perspectiva de Ricoeur sobre *phronesis* e a narrativa, pois oferece uma abordagem filosófica da experiência humana e sua relação com o conceito de história. Ao se referir à vida como uma história em seu estado nascente, Ricoeur sugere que a experiência cotidiana não é simplesmente uma sucessão de eventos arbitrários, mas sim algo que se inscreve no domínio da narrativa. Ele propõe que a experiência demanda ser contada, que há uma exigência interna à própria vivência que a impulsiona a ser organizada e articulada de maneira narrativa. (1991, p. 29) Essa ideia se baseia na noção aristotélica de *phronesis*, ou sabedoria prática, a qual não é apenas uma capacidade de tomar decisões morais ou práticas, mas também de perceber e entender a vida como algo que se configura através da narrativa. A vida, em sua complexidade e fluxo de acontecimentos, não é apenas vivida, mas busca uma estrutura narrativa para se tornar compreensível e significativa.

Essa proposta de Ricoeur está ligada à sua teoria da *mimesis* e à forma como ele articula o tempo narrativo. A experiência humana, para ele, não pode ser entendida de maneira fragmentada ou isolada; ela exige uma forma de integração que só pode ser alcançada por meio da narrativa. A frase "histórias que ainda não foram contadas, histórias que demandam ser contadas" sugere que há uma estrutura subjacente à experiência humana que a torna potencialmente narrável, que ela contém, em si, uma exigência de ser organizada e articulada de maneira compreensível. Essa ideia expande a concepção de narrativa além da literatura ou do relato formal, trazendo-a para o cotidiano e para a esfera da experiência pessoal. O que Ricoeur propõe é que a narrativa não é apenas uma projeção literária sobre a vida, mas uma necessidade intrínseca que emerge da própria experiência humana, que se articula por meio da busca por sentido e pela necessidade de uma ordem temporal (p. 30).

Além disso, ao afirmar que a narrativa não é imposta à vida a partir da literatura, mas é uma exigência interna da experiência, Ricoeur coloca a narrativa como algo que é constitutivo da própria vivência, e não um recurso externo. A "atividade e paixão em busca de uma narrativa" se refere a essa necessidade de integrar a experiência, de conferir-lhe um formato que não apenas reflita o fluxo de acontecimentos, mas que também organize e dê significado a esses acontecimentos. Essa concepção é complementar à ideia de Barthes de que a narrativa é uma construção ativa, em que o leitor, ou o sujeito da narrativa, desempenha um papel fundamental na criação de significado. Em ambos os casos, a narrativa não é um simples reflexo da realidade, mas um processo ativo que dá forma e sentido à experiência vivida.

Assim, para Ricoeur, como para Barthes, a narrativa é uma ferramenta essencial não apenas para representar o mundo, mas para estruturá-lo e torná-lo inteligível. A narrativa se torna, portanto, uma prática de *phronesis* (p. 31), uma sabedoria prática, que permite à experiência humana ser organizada e interpretada de forma a atribuir-lhe significado e coerência, de modo que ela possa ser compreendida dentro de um contexto maior, seja histórico, social ou cultural. Nesse sentido, é possível confirmar que os objetos de estudo apresentados nas páginas anteriores usam a narrativa para fins variados. No próximo capítulo será possível explorar como as imagens desempenham um papel na construção dessas histórias que se desenvolvem no Instagram.

3.3 Self(ie) e a Estetização da Vida Cotidiana

De Janeiro a Maio de 2024 tive a oportunidade de comparecer às aulas de Doutorado no Canadá, como resultado do apoio da PUC-Rio e da obtenção de uma das bolsas de estudos da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior). Trata-se do Programa Institucional de Internacionalização (Print), que fortalece o ensino brasileiro investindo em qualificação durante períodos inferiores de até um ano em outros países. Enviei meu projeto de tese para a Prof.ª Thy Phu, professora e coordenadora de departamento na Universidade de Toronto (UofT), que aceitou me supervisionar para que eu pudesse fazer progressos em minha pesquisa e ampliar meu repertório intelectual.

Mantive a minha orientação com a Prof.ª Vera Lúcia Follain de Figueiredo, mas tive acesso ao acervo bibliotecário, aos eventos e aos espaços da iSchool, a Faculdade de Informação, que integra o Departamento de Artes, Cultura e Mídia, no qual estavam localizadas as disciplinas de áreas similares à Comunicação. Durante o período de permanência na UofT compareci às aulas da Prof.ª Joseanne Cudjoe, no curso "Selfies and the Selfie Culture". Considerando a proximidade do meu projeto de tese dos temas explorados pela bibliografia da disciplina, tive a chance de ocupar um posto como Assistente Docente (*Teacher Assistant*, no enquadramento original da instituição). Entre as atribuições, eu ficaria responsável por auxiliar a Prof.ª Cudjoe na revisão de trabalhos, no acompanhamento das atividades dos alunos e no lançamento de notas de avaliação.

A fim de compreender o que se sabe sobre o fenômeno das *selfies* no contexto do século XXI e o que isso pode agregar para a tese aqui desenvolvida, vale se aprofundar nessa experiência junto à Universidade de Toronto. São distintos os motivos: (i) por apresentar uma proposta bibliográfica centrada nessa prática; (ii) por estabelecer e problematizar essa cultura que se firma a partir dos anos 2000; (iii) por dialogar com diversas gerações que povoam o Instagram, que conhecem e praticam a *selfie*; (iv) por ter tido aproximação com um grupo de jovens de 18 anos que forneceram suas próprias opiniões sobre o que *selfies*, mídias sociais e suas representações digitais significam. Neste bloco, portanto, me proponho a discorrer sobre a estrutura programática dessa disciplina, a bibliografia que a integra, uma análise sobre os alunos e seus respectivos trabalhos, e quais foram as contribuições teóricas dessa experiência para a presente tese. Refaço, a seguir, os passos dessa oportunidade e explico o contexto, a linha de raciocínio percorrida pela docente e os caminhos teóricos que fundamentam a Cultura da Selfie.

Compareci presencialmente a todos os mais de dez encontros, no campus em Scarborough, e pude conferir de perto o formato e o conhecimento ali articulados. Toda quarta-feira de manhã, cerca de 40 a 60 alunos se dividiam em grupos pré-selecionados para assistir à exposição de conteúdos da Prof.ª Cudjoe e para apresentar seminários de até 30 minutos resumindo leituras previamente encaminhadas para eles pela docente. Além disso, rodadas de debate, perguntas e respostas. Tratava-se de um curso de graduação e, portanto, a faixa etária era entre 18 e 22 anos. Em breves trocas com esses discentes, descobri que o interesse em incluir a disciplina na grade de estudos se dava a (i) obtenção de créditos e (ii) identificação do título do curso com o consumo pessoal deles. Todos, sem exceção, afirmavam participar de alguma plataforma de rede social, engajando em plataformas de conversação, *blogging* e demais ambientes de interação.

A professora estruturou a bibliografia da disciplina em dois tipos: a primeira, com autores de Estudos de Mídia, da Antropologia, da Sociologia e até da Psicologia; a segunda, com uma colagem de notícias e estudos publicados desde meados de 2010. De acordo com Cudjoe, quando a conheci para me apresentar ao curso, o objetivo consistia em convidá-los para uma reflexão teórica e combinar isso com referências mais contemporâneas, condizentes com o que eles conhecem e consomem. Como é possível conferir a seguir, a descrição que consta na Ementa (*Syllabus*) de "Selfies and the Selfie Culture" se inclina nas práticas e nos usos digitais e nas tendências, mas também nos efeitos nas pessoas, na cultura e na economia.

> Selfies são onipresentes; elas povoam a maioria dos nossos perfis de mídia social. Selfies permitem que os usuários de mídia social controlem como desejam se apresentar: seus rostos e corpos para o universo digital. Neste curso, exploraremos a selfie como uma representação do eu digital e vamos considerar como os usuários de espaços de mídia social usam selfies para construir e executar sua identidade. Exploraremos a intersecção de selfie, privacidade, positividade corporal, filtros, padrões de beleza hegemônicos e narcisismo ao longo do semestre. Uma questão crítica que atenderemos continuamente é como a tecnologia digital, a cultura de rede influenciam como nos vemos, nossos corpos e nossa identidade em relação aos outros. Ao considerar as ferramentas disponíveis para usuários de mídia social, como filtros, exploraremos como a tecnologia de alteração de imagem molda a apresentação de gênero e raça. As discussões em classe, apresentações, artigos e projetos em grupo proporcionarão aos alunos a oportunidade de explorar essas questões críticas. Como classe, discutiremos e vamos considerar as implicações sociais, psicológicas e econômicas de participar da prática aparentemente mundana de enviar uma imagem de si mesmo para os sistemas de gerenciamento de identidade baseados em dados conhecidos como sites de mídia social. (CUDJOE, 2024)

Foi fornecido um total de 15 leituras da bibliografia principal, além de outras referências que brevemente eram incorporadas às aulas durante as discussões e exposições de conteúdo. Em todos os momentos, com base nessa descrição, nas trocas e no acervo bibliográfico, era possível compreender Selfie como (a) um movimento cultural, (b) um código habitual das redes sociais digitais, (c) um método de representação nos ambientes tecnológicos e (d) um instrumento de conquista, retenção ou ampliação de capital social e econômico. De modo a explanar esses quatro vieses, é fundamental ter como ponto de partida a conceitualização em seu cerne, usando os estudiosos propostos pela disciplina da UofT e também mapeando outros escritos.[23]

Figura 14. Capturas de tela do Feed e de Publicações de Kim Kardashian. A modelo e empresária foi exemplo recorrente nas aulas, tanto levantado pela professora quanto pelos discente. Além deles, os pesquisadores de Selfie constantemente elencam as práticas, as proposições estéticas e as recepções de fãs de Kardashian. O Perfil será introduzido neste capítulo e, posteriormente, analisado com profundidade.

A Prof.ª Cudjoe optou por construir pilares teóricos antes de se debruçar em estudos de caso e em todos os encontros convida os alunos para dialogar e trazer paralelos com suas próprias práticas, consumos e observações. Essas referências do bloco inicial do curso vêm em maior parte da Sociologia, além da Comunicação e até Psicologia, e fornecem conceitos que visam entender graus, contextos e dinâmicas de relações entre sujeitos, tais como: Identidade (Stets, 1995), Identidade Social (Tajfel, 1978), Capital Social (Bourdieu, 1985) Afinidade de Capital Social (Granovetter, 1983), Teoria do

[23] Considerando que a tese observa o contexto da comunicação digital, a pesquisa não irá se inclinar sobre aspectos como a Selfie conceitualizada na fotografia analógica, nas esculturas ou nas pinturas. É comum, na literatura que explora a cultura das Selfies, que autores façam um mapeamento histórico a fim de localizar e determinar a origem desse movimento e defini-lo. No entanto, para fins de objetividade, centraremos aqui nos aparelhos eletrônicos e nas plataformas online, entendo a Selfie como um fenômeno que emerge no âmbito digital – seja como objeto/produto ou como prática.

Cultivo (Gerbner, 1973), Vigilância Social (Marwick, 2012), Teoria de Comparação Social (Festinger, 1954), Trabalho Imaterial (Goldhaber, 1997), entre outros. A linha de raciocínio traçada pela disciplina consiste em explicar o que é a identidade individual de uma pessoa e, posteriormente, de um grupo. Em coletivo, no entanto, podem emergir movimentos como observação, comparação e afinidade entre os envolvidos. Para buscar, determinar e posicionar sua própria identidade, é comum que haja um esforço em manobrar o corpo, a aparência, os gostos e as opiniões a fim de atrair, conquistar e reter outros, semelhantes ou não. Esse modo de interação tem o objetivo de criar e desenvolver laços. É o que pode ser resumido na explicação de Tajfel, de que a identidade social deriva "do autoconceito do indivíduo que deriva do conhecimento de sua filiação a um grupo social (ou grupos) juntamente com o valor e o significado emocional dessa filiação" (1978, p. 63). Cudjoe traz, em seguida, autores do Século XXI, como Barker, que atualiza essa percepção: "[Pessoas] relataram tirar selfies para dizer algo sobre quem são, conectar-se com os outros, sentir-se melhor consigo mesmos, sentir-se fortalecidos e identificar-se com outros como eles." (2019, p. 1158)

O jogo, contudo, se desdobra e se modifica a todo o momento, considerando que formas de sociabilidade estão passíveis à mudança do tempo e dos diversos elementos externos que venham a alterar algum componente dessa dinâmica – uma situação econômica, uma tendência da moda, o surgimento de uma nova onda de símbolos culturais, entre outros. Esse modo de organizar as teorias e os conceitos, desenhado pela UofT, pretende fazer com que os alunos entendam o sujeito, as relações e as culturas da contemporaneidade. A lógica ali sugerida é que as tecnologias eletrônicas que se popularizam no fim do século XX e se difundem nas primeiras décadas dos anos 2000 potencializam os intercâmbios sociais e, consequentemente, as práticas que fazem parte do processo de construção de identidade. Neste ponto, entretanto, a disciplina dá um salto temporal: localizar a Selfie e colidir com os componentes teóricos mencionados acima com esse fenômeno que se espalha a partir dos anos 2000.

> A selfie é uma imagem aspiracional, mas também um aspecto integral da socialização, interação e ser visto por outros online. Em uma economia da atenção baseada em 'curtidas' que exige performance e conectividade absoluta, a selfie é uma maneira de captar visualmente a atenção de alguém, imitando uma interação face a face. Para existir, a selfie deve ser produzida pelo indivíduo e consumida pela rede. Embora a selfie seja um objeto de imagem singular, ela existe como um conteúdo contínuo quando postada na rede, por causa das pessoas na rede que interagem com ela. No entanto, ao ser postada, também se torna um arquivo da presença de alguém na rede. A selfie postada

> na rede é sempre sobre ser visto da maneira como você deseja que os outros te vejam. (ELER, 2017, p. 267)

No entendimento dos autores propostos pela Prof.ª Cudjoe, a Selfie pode ser definida tanto como uma prática quanto um produto. No entanto, a bibliografia do curso segue um caminho conceitual que vai direto para os contextos das plataformas de redes sociais sem antes considerar as nuances por trás do termo. Para Grindstaff e Valencia (2021), presente na ementa da disciplina, a Selfie é determinada como "um autorretrato fotográfico tirado com um smartphone e compartilhado via redes sociais. (...) Tudo o que eles exigem é uma câmera frontal e uma conta em uma rede social" (p. 734) Para complementar esse argumento e preencher a lacuna, é possível recorrer à *The Selfie Generation* (2017), onde Eler propõe uma perspectiva plural de Selfie, compreendendo-a essencialmente como um fenômeno visual, estético, temporal, performático e público. Para a autora, são muitas camadas que antecedem o carregamento de uma mídia como essa em uma rede social como Instagram ou qualquer outra. Há mais profundidade e atravessamentos ao termo. Primeiro, trata-se de um processo, afirma, que pensa uma potencial autorrepresentação pública. Ou seja, o indivíduo que pretende fazer uma Selfie irá disponibilizá-la para um ou mais contatos, "distorcendo" ideias de "público" e "privado", criando uma "existência online". Na concepção de Eler, em um segundo ponto, a Selfie é uma performance diversa, podendo ser resultado de um braço estendido com a câmera na vertical ou na horizontal, com caretas e expressões faciais ou não, com outras pessoas enquadradas ou não, olhando diretamente para a lente, escondendo o rosto parcialmente ou totalmente, apoiando o aparelho em algum lugar ou sendo apontada para um espelho, entre outros cenários. Eler conclui, em um terceiro argumento: "Mas tenha em mente que a selfie não é o *self*. A selfie é uma imagem de si mesmo. As selfies são indicativas de uma mudança cultural na forma como as pessoas se socializam por meio da tecnologia." (2017, p. 24)

Partiremos, assim listadas as três considerações de Eler, da premissa de que a Selfie é tanto prática quanto produto resultado do processo de criação do autorretrato que, mediante curadoria, experimentação performática e edição, pode ou não ser apresentado à rede e que é passível às latentes mudanças dinâmicas sociais e culturais. A disciplina segue desse ponto em diante: o que ocorre quando esse tipo de registro e de exercício se dá nas plataformas? A Prof.ª Cudjoe mencionou por vezes autores como Stuart Hall e Erving Goffman, para conceitualizar representação, e Pierre Bourdieu, para definir capital social. De acordo com a docente, esses são pilares conceituais que norteiam uma

compreensão teórica aprofundada do que é a Selfie dentro dos ambientes digitais contemporâneos. Aqui, repetimos o raciocínio.

Para Hall, a representação pode ser debatida por três vieses: construtivista, a qual ele enxerga "uma perspectiva de impacto mais relevante sobre os estudos culturais" (2016, p. 32); semiótica, em decorrência da abordagem do linguista Ferdinand de Saussure; e discursiva, associada a Michel Foucault. Mas vamos em etapas.

Representar é a produção de significados por meio da linguagem. O autor explica: "É a conexão entre conceitos e linguagem que permite nos referirmos ao mundo 'real' dos objetos, sujeitos ou acontecimentos, ou ao mundo imaginários de objetos, sujeitos e acontecimentos fictícios". (p. 34) Para Hall, entretanto, isso só é possível por causa de dois sistemas de representação. O primeiro, que é o repertório de conceitos que se formam em nossos pensamentos - desde os elementos mais simples, como móveis e utensílios rotineiros, às complexidades abstratas e subjetivas como morte, amor e vida. Cada pessoa vai recorrer ao seu próprio acervo de experiências, seu íntimo vocabulário de imagens e palavras, para confeccionar representações que descrevam por meio de uma foto, frase ou texto, como uma determinada cadeira se parece ou o que entende como amizade, casamento ou envelhecimento. Ao usar palavras, sons ou imagens e carregá-las de sentido, construímos signos. Aí emerge o segundo sistema de representação. Nele, é fundamental que haja maneiras organizadas de manifestar os signos. A isso se dá o nome de linguagem. Basta pensar que não é possível compartilhar emoções, percepções e conceitos com signos que só carregam sentidos para mim, individualmente. Portanto, signos se materializam em linguagens, como um argumento em uma conversa, uma fotografia, um vídeo, uma pintura, entre outros. Hall afirma que isso é, na prática, a expressão "pertencer à mesma cultura" e detalha: "Uma vez que nós julgamos o mundo de maneira relativamente similar, podemos construir uma cultura de sentidos compartilhada e, então, criar um mundo social que habitamos juntos" (2016, p. 36). O autor, inclusive, recorre à definição de cultura como "sentidos compartilhados ou mapas conceituais compartilhados" (Du Gay et al., 1997).

> No cerne do processo de significação na cultura surgem, então, dois "sistemas de representação" relacionados. O primeiro nos permite dar sentido ao mundo por meio da construção de um conjunto de correspondências, ou de uma cadeia de equivalências, entre as coisas - pessoas, objetos, acontecimentos, ideias abstratas etc. - e o nosso sistema de conceitos, os nossos mapas conceituais. O segundo depende da construção de um conjunto de correspondências entre esse nosso mapa conceitual e um conjunto de signos, dispostos ou organizados em diversas linguagens, que indicam ou representam aqueles conceitos. A relação

> entre “coisas”, conceitos e signos se situa, assim, no cerne da produção do sentido na linguagem, fazendo do processo que liga esses três elementos o que chamamos de “representação”. (HALL, 2016, p. 38)

Essa exploração é essencial se pensarmos que fotografias e vídeos digitais são linguagens populares nos anos 2010 e 2020, imbuindo publicações online, emojis e as chamadas “Figurinhas” (*Stickers*) de sentidos. Esses signos fazem parte de uma dinâmica contemporânea que se espraia pelos instrumentos imagéticas e, portanto, fortalecem a cultura visual vigente. São representações que se constroem e flutuam em abundância pelas plataformas eletrônicas. São práticas que se modificam com o tempo, convenções sociais e linguísticas que se alteram, liberando a fixação dos sentidos. Assim surge a teoria construtivista. De acordo com ela, atores sociais estão sempre trabalhando a representação, experimentando novos sistemas conceituais para construir novos sentidos. Gírias, memes e tendências online nascem e se difundem nessa exploração. Segundo Hall, esses exemplos são códigos que nos permitem traduzir nossos conceitos em linguagem, sendo “cruciais para o sentido e a representação”, pois são “o resultado de convenções sociais”. Na abordagem construtivista, compartilhamos sentidos, signos, códigos e linguagens, compondo uma cultura que move a vida social dos indivíduos, se alterando o tempo todo para atribuir um “domínio simbólico à vida” (Hall, 2016, p. 54)[24]

Na abordagem semiótica, que tem suas raízes em Saussure por sua vez, os objetos também têm agência na produção do sentido para além das palavras e das imagens. Ou seja, elementos (significantes) que contém signos e que, ao transmitir uma mensagem, constroem significado. Para explicar essa linha de pensamento, Hall utiliza de exemplos referentes à moda, à televisão, ao esporte, às fotos em publicações como revistas e afins. Em resumo, é possível compreender que a abordagem semiótica é abastecida pela interpretação social. Ele complementa: “Sentido e representação aparentavam pertencer irrevogavelmente ao âmbito interpretativo das ciências humanas e culturais” (p. 77). A leitura interpretativa, nessa lógica, está sempre se relacionando com a semiótica. Porém, de acordo com Hall, essa abordagem foi se modificando com o tempo à medida que autores ampliavam a proposta teórica de Saussure, não colocando objetos como centro da prática representativa, mas reposicionando o sujeito como um ator de relevância.

[24] A fim de manter um norte objetivo à tese, sustentando um raciocínio centrado, vamos nos ater aqui às explorações de Hall, uma vez que ele foi o autor utilizado pela Prof.ª Cudjoe para conceitualizar representação. Isso significa que não serão usadas as obras de pesquisadores da linguagem, como Sapir, Whorf, entre outros. No entanto, a fim de ampliar a reflexão, neste capítulo são observadas as obras de autores que teorizam a fotografia e a identidade.

Uma terceira abordagem sobre representações é de Foucault. O projeto do autor francês é centrado no discurso como um sistema, tendo como preocupação primeira as relações de poder. Ele estabelece uma diferenciação com as demais perspectivas ao afirmar que o discurso - e não a linguagem - produz sentido, significados e práticas significantes. Para destrinchar essa ideia, Hall explica que "coisas e ações físicas existem, mas somente ganham sentido e se tornam objetos de conhecimento dentro do discurso". Ou seja, quando certos conceitos são colocados em movimento, eles ganham sentido no contexto o qual estão inseridos e, ocasionalmente, produzem o conhecimento. Cada momento histórico contém sua própria "formação discursiva" e gera novas concepções de assuntos como "loucura", "punição", "sexualidade". Desse modo, é possível entender que discurso é produto de um panorama histórico e cultural para construir sentidos. É por isso que Foucault no decorrer de obras como "A Arqueologia do Saber" e "A Ordem do Discurso", entre outras, propõe descontinuidades e rupturas entre períodos, por compreender que o discurso é um aparato "sempre inscrito em um jogo de poder", em "estratégias de relações de força apoiando e sendo apoiadas por tipos de conhecimento" (Foucault, 1980, p. 194, 196). Portanto, a abordagem discursiva desse autor é mais ampla e historicizante, mas apresenta novas percepções ao que entendemos como representação.

Observados esses vieses teóricos, nos inclinemos sobre a Selfie em si como prática e como produto. O que se propõe neste bloco da pesquisa pode ser entendido como uma abordagem discursiva: analisar o que a Selfie é como construtora de sentidos não somente no tempo que ela existe, mas como um discurso que se remodela temporalmente, como resultado das interações, para criar representações. Ao mesmo tempo, é possível compreender que a proposta semiótica de Saussure também fornece contribuições aqui. Selfies são refém da interpretação, pois são exercícios representativos condizentes com recortes locais, temporais e culturais. Vêm acompanhadas de um caráter subjetivo e caleidoscópico, pois podem estimular uma variedade de interpretações. Para aquele autor, o signo é resultado da combinação entre um significante (um objeto) e o significado (o conceito). Se pensarmos dessa maneira, toda Selfie é um produto sígnico à medida que são fotografias, vídeos e textos imbricados e imbuídos de estratégias pessoais a fim de transmitir uma mensagem. Elas "dizem algo", em algum nível. Como qualquer imagem produzida pelo homem. A partir dessa perspectiva, a análise de Roland Barthes em "A câmara clara" (1984) propõe um esforço filosófico para capturar a essência dessa prática visual, disseminada e ao mesmo tempo esquiva em sua definição. Para o autor, a multiplicidade e banalização do uso fotográfico — especialmente com a crescente

tendência de compartilhamento de imagens pessoais e familiares — dificultam a classificação e definição do que seria a fotografia enquanto uma prática singular. Como Barthes destaca, a fotografia se inscreve numa linguagem *dictica*, ela diz "olhem", mas não ultrapassa essa enunciação imediata, o que impede sua consolidação como um signo plenamente codificado (BARTHES, 1984, p. 14). A fotografia, para o autor, está marcada por uma inclassificabilidade estrutural. Ausente de um princípio de marcação semiótica claro, a fotografia busca, em sua tentativa de imitar a realidade, alcançar a nobreza de um signo pleno, mas falha, pois suas imagens são "signos que não prosperam bem" (p. 16). Isso revela um paradoxo profundo: por mais que busque a fixidez e a objetividade, a fotografia permanece contingente, "fora de sentido", o que a torna incapaz de se afirmar como uma linguagem autossuficiente. A relação entre fotografia e signo, portanto, na análise do escritor, é um constante “jogo de máscaras”, no qual o sentido é cercado de ruído, impedindo a pura objetividade e acentuando sua natureza ambígua (p. 58). Barthes propõe que a fotografia seja vista como um meio de imortalizar o sujeito, mas ao mesmo tempo reduzi-lo a um "objeto de museu" (p. 26). A fotografia, assim, distancia-se da "vida privada", um espaço onde o sujeito ainda se preserva da objetificação visual. Ao ser fotografado, o indivíduo perde o controle sobre sua imagem, sendo reduzido a um elemento expositivo, um *biografema*, que não mais se reflete na complexidade de sua história pessoal (p. 51). Essa contradição entre a visibilidade e a privacidade do sujeito é uma das tensões centrais da fotografia, e Barthes parece apresentar um alerta sobre os limites da representação visual como meio de capturar a totalidade da experiência humana — ponto explorado neste capítulo, mas também no decorrer de toda a pesquisa.

A prática da Selfie, tão emblemática das interações visuais contemporâneas, reflete a amplificação de uma lógica de autoimagem e autorrepresentação que, embora caracteristicamente moderna, encontra ecos nas dinâmicas históricas da fotografia. A Selfie, mais do que um simples autorretrato digital, constitui um fenômeno de circulação instantânea e de criação de identidade por meio de imagens, mediadas por tecnologias e convenções culturais específicas. Nesse cenário, a reflexão de Lev Manovich sobre a fotografia digital e sua circulação em plataformas como o Instagram oferece um importante ponto de partida para entender como a produção de imagens fotográficas, ao longo da história, foi moldada por uma combinação de tecnologias, estéticas e contextos de uso. Em “Instagram and Contemporary Image”, Manovich (2011) propõe uma abordagem histórica das "plataformas Instagram-like", contextualizando a prática fotográfica digital como parte de uma longa tradição de produção e distribuição de

imagens mediadas por dispositivos técnicos e convenções culturais, o que, ao mesmo tempo, relativiza a ideia de uma "novidade" nas formas de imagem contemporâneas (p. 16). Ao examinar a multiplicidade de culturas de uso que o Instagram abriga — como as práticas de fotografia amadora, profissional, publicitária e de moda — Manovich (2011, p. 17) sublinha a capacidade da plataforma em sustentar, simultaneamente, lógicas visuais e comunicacionais heterogêneas. A experiência de consumo e compartilhamento de imagens transforma-se, sendo cada vez mais intersubjetiva, realizada de forma individual, em encontros íntimos ou eventos coletivos, muitas vezes projetada em telas maiores, evidenciando a interconexão das práticas fotográficas com o contexto social e as dinâmicas tecnológicas. A dimensão do compartilhamento, por sua vez, se torna uma ruptura histórica, uma vez que não encontra equivalente nos modos tradicionais de circulação imagética. O Instagram e outras plataformas sociais digitais, ao permitir a replicação imediata e massiva das imagens, inauguram novas formas de relação com as representações fotográficas, afetando diretamente o modo como nos relacionamos com as imagens de nós mesmos e dos outros.

Manovich enfatiza que as culturas visuais formadas em torno de mídias tecnológicas não são apenas produtos dos dispositivos, mas também das linguagens culturais que orientam as escolhas estéticas e narrativas. A "linguagem visual" proposta pelo autor não se restringe ao estruturalismo rígido, mas destaca a correlação entre elementos visuais (como enquadramento, iluminação e composição) e certos temas ou gêneros (p. 18). Nesse contexto, as escolhas estéticas nas redes sociais refletem uma sobrecarga de significados e sentidos, onde a fotografia vernacular — em que se insere a selfie — opera de forma implícita e naturalizada, muito próxima do conceito de *habitus* de Pierre Bourdieu (2011). A Selfie, em sua essência, é uma prática de autoimagem que não apenas reproduz sistemas de significados já historicamente estabelecidos, mas os atualiza constantemente no ambiente digital, criando uma circulação de imagens que transcende o espaço físico e temporal.

A interação entre técnica e cultura, conforme abordada por Manovich, revela que mesmo em ambientes digitais aparentemente espontâneos, como as redes sociais, as imagens continuam a ser guiadas por convenções visuais e sociais. A lógica de uso dessas plataformas, ao contrário do que poderia sugerir sua imediata e fluida natureza, está profundamente ancorada em uma longa tradição cultural de representações fotográficas. A produção e circulação de selfies nas redes sociais é, portanto, uma continuação dessas práticas visuais históricas, adaptadas ao contexto contemporâneo das mídias digitais e ao

ambiente de constante compartilhamento e visualização. Esse processo também está marcado pela busca incessante de validação e visibilidade, aspectos que reforçam a construção de identidades no espaço público digital.

Por fim, a análise de Manovich pode ser conectada com a reflexão proposta por Susan Sontag em "On Photography" (1973), especialmente no que se refere ao papel da fotografia como meio de controle e afirmação social. Sontag aponta que as imagens fotográficas têm o poder de transformar a realidade, tornando-a mais consumível e, muitas vezes, mais superficial, ao oferecer uma visão fragmentada do mundo. A selfie, nesse sentido, pode ser vista como uma forma de subversão e adaptação dessa lógica: uma prática que não só reflete, mas também constroi e manipula a imagem pública do sujeito, inserindo-o num fluxo contínuo de imagens onde a fronteira entre o privado e o público se torna cada vez mais tênue. A Selfie, como prática digital, portanto, não é apenas um ato de expressão individual, mas uma performance social dentro de um sistema visual mais amplo que, como Sontag sugeriria, age tanto como reflexo quanto como construtor da realidade contemporânea.

Enquanto produto ou prática, Selfie é uma linguagem visual – uma mistura (ou não) de fotos, vídeos e textos – composta de códigos e signos que constroem símbolos e sentidos àquela dinâmica social online. Dentro dela, recursos variados, como Filtros, Figurinhas, técnicas de enquadramento, ângulo ou edição, entre outros. A relação entre os sujeitos é que determina as várias representações de uma Seflie.

Seguindo esse fio, é possível entender que Selfies são, em definitivos, exercícios de representação do eu por meio de linguagens visuais e nas quais sempre há a produção de sentidos, direta ou indiretamente, intencional ou involuntariamente. Mas, em algum nível, são objetos de estudos que podem ser analisados pelos três vieses listados por Hall em “Cultura e Representação”, conforme refletido aqui. A disciplina da universidade canadense, por sua vez, parece aderir todas as abordagens etapas distintas da trilha do curso. Em maioria, nota-se uma perspectiva construtivista: tanto a professora quanto os alunos frequentemente levantavam casos recentes e apontavam métodos individuais do autorretrato, dedicando às discussões uma ênfase nos atores sociais, os usuários. Diversas vezes, foram elencados os Influenciadores e os Produtores de Conteúdo. Enquanto isso, usuários que não capitalizavam por meio do Instagram e não tinham milhares de seguidores, eram constantemente deixados de lado. Ainda assim, todos na plataforma têm agência e estão, em algum nível, praticando a Selfie, as edições, as publicações e afins. Um levantamento de 2022 da Photutorial aponta que 2.3 bilhões de fotos são tiradas por

dia, totalizando 1.72 trilhão naquele ano. Desse número, 68,8 bilhões (4%) são Selfies. O restante são registros de animais de estimação, paisagens, comida, arte, vestuário, pés e carros. Dos entrevistados, a maior parte tira uma a quatro Selfies por dia (55.7%) e postam de umas três mídias desse tipo por dia (40.5%). A exemplo disso, desse frequente exercício do autorretrato fazer parte da "rotina" do Instagram, é possível buscar dentro daquela rede social pelo termo "Selfie" ou "Selfies" para encontrar tutoriais de como fazer uma boa foto, se destacar, ficar mais bonito(a) ou inovar. Nos vídeos, chamados de Reels pela terminologia da plataforma, os usuários transmitem orientações de pose corporal, expressão facial, configurações da câmera, efeitos de edição fotográfica em aplicativos ou técnicas para a postagem da Selfie ser mais vista ou ter mais Curtidas. A comunidade interessada nesse tema replica e reverbera as táticas. Portanto, as dicas frequentemente se repetem, mas há um empenho em tentar alargar a Selfie, trazendo algo novo e diferente para essa cultura.

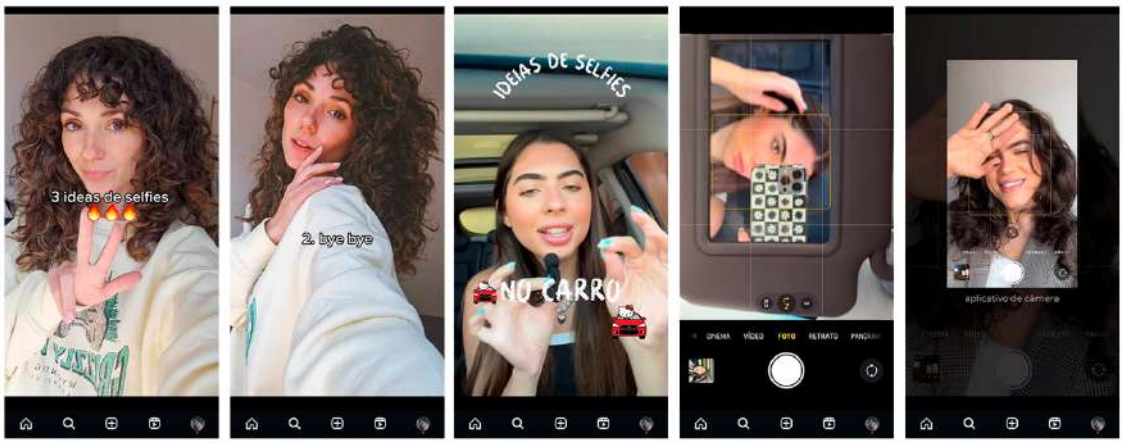

Figura 15. Capturas de tela de vídeos "Reels" do Instagram, nos quais usuárias listam dicas de como tirar uma Selfie, assim como apresentam ideias de poses, ângulos, enquadramentos e edições fotográficas.

No livro "Selfie Made" (2018)[25], a autora Meridith Valiando Rojas lista uma série de instruções e caminhos para que leitores alcancem o "estrelato" por meio da Selfie, além de outras estratégias. Em geral, são recomendações como "Comece fazendo algo. Qualquer coisa", "Para ser Selfie Made é necessário ação, foco, e muita determinação… e FAZER muita coisa!" (grifo da autora) ou "Você precisa começar para poder crescer",

[25] A expressão, inclusive, brinca com "Self Made", do termo em inglês, que pode ser traduzido e interpretado como "autodidata" ou "autossuficiente", como alguém que "se faz de maneira autônoma". No decorrer da publicação, Rojas explica se basear no próprio exemplo, como uma artista independente da música, de busca pela fama por meio de boas práticas dentro das redes sociais. São capítulos destinados a quem Seguir nas plataformas, como lidar com Haters (críticos ou "odiadores", na tradução literal do inglês), como capitalizar com a Internet, como viralizar, entre outros temas.

entre outras frases. O tom de pessoalidade não deve ser estranhado aqui: o título da publicação e o nome da Selfie apontam diretamente para o protagonismo do eu, ou seja, uma agência independente e uma perspectiva autônoma. Para fazer os autorretratos, os usuários são norteados pelas práticas da comunidade, mas é uma experimentação e uma exploração pessoal e íntima.

Essa fricção, essa busca por novos modos de registrar ou postar uma Selfie está ligada com o caráter experimental que sempre existiu entre os consumidores, as plataformas digitais e os aparelhos eletrônicos. As câmeras *cybershot*, por exemplo, permitiam o armazenamento, a edição e a transferência digitais para o computador por meio de cabos. Na prática, o controle sobre a foto foi ampliado e pessoas que não tinham conhecimento prévio ou profissionalização no ramo da Fotografia pôde testar esses usos. Como pudemos observar no primeiro capítulo, ao explorar a história das primeiras plataformas de *blogging*, eram comuns fotos disparadas com flash (a fim de tentar assegurar qualidade e alguma legibilidade ao clique), mas em nichos diversos eram performados outros ângulos, enquadramentos e edições – vide a cultura Emo, na qual usuários se fotografavam sem a necessidade de exibir o rosto, somente o cabelo.[26]

Posteriormente, a partir da primeira década de 2000, a comercialização de celulares com câmeras duas câmeras, traseiras e frontais, estimulavam o autorretrato.[27] Ou seja, tirar fotos em espelhos para se registrar ou virar o aparelho contorcendo o braço não seriam mais práticas tão habituais. Com isso, pessoas passaram a experimentar ângulos e enquadramentos diferentes daqueles praticados, empunhando seus dispositivos com mais frequência para determinar como vão produzir tais mídias. Pandit, no artigo "From arm's length to art: The evolution of selfies" (2024), discorre sobre o progresso histórico da Selfie, mas afirma que esse autorretrato é uma "tentativa de autoexpressão digital" contemporânea. Certamente, afirma a autora, com um encorajamento comercial das companhias de tecnologia, das operadoras de telefonia e da Publicidade, uma vez que celebridades também passaram a fotografar e compartilhar em redes sociais as próprias Selfies. Como exemplo disso, a turma e a professora na disciplina da Universidade de

[26] O assunto, aprofundado no primeiro capítulo desta pesquisa, teve o objetivo de apresentar o panorama da prática *blogging* nos anos iniciais da Internet no Brasil e no mundo. Foram mencionadas naquele bloco as plataformas Flogão, Fotolog, MySpace, Orkut, entre outras, assim como as características que as tornavam populares naquele período entre os anos 1990 e 2000.

[27] Naquele período, várias empresas de tecnologia ao redor do mundo testavam lançamentos com adventos diferenciados nos aparelhos com conexão à Internet, os smartphones. Cada fonte traz uma origem distinta. Logo, para manter a objetividade do tema, vamos evitar tecnicidades e focar nas práticas e nos efeitos, sobretudo.

Toronto constantemente mencionavam Kim Kardashian, modelo e empresária. Um dos textos analisados no curso aponta Kardashian como uma idealização da performance das Selfies no Instagram, uma "combinação de bons genes, maquiagem, edição de foto e cirurgia plástica (Slutsky, 2020, p. 2). Em 2015, a celebridade publicou o livro "Selfish" com os próprios autorretratos. Na época, a editora Rizzoli, responsável pelo lançamento, afirmava que Kardashian "dominou a arte de tirar fotos lisonjeiras e altamente pessoais de si mesma" e que "a coleção de imagens cuidadosamente selecionadas de seu arquivo pessoal é uma homenagem aos fãs que a apoiaram em sua jornada amplamente publicizada", conforme aponta reportagem do The Guardian. Outro caso levantado pela Prof.ª Cudjoe e discutido com os alunos foi a Selfie feita durante a 86ª edição do Academy Awards, em 2 de Março de 2014, em Hollywood, nos Estados Unidos. Na ocasião, a apresentadora e humorista Ellen DeGeneres reuniu atores e atrizes como Brad Pitt, Julia Roberts, Meryl Streep, entre outros, para uma Selfie. O gesto foi amplamente repercutido na época e, afirma Pandit (2024), "foi um momento crucial na história da Selfie e acabou solidificando o lugar da Selfie na cultura pop".[28] Eventos populares como esses, assim como outros explorados pela disciplina "Selfie and the Selfie Culture", impulsionam a prática do autorretrato digital em redes sociais, assim como a procura pelo aprimoramento estético tanto das mídias em si quanto pela performance do indivíduo que faz o registro.

De acordo com a bibliografia escolhida pela disciplina "Selfie and the Selfie Culture", o movimento desses autorretratos traz à tona um impacto para as noções de beleza, estética, moda e raça. Há um destaque, no terceiro e penúltimo bloco do curso, a respeito do assunto. Apesar disso, nos debates no decorrer do semestre de aulas, os alunos sempre evocavam tópicos como preconceitos, padronização das tendências, entre outros.

A Selfie é uma das principais estratégias no Perfil de Instagram de Miquela. A usuária se apresenta constantemente, em todas as publicações, com um autorretrato em contextos, ângulos, poses e abordagens estéticas distintas umas das outras. Em sua Biografia naquela rede social, deixa claro: "Robô de 21 anos de idade vivendo em LA [Los Angeles]". Miquela é uma das precursoras do surgimento de personagens digitais que se tornam Influenciadores no Instagram, habitando situações e desenvolvendo

[28] Além disso, vale destacar que o momento, segundo reportagem do Business Insider (2024), foi uma estratégia de posicionamento de produto (*Product Placement*, no termo comum da Publicidade e Propaganda) e que gerou milhões de interações nas redes sociais, como comentários e afins. O artigo, de Eve Crosbie, também afirma: "Então, descobriu-se que, apesar da negação da Samsung, que forneceu o telefone para a selfie e desembolsou US$ 20 milhões para patrocinar os prêmios daquele ano, foi uma ação de marketing orquestrado para colocar seu novo aparelho na frente e no centro."

discursos gerados eletronicamente. A performance fez com que ela alcançasse dois milhões de Seguidores, acumulando milhares de interações a cada Post e dezenas de participações em campanhas publicitárias pagas para marcas como Dior, Chanel, Prada, Calvin Klein, entre outras. O projeto da personagem foi desenvolvido em meados de 2016 por uma empresa norte-americana chamada Brud FYI que, posteriormente, em 2021, foi comprada pela companhia Dapper Labs. Até então, no site oficial da eles se apresentavam como um "estúdio transmídia que cria mundos de histórias digitais baseados em personagens", enquanto na descrição do Perfil de Instagram está: “Brud está em uma jornada para criar uma maneira completamente nova de contar histórias, juntos.” Além de Miquela, também lançaram outros personagens de redes sociais, como Blawko (121 mil Seguidores) e Bermuda (222 mil), para compor aquilo que chamavam de “universo Brud”.[29] Ao ser adquirida, no entanto, desde então pouco se descobre sobre os bastidores.

Figura 16. Captura de tela de algumas das publicações do Perfil de Instagram de Miquela. Nas postagens, a personagem é inserida digitalmente em cenários e contextos humanos.

Analisando reportagens e artigos sobre os detentores originais da personagem é possível encontrar mais informações. Entre eles, um manifesto no qual afirma ter “como objetivo criar novos modelos para contar histórias”, "causar um impacto enorme na cultura” e abrir “um ecossistema de tecnologias movidas pela comunidade para construir histórias e mundos.” De acordo com esse documento, disponibilizado no antigo website da companhia, ela explicava que esses projetos eram “mídia de propriedade da comunidade” (“community owned-media”, na expressão original inglesa). Isso significa

[29] Ambos parecem ter sido pausados ou descontinuados, considerando que as últimas publicações dos dois Perfis foram em 2020. Torna, assim, evidente uma manobra para centrar os investimentos em Miquela que, naquele período, apresentava uma performance mais numerosa e popular dentro do Instagram.

que o Perfil de Miquela era – e até o momento da elaboração desta pesquisa, em 2024 – norteado pelas escolhas, pelas sugestões e pelos desejos dos fãs da personagem. Uma obra aberta. Nas publicações, ela perguntava o que as pessoas gostariam de ver, de descobrir ou quais caminhos ela deveria seguir. Dependendo do volume de participações, os criadores a conduziam à linha indicada pelos usuários do Instagram no que a Brud FYI abertamente chamava de "linha de história" ("storyline"). Essas manobras ampliam a narrativa proposta pelo Perfil, fazendo com que Miquela "ganhe" uma infância, momentos de formatura, lembranças de uma adolescência se divertindo com *rock*, entre outros histórias ficcionais construídas pela empresa em colaboração com os fãs da personagem. E tudo com evidências imagéticas. Isso ocorre porque Miquela é inserida digitalmente, o rosto e a aparência da personagem, em um corpo humano fotografado em cenários e ocasiões variadas, como Selfies com celebridades da música ou participando em desfiles de moda, por exemplo. A companhia afirmava nutrir o projeto como um reflexo dos comportamentos, das tendências e dos movimentos estéticos vigentes da plataforma, como se Miquela fosse um retrato mutável da contemporaneidade. A história se apresentava com tamanha verossimilhança que, ainda entre 2017 e 2018, quando pouco se encontrava a respeito da Brud FYI e a personagem ainda não se exibia admitidamente como tal, veículos de notícia e usuários do Instagram, procuravam descobrir se a pessoa que estava ali no Perfil era humana ou não.

> Na sua ascensão à fama, Miquela utiliza as ferramentas do Instagram de forma mais rápida e virtuosa que muitos. Suas imagens iniciais altamente compostas capturam de maneira experta os objetivos estéticos e tonais da moda streetwear. Suas primeiras postagens refletem uma estética de streetwear particularmente influenciada por Los Angeles e uma amabilidade controlada, com legendas frequentemente repletas de emojis, casuais e otimistas. Como muitos influenciadores, ela usa seu espaço no Instagram para alternar entre diferentes tipos de conteúdo, sinalizando que é profissional, mas também acessível, misturando promoções de marcas externas e seus próprios projetos, especialmente sua música. Para os membros da audiência, desde seguidores e fãs até marcas e potenciais parceiros corporativos, esses sinais são imediatamente reconhecíveis. Como já foram previamente circulados na plataforma o suficiente para criar fortes identificadores visuais, referências de gênero e expectativas para o público, os seguidores se sentem confortáveis em aceitar a performance, mesmo enquanto o status humano de Miquela permanece incerto. Nesses atos reflexivos, Miquela exemplifica o que Erving Goffman chama de "gerenciamento de impressões", ao reencenar abertamente normas e expectativas sociais para apresentar as "frentes" da subcultura dos influenciadores à qual ela aspira. (BLACK, p. 48)

Não se trata, ao que parece, de uma discussão sobre o que é ou não é real. Os fãs que comentam no Perfil de Instagram de Miquela não exploram com frequência esse

debate. Demonstram consciência de que se trata de um projeto digital[30], mas, em maioria, preferem acompanhar as imagens que lhes são apresentadas – tal como ler uma história, assistir a uma novela ou descobrir novos episódios de uma série. Não à toa Brud FYI usava termos como "mídia", "transmídia" e a repetição de "história", "storytelling", "universos" e "mundos".[31] As práticas de Selfie pelas personagens digitais se popularizaram nos anos subsequentes ao lançamento de Miquela, com dezenas de Perfis de Instagram reforçando aquela onda cultural e acostumando usuários a serem apresentados com essas histórias. Uma delas se popularizou ainda mais: Lu da Magalu, uma personagem criada pelo conglomerado brasileiro Magazine Luiza. Trata-se de Avatar Marketing, uma estratégia na qual a marca desenvolve uma Persona e atribui a ela personalidade, aparência, emoção e até arcos narrativos, tal como acontece no mundo do Cinema e da Literatura, por exemplo. Entretanto, no Instagram, Lu da Magalu passou de 7 milhões de Seguidores. Entre os comentários há uma variedade de interações que vão desde "Você arrasa" ou "Linda", entre outros elogios, até as queixas de consumidores sobre algum obstáculo no comércio digital da Magazine Luiza. Torna evidente, assim, que usuários entendem a ficcionalização da personagem digital como um método para pessoalizar ou tentar humanizar a marca. Ainda assim, a personagem recorre à estética, às poses, às cores e aos caminhos visuais da Cultura da Selfie quando aparece ali.

Conforme Chattopadhyay e Macdorman (2016), essa estranheza pode surgir a partir de dois elementos: o primeiro é uma incerteza categorial, que ocorre quando não é possível identificar se uma entidade pertence a uma categoria específica, como se é humano ou robô; a segunda, um desajuste perceptual, que acontece quando as características humanas de uma entidade não estão em harmonia, como no caso de uma pele com aparência realista combinada com olhos gerados por computador. Isso se dá porque as técnicas CGI, as imagens geradas por computador, estão em constante aprimoramento por empresas de Tecnologia. Em "Changing the Instagram Game – The

[30] É possível entender que a comunidade do Instagram, nos anos 2020, não visa inspecionar a legitimidade ou investigar o quão autêntico um Perfil é. É uma virada no comportamento dos usuários daquela rede social, em comparação com os anos 2010. Detalho e articulo essa transformação no capítulo quatro desta pesquisa, no qual exploramos a difusão e a normalização nos modos de usar, modificar e criar imagens. Sobretudo, compreendendo que após as duas primeiras décadas do Século XXI há mais caminhos acessíveis para ter aplicativos e *softwares* de edição de imagem e de vídeo que incentivam narrativas performáticas e montadas.

[31] Isso será explorado e analisado com cautela aprofundada em blocos seguintes. A criação e o desenvolvimento ficcional são alguns dos pilares teóricos para a apresentação desta pesquisa. No trecho em questão, me limito a afirmar que Miquela é um projeto ficcional que usa desses artefatos. A análise dessas estratégias, desses métodos de contação de história, *world-building*, arcos narrativos e afins, será aprofundada em blocos seguintes de modo a reforçar a proposta central da tese.

rise of a new Influencer Generation" (2020), Walter reflete sobre como esses avatares recorrem às tendências visuais da plataforma para buscar inspirações, pegando ali e fazendo uma colagem dos símbolos populares. Dessa maneira, aplica princípios de construção de personagem que os torna mais críveis, tais como "personalidade, emoção, motivação própria, mudança, relações sociais, consistência de expressão e uma ilusão de vida" (Walter, 2020, p. 11) De acordo com Ekara, por sua vez, refletindo sobre Miquela, "a evolução da narrativa em torno de sua identidade levanta questões sobre a dinâmica da construção da identidade nas plataformas de mídia social" (2024, p. 130). Em “A Virtual Character, a Robot, or a Human Being? A Study of the (Self-) Representations of Lil Miquela”, a autora investiga quais são os métodos adotados pela empresa por trás da personagem para tentar torná-la atraente ao público das redes sociais.

Em simples termos, as práticas de Avatar Marketing aliada à Influência Digital têm como fonte as práticas dos próprios indivíduos que povoam o Instagram. As empresas responsáveis por essas criações utilizam amostras visuais de elementos populares e as replicam nos personagens, atribuindo àqueles Perfis técnicas mistas para torná-los atraentes. Os fãs, então, parecem se acostumar em coabitar digitalmente, focando em Seguir e acompanhar as histórias, visuais ou textuais, contadas pelos personagens – como um espelho que perpetua aquilo que se normalmente vê no Instagram.[32]

Em uma leitura geral, a disciplina da Universidade de Toronto apresenta a Selfie como uma prática e como um produto contemporâneo, mas que é um conceito atravessado por teorias de identidade, representação, capital social e comparação. Com as plataformas digitais e os aparelhos eletrônicos do Século XXI, a difusão dos autorretratos alarga as discussões, emergindo, assim, discussões acerca de padrões de beleza, normas estéticas e problemáticas de raça, etnia, entre outros. No decorrer do curso, quando foram apresentados em sala de aula um dos trabalhos finais, um curta-documentário, os próprios discentes encararam reflexões sobre seus usos e consumos. Muitas vezes, inclusive, partilhando as opiniões, vivências e vulnerabilidades sobre suas aparências, relações sociais no mundo digital. Pela familiaridade, em algum nível, com o tema, a turma

[32] A partir de 2010 e 2020, emerge uma literatura focada em temas com Marketing de Influência e Avatares. A abordagem comum consiste em apresentar técnicas de como produzir a própria estratégia – e não se inclinar teoricamente nos efeitos, nas recepções e nas subjetividades que se inserem nas entrelinhas. Portanto, neste capítulo forneço dois objetos, Miquela e Lu da Magalu, como exemplos de como marcas estão usando símbolos estéticos dos usuários do Instagram para desenvolver esses personagens. Interessa à pesquisa a intenção e o discurso das empresas, mas não me inclino aqui nos métodos e nas especificidades. Soares, no artigo "Avatares são a onda mais forte do marketing de influência" (2023), disponível no Meio & Mensagem, evidencia isso. Ali, o autor lista os benefícios para as marcas em explorar histórias e imagens para a criação de personagens fictícios.

prestava uma atenção maior nas vezes que objetos de estudo, vídeos e fotografias, eram exibidos pelos projetos – ao contrário dos momentos de exposição teórica, quando recorriam às anotações ou, eventualmente, conversas paralelas em aplicativos de mensagens instantâneas no celular.

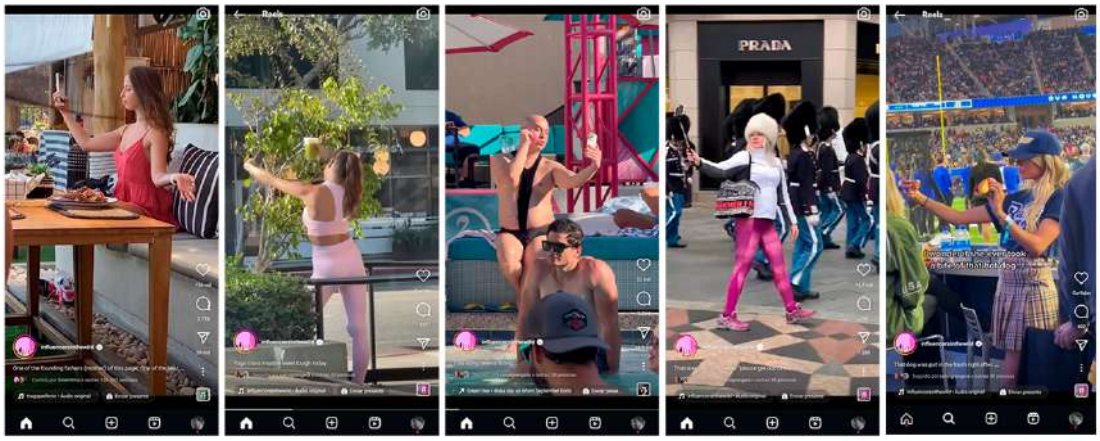

Figura 17. Capturas de tela de vídeos do Perfil de Instagram "Influencers In The Wild" ("Influenciadores na Natureza"), que será objeto de análise no capítulo a seguir. A conta reúne exemplos espontâneos de pessoas nos bastidores de suas performances frente à câmera, satirizando as práticas desses sujeitos observados. Nos cinco exemplos aqui colocados, a Selfie vista de outro ângulo.

É certo, portanto, afirmar que a Selfie é prática e produto de um esforço do indivíduo em construir um autorretrato que o represente em um contexto, um local ou uma aparência demarcada no tempo. Na disciplina da Universidade de Toronto essa cultura foi observada por meio de abordagens construtivista, semiótica e discursiva.[33] A docente se inclinou em aplicativos variados, como Snapchat e TikTok, mas também mencionou o Instagram – o que nos cabe discorrer aqui – para apresentar reflexões sobre esse componente visual que já permeia os usos e os hábitos *online* daquela rede social. A Selfie emerge com uma mídia digital e se desenvolve como uma performance: desde o braço esticado ou com a câmera apoiada até as expressões faciais, as escolhas de enquadramento ou as edições estéticas – elementos que serão explorados adiante nesta pesquisa. É, sobretudo, instrumento fundamental da narrativa autobiográfica e da montagem visual que um usuário elabora sobre si no Instagram. Com estímulos da própria empresa que detém a plataforma, assim como as companhias de Tecnologia com aprimoramento de câmera, vídeo e fotografia em aparelhos de celular, a comunidade ali

[33] Um dos elementos presentes na bibliografia do curso eram os efeitos do uso de filtros e efeitos de edição. Outro, referente aos padrões de beleza. Esses temas são abordados, juntos, nos capítulos três e quatro. Neste bloco, introduzo a Selfie como conceito, situando-o na contemporaneidade, a partir dos anos 2000 e fazendo uma leitura geral sobre a esse componente nesse período. Nas páginas seguintes, amplio a análise e a discussão da manipulação de imagens – inclusive retomando a Selfie.

conectada desbrava métodos e exercita modos de expressão identitária que legitimam a Selfie como peça essencial no repertório de práticas de socialização (e até de profissionalização) em ambientes protagonizados pela imagem.

4. GRAUS DE FICCIONALIZAÇÃO

Em 1998, Ted Chiang publicou o conto de ficção científica *"*História da sua vida", que aborda o encontro entre uma linguista e alienígenas que repentinamente chegam à Terra, provocando uma mobilização global. Na narrativa, a protagonista, Dr. Louise Banks, busca compreender a forma de comunicação dos seres extraterrestres para desenvolver um sistema vocabular e estabelecer um diálogo que permita a troca de informações. Contudo, ao longo da obra, Chiang interrompe a jornada da linguista para apresentar uma história paralela, que narra o relacionamento entre Louise e sua filha ao longo dos anos, desde a infância. Aos poucos, o leitor percebe que essas duas linhas narrativas se entrelaçam de maneira significativa. A obra foi adaptada para o cinema sob o título *"*A Chegada" (2016)*,* dirigido por Denis Villeneuve. Embora a premissa básica seja mantida, a adaptação cinematográfica altera a forma como a comunicação entre os alienígenas, chamados "heptapódes" devido aos seus sete membros, é representada. A linguagem alienígena no filme é visual, composta por símbolos circulares que se projetam como jatos de tinta de um dos tentáculos das criaturas, com variações mínimas. Essa escolha cinematográfica apresenta uma concepção de linguagem não linear, em contraste com o modelo ocidental tradicional de leitura, no qual as frases seguem uma organização horizontal, da esquerda para a direita. Em uma entrevista de bastidores, Villeneuve explica que a escolha por uma linguagem visual visa representar uma nova forma de pensamento, uma vez que "a civilização está mais frágil que nunca, as comunicações estão mais fracas, estamos paranoicos, com medo do outro" e que "quanto mais comunicação, menos comunicação, mais desconectados estamos do outro".[34]

A opção do filme de 2016 por uma linguagem visual, conforme destacado pelo diretor, reflete uma contemporaneidade na qual a imagem se estabelece como um elemento central, tanto enquanto significante quanto enquanto significador. Tal escolha não se configura como uma mera casualidade, mas sim como um reflexo de um

[34] YOUTUBE. Arrival Movie's Language: Talking in Circles (4'47"). The Take, 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Qd8zT1YAUck>. Acesso em 21 de Fevereiro de 2025.

movimento histórico mais amplo. Desde o século XX, observou-se um crescente investimento no desenvolvimento, criação e disseminação de artefatos tecnológicos, particularmente os dispositivos eletrônicos, que viabilizam a produção e a circulação de mídias visuais por meio de interfaces essencialmente imagéticas. Tecnologias como televisores, câmeras de gravação, filmadoras, computadores e smartphones representam facetas desse processo de transformação, que redefine as formas de interação e comunicação. Nesse contexto, a tecnologia digital emerge como um mediador fundamental das trocas sociais e da constituição de novas comunidades, configurando-se também como um discurso impulsionado pelas grandes corporações, que constantemente lançam inovações tecnológicas com o intuito de facilitar conexões humanas, aumentar a produtividade e promover um tipo de interação mais fluida. O volume de imagens geradas e consumidas, especialmente nos domínios digitais, tem experimentado um crescimento exponencial. Segundo dados de Exploding Topics (2023), o tempo diário de exposição a telas aumentou em quase 50 minutos desde 2013, atingindo uma média aproximada de sete horas diárias.[35] Estes números não apenas refletem mudanças nos comportamentos sociais, mas também revelam novas formas de convivência e interpretação do mundo, onde a imagem digital não apenas informa, mas também reconfigura as maneiras pelas quais os indivíduos se relacionam e compreendem o real.

> As pessoas sempre foram visuais — as imagens nos chamam atenção. Escrever era uma quebra, um desvio. As linguagens ilustradas são como todos nós começamos a nos comunicar — estamos nos aproximando de um ciclo, uma comunidade. Estamos revertendo para o que é mais natural. O Instagram sempre foi uma plataforma de comunicação, não uma ferramenta de compartilhamento de imagens. O Instagram desafia a noção de que a beleza vem de uma maneira tradicional e artística… não é sobre beleza, é sobre a história que você conta. Os sistemas de feedback inerentes ao Instagram ajudam aos usuários a melhorar continuamente as habilidades de comunicação. (SYSTROM, 2019)

No meio dessa perspectiva, em relação ao longa-metragem e conto de ficção-científica, vale resgatar o depoimento de Kevin Systrom, cofundador do Instagram, em 2019. A análise discursiva da declaração de Systrom (2019) permite identificar como a linguagem utilizada constrói uma visão do Instagram enquanto plataforma que ressignifica os conceitos tradicionais de comunicação e estética. A afirmação de que "as pessoas sempre foram visuais" estabelece uma ligação entre a natureza humana e a tendência de ser atraído por imagens, posicionando a escrita como um desvio, um

[35] HOWARTH, Josh. Alarming Average Screen Time Statistics (2024). Exploding Topics, 2023. Disponível em: <https://explodingtopics.com/blog/screen-time-stats>. Acesso em: 13 de Março de 2024.

elemento secundário. Esse posicionamento destaca uma primazia das linguagens visuais, reforçando a ideia de que a comunicação visual é mais autêntica e natural, associando-a a um ciclo ou comunidade original. A sugestão de que o Instagram não é uma ferramenta de compartilhamento de imagens, mas sim uma plataforma de comunicação, desloca a compreensão da rede social de um simples meio de exibição para um espaço de interação e construção de narrativas, onde "a história que você conta" ganha maior relevância do que a estética convencionalmente compreendida como "beleza". A menção aos "sistemas de feedback" internos à plataforma sugere que o Instagram contribui para um progresso das habilidades comunicativas de seus usuários, permitindo-lhes adaptar suas formas de expressão e de comunicação visual de acordo com as respostas recebidas. Assim, o discurso de Systrom pode ser analisado como uma construção de um *ethos* digital que valoriza a interação contínua e a democratização da comunicação por meio da imagem, alinhada com a lógica de feedback constante própria das redes sociais.

O presente capítulo se propõe a observar a linguagem visual enquanto técnica e métodos a serem desenvolvidos, aprimorados, mas de maneira multidimensional: indo do espetáculo e da imperfeição à estratégia e escrita autobiográfica pela estética. Tem como objetivos investigar o que esses procedimentos digitais revelam sobre quem os indivíduos estão se tornando por meio da instrumentalização da imagem. Sobretudo, sugerir o que chamo de Graus de Ficcionalização, para refletir sobre como as tecnologias e práticas contemporâneas daquela rede social podem ser entendidas como etapas para construção da identidade *online* por meio de montagem, de edição multimídia. Assim como no conto de ficção-científica de Chiang, explorar de que maneira a linguagem visual pode ser usada para expandir a escrita da identidade dos indivíduos.

4.1 Show e Espetacularização do Eu

No capítulo um introduzi Paula Sibilia como uma referência no trajeto da construção desta pesquisa. Ficava claro, à medida que a exploração teórica progredia, que discorrer sobre autobiografia nos ambientes digitais, em específico aqueles que têm a Fotografia e o vídeo como elementos centrais, meus caminhos encontrariam tópicos como narcisismo e o Show do Eu — palavras-chave tão frequentes no construto teórico de Sibilia nos anos 2000 e 2010. Frequentemente, recebi indicações de leituras dessa autora, mas por vezes acompanhava o nome Guy Debord, filósofo francês que denominou

"sociedade do espetáculo". De algum modo, para refletir criticamente o retrato contemporâneo, o caminho do raciocínio comum entre os meus contatos nos mais de dez anos de Programa de Pós-Graduação em Comunicação na PUC-Rio, seja dentro ou fora dessa instituição, sempre era o mesmo: a narrativa precisava passar pelo narciso, pelo espetáculo e pelo aparente vício do indivíduo do Século XXI. Em rodas de debate acadêmico, salas de aula, simpósios e congressos era usual destacar, entre as análises de qualquer objeto de estudo, a associação de redes sociais com tais ideias. O falso, o irreal, o manipulado e o exagero são sempre rotineiras acusações para o cenário contemporâneo de consumo e uso digital, no Brasil e no mundo, principalmente quando se fala de estética, Cultura Visual, Fotografia e Audiovisual nas mídias que circulam nos endereços *online*. É tudo o que há para se refletir a respeito?

Sibilia chega a ventilar "uma intimidade inventada", considerando as vantagens de interagir nos ambientes digitais no anonimato ou usar recursos comuns às plataformas contemporânea, no capítulo "Eu narrador e a vida como relato" (p. 29). Ela indaga se, de alguma maneira, esses sujeitos que manipulam o Perfil nesses lugares online são obras produzidas por artistas que confeccionam uma ficção ou são mídias condizentes com as "vidas reais". Propõe, ainda, inspecionar relatos fictícios e conferir diferenciar narrativas de ficção para compreender se elas se inserem ou não na narrativa autobiográfica, sugerindo (aqui simplifico) a questão: É autobiografia quando se ficcionaliza? A autora recorre à Lejeune, crítico literário que será revisitado no próximo item, para explicar que no gênero autobiográfico se estabelece um "pacto" entre o escritor e os leitores. Consiste "na crença, por parte do leitor, de que coincidem as identidades do autor, do narrador e do protagonista da história que está sendo contada", detalha Sibilia (p. 30). Na análise dela, na Internet esses três componentes estão presentes em cada usuário, durante os usos cotidianos das plataformas: "Uma unidade ilusória construída na linguagem, a partir do fluxo caótico e múltiplo de cada experiência individual. Mas se o eu é uma ficção gramatical, um centro de gravidade narrativa, um eixo móvel e instável onde convergem todos os relatos de si, também é inegável que se trata de um tipo muito especial de ficção". (p. 31) Esse "tipo muito especial de ficção" é, como proponho no capítulo quatro com profundidade, aquela que deriva dos experimentos íntimos, subjetivos e imbuídos de referenciais pessoais de cada usuário no processo de edição de fotos, vídeos e textos. Os caminhos particulares adotados por esses sujeitos, Criadores de Conteúdo e Influenciadores, é norteado para a construção simbólica de uma narrativa digital que concilia (a) as boas práticas comerciais com companhias que desejam investir dinheiro

nesses sujeitos para eventuais propagandas, (b) mídias que abrigam relatos da vida cotidiana e (c) um entendimento e um acompanhamento das tendências estéticas vigentes, assim como o uso e constante teste dos mecanismos que o Instagram fornece. Munidos dessa trilogia — que navega entre a profissionalização, a intimidade com os recursos e movimentos culturais da plataforma e a instrumentalização dos artefatos digitais de manipulação estética — usuários alcançam um "tipo muito especial de ficção".

A vida precisa atravessar pela linguagem em ordem de ser comunicada. Transformados em relato, os acontecimentos são condensados de maneiras diversas a depender de um variado grupo de elementos tangíveis e intangíveis. Sibilia pondera, incluindo Anne Frank e Kafka, entre outros escritores, que é difícil embutir no relato pessoal em primeira pessoa a totalidade dos eventos que compõem a vida. Ela menciona como na fotografia essa tentativa também ocorre, se revelando complexo dar conta ali do que é a vida, o momento, de modo mais amplo. Conclui, então, que nas "diversas técnicas de criação de si, tanto as palavras quanto as imagens que tricotam o minucioso relato autobiográfico cotidiano parecem exalar um poder mágico". Para Sibilia, independentemente das linguagens, há um ensejo de ordenamento e, ainda, criação de um produto autobiográfico — uma foto, um texto, um vídeo, que seja — a fim de transmitir o relato em si. "Não só testemunham, mas também organizam e inclusive concedem realidade à própria experiência. Essas narrativas tecem a vida do eu e, de alguma maneira, a realiza." (p. 33) Sibilia retorna à questão de linguagem páginas depois, trazendo "A sociedade do espetáculo", livro-manifesto de Guy Debord, de 1967. Naquela obra, o filósofo francês tece críticas diversas ao rumo da contemporaneidade, com afirmações como "É capital em um grau tal de acumulação que se transforma em imagem". A escritora usa o texto de Debord para acusar um possível exagero na produção e no consumo de mídias, examinando o panorama moderno como "uma cultura que se ancora crescentemente em imagens", na qual "desmonta-se o velho império da palavra". Nesse retrato atual, "a lógica da visibilidade e o mercado das aparências desempenham papéis primordiais na construção de si e da própria vida como um relato", a ponto de encontrar "um grau de espetacularização cotidiana que talvez nem o próprio Guy Debord teria ousado imaginar", afirma Sibilia. (p. 48) Ela determina, ao final desse capítulo, que as tendências do cenário digital indicam a construção ficcionalizante, "de acordo com a linguagem altamente codificada da mídia, administrando as táticas audiovisuais para gerenciar a própria exposição aos olhares alheios" (p. 52) — que é exatamente o que, duas décadas depois, constato e investigo nesta pesquisa.

> A atual abundância de narrativas autobiográficas que se multiplicam sem cessar parece sugerir uma comparação fácil com o furor de escrever diários íntimos, um hábito que no século XIX impregnou a sensibilidade burguesa e se popularizou enormemente, conquistando milhões de súditos laboriosos. No entanto, um detalhe importante acompanha o trânsito do segredo e do pudor que necessariamente envolviam aquelas experiências de outrora, em direção ao exibicionismo triunfante que irradiam estas novas versões. Ao passar do clássico suporte de papel e tinta para a tela eletrônica, não é apenas o meio que muda: transforma-se também a subjetividade que se constrói nesses gêneros autobiográficos. Muda precisamente aquele eu que narra, assina e protagoniza os relatos de si. Muda o narrador, muda o autor, muda o personagem. Contudo, em princípio, as novas narrativas auto-referentes não parecem enfatizar a função do narrador (e nem a do autor), mas a do seu protagonista. (SIBILIA, 2002, p. 50)

A tal “abundância” constatada por Sibilia, diz a autora, não apenas amplia a difusão da autoexpressão, mas transforma profundamente a subjetividade que se constrói nesses relatos. Se, no século XIX, a escrita de diários íntimos estava ligada ao segredo e ao pudor, as novas formas de exposição do eu nas telas eletrônicas instauram um regime de visibilidade marcado pelo exibicionismo e pela construção performática da identidade. A mutação não se restringe ao meio utilizado, mas afeta também a própria configuração do sujeito, deslocando a ênfase do autor para o protagonista. Esse fenômeno, ao enfatizar a espetacularização do indivíduo, dialoga diretamente com as reflexões de Debord sobre a lógica do espetáculo na sociedade contemporânea.

A proposta do filósofo francês em "A Sociedade do Espetáculo" (1967) é uma crítica contundente ao papel da imagem na contemporaneidade, na qual a representação se sobrepõe à própria realidade. Segundo o filósofo, “o espetáculo não quer chegar a outra coisa senão a si mesmo” (p. 18), indicando um ciclo autorreferencial em que a imagem se torna fim em si mesma. Nesse sentido, o espetáculo não é apenas uma forma de entretenimento ou manipulação midiática, mas a principal produção da sociedade atual, modelando a racionalidade do sistema e impondo sua lógica sobre todos os aspectos da vida cotidiana. Como afirma o autor, “o espetáculo é a principal produção da sociedade atual” (p. 18), consolidando-se como um mecanismo que estrutura a percepção do real. Essa inversão entre imagem e realidade é um dos principais eixos da crítica de Debord. O escritor argumenta que, "onde o mundo real se converte em simples imagens, estas simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes" (p. 19). Tal processo gera um comportamento hipnótico, no qual a visão, elevada ao estatuto de sentido dominante, reforça a abstração e mistificação da experiência social. O espetáculo, assim, não se limita

ao ato de ver, mas constitui um sistema autônomo que escapa à ação dos indivíduos, impedindo a reconsideração e a correção da realidade. Dessa forma, "em toda a parte onde há representação independente, o espetáculo reconstitui-se" (p. 19), perpetuando-se como uma estrutura que intermedeia e rege todas as relações sociais.

O autor destaca que a ascensão do espetáculo corresponde à perda da unidade do mundo, um fenômeno que atinge sua plenitude na modernidade. “A origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo, e a expansão gigantesca do espetáculo moderno exprime a totalidade desta perda”, reflete (p. 25). Nesse contexto, a realidade não é mais acessível de forma direta, pois o espetáculo se interpõe entre os sujeitos e sua experiência do mundo. A alienação torna-se completa quando os indivíduos, afastados do produto de seu próprio trabalho, se veem reduzidos a consumidores passivos de imagens, aprofundando sua separação em relação ao real. Como afirma Debord, “o homem alienado daquilo que produz, mesmo criando os detalhes do seu mundo, está separado dele” (p. 27). O espetáculo, nesse sentido, representa o estágio final da mercantilização da vida social. Em outra passagem, “O espetáculo é o capital a um grau de acumulação que se torna imagem” (p. 27), sintetiza o escritor, indicando que a imagem não é apenas um reflexo das relações econômicas, mas sua própria manifestação materializada. A administração da sociedade passa a ser conduzida por meio desse poder de comunicação instantâneo, reorganizando a interação humana em torno de fluxos midiáticos e simbólicos. Como observa o filósofo, “todo o contato entre os homens já não pode ser exercido senão por intermédio deste poder de comunicação instantâneo” (p. 22), um fenômeno que redefine as formas de sociabilidade e subjetivação na modernidade.

No entanto, Debord sugere que há uma possibilidade latente de superação dessa condição: “O mundo já possui o sonho de um tempo que ele deve possuir agora, e a consciência para o viver realmente” (p. 129). Essa constatação aponta para a necessidade de uma tomada de consciência crítica, capaz de desmontar a lógica do espetáculo e restituir à sociedade a capacidade de ação e transformação. À medida que as ideias e o sentido das palavras se aperfeiçoam (p. 157), abre-se a possibilidade de ressignificar a experiência social e construir novas formas de relação com a realidade.

> A diferença entre a manifestação de homens e máquinas está na capacidade de criar mensagens. Enquanto as pessoas formulam códigos e mensagem, decodificam-nos e respondem criativamente, as máquinas são planejadas, Elas só funcionam como emissoras e receptores segundo as ordens que os técnicos preveem para elas. (...) O ser humano ultrapassa tais modelos de comunicação, pelas capacidades criativa e cumulativa. Para viver em sociedade, cria um arsenal de

> códigos, que se entrecruzam e atendem às suas necessidades de sobrevivência, de satisfação afetiva e intelectual, de intercâmbio com os outros homens, À medida que troca mensagens, altera os códigos e adapta-os à nova realidade, transformando o ambiente ao seu redor." (AGUIAR, 2004, p. 23)

Ao analisar a relação entre o verbal e o não verbal, Vera Teixeira de Aguiar (2004) destaca a natureza progressiva da construção do significado na comunicação humana. Tanto na fala quanto na escrita e na música, a apreensão do sentido ocorre de maneira sequencial, por meio da decodificação de signos individuais que se articulam em unidades maiores. Esse processo se dá por meio de sucessivas redundâncias que garantem a coesão e a inteligibilidade do discurso. Tal mecanismo é essencial para que a mensagem alcance o destinatário de forma eficaz, promovendo uma experiência comunicativa compartilhada. Ao reconhecer que a linguagem se configura como um sistema múltiplo, composto por diversos códigos interagindo simultaneamente, Aguiar ressalta a importância da combinação de signos verbais e não verbais na expressão do pensamento e da subjetividade humana. Essa abordagem dialoga com os estudos de Roland Barthes (1990), que enfatizam o papel das linguagens visuais e simbólicas na produção do significado, sugerindo que a comunicação se estabelece por meio de sistemas semióticos interdependentes.

A função comunicativa da linguagem, na análise de Aguiar (2004, p. 60), transcende a simples transmissão de informações, englobando aspectos relacionais e expressivos que estruturam a experiência humana. A troca de informações, elemento essencial para a vida em sociedade, está intrinsecamente ligada às funções da linguagem descritas por Roman Jakobson (1995), nas quais o referencial, embora central na comunicação, coexiste com dimensões conativas, expressivas, fáticas e metalinguísticas. A primazia dos dados objetivos na troca comunicativa reflete a necessidade de estruturar um entendimento comum entre os interlocutores, garantindo a eficiência da comunicação e a coesão social. No entanto, essa dimensão objetiva não exclui a presença de elementos subjetivos, emocionais e culturais, que permeiam e modulam os atos comunicativos. Assim, a comunicação humana não pode ser reduzida a uma simples codificação e decodificação de informações, mas deve ser compreendida como um processo dinâmico de interação e construção de sentidos.

A interação entre o espectador e a imagem visual, conforme destacado por Aguiar (2004, p. 32), evidencia o poder expressivo dos signos não verbais na comunicação. Ao contrário da linguagem verbal, que se desenvolve de maneira linear, a imagem se

apresenta como uma síntese de sentidos, condensando múltiplos significados em uma estrutura simbólica imediata. A capacidade da imagem de evocar emoções e significados sem recorrer a uma explicação detalhada decorre de sua natureza icônica e de sua ressonância simbólica. Nesse sentido, a comunicação visual não apenas complementa a linguagem verbal, mas também constitui um sistema semiótico autônomo, dotado de uma lógica própria de significação e recepção. Essa perspectiva da autora amplia a compreensão dos processos comunicativos contemporâneos, nos quais a convergência entre o verbal e o não verbal desempenha um papel central na construção das identidades e das experiências culturais.

Se em Sibilia e em Debord foram apresentados o show e a espetacularização, ao trazer Aguiar propõe-se um contraponto: refletir e observar a imagem enquanto aparato para a construção de identidade — semelhante ao que já foi pontuado no primeiro capítulo e, por ser uma perspectiva central desta tese, será retomado ao fim do material. Ainda que seja constatada a premissa do espetáculo em si, assim como a "abundância de narrativas biográficas" que flertam com a ficção, como Sibilia mapeia, é decisivo se inclinar à ideia de que o indivíduo tenta se localizar nessas negociações coletivas. Para isso, narrar a própria vida é assegurar um espaço de tratativa própria, autoral, ainda que atravessado por referências diversas. E estéticas múltiplas.

Estar no Instagram e ser Criador de Conteúdo ou Influenciador não é sinônimo de qualidade, apesar de em diversas passagens os estudos de caso promoverem técnicas de edição. O objetivo parece ser a autoria na composição de um Perfil e ocasional manutenção daquele construto estético. Um exemplo disso é a usuária @a_pior_influencer, que soma 1,3 milhão de Seguidores e 413 Posts. Na Descrição, afirma "comidas e humor duvidoso (tudo na pior qualidade)". A falta de padronização estética e organização na narrativa visual ali notada é contrária às práticas e recomendações de outros Perfis de Criadores. Ainda assim, o Perfil atinge números elevados nas Publicações. Em um dos vídeos, a Criadora de Conteúdo prepara um sanduíche. Durante as etapas, a locução faz uma virada do que parecia ser um argumento autorreflexivo para uma autodepreciação. Ali, ela explica que após "muito tempo de terapia", compreende que "no mundo tem pessoas boas, mas eu não sou uma delas" e que "você tem que dar o seu pior". Em outro Reels, o mesmo formato: fazendo uma receita de sobremesa, ela conta sobre eventuais brigas e discussões com os sogros, com relatos da relação com os pais do parceiro dela. O objetivo é o contraste entre o que se vê e o que se ouve. No primeiro, a receita resulta positivamente e é possível ver a Creator reagindo

à cada etapa, emulando e referenciando as expressões de outros Influenciadores. Já no áudio, o tom é o oposto, explorando em tom cru um texto que caminha em uma direção diferente do que se desenrola na imagem. Nos Comentários, os usuários reagem com elogios e risadas à proposta, apontando diversão com o formato. “Nossa que susto achei que meu algoritmo tava me entregando *trad wife* [esposa tradicional], aí vi que é só algo que eu faria exatamente igual”, afirma uma Seguidora.

Figura 18. Capturas de tela de Reels da usuária @a_pior_influencer. Nas produções, a Criadora de Conteúdo parece mirar no oposto à estética padronizada que outros usuários investem. A autenticidade e o contraste humorístico são pontos de Comentários do Perfil que soma 1,4 milhão de Seguidores.

Em um capítulo anterior, Darley (2000) frisa como o entretenimento, no Século XX e no início dos anos 2000, investe na resolução na produção e na pós-produção de filmes, seriados, animações e até parques temáticos. Esse traço da indústria do entretenimento, afirma Steyerl (2012), foi subvertido justamente como uma contravenção, uma resistência à lapidação de produtos dados como “perfeitos” ou “ideais”. Obras de arte inacabadas, destituídas de polidez e sofisticação, passam a ser entendidas como resistência, de acordo com a análise do autor. Em "The Wretched of the Screen" (2012), ele propõe uma reflexão crítica sobre a circulação e a condição material das imagens na contemporaneidade. O conceito de "poor image"[36], central em sua análise,

[36] O termo poderia ser traduzido para “imagens pobres”, mas não pretendo fazê-lo. A decisão, se migrasse para o Português, enfraqueceria conceitualmente a abordagem do autor. Embora aborde classe em “The Wretched of the Screen” (2012), o enfoque é falar sobre imperfeição e ausência de qualidade conforme

não se limita a uma mera descrição técnica da qualidade visual das imagens de baixa resolução; ao contrário, insere-se em uma discussão mais ampla sobre os fluxos de produção, distribuição e recepção das imagens na era digital. Steyerl descreve essas imagens como "cópias em movimento", sujeitas à compressão, ao reaproveitamento e à degradação sucessiva ao longo de sua circulação (p. 32). Esse fenômeno evidencia uma nova topologia das imagens, na qual a qualidade técnica se subordina às dinâmicas de compartilhamento e apropriação.

A condição das "poor images" remete a uma espécie de precariedade visual que, paradoxalmente, amplia sua acessibilidade e penetração no tecido social. Steyerl argumenta que tais imagens são os "amaldiçoados da tela", resquícios da produção audiovisual que emergem como detritos da economia digital (p. 32-33). Essa metáfora sugere que as "poor images" operam como vestígios das assimetrias de poder que regem a circulação midiática, sendo tanto produtos do capitalismo audiovisual quanto veículos potenciais de resistência e contestação. A dualidade entre exploração e insurgência se manifesta na maneira como essas imagens são apropriadas por diferentes agentes, podendo tanto reforçar a lógica mercadológica quanto viabilizar formas alternativas de visibilidade e engajamento político. Além disso, o teórico problematiza a hierarquia contemporânea das imagens, baseada não apenas na nitidez, mas fundamentalmente na resolução (STEYERL, 2012, p. 33). O fascínio por imagens de alta definição reflete um desejo de fidelidade e mimese, aproximando-se da tradição fotográfica e cinematográfica que privilegia a clareza visual como índice de realismo. No entanto, a ascensão das "poor images" sugere uma ruptura com esse paradigma, evidenciando um novo regime de visualidade no qual a materialidade da imagem se define mais pelo seu trânsito do que pela sua aparência estática.

Outro ponto crucial abordado por Steyerl é a relação entre as "poor images" e a coletividade. Essas imagens, segundo a autora, expressam as contradições do público contemporâneo, refletindo sua fragmentação, ansiedade e desejo de participação (p. 41). A circulação dessas imagens não é meramente passiva, mas envolve um processo ativo de transformação e ressignificação, seja por meio da adição de legendas, da remixagem ou da redistribuição em redes alternativas. Dessa forma, as "poor images" não apenas testemunham a precariedade da cultura digital, mas também ilustram a capacidade coletiva de reapropriação e intervenção no espaço midiático. A análise de Steyerl se

padrões estéticos normativos, hegemônicos. Nesse sentido, a fim de manter uma linha de raciocínio, sigo com a expressão elaborada pela autora no idioma original.

amplia ao considerar os circuitos alternativos de produção e distribuição dessas imagens. A proliferação de imagens captadas por câmeras de celulares e distribuídas por meio de plataformas descentralizadas indica um deslocamento no eixo de poder da mídia tradicional para redes informais de compartilhamento (p. 43). Esse fenômeno desafia os modelos convencionais de autoria e propriedade intelectual, evidenciando um campo de disputa entre a normatização da circulação visual e as práticas de apropriação coletiva. Em um contexto mais amplo, Steyerl discute a obsolescência e a ressignificação das imagens quando estas são excluídas dos circuitos comerciais e institucionais. Muitas obras audiovisuais, ao perderem seu valor de mercado, tornam-se "viajantes" em um território digital indeterminado, onde continuam a existir em formatos instáveis e fragmentados (p. 44). A condição errante dessas imagens ilustra uma nova lógica de temporalidade e espacialidade no audiovisual, na qual a permanência se dá não pela fixidez do suporte, mas pela continuidade da circulação.

Por fim, a autora — que também é cineasta — estabelece um paralelo entre os processos econômicos e as técnicas de edição cinematográfica. O corte, elemento essencial da montagem fílmica, adquire uma dimensão política ao ser associado à reconfiguração dos corpos e das narrativas conforme os imperativos da eficiência econômica (STEYERL, 2012, p. 179-180). Essa relação entre o audiovisual e a economia sugere que a manipulação da imagem não se limita ao domínio estético, mas participa ativamente das dinâmicas de controle e subjetivação na sociedade contemporânea. Dessa forma, o autor nos convida a repensar a natureza e a função das imagens na era digital, destacando tanto sua precariedade quanto seu potencial subversivo. Ao problematizar a circulação das "poor images", a autora evidencia os paradoxos da cultura visual contemporânea, marcada simultaneamente pela democratização do acesso e pela intensificação das desigualdades na distribuição da visibilidade.

Em “Photography - A Middle-brow Art” (1990), Pierre Bourdieu propõe uma crítica contundente à crença disseminada de que a fotografia constitui um registro fiel, objetivo e imediato do real — perspectiva que agrega às reflexões apresentadas neste bloco. O autor evidencia como essa percepção repousa sobre uma “representação social” que confunde os atributos técnicos da imagem fotográfica com uma suposta neutralidade epistemológica. Ao desmontar essa ilusão, ele revela que a fotografia, longe de ser um reflexo direto da realidade, é atravessada por um sistema de convenções sociais e culturais que determina tanto o que é fotografado quanto como é fotografado. Para o escritor, a fotografia resulta de uma escolha arbitrária – seleção de ângulo, enquadramento, instante,

escala, ausência de cor – e, por isso, opera como um processo de "transcrição" da realidade, e não como sua reprodução direta. (p. 73) Bourdieu avança, então, para a problematização da recepção da imagem fotográfica. A distinção entre fotografias "magníficas" e imagens ordinárias revela-se análoga à oposição entre a perspectiva como "ciência do real" e como "técnica alucinatória" (p. 75). O fotógrafo amador, neste contexto, opera dentro dos marcos de uma estética consagrada, orientando-se por cânones herdados da arte e da fotografia popular. Assim, toda tentativa de ruptura, mesmo que tímida, com o academicismo visual é imediatamente recebida com estranhamento ou rejeição. A expectativa de legibilidade, fundada em um repertório cultural compartilhado, limita a apreensão do novo e sustenta a normatividade da imagem. Tal paradoxo manifesta-se na dimensão temporal da fotografia. O autor observa que a fotografia, ao congelar o instante, dissolve a solidez da percepção cotidiana e torna visíveis aspectos do mundo que escapam à observação ordinária. Por fim, Bourdieu conclui que a objetividade atribuída à fotografia não decorre da natureza técnica, mas da adequação entre usos sociais e as categorias perceptivas ordinárias. A fotografia é percebida como objetiva porque reproduz códigos de representação socialmente legitimados. Nas palavras de Bourdieu: "se é verdade que 'a natureza imita a arte', é natural que a imitação da arte pareça ser a imitação mais natural da natureza" (1990, p. 77). Aqui, ele sintetiza seu argumento central: a fotografia é um artifício que se tornou imperceptível justamente porque se alinha às formas dominantes de ver e representar o mundo.

Assim, a análise de Bourdieu revela que o estatuto de veracidade da fotografia não é uma qualidade imanente à imagem, mas o resultado de um acordo cultural tácito. Sua crítica aponta para a necessidade de historicizar os modos de ver e de desnaturalizar as formas pelas quais o olhar fotográfico se legitima socialmente como neutro, transparente e objetivo. Trata-se, portanto, de uma contribuição fundamental para os estudos da imagem e para a sociologia da cultura, na medida em que desvela os mecanismos simbólicos que sustentam a aparência de evidência do mundo visual.[37]

[37] Embora o tópico da Fotografia tenha sido explorado no capítulo dois, estendo a exploração conceitual por toda a pesquisa por compreender que tais obras enriquecem as perspectivas propostas. Neste trecho, Bourdieu agrega ao tema aqui desenvolvido por mencionar o amadorismo na fotografia como um indicativo dos usos sociais que definem as possibilidades contemporâneas dessa prática.

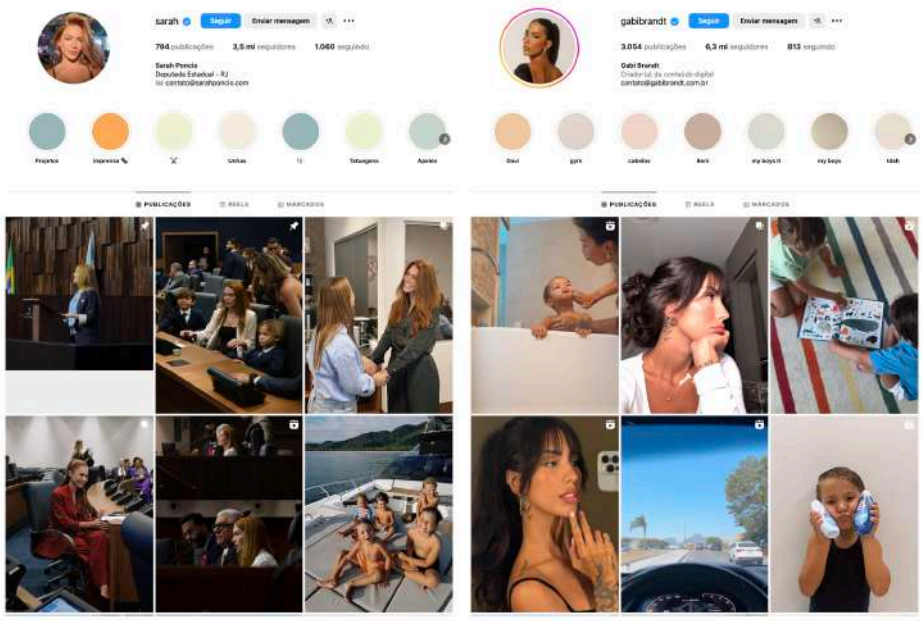

Figura 19. Capturas de tela de Perfis do Instagram. Nesses exemplos com 3 a 7 milhões de Seguidores cada uma, é possível ver o oposto das narrativas estéticas da @a_pior_influencer. Aqui, as usuárias mantêm um padrão visual — na coloração das fotografias e nos Destaques de Stories, para listar alguns dos elementos — correspondente ao que Chayka (2024), em artigo no The New Yorker, vai nomear de "aura de curadoria cuidadosa" e Perfil "harmonioso" tradicionalmente comuns nos Perfis do Instagram.

Perfis como @a_pior_influencer, indicam pelo Nome e pela Descrição uma qualidade "ruim", assim como os #photodump. Este, trata-se de uma prática recorrente no Instagram: o usuário seleciona até 20 fotos e vídeos e insere em um único Post, chamado de Carrossel, no qual é possível deslizar para os lados, horizontalmente. É, portanto, como um álbum compilado, um aglutinado de mídias em uma Publicação. É chamado de Photo Dump e na tradução para o Português poderia ser submetido a diversas interpretações, como "despejo de fotos", "compilação", "em massa", "bagunçado", "um monte". De acordo com Chayka, no artigo de opinião "The desperation of the Instagram Photo Dump" (2024), para o The New Yorker, é comum que esse formato de Post seja um amontoado de registros "improvisados" e sem "a aura de curadoria cuidadosa da plataforma". De acordo com o autor, essa prática se parece como uma atualização "um tanto desajeitada" e que essa premissa é intencional. Na análise dele, o usuário de Instagram não escolhe uma única foto representativa por vez ou um Perfil "harmonioso", mas, especialmente usuários mais novos, selecionam "compêndios propositalmente bagunçados — mas, na verdade, cuidadosamente selecionados — exibindo os fragmentos de suas vidas. Os "amontoados caóticos" funcionam seguindo a lógica da plataforma:

> A atual explosão de dumps tem suas raízes na pandemia. Naquele período, postar um monte de imagens de uma vez fazia sentido: no isolamento, nenhum

> momento específico se destacava tanto dos outros, e a ansiedade generalizada relacionada à pandemia nos deixava com pouca energia para nos preocupar com o que compartilhávamos. (Qualquer prova de vida, naqueles meses, era bem-vinda.) A despreocupação cuidadosamente calculada não é novidade, mas a forma como isso tem sido incentivado nas redes sociais hoje reflete as crescentes limitações estruturais da vida online. O algoritmo do Instagram parece favorecer os dumps de imagens. O Hootsuite, ferramenta de gerenciamento de redes sociais, descobriu que "postagens em carrossel alcançam 1,4 vezes mais pessoas e geram 3,1 vezes mais engajamento do que postagens regulares". Quando perguntei aos meus próprios seguidores no Instagram por que tantas pessoas estavam postando álbuns extensos, muitos disseram que isso parecia ser a única maneira de chamar atenção na plataforma hoje em dia, embora também sentissem um certo peso na consciência por bombardear seu público (CHAYKA, 2024).

Considerando as obras de Sibilia, Debord e Aguiar assim como os estudos de caso apresentados e os argumentos de Steyerl e Chayka, pode-se concluir que a construção e a expressão identitária seguem linhas contraditórias por linguagens subjetivas. No Instagram, Criadores de Conteúdo adotam propostas distintas para desenvolverem seus projetos autobiográficos. Customizam aquele espaço ao próprio gosto e, nele, cotidianamente vão imbuindo fragmentos que atravessam cautelosa curadoria, ainda que não pareça. De modo a aprofundar o que aqui foi apresentado, o próximo bloco é uma continuação, mas organizando a revisão de literatura e os estudos de caso para refletir, ao contrário das “poor images”, “dumps” e contravenções, uma narrativa autobiográfica calcada na estratégia, no método, na técnica, na montagem para escrita do eu — e, consequentemente, na combinação de signos que circulam para formar a identidade e subjetividade dos sujeitos que se situam no Instagram.

4.2 Narrativas Vivenciais e Montagem

Elaborar Posts no Instagram, imbricados de estilos, linguagens e recursos, é resultado de algum esforço na escrita estética de si nessa plataforma. Pontuo, principalmente no quarto capítulo desta tese, que essa rede social incentiva a construção de relatos da vida privada e as torna pública com o encorajamento de “expressão” de “identidade”, “manifestação de criatividade”, entre outros termos usados pela própria empresa e o diretor-geral, Adam Mosseri, como percorremos anteriormente. Ocorre, entretanto, que o relato de si vai além da contemporaneidade. Enquanto gênero literário, se desenha uma extensa trajetória, a qual pude conhecer e examinar graças à orientação da Prof.ª Vera Lucia Follain de Figueiredo. Envolvido com gêneros audiovisuais, cinematográficos, fotográficos e com o arcabouço teórico da Comunicação, o caminho

parecia incompleto sem visitar e investigar autores que tocassem em assuntos como escrita autobiográfica, narrativas do eu, diário e relato íntimo. A Prof.ª Figueiredo indicou, em uma primeira orientação, Leonor Arfuch, socióloga da Universidade de Buenos Aires, Argentina. Com esse equipamento teórico, o aprofundamento em "O espaço biográfico" (2002) seria possível entender a recente ascensão da biografia e da autobiografia pelas lentes de uma autora latino-americana que, viva até Século XXI e falecida em 2021, pôde refletir sobre o aparecimento das redes sociais na paisagem contemporânea.

> Se a nascente primeira pessoa autobiográfica vinha dar testemunho da consciência feliz com uma "vida real", sua expansão para outros registros e seu desdobramento em vozes múltiplas e imagens de valor "testifical" (Geertz, [1987) 1989, p. 83)3 nunca cessaram: aqueles gêneros literários, instituídos já como práticas obrigatórias de distinção e autocriação (vidas filosóficas, literárias, políticas, intelectuais, científicas, artísticas...) e, consequentemente, como testemunhos inestimáveis de época, cujo espectro se ampliaria em seguida em virtude da curiosidade científica pelas vidas comuns, desdobram-se hoje numa quantidade de variantes literárias e midiáticas; coexistem como formas autoficcionais com os já clássicos relatos de vida das ciências sociais, com uma espécie de obsessão generalizada na escrita, nas artes plásticas, no cinema, no teatro e no audiovisual pela expressão mais imediata do vivido, do autêntico, do testemunhal. (ARFUCH, p. 36-37)

Arfuch denomina o "espaço biográfico" como o lugar onde as narrativas da vida íntima são costuradas para "dar conta de deslocamentos, semelhanças, mutações de formas e de significados", visando apresentar um retrato do que o autor compreende como verdade — o que a socióloga resume como "narrativa vivencial". Enquanto gênero, resulta de um deslizamento histórico, consolidado pelo capitalismo, no Século XVIII. Naquele período, a produção literária se inclinava para o relato íntimo e privado que, por meio de relatos e vivências narradas, revelava uma espécie de garantia do "real", do testemunho do "eu" diretamente da fonte, "consolidando seu 'efeito de verdade'" (ARFUCH, 2002, p. 44). Tateando entre autores como Lejeune, Gadamer, Simmel e Goethe, entre outros, ela explora a ideia de que os produtos biográficos tentam abarcar e a continuidade da vida, englobando eventos separados historicamente e misturando, por meio de artefatos diversos, o relato tangível com a subjetividade do autor. A isso ela nomeia "vivência estética" — termo que retomo adiante.

Em "O espaço biográfico", Arfuch conclui que o caminho para "contar a história de uma vida é dar vida a essa história" (p. 42). A autora explica que quando a narrativa vivencial transita pela intimidade e permanece ali dentro, como a escrita de um diário

privado ou uma carta para um destinatário, o relato é imbuído do “mundo afetivo de seus autores” (p. 41). O deslocamento da produção literária do século XVIII que culminaria na origem do romance moderno ocorreria com a instalação da ficção: ao se apropriar da primeira pessoa e combiná-la não mais com figuras míticas e imaginárias, mas “a representação de si mesmos nos costumes cotidianos” (p. 45). Com o auxílio dos mecanismos discursivos ficcionais observava-se a “inclusão do outro no relato não mais como simples espectador, mas como *copartícipe*, envolvido em aventuras semelhantes da subjetividade e do segredo” (p. 47). O cruzamento do “limiar entre o público e o privado a partir do lugar explícito de uma autoexploração”, demarca Arfuch, pode ser visto em “As confissões”, de Jean-Jacques Rousseau, de 1792. Ali em diante é que flagra a presença da voz autorreferencial, da enunciação frequentemente na primeira pessoa para construir um retrato autoral do que se observa, se vive e se diagnostica do mundo ao redor. A isso, Elias chama de “trilogia funcional”, que é uma combinação dos agentes natureza, sociedade e indivíduo no discurso literário. (ELIAS, 1987, p. 65) Escrever sobre si, portanto, se alastrava como um horizonte possível na Literatura e Lejeune define a autobiografia como “relato retrospectivo em prosa que uma pessoa real faz de sua própria existência, acentuando sua vida individual, particularmente a história de sua personalidade” (1975, p. 14).

> É a posição de Mikhail Bakhtin, alheia ao que parece a ambos os autores, que permite superar esse limite da teoria por meio de uma virada radical da argumentação: não há identidade possível entre autor e personagem, nem mesmo na autobiografia, porque não existe coincidência entre a experiência vivencial e a "totalidade artística". Essa postura assinala, em primeiro lugar, o estranhamento do enunciador a respeito de sua "própria" história; em segundo lugar, coloca o problema da temporalidade como um desacordo entre enunciação e história, que trabalha inclusive nos procedimentos de autorrepresentação. Não se tratará então de adequação, da "reprodução" de um passado, da captação "fiel" de acontecimentos ou vivências, nem das transformações "na vida" sofridas pelo personagem em questão, mesmo quando ambos - autor e personagem - compartilharem o mesmo contexto. Tratar-se-á, simplesmente, de literatura: essa volta de si, esse estranhamento do autobiógrafo, não difere em grande medida da posição do narrador diante de qualquer matéria artística e, sobretudo, não difere radicalmente dessa outra figura, complementar, a do biógrafo — um outro ou "um outro eu", não há diferença substancial —, que, para contar a vida de seu herói, realiza um processo de identificação e, consequentemente, de valoração. (ARFUCH, 2002, p. 55)

Embora traga Lejeune para a reflexão, Arfuch confronta essas ideias com Bakhtin. Com esse autor, ela nota que escrever ou falar sobre si nem sempre está atrelado à temporalidade, mas uma visão flutuante sobre a própria vida. Em síntese, ao discorrer

sobre vivências, ocasionalmente se transita pelos "acontecimentos", mas também são inferidas as ferramentas artísticas e estéticas do discurso — seja ele textual ou não, observação minha. Bakhtin explica que um "valor biográfico não só pode organizar uma narração sobre a vida do outro, mas também ordena a vivência da vida mesma e a narração da nossa própria vida, esse valor pode ser a forma de compreensão, visão e expressão da própria vida." (1982, p. 34) Embora Lejeune forneça a noção de espaço biográfico "como reservatório das formas diversas em que as vidas se narram e circulam", Arfuch não percebe o conceito explorado de maneira aprofundada. (2002, p. 58) No período em que publicou o livro, no início do Século XXI, a autora constatava na televisão a frequente surgimento do componente autorreferencial e o consumo da vida dos outros que parecia incessante. Ali, pontuava "um crescendo da narrativa vivencial que abarca praticamente todos os registros — numa trama de interações, hibridizações, empréstimos e contaminações — de lógicas midiáticas, literárias, acadêmicas (em última instância, culturais), que não parecem se contradizer demais" (p. 63). A socióloga compreende o panorama como um terreno fértil para as indagações para a "proliferação de narrativas vivenciais e seu impacto na (re)configuração da subjetividade contemporânea" (p. 69).

Porém, vale aqui um salto temporal. Em 2019, em entrevista ao programa de televisão "Los juegos de la cultura", da Faculdade de Filosofia e Letras da Universidade Nacional de Tucumán, na Argentina, Arfuch explica que a origem de "O espaço biográfico". Ali, afirma que "tudo o que falamos está imerso em gêneros discursivos", que as trocas no mundo contemporânea "sempre caem no eu". A autora reconhece que outros autores investigaram tópicos como subjetividade, os pequenos relatos, e histórias íntimas na Literatura há décadas, mas observa que desde o século XVIII a biografia vem sendo ampliada. O ponto de virada, que a inspirou na escrita do livro, publicado em 2002, se dá nas mídias modernas dos séculos XX e XXI. O que intriga Arfuch, ela reflete, não são novelas e livros, especificamente, mas sim, o fato de falar sobre si estar cada vez mais em alta. "Não é uma análise de conteúdo. (…) Como se articulam as estruturas enunciativas? Os modos de dizer? Quem enuncia?", lista as indagações no decorrer da entrevista, e pontua: É [uma análise] mais apoiada na linguística, na pragmática, em uma série de saberes. (…) Para mim, basicamente, linguagem e escrita têm um peso de poético, de metafórico." Passados mais de 20 anos desde a publicação do livro e das traduções, Leonor Arfuch diz que explorou "quase que premonitoriamente" a tendência que se vê nas redes sociais. Na conversa, ela examina que para além do narcisismo, evidente nesses

lugares online, há práticas que criam "uma nova sociabilidade", norteada "não de corpos presentes, mas de, digamos, contatos cotidianos e de valores múltiplas e mútuas."

> Todos nós somos, na realidade, autobiógrafos. Porque todos os dias falamos com alguém e contamos algo da nossa vida. Como somos seres sociais e sociáveis, então temos diálogos com nossas famílias, nossos amigos, com nossos alunos, nossos vizinhos… Em todos os momentos saem traços de nossas biografias. Então, creio que as redes sociais têm dado a cada um (…), permitem que haja autobiografia de todos. Então, resulta que, nessas redes se revitalizam velhos gêneros: álbum de família, relatos de viagens, autobiografia, diário íntimo. E, também, expressões, obviamente, de posicionamentos políticos, ideológicos, éticos, certo? (ARFUCH, 2019)

A premissa que se desenvolve nesta pesquisa é que o ensejo autobiográfico se potencializa com o domínio técnico e estético de outros mecanismos. Considerando que o panorama do Século XXI, em suas décadas iniciais, se revela centrado nos aparelhos eletrônicos e na digitalização do mundo — dos serviços, das sociabilidades e dos empregos, entre tantos outros —, cabe sublinhas que a autobiografia, enquanto gênero discursivo, também é praticada lá, nos lugares *online*. Ocorre, como analisado em blocos anteriores deste trabalho, que são as imagens, os ícones e os rótulos digitais da interface que povoam os ambientes como *blogs*, *websites* e redes sociais. São instrumentalizados o *webdesign*, as fotografias, os vídeos, os sons, os GIFs, os textos e demais mídias, para imbuir os relatos de vida cotidiana com estética por meio da técnica em prol da construção de uma obra autoral, o Perfil, o Feed. O agente que neste ponto proponho inspecionar é a Montagem. No Século XX, teóricos diversos contribuíram para refletir essa parte essencial da feitoria e materialização fotográfica e audiovisual. Observaram e reviraram a produção, os efeitos e os legados para a subjetividade de uma técnica processual complexa que, em essência, se resume à corte, adaptação, reordenação, seleção, aglutinação. Esse campo teórico é central para esta tese: fazer autobiografia, em específico no cenário contemporâneo da Internet, é praticar Montagem.

Segundo Sergei Eisenstein, cineasta e teórico russo, a montagem é um processo de experimentação combinatória entre fragmentos visuais e sonoros que, ao serem justapostos, geram significado no campo audiovisual. Para o autor, a montagem não apenas organiza os elementos narrativos, mas também desperta, orienta e intensifica as emoções do espectador. Trata-se de um fenômeno que ultrapassa a simples soma das partes, criando sentidos a partir da interação dinâmica entre imagem e som. Como ele

afirma em *"*O Sentido do Filme" (2002, p. 52), "não deve haver limites arbitrários à variedade dos meios expressivos que podem ser usados pelo cineasta".

O teórico enfatiza que a experiência humana é a base fundamental para a compreensão da montagem. Ele destaca a importância do estudo do comportamento humano e da forma como percebemos e organizamos a realidade, afirmando que o próprio indivíduo é a fonte mais rica de conhecimento sobre os processos de construção da imagem e da narrativa cinematográfica. Dessa maneira, selecionar o material a ser montado não é apenas uma questão técnica, mas um exercício de autoconhecimento e observação, pois a montagem reflete e reorganiza percepções prévias do mundo (EISENSTEIN, 2002, p. 52). Além disso, o autor propõe a fusão entre visão e som como um dos desafios essenciais da montagem cinematográfica. A superação das barreiras entre o que é visto e o que é ouvido permite alcançar uma experiência audiovisual total, na qual imagem e som não operam isoladamente, mas em uma relação harmônica e integrada. Essa busca não é exclusiva do cinema moderno, mas ecoa anseios históricos, manifestados desde os gregos antigos até pensadores e artistas como Diderot, Wagner e Scriabin. Para Eisenstein, essa fusão não deve ser apenas um ideal estético, mas sim um método concreto que possibilite a síntese entre som e imagem, conferindo à montagem uma potência expressiva ampliada (p. 62). Dessa forma, sua teoria da montagem transcende a organização sequencial de planos e passa a ser compreendida como um processo dialético, no qual cada elemento não apenas se soma ao anterior, mas o transforma, gerando significados novos e imprevistos. É nesse contexto que a montagem se torna não apenas um recurso técnico, mas um princípio estruturante do cinema, um meio de explorar a complexidade das emoções humanas e das relações entre percepção, tempo e espaço.

Estabelecida uma base teórica sobre Montagem em Eisenstein, é possível avançar para uma análise de "O beijo de Judas" (2014), de Joan Fontcuberta, e sua abordagem crítica à fotografia digital. O artista e teórico espanhol questiona os fundamentos ontológicos da fotografia ao explorar as possibilidades de manipulação digital da imagem. Para ele, a edição e a recombinação de fragmentos visuais dissolvem a noção tradicional de fotografia como registro fiel da realidade. Como ele aponta, "o uso da tecnologia digital e suas extensas possibilidades de alterar a imagem escandalizarão os fundamentalistas do documentalismo tradicional" (FONTCUBERTA, 2014, p. 110). A fotografia, que historicamente operava como um dispositivo de ordenação do visível,

encontra-se agora em um estado de fluidez, no qual os limites entre captação e construção, entre documento e ficção, tornam-se cada vez mais indistintos.

> Ocupemo-nos de novo em refletir criticamente sobre a natureza do meio fotográfico e nos detenhamos em sua mutação da origem fotoquímica ao estágio eletrônico. Tradicionalmente, a fotografia foi entendida como o resultado de uma corrente de pensamento que pressupunha que a observação direta da natureza e o rigor e precisão da ciência proporcionavam o único acesso a um conhecimento confiável do mundo físico. De fato, a fotografia nasceu como a culminação de um "instinto": a imitação, a obsessão por representar a natureza (como estratégia de compreensão) que encontramos uma e outra vez, das pinturas nas cavernas pré-históricas aos sofisticados procedimentos tecnológicos atuais. Podemos nos referir ao realismo como ideologia de representação ou como um movimento nas artes e humanidades, mas, da perspectiva da sociologia e da antropologia, convenhamos que a vocação realista obedece a uma espécie de pulsão reflexa, ou que o realismo é um registro impresso na memória hereditária da humanidade. Os computadores, que nascem no seio de outra racionalidade —mais especulativa e não linear—, também apareceram como a culminação de outro instinto: o de processar informação, ou seja, armazenar, ordenar e avaliar dados (condição indispensável para o entendimento). Ambos os instintos satisfazem uma ampla variedade de necessidades, desde necessidades místicas (religiosas, artísticas etc.) até necessidades práticas (econômicas, políticas etc.). (FONTCUBERTA, 2012, p. 113)

A obra do autor espanhol posiciona-se como uma investigação crítica sobre a credibilidade da imagem na era digital, deslocando as noções de autenticidade e indexicalidade que historicamente sustentaram a fotografia. Se a montagem, na concepção eisensteiniana, opera através da justaposição dialética de imagens para produzir novos significados, Fontcuberta radicaliza essa lógica ao explorar a própria plasticidade do meio fotográfico, questionando até que ponto a fotografia permanece vinculada ao real. Para ele, a revolução digital não apenas amplia as possibilidades de manipulação da imagem, mas também dissolve as fronteiras entre documento e ficção, transformando a fotografia em um espaço de constante recombinação e reconstrução (p. 110). Nesse sentido, a fotografia digital aproxima-se do cinema e do próprio conceito de montagem, na medida em que não se trata mais de um registro passivo da realidade, mas de um processo ativo de construção visual, onde a justaposição e a fusão de elementos distintos geram novas formas de significação.

A questão que Fontcuberta levanta sobre a nomenclatura da fotografia digital – se ainda podemos chamá-la de fotografia ou se estaríamos diante de um novo meio (p. 112) – ressoa com as transformações epistemológicas que o digital impõe. A fotografia analógica, ao depender de um suporte físico e de um processo químico que estabelece

uma relação direta com o objeto registrado, ancorava-se na crença de um vínculo ontológico entre imagem e realidade. No entanto, com a substituição desse suporte por uma matriz digital, esse vínculo se torna cada vez mais contingente e arbitrário. Essa mudança não é meramente técnica, mas filosófica: não se trata apenas de discutir meios e fins, mas de reconhecer que a transformação do suporte afeta os próprios fundamentos da representação. O digital introduz uma nova lógica na qual a imagem deixa de ser um vestígio do real e passa a operar como um sistema autônomo de signos, cuja relação com a realidade se dá mais pelo jogo de convenções do que por uma ligação essencialista. Essa transformação também tem implicações para a cultura visual contemporânea, pois a fotografia, que nasceu como consequência de um determinado regime de visibilidade, agora se vê diluída em um novo paradigma no qual seu papel original é apenas uma das múltiplas possibilidades de produção de imagens. Fontcuberta argumenta que, nesse novo contexto, todos os produtos dessa cultura visual podem ser considerados "fotográficos", mesmo que sua relação com a noção clássica de fotografia seja contraditória ou ambígua (p. 112). Assim, o que antes era uma tecnologia destinada a organizar e dar sentido à experiência visual do mundo agora se transforma em um campo fluido, no qual as imagens podem ser constantemente reconfiguradas e ressignificadas. Além disso, Fontcuberta destaca o papel central dos computadores nesse processo, não apenas como ferramentas de manipulação, mas como extensões cognitivas que reconfiguram nossa relação com a imagem. Assim como as câmeras foram historicamente dispositivos produtores de sentido, os computadores hoje desempenham essa função de forma ainda mais intensa, atuando como próteses da percepção e do pensamento (p. 112-113). Essa fusão entre visão e tecnologia sugere que a fotografia não é mais um registro estático da realidade, mas um processo dinâmico e interativo, onde a imagem se torna um objeto em constante transformação. Assim, Fontcuberta alinha-se a uma visão contemporânea na qual a montagem, a manipulação e a construção da imagem não são desvios ou corrupções da fotografia, mas características intrínsecas ao seu novo estatuto na era digital.

A reflexão proposta em "O beijo de Judas" permite, portanto, um diálogo direto com as teorias da Montagem e da significação audiovisual. Assim como Eisenstein compreendia a montagem como um princípio dialético capaz de gerar novos sentidos a partir da justaposição de fragmentos, Fontcuberta argumenta que a fotografia digital, ao se distanciar da *indexicalidade* tradicional, adota um funcionamento semelhante, no qual cada imagem é uma construção que se define menos por sua relação com um referente do mundo real e mais por sua inserção em um sistema de recombinação e ressignificação.

Logo, a fotografia digital não apenas amplia os recursos da montagem, mas se torna, em si mesma, um território de montagem, no qual a imagem não é mais um documento fixo, mas um elemento flexível dentro de um processo contínuo de criação e interpretação.

A fotografia, desde suas origens, carrega um estatuto híbrido entre o indicial e o simbólico, entre a evidência documental e a construção imagética. Fontcuberta, ao problematizar essa dicotomia, aponta como a tecnologia digital amplificou as possibilidades de manipulação da imagem e, com isso, subverteu definitivamente a crença na fotografia como testemunho incontestável da realidade. Como ele observa, a fotografia passou por uma mutação estrutural ao integrar-se ao universo digital, tornando-se um processo de pós-produção contínuo, no qual a indicialidade peirciana, ainda presente, convive com uma maleabilidade sem precedentes (p. 110). Essa transformação expõe a fragilidade das convenções documentais e desloca o eixo de credibilidade da tecnologia para o fotógrafo enquanto autor, cujas escolhas tornam-se mais evidentes do que nunca.

A substituição das técnicas tradicionais de manipulação – como o aerógrafo e a fotomontagem – por softwares de edição, na análise de Fontcuberta, democratizou o acesso ao processo de alteração da imagem, evidenciando a artificialidade da fotografia e desestabilizando o mito da objetividade. O teórico avalia que essa revolução não apenas tornou obsoleta a noção de fotografia como testemunha confiável, mas também revelou seu caráter "degenerado" enquanto meio (p. 110). Ao integrar-se ao ambiente computacional, a imagem fotográfica incorpora “ruídos” e elementos sintéticos que não dependem de um referente externo, inaugurando o que o autor chama de "infografismo" (p. 112). Esse fenômeno, ao mesmo tempo que expande as possibilidades expressivas da fotografia, também suscita uma nova forma de fascinação pelo artifício, onde a espetacularização dos efeitos digitais pode se sobrepor à construção de sentido. Paralelamente, a interatividade inaugura um novo paradigma na relação entre imagem, autoria e público. A noção de obra fixa e definitiva é substituída por um modelo dinâmico, no qual o espectador participa ativamente do processo criativo, desfazendo a hierarquia tradicional entre artista e receptor. Na analiso do autor, esse deslocamento do papel do autor em favor de uma "criatividade compartilhada" não apenas democratiza a experiência artística, mas também reposiciona o próprio estatuto da imagem fotográfica no ambiente digital (p. 113). A confluência entre diferentes mídias em plataformas interativas, como a Internet, insere a fotografia em um ecossistema híbrido que redefine suas funções e suas fronteiras epistemológicas.

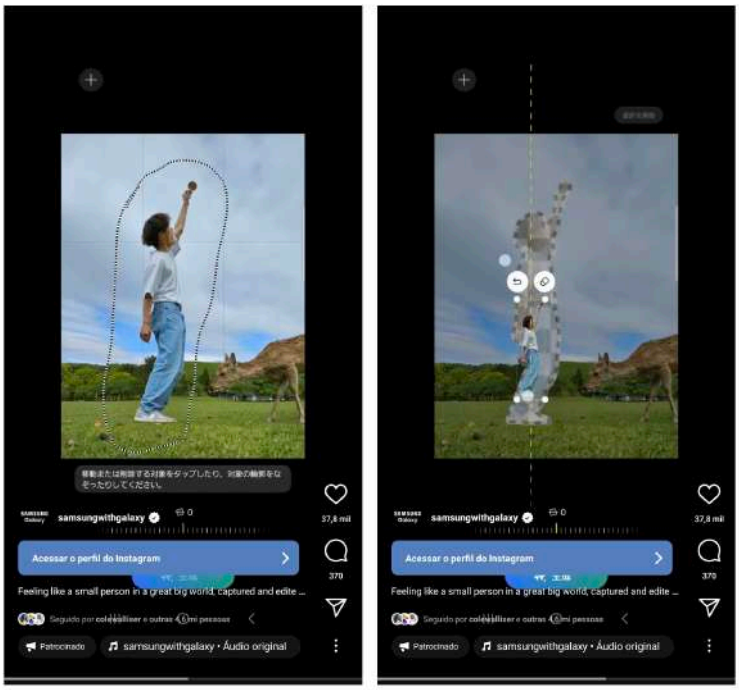

Figura 20. Captura de tela de um anúncio publicitário da Samsung no Instagram. Nesse vídeo são apresentadas as capacidades de edição fotográfica já embutidas em um dos modelos de celular vendido pela marca. Quem tira foto pode usar recursos de manipulação imagética selecionar, cortar, reduzir, ampliar e apagar elementos das fotos. Ali, o personagem se miniaturiza para demonstrar a ferramenta.

Esse contexto evidencia a fragilidade das definições clássicas do documental. A fotografia, que antes se legitimava por sua suposta neutralidade, revela-se um construto cultural e ideológico, orientado por um conjunto de convenções que determinam aquilo que deve ser considerado legítimo ou falacioso. A definição de fotografia documental proposta pelo International Center of Photography de Nova York, citada por Fontcuberta, exemplifica esse viés normativo ao associar autenticidade a uma mínima interferência do fotógrafo na cena registrada (p. 115). Tal perspectiva não apenas ignora o caráter sempre mediado da fotografia, mas também reforça um discurso moralizante que sanciona a "boa" e a "má" manipulação da imagem. Fontcuberta sugere que essa crença na fotografia como espelho do real é um resquício de um protocolo de confiança próprio da cultura da informação, no qual a imagem funciona como garantia da verossimilhança. Contudo, essa relação de confiança se dissolve diante da maleabilidade da fotografia digital. Como observa o autor, se Diógenes buscava a verdade com uma lâmpada, hoje a procuramos por meio da câmera – um dispositivo que, ao invés de iluminar, obscurece, tornando-se um mecanismo de fabricação de aparências (p. 126). Essa inversão coloca em xeque a própria relação entre imagem e verdade, pois, no ambiente digital, o real e o fictício tornam-se indistinguíveis. Nesse sentido, a fotografia contemporânea não mais se

apresenta como um suporte de evidências, mas como um dispositivo de construção narrativa, onde o real se funde com o ficcional. No contexto da cultura midiática, o autor espanhol argumenta que os conceitos de verdade e falsidade perdem qualquer validade absoluta, tornando-se variáveis de um sistema de signos fluido e instável (p. 131). Tal percepção ressoa com o pensamento de Vilém Flusser, para quem a fotografia não é um registro objetivo do mundo, mas um jogo de codificações que moldam nossa percepção da realidade. A dissolução dessas fronteiras entre real e imaginário não implica, porém, uma perda de significado, mas sim a emergência de novas estratégias de produção do real, nas quais a ficção se torna uma ferramenta essencial para a interpretação do mundo.

Por fim, Fontcuberta propõe que a fotografia contemporânea encerra um ciclo histórico ao reaproximar-se do domínio do imaginário. Se, em seu início, ela precisou reivindicar um estatuto artístico para se diferenciar do mero documento, hoje ela encontra sua potência justamente na reabilitação do ilusório. Como ele aponta, a fotografia atual não mais se limita a representar a realidade, mas a produzi-la, inserindo-se em um processo simbólico onde a construção ficcional não é uma deturpação do real, mas uma de suas "formas legítimas de existência" (p. 141). Dessa forma, a fotografia não apenas participa da construção das nossas experiências visuais, mas redefine os próprios alicerces da realidade contemporânea.

Na figura acima apresentada, uma captura de tela de um anúncio publicitário da empresa de eletrônicos Samsung, a divulgação demonstrativa de funções de montagem fotográfica digital. Naquele vídeo, um personagem experimenta a captação de foto e, posteriormente, a manipula. É possível, como se vê, remover, incluir, reduzir e alargar elementos, entre outras capacidades. Considerando os pontos explorados neste bloco, sobre autobiografia e as teorias de Montagem Audiovisual (Einsenstein) e Fotográfica (Fontcuberta), é possível afirmar que maneiras distintas são observadas alguns dos elementos elencados pelos autores — ainda que haja, evidentemente, uma distância histórica e profissional entre os sujeitos que problematizo e as obras daqueles escritores. Montagem, nesse contexto contemporâneo, passa a ser mais reconhecido pelo nome Edição: são miniaturizados e, em certas instâncias, simplificados os processos, mas ainda está ali a premissa técnica.[38] Ainda que o termo tenha mudado, as conceitualizações de

[38] Teria que ser desenvolvida um novo construto, mais atualizado, que abarcasse a totalidade dessa constatação. A migração terminológica de Montagem para Edição não é um debate amplo e aprofundado por acadêmicos contemporâneos. Observa-se, sim, um volume de produções brasileiras e estrangeiras, sobre Montagem e Edição, mas nomeados desse modo, separadamente ou revezando um com o outro. A prática, contudo, ainda é a mesma. O que faz o termo mudar é algo que reflito nesta tese.

Fontcuberta e de Einsenstein podem ser associadas ao incentivo de marcas como Samsung, de promover a manipulação estética à tira colo, portátil, com poucas e fáceis etapas para o consumidor mais ávido — a artificialidade da fotografia e o abandono de uma objetividade nessa área, refletida pelo autor de "O beijo de Judas". O valor documental em si passa a ser, nessa lógica, menos crível. Afinal, ainda há como averiguar ou distinguir quando uma mídia foi ou não foi editada, dados os aprimoramentos eletrônicos? A busca desses indivíduos que praticam a Montagem nos ambientes digitais, nota-se, é pela criação experimental. A "geração de significados" por meio de experimentações combinatórias no audiovisual, de Einsenstein, é repaginada. Se mantém a mesma? A Teoria da Montagem ainda é reflexo do contemporâneo? Migrada para as interfaces eletrônicas e entregues os mecanismos e artefatos, tais pilares permanecem? Sem respostas, resta constatar que os lançamentos do mundo digital são um rolo compressor veloz que suprime o volume de pensamento crítico. O domínio da técnica de Montagem, atual Edição, assume protagonismo das práticas online. Ao escrever narrativas vivenciais, o discurso dos sujeitos percorre processos que tornem pública e elevem à mídia — o texto, a foto, o vídeo. Narrativas autobiográficas editadas, condensadas estrategicamente pela técnica, para caber dentro de um Perfil de Instagram.

4.3 Técnicas e Estratégias Autobiográficas

No processo de construção de um Post, o usuário do Instagram percorre diversas etapas. Diferentemente da elaboração de texto na Descrição e do carregamento de imagem para o Perfil, uma publicação demanda um caráter mais autoral, na maioria das vezes. A fim de aplicar um diferencial e inserir um atrativo comercial, é comum que Criadores de Conteúdo e Influenciadores implementem recursos estéticos, tanto nos textos quanto nos visuais, que atribuam uma espécie de assinatura. Esse elemento é um recurso de edição fotográfica ou audiovisual, algo que tente distingui-los de outros Perfis. Tais mecanismos são como uma coloração nas fotos, um jeito de gravar o áudio ou a maneira de iniciar vídeos, entre outros exemplos, como veremos a seguir. São essas escolhas que resultam, como desenvolvo e proponho nesta pesquisa, em uma composição ficcionalizante e expansionista: em uma visão geral, essas decisões de edição contribuem para a composição de uma página pessoal fundada na manipulação de mídias que, ao serem organizadas e compartilhadas estrategicamente, narram uma história autobiográfica daquela personagem no Instagram. O processo de elaborar, editar e carregar essas mídias

a fim de povoar um Perfil chamo de Montagem do Eu. Emprego esse termo emprestado do Cinema, do Audiovisual e da Fotografia, considerando que são nessas áreas onde o arcabouço teórico é mais vasto sobre a Montagem. Percebe-se, nessa produção científica, que tal conceito é semelhante àquilo que usuários fazem no Instagram: curadoria, seleção, correção, ajuste e composição. Neste bloco, portanto, exploro a teoria acerca da Montagem, combinando-a e investigando-a com o que já percorremos até aqui sobre Autobiografia e Imagem. O objetivo, portanto, é conferir como sujeitos desenrolam esses métodos e criam narrativas autobiográficas no Instagram.

O Perfil @happywithmeg tem, até a redação desta pesquisa, 111 mil Seguidores e 551 Publicações. Na Descrição, "Hybrid Training x Running" dá a entender que se trata de uma página centrada nas rotinas de bem-estar da jovem Meg. Além disso, endereço para contato comercial e cinco outros links para lojas online, com códigos de desconto e afins, o que enquadra a Criadora de Conteúdo como alguém com vínculo comercial pela plataforma. No Instagram de Meg, é comum que todas as postagens a ilustrem na Miniatura, sempre sorrindo, em ocasiões e figurinos diferentes. O que também alterna a cada vídeo é o estilo dessas Miniaturas, pois têm tipografias distintas, indo de perguntas a listas e frases informativas.

De 1° de Janeiro até metade de Março de 2025, @happywithmeg somava 71 Posts, sendo 60 vídeos (84,5%) e 11 tipo Carrossel (15,5%). As Curtidas variam entre uma e duas mil, mas há Publicações que atingem 7 mil ou 15 mil. É comum, entre os comentários feitos por outros usuários, que a edição nos vídeos de Meg seja elogiada. A Criadora de Conteúdo, percebendo essa demanda, lançou uma série de vídeos explicando o método, as ferramentas e as estratégias na hora de roteirizar, capturar as imagens, fazer locuções, cortar os vídeos e incluir textos ou animações. Até a redação deste trabalho, foram cinco "episódios", como ela mesmo nomeia, para a série "How I edit" ("Como eu edito"), que soma mais de 1,2 milhões de Visualizações.

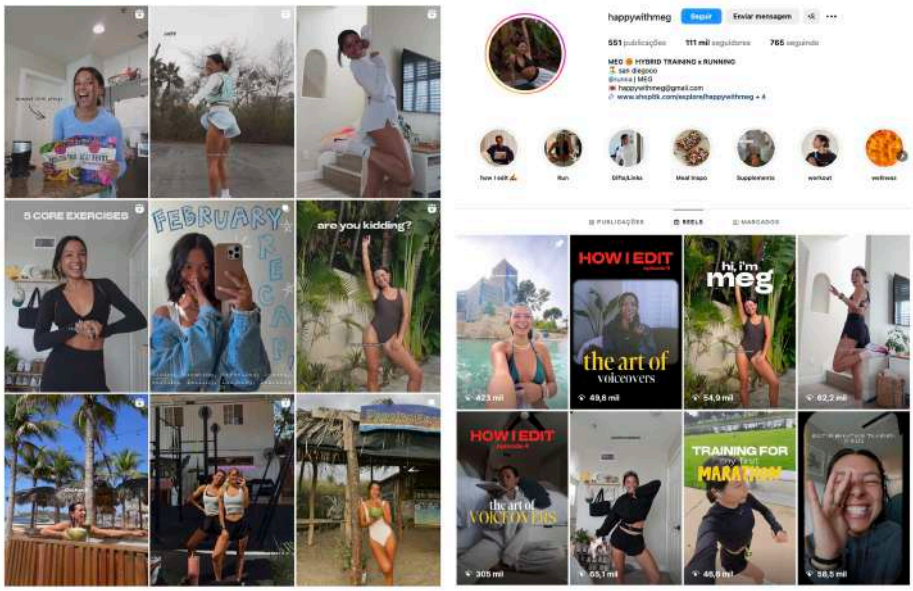

Figura 21. Captura de tela do Instagram de @happywithmeg. Os elogios dos Comentários à "Edição" da usuária são um reflexo das mídias que ela publica com frequência — como exploro neste capítulo. Nas Miniaturas, uma espécie de "assinatura visual", com padrões que se repetem na leitura estética do Perfil.

Em um primeiro episódio, Meg afirma que não quer "gate keep", ou "guardar segredo", para explicar o motivo da série. Nesse vídeo inicial, a Criadora revela os aparelhos e os aplicativos com os quais filma, fotografa e edita as mídias que estão no Perfil dela. São três câmeras profissionais e um aparelho celular iPhone, além de um tablet para edição de vídeo, onde estão três programas distintos para correção de cor em fotografias, corte de vídeos e animações de imagem. O vídeo ultrapassa 309 mil Visualizações, 17 mil Curtidas e 200 Comentários. "Dando às pessoas o que elas precisam!", "Essa era uma pergunta, obrigado por expandir" e "Nossa rainha da edição" são alguns dos Comentários presentes ali.

No segundo episódio, chamado "A arte de perspectiva", com 155 mil Visualizações e cerca de 8 mil Curtidas, ela inicia afirmando: "Você quer que as pessoas parem de rolar a tela e assistam ao seu vídeo e, então, você precisa manter a atenção delas." De acordo com Meg, perspectivas e ângulos variados combinados em um único vídeo são "divertidos" e "envolventes" (de "engaging") de assistir, assim como dar Zoom que, diz Meg, atribui "profundidade" e "dimensão" às produções. Comentários como "Você faz edição parecer fácil!", "Isso foi muito útil" e "Isso é uma aula absoluta (absolute masterclass)" povoam a seção.

Na parte três, "A arte do áudio", Meg detalha que esse elemento é uma combinação de quatro componentes: (i) música, (ii) o áudio dos vídeos, (iii) locuções e (iv) efeitos sonoros. Nesse episódio, que tem mais de 417 mil Visualizações, 26 mil

Curtidas e 200 Comentários, ela afirma que a soma de três ou quatro desses itens fazem um vídeo melhor. A Criadora percorre um passo-a-passo técnico da edição do áudio. Meg retoma o assunto em um quarta episódio, “A arte de locuções (voiceovers)”, que ela divide em duas partes. De acordo com a Criadora, “a chave para uma boa locução não está em descrever o que a pessoa está vendo”, porque isso torna o vídeo “redundante” e “entediante”. Em vez disso, Meg recomenda explorar “porquê você está fazendo o que está fazendo ou como você se sentiu a respeito”. Na opinião da jovem, esse caminho é “muito mais interessante”. Na seção de Comentários, mais de 250 usuários afirmam concordar com a explicação de Meg. Na parte dois, a usuária reforça tutoriais de locução e edição de áudios, focando em como fazê-los “nunca perder a atenção do espectador”, como afirma. Segundo Meg, isso é possível escrevendo um roteiro, gravando a voz e recortando “respiros” ou intervalos, frase a frase, deixando a narração com uma transição “imperceptível”. Entre os Comentários, relatos como “Estou amando esses vídeos e aprendendo muito!” e “Isso é muito útil” são alguns dos agradecimentos mais comuns. Esse quinto episódio, o último carregado até a data da redação da pesquisa, passa de 49 mil Visualizações, 2 mil Curtidas e 100 Comentários.

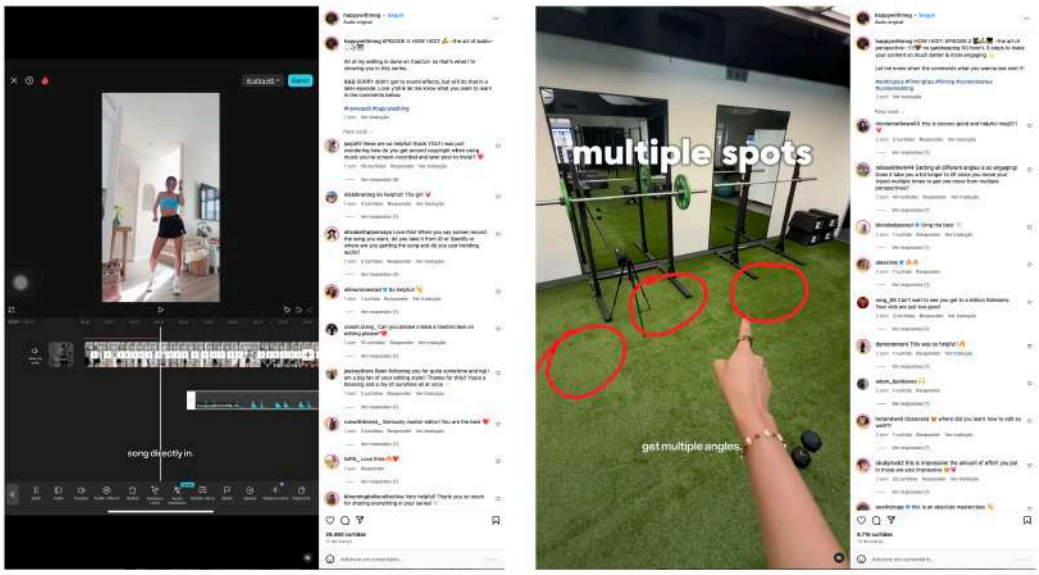

Figura 22. Captura de tela do Instagram de @happywithmeg. Nos vídeos serializados, a usuária torna transparente o uso de métodos para a captura de imagens, assim como o processo de edição em etapas.

Entre Criadores de Conteúdo que explicam métodos e ferramentas de edição de fotos, áudios e vídeos, o Perfil @vicgaibar também pode ser analisado. Com mais de mil Publicações e 577 mil Seguidores, a brasileira aponta na Descrição: “Libere sua criatividade e transforme seu olhar em arte usando apenas o celular”. Ainda ali, insere o

endereço eletrônico para um curso online pago para aprender técnicas de filmagem em aparelhos celulares — no que ela define como “a maior formação de filmmakers mobile do mundo”. De 2 de Janeiro até metade de Março de 2025, o Perfil apresentava 26 Posts — para efeitos de comparação, @happywithmeg tinha uma frequência de postagem cerca 164% maior que esta segunda Criadora de Conteúdo. A fim de compreender como Vic constrói a página no Instagram, analiso aqui as três Publicações mais curtidas do Perfil dela — todos vídeos. A estrutura dos Posts é semelhante: @vicgaibar apresenta o contexto, apresenta as técnicas e exibe o resultado ao final. No primeiro a observar, postado em 26 de Janeiro de 2025, a Criadora exemplifica como fazer mídias durante um almoço ou café da manhã. Nas dicas, recomenda variar entre “planos abertos” e “planos mais fechadinhos”, finalizando com edição de acordo “com a batida da música”. O tutorial passa de 166 mil Curtidas, 1,5 milhão de Visualizações e mil Comentários. Entre as opiniões de usuários, lê-se de diferentes pessoas: (a) “O que eu achei? Simplesmente perfeito! Eu produzo conteúdo? Não! Mas amo suas dicas, assisto até o fim e sempre salvo. Vou colocar em prática? Não sei, mas seu conteúdo é tão valioso que merece todo o engajamento!”; (b) “Eu queria muito muito mesmo ser criadora de conteúdo, mas de pensar em parar o tempo todo para filmar ao invés de viver o momento, me dá tanta preguiça que eu acabo só vivendo mesmo! Admiro demais quem consegue, queria muito aprender a conciliar tudo”; e (c) “(…) Parabéns por trazer um pouco disso para as pessoas, mostrando que não basta ter "uma câmera na mão e uma idéia na cabeça" se você não dominar os elementos do cinema…”. Este último, escrito pelo jornalista e apresentador Flavio Fachel, de alguma maneira, concilia os debates entre outros Perfis na seção, onde usuários refletem sobre “excessos” de fotos e vídeos no dia a dia. Duas usuárias indicam: (a) “gente, é um perfil que ENSINA DE GRAÇA [grifo dela] várias dicas de edições de vídeo, se acalmem” e (b) “Pelo amor de Deus gente, melhorem. Um conteúdo maravilhoso que essa mulher traz, todo detalhado pra quem QUER [grifo dela] aprender!”

Um segundo Reel de @vicgaibar trata-se de uma produção feita em menos de dez minutos, segundo a Criadora, que enfatiza quão rápido é possível fazer tais mídias — “foram seis minutos de captação!”, ela ressalta. No vídeo, postado em 4 de Fevereiro de 2025, que tem mais de 520 mil Visualizações, 33 mil Curtidas e 550 Comentários, Vic repete o linguajar audiovisual, falando sobre usar “plano abertão” ou “planos mais fechados”, assim como mais movimento para a modelo “não ficar muito parada”. Uma pessoa destaca “Como eu queria editar rápido e lindo assim”, sobre a agilidade destacada

pela Criadora. Entre as centenas de elogios à filmagem e à edição, outra fã afirma: “Provando mais uma vez que beleza se acha em qualquer lugar, com olhar apurado”.

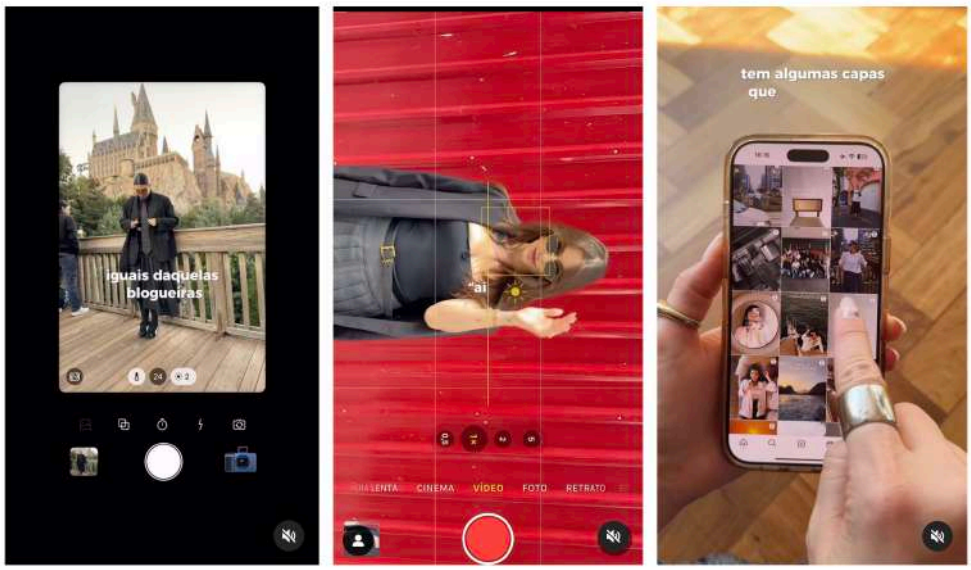

Figura 23. Capturas de tela de diferentes Reels de @vicgaibar. Neles, a usuária explica os métodos de captura de fotos e vídeos, dando exemplos e simplificando termos comuns do Cinema, do Audiovisual e da Fotografia, como planos e enquadramentos. Nas Publicações, Vic Gaibar se propõe a descortinar os processos de edição habituais, inclusive, entre outros Criadores de Conteúdo e Influenciadores.

O período enquadrado, de Janeiro a Março de 2025, foi definido a fim de recolher amostras que evidenciam técnicas e estratégias mais recentes. Como se trata de uma área versátil e ágil, muitos dos estudos de caso tiveram que ser revisitados de modo a garantir precisão de números e exemplos mais condizentes com as práticas contemporâneas. O objetivo, portanto, é tem um retrato mais fiel sobre o presente — e, possivelmente, um indicativo do futuro — dessas práticas todas. É por isso, também, que se faz fundamental observar o terceiro Reel de @vicgaibar, que insere Inteligência Artificial como uma ferramenta para “ajudar” na produção de um vídeo. “Quero transformar o álbum de fotos de casamento da minha tia num vídeo”, ela conta na abertura do Reel, postado em 14 de Março, que soma 1,5 milhão de Visualizações, 160 mil Curtidas e 4 mil Comentários. No passo-a-passo, ela mostra ter digitalizado fotos antigas, feito o carregamento em um site e, por fim, combinado os vídeos em um programa de edição de vídeo. Duas pessoas nos Comentários indicam emoção, como “E eu que chorei com esse vídeo?” e “Isso é um presente para chorar”. Outros, como “Essa é a coisa mais sensacional que eu já vi a IA fazer” e “o futuro vindo com tudo” ressaltam o elemento tecnológico de maneira elogiosa. Em contraponto, outras opiniões sublinham como tais mecanismos modernos atribuem

aos registros estáticos algum movimento, fazendo-os como um vídeo. “Ao mesmo tempo que amei fiquei com medo” e “Isso é lindamente perfeito e assustador”, brincam outros.[39]

Figura 24. Captura de tela de um Post de @vicgaibar. Naquele vídeo, a Criadora de Conteúdo mostra as etapas técnicas para atribuir movimento às fotografias analógicas que digitalizou. O resultado causa espanto, mas também evoca fascínio entre outros usuários na seção Comentários.

É possível observar que ambos os Perfis analisados neste item se propõem a repassar instruções e ferramentas para outros usuários. Nessa proposta, estimular que pessoas repliquem tais métodos e perpetuem essas linguagens estratégicas adotadas no audiovisual comum àquela plataforma. O Perfil @happywithmeg, ainda que direcionado para temas de bem-estar e exercícios físicos, partilha dos *apps* e técnicas de filmagem e edição. Serializa um modelo comum a usuários como @vicgaibar, que têm esse formato como carro-chefe. Ambas, no entanto, capitalizam pelas próprias páginas de Instagram: a primeira, Meg, faz dessas Publicações uma exceção em meio ao grande volume de Posts em um curto espaço de tempo, que foi Janeiro a Março de 2025; a segunda, Vic, por sua vez, tem mais Seguidores e, ainda assim, tem uma frequência menor de Publicações, ainda que o Perfil seja unicamente direcionado à filmagem e edição em aparelhos eletrônicos móveis. Em ambos os Perfis, o tom elogioso à forma e à estética das mídias — o estilo de edição, de captura de imagens e de fotos — está sempre presente na seção de Comentários. Nota-se, portanto, que o domínio desses instrumentos e procedimentos assegura aos usuários uma recepção positiva, configurando uma estratégia de êxito para “atrair atenção”, como afirmam nas produções que publicam no Instagram.

[39] O assunto, a instrumentalização de tecnologias como essa que dão movimentos às fotos antigas por meio de Inteligência Artificial, será retomado adiante, no último capítulo.

A noção de que fotos, vídeos e textos, quando manipulados para a elaboração de Posts de Instagram pode ser designado como "estratégia" vem da observação de que o método é: (i) organizado em *modus operandi*, como listas de aplicativos ou apresentação de termos técnicos; (ii) apresentado como um modelo de desenvolvimento para ser replicado por outros posteriormente; (iii) indicado como uma proposta para "engajar", "viralizar" e capturar a atenção do público. Assim, é possível afirmar que é comum, no contexto contemporâneo, estruturar uma estratégia visual e sonora que amplifique o desempenho dos Criadores de Conteúdo e Influenciadores no Instagram, aumentando as chances desses sujeitos de serem vistos por novas pessoas, conquistarem reconhecimento e cativarem outros usuários. Há, contudo, o componente da monetização no Instagram. Tanto @vicgaibar quanto @happywithmeg usam, em suas Descrições de Perfil, endereços para lojas virtuais ou venda de cursos, assim como eventuais menções a "parceiros" ou "colaborações" (também chamadas no inglês "*Collabs*" entre essas usuárias). Portanto, quanto mais intensificada a estratégia estéticas por trás dos vídeos, das fotos e dos textos, mais possível a atração de outras pessoas no Instagram que, talvez, sejam encaminhadas para a compra dos bens ou dos serviços oferecidos nessas páginas.

A associação entre estratégia, estética, compra e consumo digital aqui feita não surge repentinamente. O Perfil @iamsarahsnow, com mais de 433 mil Seguidores e 340 Publicações, reforça a premissa colocada. Na página, Sarah Snow costuma preparar receitas e discorrer reflexões diversas. Nas Miniaturas, habitualmente vê-se a Criadora de Conteúdo e o título em texto próximo a ela, como: "Cinco passos para a paz", "Acreditando no processo", "Sofrimento mútuo", "Como parar de se odiar", entre outros. No entanto, no meio desses temas, encontram-se: "65 mil Seguidores, um vídeo", com 1,8 milhão de Visualizações; "Cinco dicas a mais para vídeos virais que funcionam", com 880 mil; "Assim é como eu faço os meus vídeos virais", 804 mil; e "Cinco regras para viralizar que vão te salvar de dor", 244 mil; entre outros. Ainda que a linha editorial de tópicos de Sarah Snow seja centrada em autoconhecimento, naqueles vídeos os usuários, na seção de Comentários, elogiam o vídeo apresentado, o "visual" e o "conteúdo" — como é possível observar nas capturas de tela a seguir.

Figura 25. Capturas de tela de Posts @iamsarahsnow. Os vídeos da Criadora de Conteúdo têm um ritmo e uma estética próprios, os quais são frequentemente elogiados na seção Comentários.

Acontece que Sarah Snow não somente explora tais tópicos, mas, também, fornece uma espécie de consultoria e formação *online* para que outras pessoas aprendam e repliquem o formato que ela pratica — o mesmo que exemplificado nos objetos de estudo anteriores. O que há de novo aqui, contudo, é o projeto autoral da Criadora de Conteúdo. Na Descrição, lê-se "No caminho para a sobriedade emocional" e, abaixo, "Faça parte da lista de espera da Viral You", acompanhado de um link para um endereço fora do Instagram. Nessa página, o título "Viralize por ser você", com um resumo dessa capacitação, informando que Snow vai "mostrar como construir uma marca pessoal viral que se pareça com você e alcance milhões de pessoas sem postar diariamente, pensar demais no seu conteúdo ou tentar ser alguém que você não é". Abaixo, a narrativa ordenada em etapas de um cenário de insucesso na Criação de Conteúdo, que começa com "Você quer compartilhar sua mensagem com o mundo, mas as ideias não vêm", segue em itens como "Você posta e ganha 11 Curtidas" e conclui com a afirmação da profissional: "Eu conheço esse sentimento. Eu já passei por isso. E vou te contar um segredo: construir uma marca pessoal viral não é sobre aperfeiçoar a arte da criação de conteúdo, é sobre aperfeiçoar a arte de fazer as pessoas se importarem." Na ementa do curso, ainda no *website*, estão aulas como "Roteiros que prendem", "Filmando como um profissional", "Editando para Compartilhamento", "Monetize o seu Conteúdo" e "Entrando na sua Identidade Criador de Conteúdo".

É possível concluir que a escrita autobiográfica no Instagram tem diversas formas estéticas e narrativas, a depender das escolhas de cada usuário. É comum, contudo, que Criadores de Conteúdo e Influenciadores, dirijam as decisões do Perfil mapeando o que os beneficia comercialmente. Quanto maior o investimento na abordagem visual, sonora e no conteúdo, maior as chances do capturar a atenção do público, de ocasionais Seguidores, como de possíveis contatos comerciais. Perfis como @happywithmeg, @vicgaibar e @iamsarahsnow deixam evidente que há propostas estratégicas de como desenvolver, condensar e apresentar as mídias no Instagram. Os Comentários nas Publicações analisadas revelam que a recepção é positiva quando se detém essas práticas pontuadas no item 3.3. Considerando as explorações de 3.2 também fica clara que a confecção da escrita do eu se intensifica quando o elemento autorreferencial atravessa a sofisticação dos processos estéticos. Produzir discurso na contemporaneidade está, invariavelmente, atrelado à construção de fotos, vídeos e textos digitais que circulam em ambientes eletrônicos e online, onde os relatos privados desabrocham para a esfera pública com o aprimoramento, a montagem, a edição, o tratamento. A vida é, aparentemente, ordenada para abrigar os eventos e as subjetividades que o usuário do Instagram se pretende a escrever a cada Post, Reel, Story, Descrição e Avatar. Isso se amplifica quando, revisitando 3.1, entendemos que a confluência de atravessamentos da cultura midiática do Século XXI é latente e presente na vida cotidiana de diversos indivíduos que, capturados pela sociabilidade online, do apelo das comunidades virtuais e pelas marcas dos aparelhos eletrônicos, ingressa e replica modos de uso. Trata-se de um retrato espetacularizado da sociedade, como Sibilia elenca ao refletir sobre Guy Debord.

Proponho aqui, entretanto, uma perspectiva diferente. Plataformas como o Instagram apresentam meios de elevar a exposição virtual na rede para incentivar o aparecimento de Criadores de Conteúdo e Influenciadores. Esses, por sua vez, veem na plataforma oportunidades de capitalização da própria imagem, do relato autobiográfico, ainda que seja com enfoque profissional. Para obter daquele ambiente algum êxito, esses sujeitos buscam por métodos estéticos que forneça vantagens competitivas na conquista de públicos, de Seguidores. Seguindo uma lista de boas práticas, afirmam agências de Marketing Digital e consultoras como Sarah Snow, é possível "viralizar". Esse argumento, contudo, é norteado pelo domínio da técnica: roteirizar, filmar, editar e entender os mecanismos da plataformas são pré-requisitos. Considerando que o Instagram, enquanto aplicativo e ambiente digital, está em frequente mudança — inclusive, até para o risco desta pesquisa —, trata-se de uma capacitação e atualização

constante por parte do usuário que deseja profissionalizar o Perfil ali. Ocorre, assim, a tentativa de percorrer o que chamo de graus de ficcionalização.

A entrada em lugares como o Instagram demanda dos sujeitos uma série de capacidades, desde o acesso à Internet e a obtenção de um aparelho eletrônico, assim como algum entendimento das nomenclaturas, terminologias e simbolismos do mundo virtual. Exige, ainda mais, do envolvimento com outros usuários, Perfis que você segue ou que te seguem. Mas o Instagram abre, a partir da criação de uma página pessoal, a possibilidade do relato vivencial, autorreferencial e autobiográfico, que discorremos neste capítulo. Percorrer esse caminho, da elaboração de um Perfil até tornar-se Criador de Conteúdo e Influenciador, pede de qualquer sujeito um conhecimento, um movimento, uma ação. Como exemplo disso, o Instagram lhe pede, por meio de Notificações e e-mails que atualize fotos, acompanhe outros usuários, publique um Story ou veja algum Post. Corresponder aos incentivos e seguir essas etapas, conforme indica aquela rede social, pode ocasionar em um cenário de Seguidores, "Collabs" e afins. O discurso, porém, não é tão direto assim: recomendam-se vídeos "mais dinâmicos", que "prendam a atenção" (como afirmam Vic Gaibar) e não sejam "entediantes" ou "chatos" (Meg) que resultem em apenas "11 Curtidas" como reflexo do insucesso (Sarah Snow).

Explorar graus de ficcionalização abre margens para a profissionalização no Instagram.[40] A começar pela customização do próprio Perfil, Nome de usuário, Avatar, Seguir outras pessoas e, talvez, uma primeira Publicação. Essa etapa inicial no Instagram, como sugere a empresa, é um começo. Ações de "engajamento", como Comentar, Curtir e Compartilhar, podem ser elencadas como um segundo grau no processo ficcionalizante. Estabelecer trocas como essas fazem com que o Perfil seja visto por quem lê ou vê. Há uma assinatura, na notificação e no Feed, que apontam: "[Usuário] curtiu isso", "compartilhou uma foto" ou "enviou uma mensagem". O ponto de virada, seguindo as orientações dessas fontes, é a criação, produção e o compartilhamento de mídias editadas. Esse é o terceiro grau: desenvolver um Post, um Reel ou um Story, principalmente se autoral, é um dos caminhos para a constituição de um Criador de Conteúdo (como o nome já reflete) ou um Influenciador. Como recomendam os objetos analisados neste capítulo,

[40] A proposta de Graus de Ficcionalização não é fornecer uma cartilha, mas sim apontar que ela é fabricada e promovida pelas plataformas pelos interesses das próprias companhias. No caso desta tese, observa-se como o Instagram indica etapas e modos de uso. A essa trilha percorrida é que se atribui o conceito de Graus de Ficcionalização. Ou seja: camadas de ampliação da escrita autobiográfica usando os mecanismos de produção, edição e compartilhamento multimídia nas interfaces digitais a fim de estruturar narrativas vinculadas ao consumo, à venda e à oferta de bens e serviços nesses ambientes.

há um empenho na criação das fotos, dos vídeos e dos textos. Nesse passo da produção, todavia, estão imbricados diversos processos criativos que derivam da Fotografia, do Audiovisual, do Cinema e diversas outras linguagens estéticas e narrativas. Aprender e dominar essas ferramentas, constantemente se atualizando, asseguram o Instagram e os tais Creators, viabiliza a estrada da "viralização".

Ainda, como pudemos ver em outros momentos desta pesquisa, se vê que as fronteiras com a ficção podem ficar ainda mais próximas. A manipulação, o ajuste, exagerado pode afastar do campo crível, do que se entende por relato vivencial, do diário íntimo, de uma pessoa. Em termos simples, editar demais pode causar a impressão de uma performance distante da vida cotidiana tal como se vê. Ultrapassar limites convencionalmente estabelecidos entre os usuários do Instagram podem levar, ironicamente, à percepção de que se trata de um projeto ficcional destacado da vida como ela é. Mas isso não é um impeditivo ou um obstáculo. Como ocorre no escrito de Lejeune sobre autobiografia, é um "pacto". Lil Miquela, observada no capítulo dois, e Meg, neste bloco, são um exemplo disso: mesmo que a primeira seja assumidamente uma personagem gerada artificialmente e a segunda, sem inspeção, seja compreendida como uma jovem interessada em bem-estar e corrida, usuários optam por Seguir e acompanhar, interagindo ao próprio gosto e conferindo àqueles Perfis uma legitimação. Tornam-se Influenciadoras ou Creators porque, cada uma à sua maneira, exploram os artifícios estéticos que têm ao dispor — uma declarada personagem; outra, uma jovem norte-americana. Em conclusão, a manipulação estética das mídias textuais ou audiovisuais não vai impedir que as trocas comunitárias no Instagram ocorram. A ficção está lá para ser consumida, desde que com alguma moderação — como exemplifico e reflito adiante em objetos nos quais a edição é acusada e repreendida pela própria comunidade do Instagram.

Por fim, proponho que graus de ficcionalização sejam entendidas como etapas em um processo criativo, digital e estético, comum às redes sociais multimídia contemporâneas do Século XXI. No Instagram, ficcionalizar está presente desde a elaboração de um nome de Perfil, a customização de como uma pessoa será "chamada" naquela rede, o @ memorizado. Essa criação de Nome, por si só, já se distancia da associação do nome civil inscrito por uma pessoa nos ambientes offline. A distância entre um Nome de Perfil diferente e os vídeos editados, com trilha sonora, locução e Filtros de cor são os graus de ficcionalização. Eles operam durante a trilha de personalização do Perfil e no ensejo de cada usuário de profissionalizar ou não a página que tem no

Instagram. Nessa lógica, o relato autobiográfico, relato de vida cotidiana, está intimamente acoplado à ficção.

5. EXPANSÃO DA VIDA

No início dos anos 2000, quando ingressei no curso de Graduação em Jornalismo, uma das obras mais exploradas pelos docentes era "Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem" (2007), de Marshall McLuhan. O conceito de "extensão" refere-se à ideia de que as tecnologias e os meios de comunicação funcionam como extensões das capacidades sensoriais e cognitivas humanas. Segundo o autor, cada novo meio amplia e transforma a experiência humana ao modificar a relação do indivíduo com o ambiente e consigo mesmo. A escrita, por exemplo, estende a memória e permite a preservação do conhecimento além dos limites biológicos do ser humano, enquanto o rádio e a televisão expandem o alcance da voz e da visão para além das fronteiras espaciais imediatas. Uma das implicações centrais desse conceito é que as extensões tecnológicas não são neutras; elas reconfiguram a percepção e a organização social. Naquela obra, o autor argumenta que os meios não são apenas veículos de transmissão de conteúdo, mas agentes que alteram os padrões sensoriais e culturais. O automóvel, por exemplo, estende a locomoção, mas também reconfigura o espaço urbano e a organização da vida social, impondo novas formas de deslocamento e alterando a percepção da distância. Da mesma forma, a internet e os dispositivos móveis ampliam a comunicação instantânea, transformando não apenas as interações interpessoais, mas também os processos de produção e circulação de informação. No contexto contemporâneo, o conceito de "extensão do homem" pode ser aplicado à cultura digital e às redes sociais. As plataformas digitais atuam como extensões da identidade e da cognição humana, permitindo a construção de múltiplos "eus" virtuais, a amplificação da memória coletiva e a transformação das interações sociais. Contudo, essa ampliação também gera novas problemáticas, como a dependência tecnológica e a crescente fusão entre os domínios físico e digital. Assim, a análise de McLuhan contribui para compreender como os meios tecnológicos continuam a moldar e a redefinir a experiência humana na era digital.

Nas páginas iniciais da Introdução, é apresentada uma breve linha histórica sobre como os desenvolvimentos tecnológicos do Século XX, como a indústria dos jogos

eletrônicos e, posteriormente, a Internet, ocasionariam em uma ampliação no consumo de aparelhos e ambientes digitais. Naquele período, os videogames e as experimentações *hacker* eram responsáveis por empurrar os limites da eletrônica e da mecânica a fim de conferir as possibilidades dos dispositivos e dos sistemas enquanto meios de comunicação — independentemente dos usos, dos destinos. A indústria dos jogos, por meio de consoles e títulos variados, tinha êxito em atrair consumidores para narrativas digitais que se desdobravam naquelas telas e universos computadorizados. Com o advento dos computadores domésticos conectados à Internet, os jogadores passaram a interagir em tempo real, criando dinâmicas de comunicação e competitividade. As desenvolvedoras, por sua vez, adotaram um modelo de atualizações periódicas, permitindo a inclusão de novos conteúdos e funcionalidades, chamado "expansão". Era possível, com isso, que companhias lançassem no mercado uma expansão com ferramentas, funções, personagens ou mecânicas corrigidas ou até inéditas, ampliando o produto original. O conceito tornou-se central na indústria dos jogos eletrônicos, pois atende tanto às necessidades comerciais das desenvolvedoras quanto ao desejo dos jogadores de aprofundar experiências virtuais. Sob a promessa de oferecer novos conteúdos e corrigir eventuais falhas técnicas, a expansão transforma o consumo de jogos em uma experiência contínua e imersiva, reforçando a relação dos usuários com os universos digitais.

Em McLuhan (2007) foi possível observar com o teórico propõe uma perspectiva analítica sobre os usos tecnológicos. No decorrer da trajetória acadêmica, contudo, as investigações bibliográficas revelavam que as imagens têm um papel fundamental na percepção e entendimento de mundo. Aquilo que se constituiu como Cultura Visual, conceito refletido em páginas anteriores, conquista protagonismo em especial nos recentes séculos, com processos industriais e globalizados se inclinando à instrumentalização da eletrônica, da automatização e das lógicas dinâmicas de consumo espalhadas no mundo. Tal relevância dos artefatos imagéticos, destacados em cada capítulo desta tese, aponta um caminho para "extensões" calcadas na Imagem enquanto construto conceitual, independentemente do aparelho eletrônico. A proposta de Expansão, seguindo esse raciocínio, se direciona às práticas, aos consumos e aos efeitos do panorama eletrônico quando norteados pelas Visualidades: símbolos, interfaces, Emojis, vídeos, fotografias, botões de Curtidas, entre outros. Considerando o caráter de customização e experiência individual de usuários nos jogos eletrônicos, e com base nos artefatos disponibilizados e limitados pelas empresas, também é sugerida a noção de Expansão como um meio de escrita de vivência. Ou seja, os usos de aparelhos eletrônicos

para fins de criação, produção e manifestação identitária. É, sobretudo, fundamental considerar que esses ambientes digitais são elaborados com termos e símbolos diversos que modificam e adaptam o modo com que se movimenta o usuário ali: se deseja compartilhar uma foto, pode ser um Story ou um Post; se a intenção é de não escrever textos para alguém, é possível Reagir; entre outros exemplos. Assim, constata-se que tais plataformas operam com recursos eletrônicos e audiovisuais para apresentar interfaces que flutuam em uma tênue linha de imaginário, ilusão e simulação — como refletido no capítulo dois por autores como Flusser, Barthes, Rodrigues e Baudrillard.

Em suma, a proposta da teoria expansionista é de situar-se como uma perspectiva sobre o uso de aparelhos eletrônicos para a construção identitária e autobiográfica por meio dos artefatos que integram a Cultura Visual. No Instagram, objeto central de estudo desta pesquisa, os Criadores de Conteúdo escrevem narrativas visuais por meio de métodos (autorais ou replicados de outros) orientados pelo empreendedorismo. Convidados pela empresa detentora da rede social com discursos dirigidos por palavras como “expressão” e pela “criatividade”, esses indivíduos usam a plataforma para desenvolver mídias sobre si e, no trajeto de composição e montagem autobiográfica, tatear possíveis relações comerciais. A fim de planar sobre os conceitos refletidos, afirma-se: a Expansão, desse modo, é conduzida para os eventos da narrativa vivencial nos ambientes digitais da Cultura Visual, os relatos de vida por Imagem. Mas, também, para o engajamento, para a reprodução, o espetáculo, o show. Em ambos os casos, conclui-se, que o indivíduo contemporâneo transita pelos lugares online e pelas práticas eletrônicas para ampliar a construção de identidade, para explorar caminhos de manifestação subjetiva e experimentar processos e instrumentos que continuem, para além do consumo tecnológico, imbuindo a vida de significado e sentido em meio às complexidades e atravessamentos que operam e impõem as sociedades globalizadas contemporâneas.

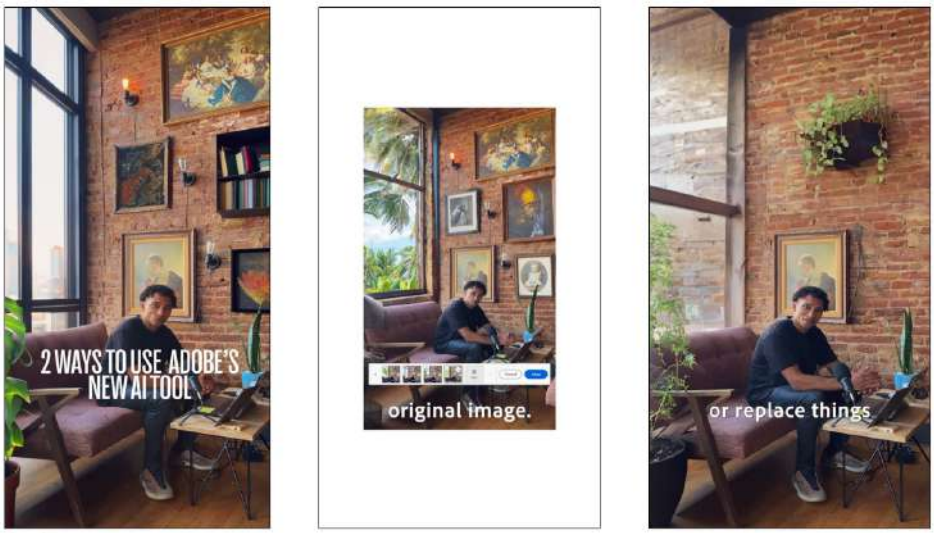

Figura 26. Captura de tela do Reel do usuário @mr.grateful no Instagram.

Em Julho de 2023 a Adobe lança Generative Expand, uma ferramenta que amplia imagens de tamanho e preenche espaços vazios com Inteligência Artificial. “Suponha que seu objeto esteja cortado, sua imagem não esteja na proporção desejada ou um objeto em foco esteja desalinhado com outras partes da imagem”, explica a empresa, no lançamento oficial da, então nova, função. “Você pode usar a Expansão Generativa para expandir sua tela e fazer com que sua imagem se pareça com qualquer coisa que você possa imaginar”.[41] O Criador de Conteúdo @mr.grateful experimentou o mecanismo antecipadamente e explica os modos de uso em um vídeo publicado em 3 de Junho de 2023, com mais de 76 mil Curtidas e 1,5 milhão de Visualizações. No Reel analisado, é demonstrada a funcionalidade de uma ferramenta de Inteligência Artificial, modificando elementos do cenário, alterando o fundo da janela, a parede lateral e a planta em primeiro plano. Segundo o próprio usuário, o objetivo da publicação é exemplificar os possíveis usos dessa tecnologia, denominada Adobe Firefly, e destacar sua contribuição para a *expansão* da imaginação humana. Esse tipo de recurso evidencia o impacto da IA na edição de imagens, permitindo que criadores experimentem novas possibilidades visuais sem a necessidade de habilidades técnicas avançadas.

Ao automatizar processos criativos, a ferramenta não apenas amplia as opções estéticas disponíveis, mas também reconfigura a maneira como a produção de imagens é concebida. Dessa forma, o vídeo e a Legenda analisados inserem-se em um debate mais amplo sobre o papel da inteligência artificial no trajeto da autobiografia digital. Ao

[41] O’CONNOR, Mike. Adobe launches new Generative Expand tool in Photoshop. Capture Mag, 28 de Julho de 2023. Disponível em: ≤https://www.capturemag.com.au/news/adobe-launches-new-generative-expand-tool-in-photoshop >. Acesso em: 28 de Dezembro de 2024.

mesmo tempo que democratizam o acesso a recursos gráficos sofisticados, essas tecnologias também podem levantar questões sobre autoria, originalidade e a condição da expressão e da linguagem humana na produção visual contemporânea. Este capítulo tem o objetivo, portanto, de aprofundar a proposta de Expansão. Aqui, um mergulho em revisão teórica e estudos de caso que fundamentem o caminho conceitual desta pesquisa.

5.1 Narrativas forjadas e mundos editados

Em meados de 2019, quando a presente pesquisa foi idealizada, um objeto seria central como estudo de caso: a teia de Perfis de Instagram da Família Pôncio. Naquele período, era comum portais de notícias sobre celebridades e Perfis daquela rede social noticiarem os eventos de uma série de pessoas que integravam essa família, desde os pais e filhos até cunhados e amigos. Todos conectados ao Instagram, com milhões de Seguidores cada um, patrocínios publicitários e constantemente publicando Posts ou Stories que relatavam acontecimentos variados: traições, aniversários de crianças, festas noturnas, brigas, viagens, marcas de luxo, entre outros. A elasticidade de pautas, como se percebe, era um traço que cativava o público naqueles anos e era necessário Seguir todos aqueles Perfis para se envolver e acompanhar a trama na cronologia correta dos eventos. Quase todos os Perfis vinculados àquela família tinham um tratamento visual de coloração específico nas fotos, iam para os mesmos lugares, postavam mídias que forneciam ângulos múltiplos aos contextos que partilhavam... Parece ficção, mas ocorria no Instagram — ou ao contrário? Tal como em uma peça de teatro, um livro, uma novela, uma série de televisão ou um filme, personagens povoam uma trama entrelaçada com numerosos temas, obstáculos, romances e afins. Para ser um bom espectador ou leitor e obter sentido naquela história, é fundamental manter-se atualizado da saga. Ainda que não fosse uma atração publicada ou transmitida por um canal ou plataforma de *streaming*, a ideia de ficcionalização, que foi introduzida em um bloco anterior e retomo para concluir adiante, se revelava clara nesse estudo de caso. Com o decorrer dos anos, a família em questão se dissolveu, ainda que tenha permanecido midiaticamente consolidada, com contratos publicitários e os milhões de Seguidores — assim como alguns deles migrando para a política, para o empreendedorismo ou atuando na música ou na televisão. Dando ares de uma série que fora cancelada ou uma novela descontinuada, a trama se enfraqueceu e optei por não desenvolver uma análise aprofundada desse objeto. O menciono aqui, contudo, por ter refletido, no caminho entre

aulas do PPGCOM da PUC-Rio, sobre (i) estética, (ii) simulação e (iii) identidade. Para isso, foram elencados três autores para equipamento teórico, com ensejos de amadurecer e materializar esses raciocínios. O objetivo é, talvez, com êxito, dar desfecho às percepções que iniciei naquele período de 2019 e que acredito proverem contribuições à pesquisa que aqui apresento.

Figura 27. Capturas de telas de infográficos sobre a Família Pôncio nos sites Metrópole (esquerda), G1 (centro) e Extra (direita). Nas imagens, detalhamento dos eventos a fim de explicar a relação entre os membros da família, sejam eles diretos ou indiretos. Para compreender, era necessário acompanhar atualizações nos Perfis de Instagram de cada um.

A análise de Gilles Lipovetsky em "A Estetização do Mundo" (2015) propõe uma reflexão sobre a crescente centralidade da estética na sociedade contemporânea, especialmente no contexto das redes sociais e do ciberespaço. Para o filósofo, essas plataformas não apenas ampliaram as possibilidades de interação, mas também promoveram uma fusão inédita entre produção e consumo de conteúdo. Como observa Lipovetsky, os internautas tornaram-se simultaneamente "produtores e consumidores, usuários e encenadores, autores e público" (p. 442), evidenciando uma transformação estrutural na forma como a subjetividade é construída e exibida no ambiente digital.

Esse fenômeno resulta na proliferação de práticas de exposição do Eu, um processo que o autor identifica como um novo tipo de autorretrato hipermoderno e democrático. Diferentemente das práticas introspectivas do passado, que envolviam uma busca paciente e metódica pela identidade, a contemporaneidade é marcada pela "semostração contínua" (p. 443), onde indivíduos de todas as idades e classes sociais compartilham fragmentos de suas vidas em tempo real. Essa estetização do Eu se manifesta na necessidade incessante de "atualizar" Perfis e registrar experiências,

configurando uma identidade em perpétua revisão e de validade efêmera (p. 444). O que antes poderia ser uma prática introspectiva torna-se, no espaço digital, uma performance pública constante. Para Lipovetsky, essa transformação aponta para a ascensão de uma identidade essencialmente estética e emocional. O indivíduo define sua singularidade não mais por meio de uma narrativa coesa de si mesmo, mas por suas preferências momentâneas e expressões afetivas. "É por meus gostos, minhas reações emocionais, meus juízos apreciativos que melhor exprimo minha identidade singular" (p. 444), afirma o autor, indicando que o pertencimento e o reconhecimento social são mediados por uma lógica do efêmero, onde curtir ou não Curtir algo adquire um papel determinante na constituição da subjetividade.

A estetização do mundo, assim, não se restringe às artes ou ao design, mas impregna todas as esferas da vida cotidiana, transformando a maneira como as pessoas interagem, percebem a si mesmas e constroem suas relações sociais. Trata-se de uma reconfiguração profunda da experiência subjetiva, na qual a identidade se torna passageira, mutável e constantemente renegociada na interface digital. O filósofo sugere, portanto, que estamos diante de uma cultura onde a estetização ultrapassa o domínio do belo para se tornar um princípio estruturante da vida contemporânea, redefinindo os modos de subjetivação e pertencimento na era da hipercomunicação.

No processo autobiográfico de Instagram que aqui venho discorrendo, é comum que colegas e professores tenham feito referências àquilo que Jean Baudrillard problematiza em “Simulacro e Simulação” (1991). Afirmei, em um momento inicial desta pesquisa e com base nas reflexões compartilhadas com a minha orientadora, Prof.ª Figueiredo, que mantenho uma perspectiva distante dessa: não me proponho a contrapor o real e a ficção, construir uma relação dicotômica, um ou outro, ou explorar um hiper-real, determinar realidades ou acusar falsidades. Esse viés teórico se revela um episódio já percorrido e extensamente discutido pela academia. Ao contrário, opto por determinar que as plataformas contemporâneas, como o Instagram, fornecem ferramentas de manipulação multimídia que se aproximam das práticas ficcionalizantes que se vê no universo da Fotografia, do Cinema, do Audiovisual e no panorama cultural do entretenimento. Editar é um processo; ficcionalizar, um efeito dessa caminhada.

Ainda assim, acho válido revisitar o que se entende sobre o assunto, em vez de passar por ele. Feito isso, na sequência retomo a rota e, então, prossigo fundamentando a relevância da Ficcionalização do Eu nas narrativas autobiográficas estéticas que ocorrem nas redes sociais — a teoria de Expansão que apresento.

Jean Baudrillard propõe uma análise radical da relação entre real, imagem e signo, apontando para a dissolução da distinção entre realidade e simulação. De acordo com ele, vivemos em um contexto histórico na qual os signos não mais remetem a uma referência concreta, mas a uma rede autônoma que se autoalimenta. "O real nunca mais terá oportunidade de se produzir" (p. 9), pois é substituído por seus signos de maneira tão convincente que a diferença entre ambos se torna indistinguível. O real, nesse sentido, perde sua própria existência independente, sendo substituído por um hiper-real, "não deixando lugar senão à recorrência orbital dos modelos e à geração simulada das diferenças" (p. 9), uma ordem de simulacros que reproduz incessantemente um mundo de signos destituídos de referência.

O filósofo francês explora a diferença entre dissimulação e simulação, mostrando como a segunda desafia o próprio princípio de realidade. "Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem" (p. 9). Enquanto a dissimulação pressupõe a existência de uma verdade oculta, que permanece intacta sob o disfarce, a simulação elimina essa distinção. "A simulação põe em causa a diferença do 'verdadeiro' e do 'falso', do real e do imaginário" (p. 9). O simulacro não se apresenta como uma farsa do real, mas como sua substituição integral. Dessa forma, a noção de verdade torna-se instável, pois a própria distinção entre verdadeiro e falso é corroída pelo domínio da simulação. A oposição entre representação e simulação também é central para o pensamento de Baudrillard. "A representação parte do princípio de equivalência do signo e do real [...] a simulação envolve todo o próprio edifício da representação como simulacro" (p. 13). Se a representação tradicionalmente parte do princípio de equivalência entre signo e real, mesmo que tal relação seja ilusória, a simulação rejeita qualquer referência ao real e assume o signo como operação autônoma. O resultado é um mundo onde os signos giram em torno de si mesmos, sem necessitar de um referente externo. É nesse contexto que surge a hiper-realidade: uma ordem em que as diferenças são geradas artificialmente, sustentando a aparência de um real que, na verdade, já não existe. Essa lógica da simulação tem desdobramentos políticos e sociais profundos. Baudrillard questiona até que ponto a repressão estatal, por exemplo, reage mais intensamente às transgressões reais ou às simulações de transgressão. Ele sugere que "seria interessante ver se o aparelho repressivo não reagiria mais violentamente a um assalto simulado que a um assalto real" (p. 29-30). Isso nos leva a uma compreensão de que o poder não se baseia apenas no controle material, mas também na capacidade de garantir a estabilidade da distinção entre real e ficção. A simulação, por sua natureza, desafia não apenas a

estrutura material da realidade, mas a própria credibilidade dos sistemas simbólicos que sustentam a realidade social.

O escritor também examina como a sociedade contemporânea busca incessantemente ressuscitar um real que lhe escapa: "O que toda uma sociedade procura, ao continuar a produzir e a reproduzir, é ressuscitar o real que lhe escapa" (p. 34). A produção material e cultural torna-se hiper-real, pois não reflete mais um real autêntico, mas apenas a multiplicação de signos vazios. A hiper-realidade se manifesta, por exemplo, nas práticas hiper-realistas da arte e do entretenimento, que "fixam numa verossimilhança alucinante um real de onde fugiu todo o sentido e todo o charme, toda a profundidade e a energia da representação" (p. 34). Paradoxalmente, a tentativa de reproduzir o real de forma extrema acaba por esvaziá-lo, tornando-o excessivamente evidente e desprovido de profundidade. No cerne desse pensamento está a questão da perda da distância entre real e imaginário. Baudrillard argumenta que "não há real, não há imaginário senão a uma certa distância" (p. 152). No entanto, na era da simulação, essa distância se dissolve, levando a um colapso das categorias que tradicionalmente organizavam a experiência humana. Dessa forma, "o real se torna álibi do modelo" (p. 153), ou seja, um pretexto para validar a hiper-realidade, ao mesmo tempo em que se distancia cada vez mais de qualquer referencial objetivo.

Baudrillard sugere que, num mundo dominado pela simulação, "o real se torna uma utopia inalcançável" (p. 153). Diferentemente das utopias clássicas, que projetavam futuros alternativos, a utopia contemporânea é a do próprio real: um objeto perdido que apenas pode ser sonhado, mas nunca recuperado. Esse paradoxo revela a reconfiguração da própria ideia de realidade, que se tornou uma construção operacional, regida pelo círculo fechado dos signos. Nesse sentido, "a ficção científica já não está em lado nenhum e está em toda a parte" (p. 156). Baudrillard avalia que a ficção científica não está mais confinada ao gênero literário ou cinematográfico, mas está presente na própria estrutura da realidade cotidiana. Os modelos *simulacionais* da tecnologia, da política e da economia funcionam de maneira autônoma, conduzindo a realidade a um estado de inércia operacional. O mundo tornou-se indistinguível de uma narrativa de ficção científica, mas uma ficção que se impõe como realidade, sem necessitar de mediação crítica.

> Há hemorragia da realidade como coerência interna de um universo limitado quando os limites deste recuam para o infinito. A conquista do espaço, que veio depois da do planeta, equivale a desrealizar o espaço humano, ou a revertê-lo para um hiper-real de simulação. Testemunha disto são esses dois quartos/ cozinha/duche erguido sobre órbita, à potência espacial, poder-se-ia dizer, com

> o último módulo lunar. A própria quotidianeidade do habitat terrestre elevada ao posto de valor cósmico, hipostasiado no espaço — a satelização do real na transcendência do espaço — é o fim da metafísica, é o fim da fantasia, é o fim da ficção científica, é a era da hiper-realidade que começa. A partir daí, alguma coisa deve mudar: a projecção, a extrapolação, essa espécie de desmedida pantográfica que constituía o encanto da ficção científica são impossíveis. Já não é possível partir do real e fabricar o irreal, o imaginário a partir dos dados do real. O processo será antes o inverso: será o de criar situações descentradas, modelos de simulação e de arranjar maneira de lhes dar as cores do real, do banal, do vivido, de reinventar o real como ficção, precisamente porque ele desapareceu da nossa vida. Alucinação do real, do vivido, do quotidiano, mas reconstituído, por vezes até aos detalhes de uma inquietante estranheza, reconstituída como reserva animal ou vegetal, dada a ver com uma precisão transparente, mas contudo sem substância, antecipadamente desrealizada, hiper-realizada. A ficção científica já não seria, neste sentido, um romanesco em expansão com toda a liberdade e a «ingenuidade» que lhe dava o encanto da descoberta, antes evoluindo implosivamente, à semelhança da nossa concepção actual do uni-verso, procurando revitalizar, reactualizar, requotidianizar fragmentos de simulação, fragmentos dessa simulação universal em que se tornou, para nós, o mundo dito «real». (BAUDRILLARD, 1991, p. 154-155)

Baudrillard nos convida, assim, a refletir sobre as consequências dessa nova ordem simbólica. Ao abolir a distinção entre real e simulação, somos conduzidos a um mundo onde a própria ideia de verdade se torna obsoleta. Nessa condição, a crítica tradicional, baseada na oposição entre o verdadeiro e o falso, torna-se insuficiente. "A única possibilidade de compreensão desse universo *simulacional* talvez esteja na própria aceitação de sua lógica paradoxal" (p. 153), onde a realidade se dissolve na proliferação incessante de seus próprios simulacros.[42]

Entre a análise de Lipovetsky sobre a estetização da vida cotidiana e a proposição de Baudrillard acerca da dissolução da distinção entre o real e a simulação, emerge uma intersecção crucial que interliga o sujeito contemporâneo às plataformas digitais, especialmente no contexto da construção da identidade. Se, para Lipovetsky, a subjetividade é modelada pelas preferências efêmeras e pela expressividade emocional mediada pelas interações digitais, é possível reconhecer que essas práticas de autopresentação nas redes sociais não se limitam à mera exibição de gostos e escolhas pessoais. Elas se inscrevem em um processo mais amplo de manipulação e ficcionalização da imagem, que remete diretamente à crítica de Baudrillard sobre os signos e sua desvinculação da realidade concreta. Nesse sentido, as narrativas autobiográficas nas

[42] Em “Viagem na Irrealidade Cotidiana” (1984), Umberto Eco apresenta reflexões sobre os meios e as mídias daquele período, discorrendo em específico sobre a televisão. Ao desenvolver este bloco, relembro a perspectiva daquele autor, que ao falar sobre os programas de auditório, problematiza o formato das atrações que configuram o que ele chama de “simulacros da enunciação”. Ao mostrar as câmeras que capturam os programas, a televisão tenta se afirmar televisão. “Uma complexa estratégia de ficções põe-se à serviço de um efeito de verdade”, explica Eco (p. 191).

plataformas, como o Instagram, não apenas expressam uma identidade fluidamente negociada, mas também constroem um cenário onde o "real" não é apenas transmitido ou representado, mas sim reconfigurado de maneira que se torna, em si, uma versão de um hiper-real, onde as distinções entre o verdadeiro e o artificial se tornam cada vez mais tênues. Tal processo, longe de ser um fenômeno de falsificação, revela-se como uma prática estética e, simultaneamente, uma ferramenta de autoconstrução, onde a realidade é constantemente moldada e projetada em uma teia de representações.

A ideia de "falsificação", de contraposição do real, da inverdade, é comum quando se trata de Instagram, especificamente. No trajeto da redação desta pesquisa, foi recorrente encontrar com artigos ou publicações que escolham determinar uma posição diante disso: investir na problematização do real em crise ou, na contramão, apontar a perpetuação do falso. Nesta tese, é sugerido pensar que os indivíduos buscam as ferramentas que têm para, como mencionado diversas vezes aqui, atribuir sentido e significado à vida cotidiana. Nesse passo, são atravessados por fatores diversos que influenciam na escrita de si. A chamada "crise de identidade", conforme discutida por Stuart Hall (2019, p. 9), insere-se em um contexto mais amplo de transformações sociais, culturais e políticas que redefinem as formas de subjetividade na modernidade tardia. A estabilidade identitária característica das sociedades modernas entra em colapso à medida que os indivíduos se veem desprovidos dos referenciais fixos que outrora os ancoravam no mundo social. Hall sugere que esse fenômeno não pode ser compreendido de maneira isolada, mas sim como um processo complexo de reconfiguração das estruturas institucionais e discursivas que moldam a experiência humana. Esse deslocamento é evidenciado na fragmentação das identidades, processo que se intensifica no contexto da globalização e da interconectividade midiática.

Ao analisar a constituição do sujeito na pós-modernidade, Hall (2019, p. 11-12) observa que a identidade, antes percebida como unificada e coesa, agora se configura de maneira múltipla e contraditória. Essa concepção alinha-se às teorias pós-estruturalistas, como as de Foucault (1995), que questionam a noção de um "eu" essencial e fixo. Em vez disso, a identidade emerge como um *construto social, passível de constantes reconfigurações conforme os indivíduos interagem com os discursos que os interpelam* (grifo meu). Essa fragmentação não implica apenas um novo modo de ser, mas também um novo processo de identificação, no qual os sujeitos não mais se reconhecem em uma narrativa única e contínua, mas em múltiplas narrativas que coexistem e, por vezes, se contradizem. Tal perspectiva reflete a dinâmica cultural contemporânea, na qual a

identidade não é dada *a priori*, mas sim construída em meio a fluxos discursivos e simbólicos em transformação. A noção de cultura nacional, conforme delineada por Hall (2019, p. 31), evidencia o papel fundamental dos discursos na construção das identidades coletivas. Nesse sentido, a cultura nacional não pode ser reduzida a um conjunto de instituições ou práticas homogêneas, mas deve ser compreendida como um campo discursivo que estrutura significados e produz identificações. Anderson (2008) já havia demonstrado como as nações são, em grande parte, "comunidades imaginadas", constituídas por narrativas históricas e representações simbólicas que fornecem aos indivíduos um senso de pertencimento. No entanto, à medida que os processos de globalização intensificam a circulação de símbolos e imaginários, as identidades nacionais se tornam cada vez mais permeáveis e contestadas. Esse fenômeno, longe de implicar a dissolução das nações, sugere uma transformação na forma como as identidades nacionais são articuladas e experienciadas, frequentemente em tensão com discursos transnacionais e globalizantes.

A expansão do mercado global e a proliferação dos meios de comunicação promovem um processo de desterritorialização das identidades, como argumenta Hall (2019, p. 43). A interconectividade contemporânea cria um ambiente no qual as referências identitárias são deslocadas de seus contextos históricos e geográficos originais, resultando em uma espécie de "supermercado cultural" no qual os indivíduos podem escolher entre diferentes marcadores identitários. Tal fenômeno reflete o que Baudrillard (1991) — também explorado em outros blocos desta pesquisa — denomina "simulacro": uma realidade na qual os signos culturais não remetem a uma essência fixa, mas circulam livremente, adquirindo novos significados conforme suas recontextualizações. A homogeneização cultural, nesse cenário, não implica necessariamente a anulação das diferenças, mas sim a sua reconfiguração em um contexto de consumo globalizado, onde identidades e tradições são mercantilizadas e transformadas em produtos intercambiáveis dentro de uma lógica neoliberal.

Dessa forma, Hall fornece a este trabalho contribuição fundamental para a compreensão das identidades na contemporaneidade, pontuando que estas são construções discursivas e contextuais, sujeitas a deslocamentos e negociações constantes.[43] As transformações analisadas por Hall evidenciam a complexidade da

[43] Em um capítulo anterior, Arfuch argumento que a construção autobiográfica ocorre por meio de diversos recursos discursivos para tentar dar sentido e significação à vida. Aqui neste bloco, os autores explicam o território no qual transitam esses sujeitos: o cenário contemporâneo atravessa indivíduos de

experiência identitária, marcada por dinâmicas de fragmentação, rearticulação e hibridização, que desafiam noções essencialistas de identidade e pertencimento.

É possível, considerando os elementos explorados neste bloco, que identidades estão atravessadas pelo corredor de novidades eletrônicas e estímulos multimídia da contemporaneidade. Confrontados com essas ofertas incessantes, Lipovetsky explica que a estetização é incorporada à vida cotidiana de modo que indivíduos reconfigurem o modo de ver, absorver e escrever a própria vida. A subjetividade, entretanto, deve ser considerada. Baudrillard, nesse sentido, fornece um equilíbrio nessa equação: diagnostica uma "hemorragia da realidade" e o "real como ficção" (1991, p. 154-155). O autor alerta para os riscos do consumo globalizado — deslizamento da economia e da política. Em Hall e Focault, conforme destacado, é preciso considerar que o processo de construção de identidade tenha passado a ser mutável, adaptável e contraditório, sem coerência. A Família Pôncio, pontuada em páginas anteriores como um antigo objeto de estudo, é parte dessa equação: sujeitos que tornam pública a trama da intimidade e migram para a esfera publicizada, hiper, estética e abundante em informação. Os modos de uso de Instagram daqueles membros, assim como dos sujeitos que os acompanham, são determinados pela experimentação subjetiva, pela instrumentalização dos mecanismos digitais e estéticos para dar continuidade ao processo de consolidação da identidade.[44]

No panorama do Século XXI, pode-se presumir que o desejo de documentar os relatos de vida em uma grade sistematicamente organizada do Perfil de Instagram forneça, para indivíduos, algum senso de controle sobre a própria construção identitária. Organizar, classificar e editar a própria narrativa, na lógica proposta neste bloco, soa como um conforto para, talvez, encontrar-se ou desenvolver sentido a si. Seja para criar, reproduzir, simular ou consumir narrativas forjadas e mundos editados.

5.2 Memória, Arquivo e os possíveis futuros da Autobiografia

Em 2022, com a flexibilização do isolamento social após a pandemia do Covid-19, brasileiros retomaram suas rotinas fora de casa. Naquele período, pessoas intensificaram seus hábitos tecnológicos, uma vez que permaneciam afastadas da convivência presencial

maneira que a construção da identidade seja um processo passível de constante mudança, não fixo, intercambiável e pautado pelo social. Escrever a si é, portanto, um esforço para lidar, se adaptar e confrontar as complexidades subjetivas de existir nesse panorama.

[44] Aqui é inevitável não observar ecos de Debord: a sociedade reproduz o espetáculo. "O espetáculo não quer chegar a outra coisa senão a si mesmo" (DEBORD, 1967, p. 18), afirma.

habitual, nas ruas, nos ambientes de trabalho e indo ao encontro de outros. Empresas observaram um latente consumo digital, com mais conexões, acessos, visualizações – e todo o tipo de métrica possível que verifique esses usos. A realidade indubitável dos aparelhos eletrônicos, dos jogos online, das transmissões ao vivo nas redes sociais, entre outros adventos daquele momento, só revelava o emaranhado de aplicativos, softwares, websites e smartphones que precisavam estar ao redor para saciar ou ao menos reduzir a distâncias entre pessoas e seus entretenimentos de uma agenda comum. Com a distribuição das doses da vacina, ainda assim as entradas nesses lugares virtuais continuaram. Uma pesquisa indicou que os brasileiros passam, em média, mais de nove horas diárias navegando pela Internet.[45] Desse recorte, segundo outro levantamento, sabe-se que o Instagram é o aplicativo mais baixado dentro das plataformas Google Play e App Store, onde há uma loja de apps.[46] Essa rede social, isolada, é responsável por um brando tempo de permanência do montante geral informado acima. É a rede mais consumida no Brasil.[47] Ou seja, ainda que estejam distantes ou aproximados, indivíduos estão habituados com endereços como esse para desenvolver suas relações e estabelecer um vínculo com o mundo ao seu redor, se informando de notícias e trocando com outras pessoas. Para Hu, Manikonda e Kambhampati (2014, p. 595), observar esse fenômeno que é o Instagram - mesmo diante de um cenário mundialmente preocupante, como o espalhamento do vírus Covid-19 - é fundamental por ajudar "a obter insights profundos sobre questões sociais, culturais e ambientais sobre as atividades das pessoas (através das lentes de suas fotos)". Isso porque são dois bilhões de usuários ativos, frequentemente navegando ali, e publicando, em média, mais de 95 milhões de fotos e vídeo por dia.[48] Mas o que esse volume de mídias significa, de modo geral? Apesar de ser um número expressivo, qual é a relação entre os sujeitos e a quantidade de publicações? Com tamanho fluxo de indivíduos logados, produzindo, interagindo e publicando uns com as mídias dos outros, o que isso representa?

[45] TAVARES, Pedro; BUONO, Renata. Brasileiros gastam tanto tempo na internet quanto ingleses e japoneses somados. Piauí, 2023. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/brasileiros-gastam-tanto-tempo-na-internet-quanto-ingleses-e-japoneses-somados/>. Acesso em: 17 de julho de 2023.
[46] NEWBERRY, Christina. 34 Instagram Stats Marketers Need to Know in 2023. Hootsuite, 2023. Disponível em: <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/>. Acesso em: 17 de julho de 2023.
[47] FORBES TECH. Instagram é a rede mais consumida no Brasil, mas declínio preocupa Big Techs. Forbes, 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/instagram-segue-na-lideranca-no-brasil-mas-declinio-das-redes-preocupa-big-techs/>. Acesso em: 17 de julho de 2023.
[48] ZOTE, Jacqueline. Instagram statistics you need to know for 2023. Sprout Social, 2023. Disponível em: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

O presente bloco se propõe a apresentar reflexões acerca desses questionamentos. Notando a relevância do Instagram enquanto endereço online presente na vida cotidiana de tantas pessoas, é questionável o enamoramento entre indivíduos, mídias digitais e o amontoado de fotos, vídeos e textos que ali são trocados. Ora, considerando esse volume de pessoas e arquivos, se faz cabível investigar onde e como se situa a questão do arquivo. Ou seja, onde se insere o conceito de arquivo no imenso repositório de mídias diariamente trafegadas no Instagram? Ainda, o que essa brevidade (dos conteúdos eletrônicos que estão longe do armazenamento tangível) nos diz sobre a sociedade contemporânea? Enfim, também, por que arquivar uma publicação? A pesquisa aqui, portanto, busca ponderar e articular sobre as noções arquivo no Instagram, a narrativa autobiográfica observada naquela rede e quais são novas e futuras problemáticas existentes nesse contexto abundante de usos, consumos, produções e trocas do século XXI.

A fim de construir esse raciocínio argumentativo, o primeiro bloco apresenta informações obtidas por meio de uma pesquisa qualitativa por meio de um formulário online, com um roteiro de perguntas sobre os usos da ferramenta Arquivo no Instagram. Na sequência, observações e ponderações elaboradas com uma revisão bibliográfica sobre arquivo, identidade, imagem e memória. Assim, com base nessa coleção de saberes, contribuir para os estudos sobre plataformas contemporâneas como o Instagram e seus deslizamentos em áreas sensíveis e subjetivas. Desse modo, esboçar ideias que proporcionem novos olhares à realidade digital dos anos 2000.

A fim de obter informações sobre o uso do Instagram, foi elaborado um formulário online com perguntas sobre o uso do Instagram e, em específico, sobre a ferramenta Arquivo. Por meio de uma análise qualitativa, foram observadas as respostas de 35 respondentes, todos de idades variadas, mas a maioria entre 24 e 34 anos. São indivíduos que, em média, têm uma conta há cerca de 10 ou mais anos. Ou seja, quase o mesmo tempo de vida da própria rede social, lançada em 2012. As questões ali posadas dizem respeito ao consumo da plataforma, focando majoritariamente nas funções de Arquivamento, as quais são importantes detalhar antes de conferir e destrinchar as respostas. De acordo com o sistema de rotulação do Instagram, elas estão apresentadas de duas maneiras ali naquele ambiente: (i) quando as publicações pessoais são tiradas de visualização pública pelo usuário, deixadas de fora do perfil e sendo mantidas em modo reservado em sua área privada, a qual somente ele tem acesso; (ii) tudo aquilo que é carregado no modo *Story* ou Ao Vivo (transmissões) em momentos passados sai de circulação da plataforma após o período de 24 horas desde que foi postado e, em diante,

permanece em uma seção separada onde somente o usuário pode checar. A área "Itens Arquivados" está situada no ambiente pessoal de uma conta de Instagram, com o símbolo de círculo com uma seta anti-horário, como uma maneira de indicar que ali há um retrospecto, uma revisitação ao "passado" do que já foi publicado. Ao entrar nela, são exibidos *Stories*, Publicações e *Streams* Ao Vivo. Todas as mídias já veiculadas pelo usuário em sua conta estão ali, podendo revê-las e até compartilhá-las, as tirando de modo privado e colocando em público, restaurando-a de "Itens Arquivados" para uma nova postagem no Story. Esse gesto, de partilha do que já fui publicado, é chamado de "Lembranças" e é encorajado pela plataforma dentro da seção particular, indicando há quanto tempo a foto ou o vídeo foram carregados. Para isso, o Instagram escolhe Stories feitos naquele mesmo dia, mas em períodos anteriores, com a indicação "Neste dia. Há 5 anos hoje", por exemplo. Caso rejeite essa sugestão de compartilhamento, uma caixa de seleção surge com a pergunta de confirmação "Ocultar lembrança?". Além disso, há como navegar por um calendário, para percorrer as mídias colocadas desde que a conta foi criada, assim como pesquisar pela localização de onde foi feita a postagem.[49]

Pergunta 1	Há quanto tempo você tem Instagram?
Pergunta 2	Você tem e/ou já teve conta em outras plataformas de blog? Selecione.
Pergunta 3	Você usa a ferramenta de Arquivo do Instagram?
Pergunta 4	Qual (ou quais) desses recursos da ferramenta Arquivo você usa?
Pergunta 5	Qual é o tema desses conteúdos?
Pergunta 6	Por qual motivo você arquiva publicações?

Roteiro de perguntas apresentadas em formulário online. As questões foram elaboradas sem a pretensão de fazer afirmações ou suposições, se restringindo à investigação central, que é obter mais informações sobre percepções e uso do Arquivo.

Do total, 34 respondentes afirmam usar a ferramenta Arquivo ali. De acordo com o levantamento, os temas dos conteúdos mais arquivados – aqueles mantidos "ocultos" e/ou "Lembranças" compartilhadas – são, nesta ordem: Hobbies, Relacionamentos e Família. Ao serem questionados porquê fazem isso ("Por qual motivo você arquiva publicações"), as respostas foram mistas, diferentes umas das outras. Em uma leitura geral, é possível

[49] Para os fins deste trabalho, vamos ater unicamente à página principal sem aprofundar em outras aplicações e problemáticas como geolocalização. Crê-se, contudo, que a plataforma apresenta modos variados de estimular o compartilhamento. Ao fornecer um histórico daquilo que foi postado, abre precedentes para uma navegação pela própria memória social e digital do indivíduo naquela rede, o que pode instigar a trilha de um comportamento nostálgico – tópico que será articulado a seguir neste artigo.

afirmar que esses usuários optam por uma criteriosa apuração do que querem exibir ou não para suas respectivas redes de contato. Ou seja, estabelecem parâmetros subjetivos para uma espécie de montagem de acordo com seus gostos particulares. Um dos respondentes afirma que arquiva publicações pois "elas não fazem mais parte do que eu quero mostrar", mas prefere "tê-las em arquivo para lembrar desses momentos e, se caso precisar, voltar para o *feed* [onde estão as publicações mantidas em visualização pública]". Outra pessoa, mais explicativa, pratica a ferramenta do mesmo modo, afirmando que tem "muitas publicações aí as vezes 'faço uma limpa' tirando posts meio inúteis'", mas que costuma arquivar por "não fazer sentido pro meu posicionamento atual, pessoalmente ou profissionalmente", assim como deixar reservados "relacionamentos antigos para sair do *feed*, mas não apagar em definitivo, por ser uma memória". O termo "memória" surge mais de dez vezes entre os participantes da pesquisa, sempre em tom de nostalgia, assim como "lembranças", "momentos antigos". Mas a maioria absoluta afirma que mantém as mídias arquivadas, fora de circulação e visualização pública por não acharem condizente com suas situações atuais, como um desapego do passado. Algumas expressões comuns que simbolizam isso foram: "já não representam a imagem que construo para meus contatos na rede", "não faz mais sentido pra mim", "não fazem mais parte da minha vida", "não servem mais", "não se encaixavam mais, "não quero relembrar". Apesar das respostas decididas, mais da metade dessas pessoas diz não excluir definitivamente uma publicação, preferindo arquivá-la e deixá-la em modo privado de exposição. De acordo com as respostas, essa é a finalidade preferida da função Arquivo no Instagram "Arquivar Publicações". Em segundo lugar, o comportamento seguinte dessa ação, "Revisitar lembranças sem publicar". Em terceiro, "Compartilhar lembrança". Ou seja, fica evidente que arquivar publicações é comum, principalmente para ocultá-las do perfil. Desses usuários, somente alguns acessam lembranças e as dividem publicamente. Por fim, em última análise do formulário, também foi possível observar uma confusão na terminologia do Instagram: ao perguntar sobre a função Arquivo, quatro respondentes fizeram relação com Salvar, outra ferramenta, que "guarda" postagens públicas de outros em uma espécie de biblioteca ou pasta particular, como quando se cruza com algum conteúdo que queira manter. Nesse raciocínio, segundo as respostas enviadas, arquivo parece ser interpretado como algo que é mantido para "consultar depois", "rever depois".[50]

[50] Seja como erro de rotulação do Instagram em fixar o nome e a função de cada botão e área, a reflexão aqui pode ser válida. Ao "salvar" *posts*, usuários querem guardar o que é relevante; ao "arquivar", por

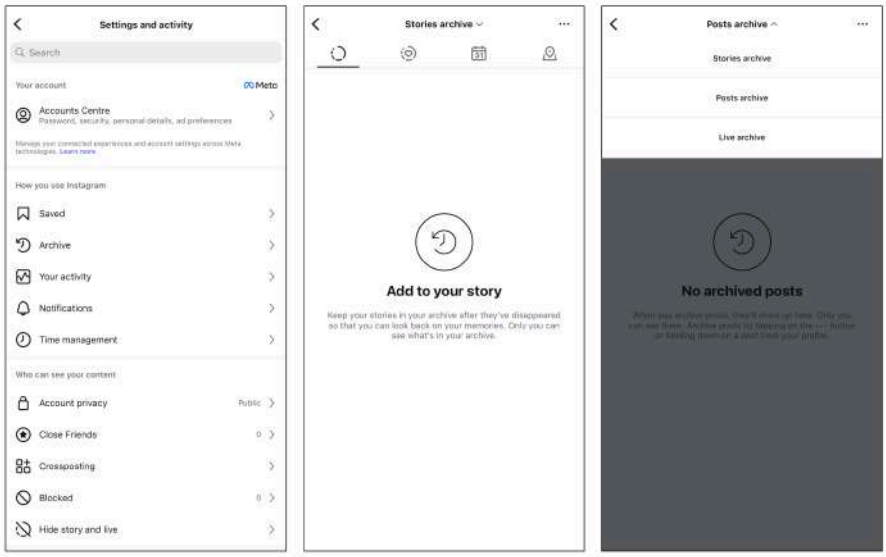

Figura 28. Captura de tela do Instagram. Na seção "Configurações e Atividades", na área "Como você usa o Instagram", a opção "Arquivo aparece em segundo lugar. Ao clicar nela, é possível revisitar Posts que foram removidos de circulação pública naquela rede social e permanecem visíveis para o dono do Perfil, somente. Destaco, também, o símbolo usado para o ambiente "Arquivo", que mimetiza um relógio parece girar ao inverso, como que em retrospecto, uma viagem temporal — termo empregado habitualmente entre os Criadores de Conteúdo aqui listados e usuários nos Comentários deles.

Tal maneira de perceber e lidar com as mídias é tão transitória, passageira e fugaz quanto a Internet consegue ser. De acordo com Araujo (2007), o panorama do século XXI apresenta transformações nos campos teóricos e práticos.

> Simultaneamente, a disseminação tecnológica da cultura via Internet e seus sites contribuíram para um rápido e global intercâmbio de ideias. O uso do computador por artistas e fotógrafos mudou radicalmente a ideia de referencialidade e representação. Da simples reprodução fotocopiada ao elaborado processo de montagem e colagem e posteriormente ao uso manipulativo do Photoshop, o processo representacional sofreu severas reconfigurações, assim como os conceitos de tempo e espaço (...) (p. 28)

Em decorrência do volume de informações e da aparente agilidade e facilidade de acessar, publicar, trocar mídias, pesquisadores afirmam que a atividade dos usuários vai ser transformando em algo breve e resumido, se detendo ao registro de eventos mundanos, comuns e, em alguns casos, triviais da vida cotidiana (GEORGAKOPOULOU, 2017, p. 268). Trata-se, portanto, de um escopo incomum de estudo. Teóricos debatem sobre os obstáculos de analisar metodologicamente e construir considerações sobre objetos que (i)

outro lado, querem ocultar algo. Ainda assim, confundem os termos e as funcionalidades. Para os fins deste artigo, a fim de torná-lo mais objetivo, essas questões não serão aprofundadas aqui.

contém elementos subjetivos, como imagens e textos repletos de signos constantemente mutáveis e (ii) que estão inseridos em plataformas cujas normas de funcionamento vão se alterando com o tempo e com o gosto de cada usuário – um é capaz de deixar público ou privado o perfil pessoal, se assim quiser, ou até arquivar ou "desarquivar" suas publicações. Ou seja, nesse território se complicam os métodos para um aprofundamento. Contudo, é fato que o caráter expresso, de brevidade do conteúdo, se espalha pelo mundo *online*: tudo parece ser modificável, velozmente alterado, editado e manipulado para performar bem dentro de um espectro de contatos. Assim, por "pequenas histórias digitais, os internautas exibem uma representação particular de si mesmos" diante de uma "audiência digital" (PAGE, 2013). Segundo Page, essas publicações são extratos de uma realidade, um fragmento que é editado pelos autores nas redes. Ela explica:

> As pequenas histórias nas atualizações do Facebook são versões seletivas da experiência do narrador e muitas vezes são idealizados em vez de relatar uma história abrangente de todos os (talvez menos dignos de crédito) eventos da vida. Da mesma forma, as histórias de celebridades contadas em Twitter são performances cuidadosamente elaboradas, ao invés de uma apresentação genuína de identidade nos bastidores. (2012, p. 163)

De acordo com Baianotti, as redes sociais contemporâneas são convidativas para a confecção dessas publicações curtas. São elas que abastecem e povoam de informações esses ambientes. Por serem curtos, esses *posts* (frequentemente chamados de "conteúdos" entre especialistas da Comunicação e pelos usuários) são tão breves quanto as interações as quais está submetido, como os rápidos toques na tela para uma "curtida", um "compartilhamento" ou respostas automáticas com atalhos, sugeridos pela própria plataforma, como *emojis*.

> As mídias sociais representam locais privilegiados para a proliferação de pequenas histórias, na medida em que suas arquiteturas constantemente convidam os usuários a se expressarem por meio de micronarrações (considere, por exemplo, o prompt do Facebook 'o que você está pensando?'). O Instagram Stories segue a mesma lógica, só que de forma mais explícita, já que se qualificam como dispositivos ad hoc para (micro)*storytelling* do dia a dia, que permitem aos usuários documentar momentos mundanos de sua vida cotidiana em tempo real. (...) As estratégias metodológicas mais aplicadas para o acesso, coleta, análise e arquivamento de conteúdos efêmeros na forma de uma 'história' contam com narrativas de indivíduos coletadas por meio de entrevistas e grupos focais, muitas vezes mescladas com a análise observacional de conteúdos online. (BAINOTTI, 2020, p. 2)

Em uma das respostas, o participante menciona temer a "exposição" e, por isso, recorre ao uso do arquivo para ocultar publicações. O gesto remete àquilo que Baudrillard

(1991) chamada de "museificação". Ou seja, os usuários soam cautelosos em saber qual produto público estão confeccionando naquele domínio que é o Instagram. No conceito trabalhado pelo autor francês, esse fenômeno parte da prática de construir uma simulação com "gestos, linguagens, costumes incluídos, fossilizados vivos como num instantâneo". Na análise dele, “o museu, em vez de estar circunscrito como lugar geométrico, está agora em toda a parte, como uma dimensão da vida” (p. 16), pois “o museu é ainda uma memória” (p. 90). Além da percepção de Baudrillard, é possível também analisar o ato de arquivar no Instagram como Barthes (1984) reflete sobre a fotografia. Para esse autor, por sua vez, há um preciosismo paradoxal com a foto, pois da mesma maneira que ela retrata "aquilo que foi", é natureza morta, "testemunho seguro, mas fugaz", ainda que pessoas a tratem como "Monumento" (p. 139). Ainda que sejam publicações efêmeras, dada a velocidade com que são produzidas e publicadas, são elas é que povoam a noção de realidade da vida cotidiana de cada indivíduo. Para Barthes, “a Fotografia coloca uma presença imediata no mundo” (1984, p. 125). No argumento dele, a discussão sobre a qualidade da imagem é válida, mas o que há de valioso na fotografia é que ela é produto de um estado de aqui e agora fundamental para que o sujeito finque seu lugar para si na história: “a essência da Fotografia consiste em ratificar o que ela representa. (...) Toda fotografia é um certificado de presença.” (idem, p. 127-129).

Na avaliação de Jurgenson (2013), não há sentido em evitar o movimento de imagens temporárias que vêm aos montes pelo canal digital. Aceitar esse fluxo de criações, produções e partilhas online abre margem para pensar sobre a presença – tal como Barthes coloca – que está na intenção de quem publica suas mídias nas redes. O autor explica que “na era da abundância digital, a fotografia precisa desesperadamente dessa introdução da mortalidade intencional e garantida, para que algumas fotos possam se tornar imortais novamente”. Em “Pics and Didn’t Happen”, o autor detalha:

> Uma fotografia é feita de tempo tanto quanto de luz - uma lacuna congelada do tamanho da velocidade do obturador do presente capturada dentro de uma borda de foto. Apesar disso, as fotografias sempre foram uma forma de enganar a morte, ou pelo menos de declarar a ilusão da imortalidade por meio de evidências visuais duradouras. Sempre existe a possibilidade de que a próxima foto que você tirar um dia seja cuidadosamente removida de uma caixa por algum bisneto ainda não nascido; a Polaroid que se desenvolve em suas mãos pode vir a ser fixada na cabeceira da cama de alguém na posteridade. Para atualizar isso para termos mais contemporâneos, sua selfie no Instagram pode ser um sinal para o futuro de como era ser tão jovem. (JURGENSON, 2013)

Dentro do Instagram, ao que parece, usuários adotam a mesma visão quando fazem as fotografias: publicam quando e como desejam, mas sabem que podem movê-la do espaço público para o privado, e vice-versa, assim como apagá-la, dar continuidade àquela narrativa, editá-la. São muitas ações que, em certa medida, fazem com que essas mídias se assemelhem ao conceito de "imagens-acontecimento", de Boëx (2012). Para a autora, tratam-se de "captações mais ou menos elaboradas da ação em curso, mobilizam técnicas específicas ligadas à urgência das situações em que são filmadas e à sua proximidade ao registo mediático". Assim, a facilidade de gerar esses documentos multimídia - e de posteriormente transformá-los em arquivo, nas terminologias do Instagram - se revela uma atividade habitual de quem usa a plataforma. Ali na rede, o exercício de seleção, edição e montagem configura um ambiente individual de colagem imagética no qual parecem estar suspensas as verificações de realidade. "A questão da veracidade coloca-se então em diferentes termos e dá origem a outros dispositivos de encenação, alguns apelando à imaginação e à ficção." (BOËX, 2012). É possível conectar esse raciocínio a Latour, com a Teoria Ator-Rede, para estabelecer um aprofundamento dessa narrativa. Se em ambientes digitais como o Instagram todos estão de acordo com as capacidades fugidias de suas "micro" ou "pequenas histórias", estando cientes da brevidade que tais registros ocupam no fluxo eletrônico, firmam, assim, um pacto entre si. Pois sabem, desse modo, que toda imagem é um esforço autobiográfico, mesmo que nem sempre assumam um compromisso com a verdade – vide os filtros, recursos estéticos e, claro, a função de Arquivo que dinamiza o "vai-e-vem" de ocultar e exibir imagens para determinar o que representa ou não, o que deve ser exposto ou não. Isso é condizente com as reflexões de Latour (2012), sobre o ator-rede, que "consiste naquilo que é induzido a agir por uma vasta rede, em forma de estrela, de mediadores que entram e saem". Para o sociólogo, "ao falarmos de ator, deveremos sempre acrescentar a vasta rede de vínculos que o levam a atuar" (p. 212-213).

Em sua navegação, o usuário do Instagram se perde na teia do arquivo: produz e exibe mídias a todo o momento, aumentando o volume de registros estocados em uma subseção ("Itens Arquivados") que nem sempre são retomados, dada a velocidade e a quantidade de publicações já feitas. Aqui retorna a ideia de efemeridade, a qual Blom diz ser crucial para entender e solidificar uma teoria acerca das imagens nas tecnologias digitais contemporâneas. Assim,

> Com as tecnologias digitais, nada é armazenado além do código: o mero potencial de gerar uma imagem de um determinado material composto repetidas vezes por meio de constelações numéricas. Esqueça de atualizar o software por meio do qual um material codificado se torna visível e sobra pouco – pelo menos do ponto de vista da interface cultural. (...) isso explica algumas das ambivalências em torno da memória digital, o fato de que arquivos de computador são apontados como fonte de destruição de arquivos e perda de memória cultural. (...) Por meio de processos de constante regeneração ou 'leitura', produz um efêmero duradouro que promete durar para sempre, mesmo quando marcha em direção à obsolescência ou estase. A fusão da memória com o armazenamento é, em outras palavras, prejudicada por uma ênfase técnica em processos dinâmicos de memorização. Na medida em que a memória do computador existe, ela é essencialmente atividade; tanto virtual quanto real, e suas imagens são eventos eletrônicos. (2017, p.12)

Por fim, há muito o que se pensar sobre quão intrínseca está se desenvolvendo a relação entre usuários do Instagram, a função de Arquivo e a noção que têm de memória. Sobretudo, o modo quase automático com o que produzem imagens como modo de interação em uma dinâmica que mora entre o efêmero e temporário e o encenado, fictício.

Considerando o contexto pós-moderno, no qual os fluxos se dão de maneira veloz, mutável e abundante no trânsito e no intercâmbio de mídias como fotos, vídeos, áudios e textos, é de se questionar e refletir sobre os usos e as percepções desses indivíduos naquela plataforma. Nos ambientes eletrônicos, Rogers (2019, p. 374) afirma ocorrer uma "fragmentação arquivística", uma vez que os dados e os arquivos estão suscetíveis a serem apagados pelo usuário ou pelo endereço onde estão.[51] Nessa lógica, a pesquisa de arquivo ainda encontra caminhos tortuosos para ser realizada nos espaços digitais. Ainda assim, nota-se que usuários compreendem (e empreendem) o Instagram como um aliado no mantenimento de mídias: ali exercem um processo de montagem do próprio perfil, atravessando processos de apuração, seleção e edição sobre o que é exibido publicamente para sua rede de contatos e o que é ocultado. Em maioria, os respondentes do formulário preparado e enviado a eles para este artigo afirmam que Hobbies, Relacionamentos e Família são os temas dos conteúdos mais arquivados, principalmente por não acharem que essas postagens se enquadram na realidade vigente deles. Dizem ser uma "memória", uma "lembrança". Essas são guardadas para que sejam "revisitadas", "relembrar",

[51] A obra "Digital Methods" (2019) é tida, entre diversos pesquisadores, como um guia de pesquisa para ambientes digitais. No caminho criado pelo artigo, me limito a inserir os comentários do autor sobre os (inéditos) obstáculos em trabalhar o online com objeto de estudo. Assim, um trecho se faz significativo aqui, em tradução minha: "Em vez de lamentar a efemeridade dos dados e a instabilidade do meio e concluir que os dados da web não são bons dados, alguém poderia aprender com os métodos incorporados e repropositá-los [*repurpose*] para pesquisa? 'Repropositação' em métodos digitais compartilha uma linhagem ou perspectiva com abordagens como engenharia reversa e medidas discretas. Também se baseia mais prontamente na prática de novas mídias com a web aberta. (ROGERS, 2019, p. 62)

embora alguns dos participantes aleguem que certas publicações não fazem “mais parte” ou “sentido” na apresentação de seus perfis no Instagram. Notamos, assim, que esses “atores-redes”, como chama Latour, elaboram seus espaços autobiográficos fazendo das imagens seus principais ligamentos com a narrativa do eu que estruturam em seus perfis pessoais no Instagram. Nesse movimento de “museificação”, de Baudrillard, ou arquitetura de “monumentos”, vide Barthes, apresentam versões de si sustentadas pelo que decidem exibir ou não no mundo online que é a plataforma. Essas “micronarrações”, tal como Baianotti pontua, quando amontoadas e transformadas em uma rotina de práticas, uma gramática de usos, contribui para uma “encenação” que apela “à imaginação e à ficção”, nas palavras de Boëx.

Ainda dentro do Instagram, é possível explorar e analisar três Perfis de Produtores de Conteúdo que se adequam à reflexão proposta sobre Arquivo. O usuário @holamikoo se apresenta na Descrição como "picture taker" ("tirador de fotos"). No breve texto, ainda insere a idade, o local onde vive e indica a outros usuários a loja online para a compra de fotos e equipamentos que ele vende. O fotógrafo, que tem o nome Antonio "Miko" Javiniar, até o fim de 2024, acumulava cerca de 290 publicações e mais de 59 mil seguidores. Os carregamentos variam entre: (i) coleções de fotos estáticas, em posts chamados de Carrossel; (ii) vídeos experimentando câmeras; e (iii) explorando filmes antigos não revelados que encontrou.

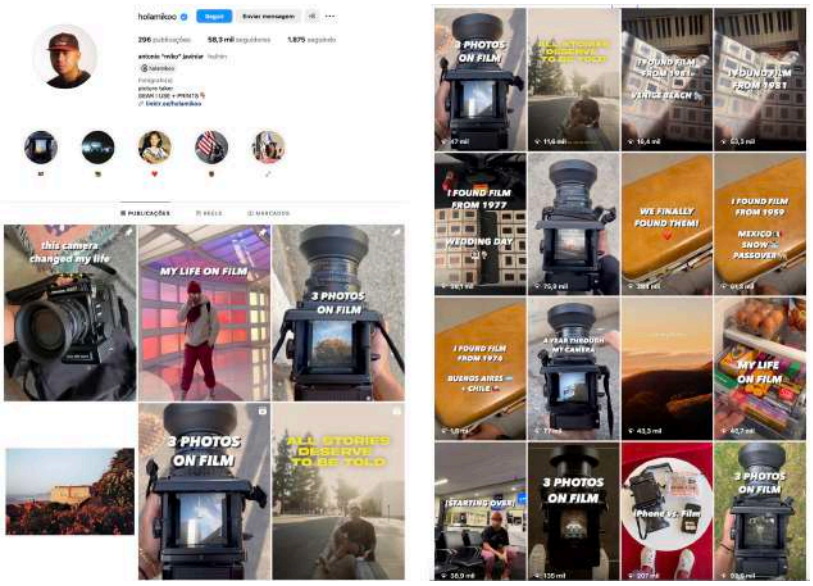

Figura 29. Captura de tela do Perfil de Instagram @holamikoo. Nas Miniaturas das Publicações, é possível perceber padrões estéticos que indicam, intuitivamente, vídeos em sequência que podem ser acompanhadas pelos usuários da rede social. Miko costuma serializar as narrativas em episódios nos quais busca donos de antigos registros analógicos, os quais ele digitaliza o torna público pelo Instagram.

O primeiro formato, no qual @holamikoo apresenta fotos estáticas em Posts tipo Carrossel, tem uma faixa de 500 a 1.500 Curtidas e 30 a 60 Comentários. Na Legenda, o fotógrafo insere uma a duas frases simbólicas, além das configurações técnicas do registro e quais foram as câmeras e lentes usadas. Por fim, cerca de 10 a 20 Hashtags que sejam condizentes com aquela postagem, como #filmlife, #kodakfilm, #filmphotography ou #35mm. Sendo um amante da fotografia analógica, também é comum que Seguidores de Miko o vejam usando câmeras e lentes nos Reels. Esse segundo tipo tem variações diversas nos números do Instagram, mas é possível encontrar Reels como esse que iniciam em cerca de 3 mil Curtidas e 50 Comentários até em torno de 100 mil Curtidas e centenas de Comentários. Isso se deve, contudo, à uma série de componentes como o uso de Áudios e Hashtags, assim como oscilações algorítmicas - elementos que foram anteriormente explicados nesta pesquisa e que influenciam os números, fazendo com que cada publicação tenha um desempenho diferente. Por fim, o terceiro formato, no qual o usuário vasculha filmes antigos não revelados, escaneia, apresenta as imagens e, por vezes, pesquisa e tenta encontrar as famílias e os indivíduos que aparecem naqueles cliques. Essa busca de Miko é o tipo que mais reúne Curtidas, Comentários, Visualizações e Compartilhamentos, se somados os números. Nessa abordagem, vê-se uma faixa acima de 50 mil Curtidas, 500 mil a 1 milhão de Visualizações e uma média mínima de 100 Comentários. Nas Legendas, Miko explica onde e como encontrou o filme, descreve o estado no qual os descobriu e sempre pede que outros usuários compartilhem o Reel com o argumento de que está à procura das pessoas que aparecem nas imagens.

O vídeo mais popular desse tipo é sobre Miko encontrando a família de uma das fotos e os conhecendo pessoalmente. Trata-se dos registros de um casal, Bob e Ellie, que viaja ao redor do mundo. Em um Reel postado em 19 de Janeiro de 2023, o fotógrafo explica que o projeto começou em 2022, quando ele encontrou "caixas de fotos em um mercado de pulgas, cada uma etiquetada com um país diferente".[52] Segundo o relato na Legenda, uma Seguidora entrou em contato, eles combinaram um encontro, confirmaram a identidade de Bob e Ellie, e trouxe um desfecho à procura de Miko. A Publicação acumulava mais de 28 mil Curtidas, 600 Comentários e 284 mil Visualizações. Mas trata-se de um encerramento para o que o usuário chama de "série": ele estava publicando partes dos filmes fotográficos em Reels anteriores, tentando identificar as pessoas das

[52] Instagram. "We found the family", parte 6, final. Carregado em: 19 de Janeiro de 2023. Usuário: @holamikoo. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/Cnmd36vJE0G/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

fotos e nutrir a divulgação online desse material. Vídeos dessa mesma caixa - que descobriria posteriormente pertencer à Bob e Ellie - acumulam números como: 6 milhões de Visualizações (4 de Agosto de 2022)[53], 588 mil (11 de Agosto)[54], 1 milhão (8 de Setembro)[55], 1,5 milhão (5 de Janeiro de 2023)[56] e 61,2 mil (12 de Janeiro).[57] A procura de Miko, portanto, atravessa meses de escaneamento das fotos, mapeamento de pistas e, ainda, trocas com os seguidores sobre possíveis contatos com os sujeitos que aparecem nos registros. Tudo documentado e editado por meio da página dele no Instagram. O encontro final, que mostra o fotógrafo ao lado da família de Bob e Ellie, traz conclusão para quem acompanhava essa história se desenrolando.

Figura 30. Captura de tela de Reels do perfil @holamikoo.

Comentários de outros usuários revelam uma sensação nostálgica deles com os vídeos publicados por Miko. Uma conta, @all_the_stitches, conta: "Tenho digitalizado os slides de filme do meu pai com uma DSLR. É como encontrar um tesouro toda vez que uma imagem digitalizada aparece na tela." Outra, @cantubelieveiit, diz "A pura vibração dos anos 80 nessas [fotos]." Uma terceira pessoa, @ginntonicck, afirma " Acabei de encontrar seu perfil, e ele aquece todo meu coração. Obrigado". Em duas postagens,

[53] Instagram. "Bob & Ellie", parte 1. Usuário: @holamikoo. Carregado em: 04 de Agosto de 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/Cg1zBiDO-F6/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.
[54] Instagram. " Bob & Ellie ", parte 2. Usuário: @holamikoo. Carregado em: 11 de Agosto de 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/ChH0xM2P3Zj/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.
[55] Instagram. " Bob & Ellie ", parte 3. Usuário: @holamikoo. Carregado em: 8 de Setembro de 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CiP5M7FLYIO/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.
[56] Instagram. " Bob & Ellie ", parte 4. Usuário: @holamikoo. Carregado em: 5 de Janeiro de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CnCaxn1JQB4/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.
[57] Instagram. " Bob & Ellie ", parte 5. Usuário: @holamikoo. Carregado em: 12 de Janeiro de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CnUd3x3JL4L/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

em 19 de Janeiro e em 10 de Fevereiro de 2022, Miko usa a expressão "viagem ao tempo" e a pergunta aos Seguidores "para onde deveríamos viajar a seguir?" Acompanhar o processo de pesquisa, digitalização e busca pelas pessoas dos registros se mostra, então, um ponto de adoração dos fãs do fotógrafo. Eles, por sua vez, se dizem encantados com a nostalgia e reforçam a ideia do autor com Comentários como: "Que tesouro. Entrando em uma máquina do tempo" (@garyobrien321); "Um pedaço tão legal de história!" (@senny_phil); "É tão legal ver o tempo congelado em uma foto" (@tonydusan); "Verdadeira viagem ao tempo" (@not.with.a.bang); e "Fotos são história. Antropologia..." (@munecadechinola).

O que Antonio "Miko" Javiniar faz no Perfil de Instagram também pode ser encontrado em páginas como Museum of Lost Memories, que também se autonomeia na sigla MoLM. O nome, por si só, é sugestivo - e isso será refletido adiante neste capítulo. A Conta tem cerca de 738 mil Seguidores e mais de 420 Publicações. Na Descrição, apresenta-se: "Preservando e devolvendo fotos perdidas, vídeos e mais." Em um link disponibilizado ali, o usuário é encaminhado para um site oficial.[58] Lá, na seção "Sobre", lê-se uma carta escrita à mão, que informa mais sobre o MoLM: o idealizador chama-se David e ele iniciou o "projeto" em Dezembro de 2020, afirmando que o objetivo é "preservar memórias perdidas e, quando possível, retorná-las aos donos originais." O profissional conta, também, que descobriu um balde de fotos "e alguma coisa não parecia certa". Ele explica; "Eu imediatamente pensei que se alguém encontrasse alguma das minhas fotos de família, eu esperaria que virassem, lessem o meu sobrenome e tentassem me encontrar. Então é isso que eu comecei a fazer." David afirma que até o momento da redação da carta a iniciativa já acumulava mais de 100 mil "memórias perdidas" e que, "com a ajuda de uma incrível comunidade online", retornou milhares de registros à dezenas de famílias.

[58] Museum of Lost Memories. Site oficial. Disponível em: <https://www.museumoflostmemories.com/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

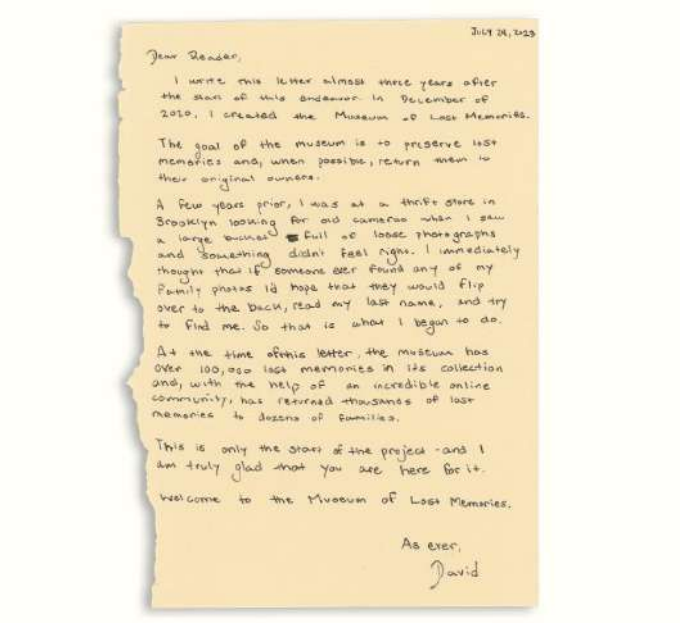

Figura 31. Captura de tela do site Musem of Lost Memories. Para apresentar o projeto, o autor digitaliza uma carta escrita a próprio punho. Replica, assim, a prática que outros usuários acompanham no Perfil do projeto no Instagram: a migração imagética de uma plataforma para outra, condensação de formato, adaptação multimídia. Na carta, deixa evidente as rasuras e os desalinhos, da mesma maneira que, nas mídias digitalizadas que compartilha, as imperfeições comunicam o arquivo espontâneo e despretensioso.

Um dos Reels do MoLM ultrapassa 4,5 milhões de Visualizações, 380 mil Curtidas e 1.700 Comentários. Publicado em 13 de Dezembro de 2023, mostra vídeos digitalizados de um rolo de filmadora analógica encontrado em um mercado de pulgas. O vídeo informa que há um rótulo no material que informa "Bud & Mary & Pam & Johnny 1963".[59] Nas imagens, cenas dos passeios feitos e poses das pessoas que, ao que parece, são aquelas rotuladas na descrição do rolo. Entre os elogios ao projeto de David, lê-se o comentário do usuário @pinyonpictures: "Esses [os vídeos] sempre me atingem profundamente. Também me entristece que as pessoas descartem filmes caseiros e fotos de família, mas, por outro lado, essas pessoas de alguma forma se tornam imortais."

Um outro Reel, postado em 6 de Novembro de 2023, totaliza 4,1 milhões de Visualizações, 277 mil Curtidas e mais 2.800 Comentários. O vídeo conta que o rótulo do filme está escrito "The Holidays 1966 - Pam & Ted - Bill & Enid - Dill & Wife".[60] Nos registros, tomadas de festas, danças, interações, brincadeiras e risos do que parecem ser as pessoas nomeadas o rolo do filme analógico. Nos Comentários desse vídeo é

[59] Instagram. "Bud & Mary & Pam & Johnny 1963". Usuário: @museumoflostmemories. Carregado em: 13 de Dezembro de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C0z2_eVA1xY/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.
[60] Instagram. "The Holidays 1966 - Pam & Ted - Bill & Enid - Dill & Wife". Usuário: @museumoflostmemories. Carregado em: 6 de Novembro de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CzUhuQWAk0O/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

possível encontrar impressões como: "Quando a vida era mais simples" (@jakubhawley); "Pessoas apenas vivendo suas vidas... Nenhum celular à vista" (@3bphotography); "Vida sem celulares" (@karenwaaron); "as pessoas realmente dançavam, levantavam e se moviam e eram desinibidas nas festas do dia a dia! Não presas em telefones ou preocupadas com quem as postaria…" (@leahonomopiaaa)

O vídeo mais recente, considerando a redação desta tese, cruza a faixa de 970 mil Visualizações, 45 mil Curtidas e mais de 1.200 Comentários. Publicado em 9 de Julho de 2024, trata-se de um álbum de fotos de 1992[61], encontrado em San Diego, na Califórnia, Estados Unidos, com diversas fotos de grupos de jovens em passeios, festas e comemorações diversas. Na seção de Comentários, relatos como: "Não sei por que, mas isso me devastou. A vida era muito mais fácil nos anos 90. Crescer sem smartphones foi um presente." (@kr1stintin); "sem poses forçadas ou refazimentos, apenas memórias orgânicas puras" (@c.c._sunrise); "Saudades dos anos 90, quando realmente tínhamos memórias físicas. Não como hoje em dia, quando tudo é descartável ou guardado no ar" (@nellieraposo81). Esse último Comentário faz referência à Computação de Nuvem, ou Cloud Computing, que consiste no carregamento, armazenamento e transferência de arquivos digitais em plataformas conectadas à Internet, dispensando mídias físicas como Pendrives ou Hard Drives. Nos aparelhos celulares dos anos 2020 em diante é comum que serviços de plataformas de armazenamento em "Nuvem" como Apple iCloud, Google Drive, Dropbox, entre outros, sejam forçosamente aplicados aos usuários. Ou seja, ao comprar tais eletrônicos e criar usuário, a conta em um dos serviços é automaticamente aberta. Toda foto, vídeo ou texto produzidos com o smartphone passam, então, a serem estocados na "Nuvem". De acordo com o site oficial da Apple, trata-se de uma "facilidade" e "agilidade" em "proteger dados", ter uma "experiência conectada".[62] Além disso, afirma o endereço oficial da Google, o argumento com viés profissional, "trabalhe com mais eficiência e economize tempo".[63] No site oficial da Dropbox, por sua vez, lê-se: "Trabalhe com muito menos esforço. O Dropbox oferece ferramentas que ajudam você a trabalhar mais rápido, manter seu conteúdo seguro e colaborar com facilidade." [64]

---

[61] Instagram. "These are the coolest 90s pictures I've ever found!". Usuário: @museumoflostmemories. Carregado em: 9 de Julho de 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C9N5ckBPvTN/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.
[62] Apple iCloud. Site Oficial. Disponível em: <https://www.apple.com/icloud/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.
[63] Google Drive. Site Oficial. Disponível em: <https://workspace.google.com/intl/de/products/drive/#store>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.
[64] Dropbox. Site Oficial. Disponível em: <https://www.dropbox.com/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

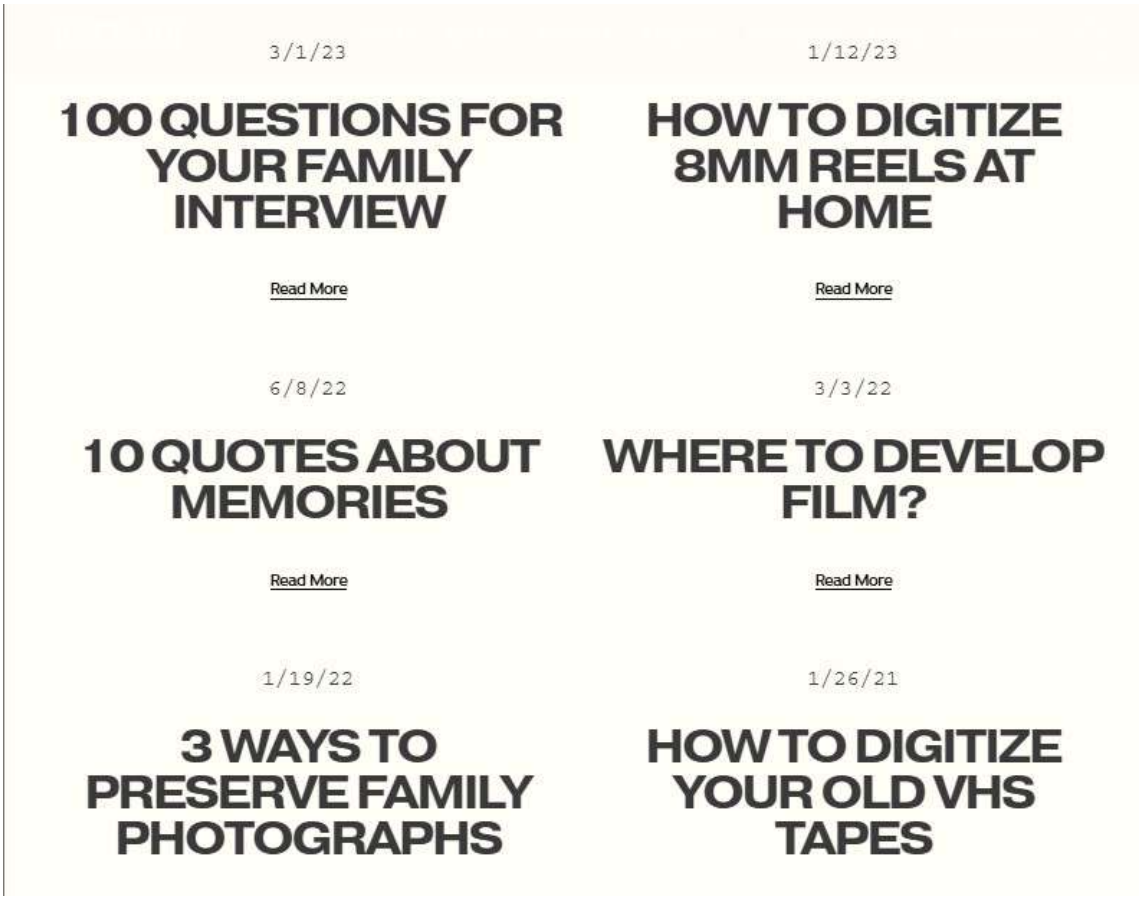

Figura 32. Captura de tela do site Musem of Lost Memories. Em um *blog*, o autor apresenta tutoriais para que outros usuários repliquem os procedimentos ou, ao menos, desenvolvam um cuidado com os registros analógicos e antigos. No canto esquerdo superior, chega a instruir o caminho do método que implementa em seu próprio projeto. Como observamos em outros objetos de estudo, o intercâmbio de conhecimentos e a ampliação das técnicas é traço característico dessa onda autobiográfica das redes.

O usuário @villlalobos é conduzido pelo brasileiro Rafael Cosme, e a conta soma 127 Publicações e 20,6 mil Seguidores. Na Descrição consta: "O passado é um ponto de luz. Rio de Janeiro." Além disso, o endereço digital para acesso à uma reportagem do The New York Times[65], na qual Cosme, que também é jornalista, é entrevistado. Ali, ele afirma que encontrou, em 2018, uma pilha de negativos fotográficos em uma feira de antiguidades na cidade do Rio de Janeiro. Desde então, totaliza 150 mil registros, "quase todos tirados por amadores, que contam a história do Rio de Janeiro da década de 1890 à década de 1980", diz a reportagem. Em outras reportagens, como para O Globo e TV Globo, descobre-se que o autor da página de Instagram é jornalista por formação. Em um

[65] NICAS, Jack. Lost images reveal the history of Rio's Carnival. The New York Times, 2024. Disponível em: <https://www.nytimes.com/interactive/2024/02/10/world/americas/rio-de-janeiro-carnival.html#>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

dos artigos, ele afirma: "Faço esse mapeamento, abordo gente na rua. É um esforço de memória coletiva".[66] Não com a mesma frequência de interações com a plataforma, como é possível observar pelas datas de Posts ou Stories, a página de Instagram dirigida por Cosme parece ser um apoio ou um suporte para a prática de arquivo, e não o centro. Ali, supõe-se, faz circular os achados, mas o envolvimento com esse material parece estar mais no âmbito da pesquisa. Em participação no portal NOIZE (2025), o jornalista revela que não tinha pretensões iniciais, mas após começar a postar no Perfil, “as pessoas começaram a gostar, compartilhar”. Cosme também diz querer “dar um destino para isso” por achar “cruel” que os registros fiquem guardados. “Não tenho apoio nenhum, é um trabalho independente, mas tenho material para exposições. São cenas cotidianas que fazem um país inteiro. É fundamental que essas histórias sejam contadas”, afirma. Na opinião dele, “não existe contar a história de uma cidade sem se entranhar nela”.[67]

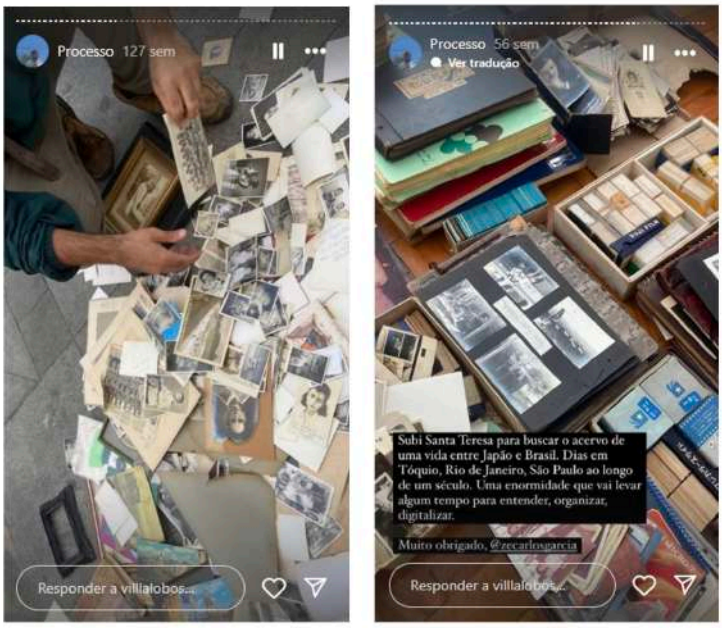

Figura 33. Captura de tela do Perfil de Instagram @villlalobos. O Criador de Conteúdo organizou uma coleção de Stories, fixados em Destaques na página da rede social com o nome “Processo”, explicando as etapas de pesquisa, digitalização e divulgação no Instagram.

[66] FERREIRA, Ricardo. Garimpo de fotos conta a história do Rio de Janeiro feita por anônimos. O Globo, 03 de Março de 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/artes-visuais/noticia/2024/03/03/garimpo-de-fotos-conta-a-historia-do-rio-de-janeiro-feita-por-anonimos.ghtml>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.
[67] COSME, Rafael. Rio antigo: Pesquisador reúne 300 mil imagens raras do carnaval carioca. NOIZE, 20 de Fevereiro de 2025. Disponível em: <https://noize.com.br/rio-antigo-pesquisador-reune-300-mil-imagens-raras-do-carnaval-carioca/#1>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

A prática do jornalista Rafael Cosme parece estar mais próxima da pesquisa do que como Criador de Conteúdo, diferentemente dos outros objetos analisados. Não raro o Perfil @villlalobos está sem classificação de qual Tipo se enquadra. Ainda assim, está em consonância sobre como o método encontra no Instagram um lugar de promoção e de encontro com outros usuários. András Bán (2010), em “A Farewell to Private Photography", reflete sobre as novas imagens imaterializadas em um contexto de transformação das práticas fotográficas na era digital, no qual a fotografia privada se desloca de um objeto físico para uma existência predominantemente comunicativa e relacional — como nota-se na seção de Comentários e no relato de Cosme ao afirmar que não tem pretensões específicas com a página de Instagram. Ao sugerir que o pesquisador deve adentrar esse espaço de comunicação para compreender a dinâmica contemporânea das imagens, Bán desloca a posição tradicional do analista da fotografia, que historicamente se ocupava da materialidade dos registros visuais e de sua indexicalidade, para um papel mais ativo e participativo na construção dos sentidos da imagem. Essa perspectiva ressoa com abordagens contemporâneas da visualidade, que enfatizam a performatividade da imagem no meio digital e sua capacidade de gerar significados a partir das interações que suscita. De acordo com o autor, a ideia de um pesquisador como “catalisador” sugere que o sentido das imagens não é algo fixo ou dado, mas sim emergente, construído em tempo real na interseção entre a fotografia, seus contextos de circulação e os discursos que a acompanham. Esse deslocamento epistemológico evidencia não apenas a fluidez dos significados na cultura digital, mas também a necessidade de metodologias que levem em consideração a natureza interconectada, efêmera e participativa da imagem contemporânea.

> É praticamente impossível não ver na fotografia o meio de um olhar que se fixa numa imagem, e certamente de um outro olhar que se transfere para o nos-so, quando estamos perante a imagem final. A percepção simbólica diante de uma fotografia procede de uma troca de dois olhares. Recordamos o olhar de que a fotografia constitui a recordação. Neste sentido, a fotografia é um meio entre dois olhares. Aqui, um papel importante é desempenhado pelo tempo que existe entre o olhar registado e o olhar reconhecedor. Vemos o mundo com o olhar de outro, mas confiamos que ele poderia ser também o nosso. O mesmo mundo parece diferente, porque foi visto num tempo diferente. Olhamos para o mundo através de uma imagem que não parece inventada, mas que confere uma duração ao olhar com que também nós experimentamos o mundo. (BELTING, 2014, p. 279)

Hans Belting, em "Antropologia da Imagem - Para uma ciência da imagem" (2014), propõe uma reflexão acerca da natureza do olhar fotográfico e suas implicações epistemológicas. A afirmação de que "a fotografia reproduz o olhar que lançamos sobre

o mundo" (p. 279) revela a complexidade da relação entre a câmera, o fotógrafo e a percepção da imagem capturada. Embora a máquina fotográfica não possua uma intencionalidade própria, a imagem resultante ainda assim é interpretada como portadora de um olhar. Essa perspectiva problematiza a noção de objetividade fotográfica, evidenciando que a mediação técnica não elimina a subjetividade inerente à criação e à recepção da imagem. A relação entre a fotografia e a memória também é central na análise de Belting. Quando afirma que "quando a morte se apodera da imagem da memória, a permanência do tempo torna-se nela final e absoluta" (p. 280), ele sugere que a fotografia transforma a efemeridade da vida em um vestígio visual perene. Essa permanência, no entanto, não equivale à imortalidade, pois a fotografia não impede a perda irreversível do sujeito representado. Assim, a fotografia assume uma função paradoxal: ao mesmo tempo que eterniza um instante, enfatiza a inexorabilidade do tempo e da morte.

Esse paradoxo se aprofunda na passagem em que o historiador afirma que "uma imagem não pode morrer e, no entanto, conferiu existência a um corpo mortal" (p. 281). A fotografia confere visibilidade e permanência a algo que, na realidade, é transitório. Tal perspectiva reforça o caráter espectral da imagem fotográfica, evocando as reflexões de Roland Barthes em "A Câmara Clara" (1980), onde a fotografia é descrita como um signo da morte iminente do retratado. A fotografia, assim, torna-se um dispositivo de suspensão do tempo, capturando um instante que nunca poderá ser revivido senão na experiência subjetiva do espectador. Belting também discute a dualidade entre o tempo fotográfico e o tempo da memória, sugerindo que "deparamos assim com duas culturas antinômicas do olhar" (p. 281). Enquanto o tempo fotográfico marca um evento situado em uma cronologia objetiva, o tempo da memória é fluido e subjetivo. A fotografia fixa um instante específico, mas a memória o ressignifica continuamente, reconfigurando sua interpretação. Essa dicotomia ilustra a complexidade da experiência visual contemporânea, na qual a fotografia, mesmo enquanto documento, está sempre inserida em um campo de disputas interpretativas.

> Ao dirigir o seu olhar para o mundo, o fotógrafo parece exigir o direito de só ele ser sujeito. O seu direito de autor consiste no direito de dispor livremente da imagem, declarando-se assim como observador soberano do mundo. E, todavia, o papel de autor está em contradição com a sua dependência do motivo e do acto técnico de fotografar, segundo o qual a reprodução do mundo faz parte do programa da máquina. O fotógrafo só pode superar o conflito entre o olhar e o seu tema ou objeto, pelo cultivo do olhar, caso a caso e para cada nova foto. A «fabricação de imagens», em que os autores habitualmente se confirmam como artistas ou narradores, desliza para uma zona de penumbra em virtude do carácter indexical do meio fotográfico. (BELTING, 2014, p. 288)

Por fim, o autor alemão problematiza a relação entre a fotografia e a verdade ao afirmar que "todos os meios e imagens envolvem uma parte de incerteza e prestam-se à manipulação" (p. 286). Se a fotografia é frequentemente tomada como evidência incontestável da realidade, essa confiabilidade é ilusória. O ato de fotografar é guiado por uma intenção subjetiva, e a imagem resultante nunca é neutra. Além disso, o autor enfatiza que a fotografia pode ser manipulada de diversas formas, seja por meio de retoques ideológicos ou pela própria maneira como é enquadrada e exibida. Esse argumento desafia o status da fotografia como registro incontestável do real e insere a imagem fotográfica no campo da representação e da construção narrativa. Dessa forma, a análise de Belting evidencia que a fotografia é um meio ambíguo, situado entre a objetividade e a subjetividade, a permanência e a transitoriedade, a prova e a manipulação. Ao propor uma antropologia da imagem, o autor convida a repensar a maneira como interagimos com as imagens e como elas moldam nossa percepção da realidade e da memória.

Tanto Derrida (2006) quanto Blom (2016) problematizam a natureza e a função do arquivo, mas a partir de perspectivas que evidenciam a relação entre o arquivo e o controle da memória. Para Derrida, o arquivo não é uma simples preservação do passado, mas uma estrutura que, ao decidir o que deve ser guardado e o que deve ser esquecido, exerce um poder de exclusão que limita o que é acessível à memória coletiva. Em um movimento similar, Blom (2016) discute o arquivo digital em rede como um sistema dinâmico, onde os dados não são simplesmente armazenados, mas circulam em um circuito de retroalimentação. No entanto, ao contrário da ideia de estabilidade e permanência, essa circulação é efêmera e sempre sujeita a processos de regeneração que, apesar de se prometerem perenes, estão condenados à obsolescência. Ambos os autores sugerem que o arquivo, seja físico ou digital, está longe de ser um repositório neutro de dados ou de memória, mas sim uma ferramenta de gestão e controle das informações, com consequências para a construção da história e da identidade.

A ambiguidade em torno da memória digital, observada por Blom, ressoa com a crítica de Derrida à ilusão de uma memória arquivada como estável e imutável. A ênfase nos processos dinâmicos de armazenamento e leitura de dados no arquivo digital cria uma aparente continuidade, mas também levanta questões sobre a integridade e a permanência da memória. A relação entre memória e armazenamento, como discutida por Blom, é, assim, um eco do “mal de arquivo” derridiano, pois, ao confundir memória com armazenamento, o arquivo digital contribui para a perda de autenticidade e a

fragmentação da memória cultural. Nesse sentido, tanto o arquivo físico quanto o digital podem ser vistos como agentes que impõem, de maneira velada, uma visão limitada e controlada da história e da identidade, questionando, assim, as possibilidades de uma memória plena e verdadeiramente acessível.

Essa discussão encontra ressonância na era digital, especialmente no contexto das redes sociais, como o Instagram, que funcionam como verdadeiros arquivos dinâmicos de imagens. O tempo fotográfico e o tempo da memória coexistem nesses espaços, mas se reorganizam de maneira inédita: enquanto o instantâneo digital parece cristalizar o presente, a curadoria de imagens no perfil de um usuário reconfigura narrativas pessoais e coletivas, conferindo uma nova camada de significado às imagens. O Instagram opera, assim, como um arquivo fluído, no qual a fixação e a efemeridade se sobrepõem, e onde a veracidade da fotografia se torna ainda mais instável. A possibilidade de manipulação, montagem ou edição instantânea, a filtragem e a recontextualização constante das imagens evidenciam que, na cultura digital, as imagens não apenas registram o mundo, mas o constroem ativamente, reforçando o papel do espectador como agente na construção de sua própria memória visual e identidade.

6. Considerações finais

Durante o desenvolvimento desta pesquisa, uma das pessoas entrevistadas afirmou que o Perfil de Instagram dela reúne "histórias que quero contar sobre mim". Autointitulada Influenciadora e Produtora de Conteúdo, optando por permanecer anônima para este estudo, ela explica que na página dela estão "momentos", "pessoas" e "registros" que "mostram" um pouco quem ela é.[68] Como destacado em outros blocos deste trabalho, é comum ver o vocabulário publicitário, usado para instigar usuários, sendo instrumentalizados por pessoas que capitalizam ali no Instagram. Ou seja, usuários profissionalizando seus respectivos Perfis e usando métodos semelhantes aos de empresas para "construir uma comunidade" ou "se conectar" e "engajar". Ainda, como esses

[68] No início da pesquisa, seria um relato público. No decorrer dos anos, no entanto, a Criadora de Conteúdo optou por não revelar a identidade. O presente trabalho, inclusive, se inclinava em um primeiro momento para a coleção de entrevistas realizadas por dois anos com Creators. Todavia, foram canalizados esforços para as análises visuais e de discurso, norteando a pesquisa pelo componente da narrativa imagética já fornecida pelos Perfis de Instagram. Na proposta da tese, observar aquela composição pode prover um terreno ainda mais fértil para a reflexão teórica sobre a curadoria, a seleção, a montagem e o desenvolvimento das escritas autobiográficas imagéticas com os fins para aquela rede social.

sujeitos, se habituam às estratégias como Storytelling: não se faz um Post, se conta uma história; não é um mero vídeo, é uma Narrativa; não se trata de uma foto, é um Conteúdo. A expressão humana, em suas múltiplas formas, manifesta-se como um fenômeno intrinsecamente vinculado ao domínio e à prática das tecnologias comunicacionais, sejam elas de natureza analógica ou digital. A recorrência no uso dessas ferramentas não apenas aprimora a capacidade expressiva do indivíduo, mas também redefine sua inserção nos circuitos socioculturais. Essa é a exploração de Erving Goffman[69], que argumenta que a constituição da experiência cotidiana é atravessada por micropráticas de representação que expandem a construção simbólica do sujeito. (1985, p. 14) Para o autor de "A representação do eu na vida cotidiana", a expressividade individual estrutura-se a partir de dois registros fundamentais: a expressão intencionalmente transmitida e aquela involuntariamente emitida. Tal distinção evidencia a complexidade dos processos comunicacionais, uma vez que a percepção do outro não se restringe ao controle consciente das informações veiculadas, mas envolve também aspectos não verbais e inconscientes, que conferem profundidade à interação social. Dessa forma, compreender a Comunicação como um campo de significação dinâmico e multifacetado implica reconhecer que os meios tecnológicos não apenas viabilizam a transmissão de mensagens, mas também modulam os modos pelos quais os indivíduos se apresentam e são percebidos na esfera pública.

Se optar por utilizar os pilares conceituais desse escritor, é possível afirmar que os Criadores de Conteúdo e os Influenciadores performam no Instagram à medida que constroem representações nos cenários e nas fachadas que ali costumeiramente apresentam. De acordo com a perspectiva de Goffman, representação é "toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência" (p. 29). Esses sujeitos, seguindo a linha de termos trabalhados pelo escritor, se concentram nas aparências e nas maneiras realizadas para o público, desenvolvendo uma estrutura, um "equipamento expressivo" (p. 31). O objetivo central é desempenhar um papel social (p. 34) para o auditório, o público, a plateia, a audiência (p. 52). O principal instrumento desses Criadores: as *tecnoimagens*.

[69] O sociólogo é recorrente nos estudos acerca de identidade e representação. Aqui, opto por mencioná-lo, mas há um encurtamento do uso da obra de Goffman. O caminho teórico adotado é por Flusser, que centra argumentação no protagonismo das imagens (as tecnoimagens) na contemporaneidade e na instrumentalização delas para a construção de significados e intercâmbio de mensagens.

Vilém Flusser, em sua obra "O mundo codificado" (2017), propõe uma análise profunda das transformações tecnológicas e comunicacionais que reconfiguram a relação entre o homem e o mundo, especialmente no que diz respeito às imagens e aos textos. Sua argumentação se ancora na transição de uma cultura imagética tradicional para um regime de tecnoimagens, um fenômeno que impacta não apenas a percepção do real, mas também a própria estruturação do pensamento. Ali, Flusser argumenta que, à medida que as imagens se tornam mais transportáveis, os receptores tendem à imobilidade, reduzindo a importância do espaço político. Esse fenômeno se insere em um contexto de espetacularização da informação, como já alertava Debord — analisado nesta pesquisa —, que observa como a passividade do espectador é reforçada pela mediação tecnológica. A política, tradicionalmente ancorada em interações presenciais e no debate público, cede espaço a um consumo midiatizado da realidade, reduzindo a capacidade de ação autônoma dos indivíduos.

A reflexão sobre a reversibilidade das imagens (p. 137) insere-se na discussão sobre o modo de organização cognitiva do mundo. Flusser distingue aqueles que "imaginam" o mundo, cuja compreensão se baseia na circularidade dos signos imagéticos, daqueles que "concebem" o mundo por meio de textos, cuja lógica é linear e irreversível (p. 138). Essa distinção remete a uma oposição epistemológica clássica entre oralidade e escrita, abordada por Walter Ong (1982) em "Orality and Literacy". No mundo da oralidade, a memória é estruturada de modo circular e repetitivo, como no pensamento mítico descrito por Mircea Eliade (1992) em "O sagrado e o profano". Já no universo da escrita, predomina uma narrativa linear, marcada pela progressão histórica e pela irredutibilidade dos eventos. Flusser, ao discutir a transição das imagens para os textos e vice-versa, problematiza as implicações dessa mudança estrutural na maneira como o homem se relaciona com a temporalidade e com a responsabilidade de suas ações.

Figura 34. Captura de tela do Reel de Instagram do usuário @ellisflurry. No vídeo, o Criador de Conteúdo simula um usuário de Instagram dando dicas sobre finanças e, simultaneamente, sendo questionado sobre o colega de quarto por não lavar a louça ou pagar a parte do aluguel. A reflexão do usuário mira nas narrativas ficcionalizantes quando confrontadas com o mundo offline, sem Instagram.[70]

A função mediadora das imagens (p. 138), revela um aspecto ambíguo: as imagens permitem que o homem atribua sentido ao mundo, mas também podem se tornar barreiras entre ele e a realidade. Esse argumento se relaciona com a ideia benjaminiana de "auratização" (BENJAMIN, 2012), segundo a qual a reprodutibilidade técnica das imagens altera a relação entre obra e espectador, convertendo a experiência estética em uma prática cada vez mais alienante. Flusser vai além e sugere que a proliferação das imagens pode levar a um "aprisionamento imagético", onde a imaginação, em vez de libertar, conduz a uma alienação ainda maior. Esse paradoxo reflete uma crítica à sociedade contemporânea, na qual as imagens deixam de ser representativas e passam a constituir simulacros, conforme proposto por Baudrillard — também inspecionado aqui.

A discussão sobre a opacidade dos textos (p. 141) segue a mesma linha de raciocínio. Assim como as imagens podem se tornar incompreensíveis e alienantes, os textos também podem perder seu caráter explicativo e se converter em barreiras. Flusser propõe uma visão crítica da racionalidade formal, cuja tendência a sistemas fechados de significado pode levar a uma "biblioteca paranoica" de explicações opacas. Essa crítica ecoa a desconfiança de Adorno e Horkheimer (1985) em "Dialética do esclarecimento" em relação à razão instrumental, que, ao se tornar autossuficiente, acaba por alienar o homem do próprio sentido da existência.

[70] INSTAGRAM. Ellis Flurry, 23 de Agosto de 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C_A7T2Lgf4k/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

Figura 35. Captura de tela do Reel de Instagram da usuária @ivybloom.tv. No vídeo, a Criadora de Conteúdo satiriza a própria produção de mídias para redes sociais: narra uma personagem que faz com que pessoas em situação de rua atravessem uma repaginação e ingressem nas plataformas *online*, domesticando-as em um "santuário". Pelo humor, uma narrativa metacrítica às lógicas das tecnoimagens que povoam espaços digitais com o Instagram.[71]

A emergência das tecnoimagens (p. 142), introduz uma nova dimensão na discussão. Diferentemente das imagens tradicionais, as tecnoimagens são produzidas por processos técnicos e cibernéticos, dando origem ao que o autor denomina "tecnoimaginação". Essa mudança implica uma reconfiguração da cultura, onde a distinção entre real e virtual se torna cada vez mais nebulosa. Paul Virilio (1994), em "A guerra do tempo real", discute um fenômeno similar ao analisar como a aceleração tecnológica impacta a percepção temporal e espacial, criando um mundo onde a presença física se torna secundária em relação à mediação digital. Por fim, a visão de Flusser sobre a conversão de textos em imagens (p. 143) sugere um retorno ao universo do mito, mas agora através do que ele compreende como tecnoimagens. Essa transformação pode ser interpretada tanto como uma regressão a um estado pré-textual quanto como a inauguração de um novo paradigma comunicacional. Aqui, a reflexão de McLuhan (1964) torna-se pertinente: a mudança no meio de comunicação não apenas altera a forma, mas também reestrutura a própria consciência e organização social. Em suma, Flusser antecipa um futuro em que a escrita se dissolve em imagens, e a história, tal como se conhece, se transmuta em um novo regime de significação, pautado pela lógica das tecnoimagens e pela reconfiguração do imaginário coletivo.

[71] INSTAGRAM, Ivy Bloom TV, 21 de Agosto de 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C-8RE1WSUmk/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

> A explicação é óbvia: *O jardim de veredas que se bifurcam* é uma imagem incompleta, mas não falsa, do universo tal como o concebia Ts'ui Pên. Diferentemente de Newton e de Schopenhauer, seu antepassado não acreditava num tempo uniforme, absoluto. Acreditava em infinitas séries de tempos, numa rede crescente e vertiginosa de tempos divergentes, convergentes e paralelos. Essa trama de tempos que se aproximam, se bifurcam, se cortam ou que secularmente se ignoram abrange todas as possibilidades. (BORGES, 1981, p. 50)

"O Jardim de Veredas que se Bifurcam" (1941), conto de Jorge Luis Borges, articula uma estrutura narrativa que explora as relações entre tempo, literatura e metafísica. A história acompanha Yu Tsun, um espião chinês a serviço da Alemanha durante a Primeira Guerra Mundial, cuja missão ocorre sob a iminência de sua captura. No decorrer da narrativa, surge a figura de seu ancestral, Ts'ui Pên, um escritor e estudioso que abandonou sua carreira política para se dedicar à criação de um livro e de um labirinto. A revelação central do conto indica que livro e labirinto constituem a mesma entidade, fundamentando uma concepção não linear do tempo, na qual múltiplos futuros coexistem simultaneamente. O conto dialoga com ideias da física contemporânea, especialmente aquelas associadas à teoria do multiverso, antecipando discussões posteriormente exploradas pela ficção-científica e pela filosofia da linguagem. "O Jardim de Veredas que se Bifurcam" estrutura-se como uma narrativa policial ao mesmo tempo em que investiga a representação da realidade e das possibilidades narrativas. Como observa Badir (2022, p. 232), a literatura distingue-se de outras formas artísticas por ser composta exclusivamente de palavras, sem a necessidade de um mimetismo direto com o mundo real. Essa característica permite que Borges explore a maleabilidade do tempo e da narrativa, sugerindo que a própria estrutura literária pode se tornar um labirinto de possibilidades interpretativas. A relação entre o livro e o labirinto, conforme descrita no conto de Borges, ressoa com a noção de que a ficção implica uma "ação de compor, de organizar" (BADIR, 2022, p. 233). A criação literária não se limita a representar o real, mas sim a reconfigurá-lo por meio da linguagem, instaurando um universo que, apesar de distinto, mantém pontos de contato com a realidade empírica. Essa aproximação entre os mundos fictício e real é essencial para a compreensão da literatura enquanto fenômeno discursivo, conforme destaca Badir ao afirmar que as similitudes entre esses mundos justificam o uso da noção de "mundo" para ambos (p. 232).

Em "O Jardim de Veredas que se Bifurcam", essa conexão se manifesta na maneira como a narrativa articula conceitos da física contemporânea, antecipando discussões sobre o multiverso e reforçando a ideia de que a literatura não apenas

representa a realidade, mas também a reconfigura. Dessa forma, a obra de Borges ilustra a complexa relação entre literatura e realidade ao explorar um modelo narrativo que desafia concepções tradicionais de tempo e causalidade. A partir da perspectiva teórica apresentada por Badir, podemos compreender que a literatura, longe de ser um mero reflexo do mundo empírico, opera como um sistema de organização do pensamento e da experiência, instaurando realidades alternativas que, embora autônomas, dialogam continuamente com o mundo real. O conto borgiano, ao propor um universo textual que é simultaneamente livro e labirinto, reafirma essa dimensão constitutiva da ficção como um espaço de experimentação e de reflexão sobre as formas de narrar e compreender a realidade. A análise dessa relação entre literatura e realidade pode ser aprofundada a partir das reflexões de Benjamin (1975), especialmente no que concerne à distinção entre conto e informação. Segundo esse autor (1975, p. 6), a informação exige verificação imediata e deve ser compreensível por si só, tornando-se irreconciliável com o espírito do conto. Esse processo reflete-se na literatura contemporânea[72], onde a narrativa curta, como a *short story*, distanciou-se da tradição oral e da sobreposição de camadas narrativas ao longo do tempo (BENJAMIN, 1975, p. 10). Em oposição a esse modelo informativo, Borges resgata a essência do conto ao criar um universo textual que não busca explicar-se de forma direta, mas sim envolver o leitor em múltiplas interpretações e possíveis leituras. Benjamin argumenta que a modernidade nos torna "pobres em histórias dignas de nota", pois “os fatos chegam a nós já circundados de explicações, reduzindo a espontaneidade da narrativa” (1975, p. 6). Em "O Jardim de Veredas que se Bifurcam", Borges subverte essa tendência ao estruturar uma narrativa que, em vez de oferecer respostas definitivas, abre espaço para uma infinidade de desenvolvimentos possíveis. Assim, o conto borgiano alinha-se ao que Benjamin considera a essência da arte de narrar: a capacidade de preservar o enigma e permitir que a história se revele de forma gradual, sem a imposição de uma única interpretação. Esse aspecto reafirma o papel da literatura como um espaço de resistência à lógica da informação e à linearidade do discurso, resgatando a riqueza das múltiplas possibilidades narrativas.[73]

[72] Figueiredo (2010) argumenta, inclusive, que é possível mapear uma “literatura anterior e outra posterior à expansão das mídias audiovisuais” (p. 37)

[73] Benjamin, novamente, em “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” (2015), afirma que os as “atuações” e a “realização de performance” com as “aparelhagens” tem, ao fim, “afirmam” a humanidade dos indivíduos “(ou o que aparece a eles como tal) diante do aparato, mas colocando o aparato mesmo a serviço de seu próprio triunfo” (p. 70). Essa perspectiva, também explorada por outros autores no decorrer da pesquisa, não é a mesma partilhada por esta tese. Aqui, a fundamentação teórica aponta para essas afirmações de Benjamin (e dos demais autores) como uma constatação. Narrar em meio ao espetáculo ainda é narrar. Um não anula o outro, mas a todo o momento se entrecruzam e se

Em Figueiredo e Muanis (2019), a articulação entre escrita, literatura e produção imagética emerge com o objetivo de desenvolver uma lente crítica sobre o ensino e o domínio das narrativas digitais emergentes. Ao final do texto, os autores questionam se a "democratização do saber-fazer" poderia ser um "caminho possível para recuperar a distância crítica" em relação aos meios de comunicação de massa (p. 24). A presente pesquisa busca oferecer uma resposta afirmativa a essa indagação. Considerando os autores aqui discutidos, o panorama capitalista e as lógicas da indústria midiática operam de forma soberana nas manobras de poder. Ainda assim, a busca pela expressão e pela construção identitária permanece fundamental. Apropriar-se das ferramentas disponíveis – mesmo quando vinculadas a grandes corporações, como o Instagram – torna-se, portanto, uma estratégia essencial para explorar as técnicas narrativas e ampliar a autonomia autoral. Inserir-se em meios de comunicação de massa não significa, necessariamente, submeter-se à sua lógica, mas sim investigar suas potencialidades e ampliar as possibilidades de escrita autobiográfica, mesmo dentro das dinâmicas desses ambientes. A busca por métodos e técnicas narrativas, nesse sentido, se alinha à postura dos hackers, gamers e outras comunidades experimentais das primeiras décadas da computação, que exploravam os limites das tecnologias por meio da experimentação, ainda que dentro das estruturas institucionais existentes.

Por fim, é necessário considerar as transformações do cenário midiático. Como destacado no início deste trabalho, plataformas como o Instagram – assim como outras redes sociais eletrônicas – estão sujeitas a mudanças ou até mesmo à obsolescência. No entanto, independentemente da efemeridade dos endereços digitais, a passagem dos indivíduos por esses espaços e o trânsito dos usuários contribuem para processos de exploração identitária. No que tange aos blogs e às redes sociais, essas plataformas são, por natureza, espaços propícios à narração de si para o outro. O ato de tornar público o cotidiano, adaptar-se às linguagens digitais e nutrir as dinâmicas culturais contemporâneas não implica apenas um consumo passivo desses meios, mas também uma ação ativa na construção da própria identidade. Assim, a proposta desta investigação não se restringe ao conteúdo das narrativas, mas à problematização da forma como se constroem as identidades nas primeiras décadas do século XXI, atravessadas pelos usos e consumos de plataformas como o Instagram.

influenciam. A premissa, portanto, é pensar que a Expansão transita pela contemporaneidade: seja no ambiente e com a ferramenta que for, indivíduos vão à busca da Imagem para a escrita autobiográfica.

Dessa maneira, delineia-se um panorama em que a sociedade ocidental perpetua e ressignifica as técnicas da imagem, dos dispositivos e dos sistemas da cultura visual para narrar a si mesma. A expansão da vida, nesse contexto, passa pela experimentação da ficcionalização do eu como ferramenta de exploração identitária. Ainda que a materialidade contemporânea apresente novas dinâmicas, cabe aos sujeitos – simultaneamente usuários e criadores – buscar o entendimento e o domínio dos mecanismos tecnológicos para se localizarem enquanto indivíduos no mundo. As práticas ficcionalizantes do eu por meio das imagens, que continuarão a existir, constituem uma das estratégias possíveis para a inscrição subjetiva nos espaços digitais, permitindo a construção de autobiografias que transcendem os limites impostos pelas plataformas. Trata-se, assim, de uma expansão da própria vida.

Referências Bibliográficas

APP STORE. **Edits, an Instagram app**. Disponível em: < https://apps.apple.com/us/app/edits-an-instagram-app/id6738967378>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

ARAUJO, Denize Correa. **Imagens revisitadas: ensaios sobre a estética da hipervenção**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2010.

ARTHUR, Paul Longley. **Saving Lives: Digital Biography and Life Writing**. in: Save as... Digital Memories. Palgrave Macmillan, 2009. Disponível em: <https://openresearch-repository.anu.edu.au/bitstream/1885/53391/2/01_Arthur_Saving_Lives%3a_Digital_2009.pdf>. Acesso 23 de maio de 2023.

ASSMANN, Aleida. **Espaços da Recordação: formas e transformações da memória cultural**. Tradução de Paulo Soethe. Campinas: Editora da Unicamp, 2011.

BADIR, Sémir. **Qu'est-ce que le monde?** Étude sémantique. ASEL, ano 46, vol. 27, nº 2, 2022.

BAINOTTI, Lucia. **From archive cultures to ephemeral content, and back: Studying Instagram Stories with digital methods**. SAGE Publications, vol. 23, ed. 12, 2020. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444820960071>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

BÁN, András. **A Farewell to Private Photography**. In: BÁN, Zsófia; TURAI, Hedvig. (Eds.) Exposed Memories - Family Pictures in Private and Collective Memory. Budapeste: Central European University Press, 2010.

BARGER, Victor A.; PELTIER, James W.; SCHULTZ, Don E. **Social media and consumer engagement: A review and research agenda**. Journal of Research in Interactive Marketing, 10(4), 268-287, 2016. Disponível em: < https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm?abstractid=2872683>. Acesso em 14 de Outubro de 2024.

BARTHES, Roland. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BARTHES, Roland. **S/Z**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio d'Água Editora, 1991.

BEIGUELMAN, Giselle. **Políticas da imagem: Vigilância e resistência na dadosfera**. São Paulo: Ubu Editora, 2021.

BENEDEK, András; VESZELSZKI, Ágnes. **In the Beginning was the Image: The Omnipresence of Pictures: Time, Truth, Tradition**. Petter Lang AG, 2016. Disponível em: <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/30034>. Acesso 23 de maio de 2023.

BELTING, Hans. **Antropologia da Imagem - Para uma ciência da imagem**. Lisboa: KKYM + EAUM, 2014.

BENJAMIN, Walter. **O narrador: observações sobre a obra de Nikolai Leskov**. In:BENJAMIN, Walter; ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max; HABERMAS, Jürgen. Textos escolhidos. Trad. Modesto Carone et al. São Paulo: Abril Cultural, 1975.

BIG THINK. **The History of Blogging**. Disponível em: <https://bigthink.com/videos/the-history-of-blogging/>. Acesso 23 de maio de 2023.

BLACK, Taylor C. **Lil Miquela, Instagram, and the performance of authenticity**. TBA - Journal of Art, Media, and Visual Culture, 2019. Disponível em: <https://ojs.lib.uwo.ca/index.php/tba/article/view/7968/8815>. Acesso em: 12 de Setembro de 2024.

BLOM, Ina; LUNDEMO, Trond; ROSSAK, Eivind. **Memory in Motion - Archives, Technology, and the Social**. Amsterdam University Press, 2017.

BLOOM, Myra. **Sources of the Selfie - An Introduction to the Study of Autofiction in English**. English Studies in Canada, vol. 45, ed. 1-2, Março-Junho de 2019. Disponível em: <https://www.academia.edu/45581927/Sources_of_the_Self_ie_An_Introduction_to_the_Study_of_Autofiction_in_English>. Acesso em: 28 de novembro de 2022.

BOELLSTORFF, Tom. **The ability foi place: digital topographies of the virtual human on ethnographia island**. Current Anthropology. Chicago, Estados Unidos, 2018.

BOËX, Cécile. **Montrer, dire et lutter par l'image. Les usages de la vidéo dans la révolution en Syrie**. Vacarme, 2012. Disponível em: <www.vacarme.org/article2198.html>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

BOLINA, Laís. **História dos blogs: como a evolução dos blogs pode impactar no seu negócio**. Rock Content, 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/historia-dos-blogs/>. Acesso 23 de maio de 2023.

BORGMANN, Albert. **Holding On to Reality: The Nature of Information at the Turn of the Millennium**. Waldorf Library, Research Bulletin, Vol. 24, edição 2, 2019. Disponível em: <https://www.waldorflibrary.org/images/rb24_2borgmann.pdf>. Acesso em: 28 de novembro de 2022.

BOURDIEU, Pierre. **Esboço de uma teoria da prática: precedido de três estudos de etnologia cabila**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BORDIEU, Pierre. **Photography - A Middle-brow Art**. Reino Unido: Polity Press, 1990.

BRACAI, 2023. **AI influencer instagram: Top 14 AI influencers based on followers**. Disponível em: <https://www.bracai.eu/post/ai-influencer-instagram>. Acesso em: 12 de Setembro de 2024.

BRAGA, Paula. **Selfie: o autorretrato do sujeito contemporâneo**. São Paulo: ARS, vol. 19, nº 42, p. 643-690, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/wp/noticias/a-selfie-como-o-autorretrato-e-seus-significados/>. Acesso em: 14 de Setembro de 2024.

BRASIL, Luiz Antonio de Assis. **Escrever ficção: um manual de criação literária**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

BROZ, Matic**. Selfie statistics, demographics, & fun facts (2024)**. Photutorial, 2024. Disponível em: <https://photutorial.com/selfie-statistics/>. Acesso em: 16 de Setembro de 2024.

BUNKERS, Suzanne L.; HUFF, Cynthia A.. I**nscribing the Daily: Critical Essays on Women's Diaries**. Amherst: University of Massachussetts Press, 1996.

CALIANDRO, Alessandro; GANDINI, Alessandro. **Qualitative Research in Digital Environments - A Research Toolkit**. Londres: Routledge, 2017.

CALVINO, Ítalo. **As cidades invisíveis**. Companhia das Letras, 2000.

CBS. **Blogging Through History**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1NZQc_mhatA>. Acesso 23 de maio de 2023.

CHANG, Eric. **@LilMiquela Is an Instagram It Girl, Social Influencer, and Recording Artist—She's Also a Digital Simulation**. Vogue, 2017. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/lilmiquela-miquela-sousa-instagram-it-girl-digital-simulation>. Acesso em: 12 de Setembro de 2024.

CHAYKA, Kyle. **The desperation if the Instagram Photo Dump.** The New Yorker, 11 de Setembro de 2024. Disponível em: <https://www.newyorker.com/culture/infinite-scroll/the-desperation-of-the-instagram-photo-dump>. Acesso em 02 de Novembro de 2025.

COLEMAN, Gabriella. **The Hacker Conference: A Ritual Condensation and Celebration of a Lifeworld**. Anthropological Quarterly, Volume 83, Number 1. George Washington University Institute for Ethnographic Research, 2010. Disponível em: <http://pdf.textfil.es/academics/83.1.coleman.pdf>. Acesso em 13 de novembro de 2023.

COSME, Rafael. **Rio antigo: Pesquisador reúne 300 mil imagens raras do carnaval carioca**. NOIZE, 20 de Fevereiro de 2025. Disponível em: <https://noize.com.br/rio-antigo-pesquisador-reune-300-mil-imagens-raras-do-carnaval-carioca/#1>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

CROSBIE, Eve. **Ellen DeGeneres' internet-breaking Oscars selfie was taken 10 years ago, and wow, has it aged badly**. Business Insider, 2024. Disponível em:

<https://www.businessinsider.com/revisiting-ellen-degeneres-oscars-selfie-10-years-its-aged-badly-2024-3>. Acesso em: 16 de Setembro de 2024.

CVETICANIN, Nikolina. **Unfiltered Instagram Statistics You'll Want to Share**. DataProt, 2023. Disponível em: <https://dataprot.net/statistics/instagram-statistics/#:~:text=95%20million%20photos%20are%20posted%20every%20day.&text=Instagram%20analytics%20show%20that%2095,photos%20are%20posted%20every%20day>. Acesso em: 16 de Setembro de 2024.

DAL BELLO, Cíntia. **Exibishow da intimidade e espetacularização do eu: a celebração do ordinário cotidiano na ficcionalização da realidade**. São Paulo: PUC-SP, Revista Galáxia, nº 15, Junho, 2008.

DEBORD, Guy. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

DE FINA, Anna; GEORGAKOPOULOU, Alexandra. (Eds.) **The Handbook of Narrative Analysis**. Reino Unido: Wiley Blackwell, 2015.

DEPAULE, Jean-Charles. **L'impossibilité du vide: fiction littéraire et espaces habités**. Communications, no 73, Maniéres d'habiter, 2002. Dirigido por Philippe Bonnin. Disponível em: <https://www.persee.fr/issue/comm_0588-8018_2002_num_73_1>. Acesso em: 01 de dezembro de 2022.

DERRIDA, Jacques. **Mal de arquivo: uma impressão freudiana**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

DESSART, Laurence. **Social Media Engagement: a model of antecedents and relational outcomes**. Journal of Marketing Management, 33: 5-6, p. 375-399, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/0267257X.2017.1302975>. Acesso em 14 de Outubro de 2024.

DE KOSNIK, Abigail. **Rogue Archives: Digital Cultural Memory and Media Fandom**. Massachussetts Institute of Technology, The MIT Press, 2016.

DIAS, Cristiane. **Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2018.

DI GANGI, Paul M.; WASKO, Molly. **Social Media Engagement Theory: Exploring the Influence of User Engagement on Social Media Usage**. Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC), 28(2), 53-73. Disponível em: < https://www.researchgate.net/profile/Paul-Di-Gangi-2/publication/299357565_Social_Media_Engagement_Theory/links/5702df4808aea09bb1a305ab/Social-Media-Engagement-Theory.pdf>. Acesso em 14 de Outubro de 2024.

DOHMANN, Marcus (Org.) **A experiência material: a cultura do objeto**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2013.

DREDGE, Stuart. **10 things you need to know about – lifelogging**. The Guardian, 2014. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2014/feb/12/10-things-to-know-about-lifelogging>. Acesso em: 28 de novembro de 2022.

EAKIN, Paul John. **Living Autobiographically**. Nova Iorque: Cornell University Press, 2008.

ECO, Umberto. **Viagem na Irrealidade Cotidiana**. Ed. Nova Fronteira. Rio de Janeiro, 1984.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Fábulas da vida obscura: imagens técnicas e anonimato**. Revista Rumores, número 15, volume 8, Janeiro-Junho de 2014.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Encenação da realidade: fim ou apogeu da ficção?** Revista Matrizes, ano 3, nº 1, Agosto-Dezembro de 2019.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Narrativas em trânsito**. Universidade Federal Fluminense, Revista Contracampo, n. 21. Rio de Janeiro, 2010.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **A ficção equilibrista: narrativa, cotidiano e política**. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Belo Horizonte, MG: Relicário, c2020.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Narrativa e poder: ficções pós-utópicas de Sérgio Sant'Anna.** FronteiraZ. Revista Do Programa De Estudos Pós-Graduados Em Literatura E Crítica Literária, (9), 3–12, 2012.

FORBES TECH. **Instagram é a rede mais consumida no Brasil, mas declínio preocupa Big Techs**. Forbes, 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/instagram-segue-na-lideranca-no-brasil-mas-declinio-das-redes-preocupa-big-techs/>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

FINKELSTEIN, Joanne. **The Art of Self Invention - Image and Identity in Popular Visual Culture**. Nova Iorque: I. B. Tauris, 2007.

FLOOD, Alison. **Kim Kardashian's Selfish book snapped up by thousands**. The Guardian, 2015. Disponível em: <https://www.theguardian.com/books/2015/may/18/kim-kardashian-selfish-book-selfies>. Acesso em: 16 de Setembro de 2024.

FOSTER, Hal. (ed) **Vision and Visuality**. Seattle: Baypress, 1988.

GELI, Carlos. **Marc Augé: "Com a tecnologia já carregamos o 'não lugar' em cima, conosco"**. El Pais, 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/31/tecnologia/1548961654_584973.html >. Acesso em: 30 de junho de 2020.

GIBBONS, Alison. **Contemporary Autofiction and Metamodern Affect**. Metamodernism: Historicity, Afect, and Depth. Nova Iorque: Rowman and Little-field, 2017. Disponível em: <https://www.academia.edu/20082402/Gibbons_A_2017_Contemporary_Autofiction_and_Metamodern_Affect_in_van_den_Akker_R_Gibbons_A_and_Vermeulen_T_eds_Metamodernism_Historicity_Affect_and_Depth_after_Postmodernism_London_New_York_Rowman_and_Littlefield_International_pp_117_130>. Acesso em: 28 de novembro de 2022.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

GOODMAN, Nelson. **Manières de faire des mondes**. Nîmes, Jacqueline Chambon, 1992.

GOODNOW, Trischa. **The Selfie Moment: The Rhetorical Implications of Digital Self Portraiture for Culture**. in: In the Beginning was the Image: The Omnipresence of Pictures: Time, Truth, Tradition. Petter Lang AG, 2016. Disponível em: <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/30034>. Acesso 23 de maio de 2023.

GUZMÁN, Patricio. **Nostalgia da Luz**. Chile: Blinker Filmproduktion / WDR / Cronomedia / Atacama Productions.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Ed Lamparina. Rio de Janeiro, 2019.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

HAYSOM, Sam. **Adobe's new generative AI tools for video are absolutely terrifying**. Mashable, 2024. Disponível em: <https://mashable.com/video/adobe-generative-ai-video>. Acesso em: 16 de Julho de 2024.

HINKSON, Melinda (ed.). **Imaging Identity: Media, Memory and Portraiture in the Digital Age**. Australia National University Press, 2016.

HOMEBREW, 2021. **Brud Joins Dapper Labs Because DAOs**. Disponível em: <https://homebrew.co/blog/2021/10/11/brud-joins-dapper-labs-because-daos>. Acesso em: 12 de Setembro de 2024.

HU, Yuheng; MANIKONDA, Lydia; KAMBHAMPATI, Subbarao. **What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types**. Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, vol. 8, nº 1, 2014. Disponível em: <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/download/14578/14427/18096>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

HUTCHINSON, Andrew. **Instagram Chief Says 'Edits' App Coming Soon, Will be Available for Free**. Social Media Today, 01 de Abril de 2025. Disponível em: <http://socialmediatoday.com/news/instagram-free-edits-video-editing-app-coming-soon/744139/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

ILLING, Sean. **Are we living in a computer simulation? I don't know. Probably**. Vox, 2020.
Disponível em: <https://www.vox.com/future-perfect/2019/4/10/18275618/simulation-hypothesis-matrix-rizwan-virk>. Acesso em: 26 de novembro de 2022.

IMDB. **The Matrix**. Disponível em: <imdb.com/title/tt0133093/>. Acesso em: 26 de novembro de 2022.

INSTAGRAM. "Bob & Ellie", parte 1. Usuário: @holamikoo. Carregado em: 04 de Agosto de 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/Cg1zBiDO-F6/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

INSTAGRAM. " Bob & Ellie ", parte 2. Usuário: @holamikoo. Carregado em: 11 de Agosto de 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/ChH0xM2P3Zj/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

INSTAGRAM. " Bob & Ellie ", parte 3. Usuário: @holamikoo. Carregado em: 8 de Setembro de 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CiP5M7FLYIO/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

INSTAGRAM. Instagram. " Bob & Ellie ", parte 4. Usuário: @holamikoo. Carregado em: 5 de Janeiro de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CnCaxn1JQB4/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

INSTAGRAM. " Bob & Ellie ", parte 5. Usuário: @holamikoo. Carregado em: 12 de Janeiro de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CnUd3x3JL4L/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

INSTAGRAM. "Bud & Mary & Pam & Johnny 1963". Usuário: @museumoflostmemories. Carregado em: 13 de Dezembro de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C0z2_eVA1xY/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

INSTAGRAM. Ellis Flurry, 23 de Agosto de 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C_A7T2Lgf4k/>. Acesso 01 de Abril de 2025.

INSTAGRAM, Ivy Bloom TV, 21 de Agosto de 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C-8RE1WSUmk/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

INSTAGRAM. Mr. Grateful, 3 de Junho de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CtAQUofs743/?igshid=MzRlODBiNWFlZA==>. Acesso 23 de maio de 2023.

INSTAGRAM. The Business Digest, 14 de Janeiro de 2025. Disponível em: < https://www.instagram.com/reel/DE0LmsEvhuj/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

INSTAGRAM. The Business Digest, 27 de Fevereiro de 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DGloVU8PCth/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

INSTAGRAM. The Business Digest, 12 de Março de 2025. Disponível em: < https://www.instagram.com/reel/DHHRnsaPXoJ/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

INSTAGRAM. "The Holidays 1966 - Pam & Ted - Bill & Enid - Dill & Wife". Usuário: @museumoflostmemories. Carregado em: 6 de Novembro de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CzUhuQWAk0O/>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

ISTOÉ. **“Bug do milênio”: 20 anos do primeiro grande desafio da cibersegurança**. IstoÉ Dinheiro. 2020. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/bug-do-milenio-20-anos-do-primeiro-grande-desafio-de-ciberseguranca/>. Acesso em: 03 de dezembro de 2022.

JACOBS, Jane. **Morte e vida de grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes.2000.

JACKSON, R. **Lo ‘oculto' de la cultura**. Em: ROAS, David. Teorías de lo fantástico. Madrid: Arco / Libros, 2001.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2001.

JORDAN, Mery Erdal. **La narrativa fantástica: evolución del género y su relación con las concepciones del lenguaje**. Madrid: Iberoamericana, 1998.

JORDAN, Tim; TAYLOR, Paul. **A sociology of hackers**. The Editorial Board of The Sociological Review, 1998. Disponível em: <http://www.dvara.net/Hk/1244356.pdf>. Acesso em 13 de novembro de 2023.

JUUL, Jesper. **Half-real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds**. Massachusetts: The MIT Press, 2011.

JURGENSON, Nathan. **Pics and It Didn't Happen**. The New Inquiry, 2013. Disponível em: <https://thenewinquiry.com/pics-and-it-didnt-happen/>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

KALLSTROM, Martin. **How lifelogging is transforming the way we remember, track our lives**. Wired, 2013. Disponível em: <https://www.wired.com/insights/2013/06/how-lifelogging-is-transforming-the-way-we-remember-track-our-lives/>. Acesso em: 28 de novembro de 2022.

KARPF, David. **25 Years of WIRED Predictions: Why the Future Never Arrives**. WIRED, 2018. Disponível em: <https://www.wired.com/story/wired25-david-karpf-issues-tech-predictions/>. Acesso em 26 de novembro de 2022.

KITZMANN, Andreas. **That Different Place: Documenting The Self Within Online Environments**. Biography, vol. 26, nº 1, p. 48-65, 2003. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/23540387>. Acesso 23 de maio de 2023.

KLEIN, Matt. **The Problematic Fakery Of Lil Miquela Explained—An Exploration Of Virtual Influencers and Realness**. Forbes, 2020. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/mattklein/2020/11/17/the-problematic-fakery-of-lil-miquela-explained-an-exploration-of-virtual-influencers-and-realness/>. Acesso em: 12 de Setembro de 2024.

LABATE, Alice. **Diferentes perfis no Instagram: entenda a diferença entre CF, Daily, Dix e PVD**. Época Negócios. Disponível em: <

https://epocanegocios.globo.com/tecnologia/noticia/2024/12/diferentes-perfis-no-instagram-entenda-a-diferenca-entre-cf-daily-dix-e-pvd.ghtml >. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**. Salvador: Edufba, 2012.

LEE, Heejin e LIEBENAU, Jonathan. **Time and the Internet at the Turn of the Millennium**. SAGE, Vol. 9. Londres, 2000. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/0961463X00009001003>. Acesso em: 20 de novembro de 2022.

LEMOS, André. **Mídia locativa e territórios informacionais**. In: SANTAELLA, Lucia; ARANTES, Priscila (orgs.) Estéticas tecnológicas - novos modos de sentir. São Paulo: Educ, 2008

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIN, Karen. **History of Instagram: How It All Began**. Path Social, 2024. Disponível em: <https://www.pathsocial.com/resources/history-of-instagram/>. Acesso em 16 de Setembro de 2024.

LONGO, Walter. **O preço da atenção**. Disponível em: <http://walterlongo.com.br/wp-content/uploads/2019/09/artigo-43-o-preco-da-atencao.pdf>. Acesso em: 27 de abril de 2020.

MANOVICH, Lev. **Instagram and Contemporary Image**. Disponível em: <https://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>. Acesso em: 22 de Janeiro de 2025.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Londres: The MIT Press, 2001.

MANSON, Mark. **In the future, our attention will be sold**. Mark Manson. Disponível em: <https://markmanson.net/attention>. Acesso em 27 de abril de 2020.

MATTHEWS, William. **The Diary: A Neglected Genre**. The Sewanee Review, vol. 85, nº 2, p. 286-300, 1977. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/27543236>. Acesso 23 de maio de 2023.

MCGONIGAL, JANE. **A realidade em jogo**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2012.

MCKEE, Robert; GERACE, Thomas. **Storynomics: Story-driven marketing in the post-advertising world**. Nova Iorque: Twelve, 2018.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MCNEILL, Laurie; ZUERN, John David. **Online Lives 2.0: Introduction**. Biography, vol. 38, nº 2, 2015. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/24570350>. Acesso 23 de maio de 2023.

MCNEILL, Laurie. **Teaching An Old Genre New Tricks: The Diary of the Internet**. Biography, vol. 26, nº 1, p. 24-47, 2003. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/23540386>. Acesso 23 de maio de 2023.

MEAD, George H. **Mind, self & society**. Chicago: The University of Chicago Press, 1934.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MILLER, Michelle D. **Remembering and Forgetting in the Age of Technology: Teaching, Learning, and the Science of Memory in a Wired World**. West Virginia University Press, 2022.

MORRISON, Aimée. **"Suffused by feeling and affect": The Intimate Public of Personal Mommy Blogging**. Biography, vol. 34, nº 1, p 37-55, Life Writing & Intimate Publics, 2011. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/23541177>. Acesso 23 de maio de 2023.

MUANIS, Felipe. **Audiovisual e Mundialização: Televisão e Cinema**. São Paulo: Alameda, 2014.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: ltaú Cultural: Unesp, 2003.

NAKAMURA, Lisa. **Cybertypes: Race, Ethnicity, and Identity on the Internet**. Nova Iorque: Routledge, 2002.

NEWBERRY, Christina. **34 Instagram Stats Marketers Need to Know in 2023**. Hootsuite, 2023. Disponível em: <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

NDMU. **History of Blogging**. Notre Dame of Maryland University, 2018. Disponível em: <https://online.ndm.edu/news/communication/history-of-blogging/>. Acesso 23 de maio de 2023.

NICAS, Jack. **Lost images reveal the history of Rio's Carnival**. The New York Times, 2024. Disponível em: <https://www.nytimes.com/interactive/2024/02/10/world/americas/rio-de-janeiro-carnival.html#>. Acesso em 04 de Janeiro de 2025.

O'CONNOR, Mike. **Adobe launches new Generative Expand tool in Photoshop**. Capture Mag, 28 de Julho de 2023. Disponível em: ≤https://www.capturemag.com.au/news/adobe-launches-new-generative-expand-tool-in-photoshop >. Acesso em: 28 de Dezembro de 2024.

OLINTO, Heidrun Krieger; SCHØLLHAMMER, Karl Erik; PORTAS, Danusa Depes (Orgs.). **Linguagens visuais: literatura, artes e cultura**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2018.

ONOME. **The Rise of AI Influencers: Exploring the Future of Social Media**. AutoGPT, 2024. Disponível em:<https://autogpt.net/the-rise-of-ai-influencers-exploring-the-future-of-social-media/>. Acesso em: 12 de Setembro de 2024.

OSMAN, Maddy. **Mais de 20 Estatísticas e Fatos Incríveis sobre o Instagram**. Kinsta, 2023. Disponível em: <https://kinsta.com/pt/blog/estatisticas-instagram/>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

PAGE, Ruth E. **Stories and social media: Identities and interaction**. Nova Iorque: Routledge, 2012.

PANDIT, Khevna. **From arm's length to art: The evolution of selfies**. Croma, 2024. Disponível em: <https://www.croma.com/unboxed/evolution-of-selfies?srsltid=AfmBOoquK9wKhQYktrR7yEUAK4SakGE4ygA-EeEY9WE2WDl_afa3ITac>. Acesso em: 14 de Setembro de 2024.

PETRARCA, Emilia. **Body Con Job - Miquela Sousa has over 1 million followers on Instagram and was recently hacked by a Trump troll. But she isn't real**. The Cut, 2018. Disponível em: <https://www.thecut.com/2018/05/lil-miquela-digital-avatar-instagram-influencer.html>. Acesso em: 12 de Setembro de 2024.

POST BUILDER APP. **Instagram's History: Full Evolution of Instagram Timeline**. Post Builder App, 2025. Disponível em: <https://postbuilderapp.com/blog/instagram-history-and-updated-timeline>. Acesso em: 05 de Março de 2025.

RAMPLEY, Matthew (ed.) **Exploring Visual Culture**. Reino Unido: Edinburgh University Press, 2005.

RASMUSSEN, Makena. **Brud, Creators of Virtual Human Lil Miquela, Announce a New Direction**. Virtual Humans, 2021. Disponível em: <https://www.virtualhumans.org/article/brud-creators-of-virtual-human-lil-miquela-announce-a-new-direction>. Acesso em: 12 de Setembro de 2024.

REIS, Breno Maciel Souza. **Pensando o espaço, o lugar e o não lugar em Certeau e Augé: perspectivas de análise a partir da interação simbólica no Foursquare**. Contemporânea, n. 21, ano 11, vol. 1. Rio Grande do Sul, 2013.

REYNOLDS, Glenn Harlan. **The Blogs of War: How the Internet is Reshaping Foreign Policy**. The National Interest, nº 75, p. 59-64, 2004. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/42897526>. Acesso 23 de maio de 2023.

RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa**. Campinas: Papirus, 1994.

RISCO, Antonio. **Literatura y fantasía**. Madrid: Taurus, 1982.

ROAS, David. **La amenaza de lo fantástico**. In: Teorías de lo fantástico. Madrid: Arco/Libros, 2011.

ROBERTS, Adam. **A verdadeira história da ficção-científica: do preconceito à conquista das massas**. São Paulo: Seoman, 2018.

RODRIGUES, José Carlos. **Comunicação e Significado - Escritos indisciplinares**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

ROGERS, Richard. **Doing Digital Methods**. Londres: SAGE, 2019.

ROINE, Hanna-Riikka. **Imaginative, Immersive and Interactive Engagements: The rethoric foi worldbuilding in contemporary speculative fiction**. University of Tampere. Finlândia, 2016.

ROJAS, Meridith Valiando. **Selfie Made - Your Ultimate Guide to Social Media Stardom**. Nova Iorque: St Martin's Press, 2018.

ROSE, Gillian; TOLIA-KELLY, Divya P. (eds.) **Visuality/Materiality - Images, Objects and Practices**. Inglaterra: Ashgate, 2012.

SANTOS, Francisco Coelho dos. **As Faces da Selfie - Revelações da fotografia social**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 31, nº 92, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/kJwNDbZ9BDYRGNHyXhs3Byp/?lang=pt>. Acesso em: 13 de Setembro de 2024.

SCONCE, Jeffrey. **What If? Charting Television's New Textual Boundaries**. Duke University Press. Estados Unidos, 2004.

SEGAUD, Marion. **Antropologia do espaço: habitar, fundar, distribuir, transformar**. Edições Sesc São Paulo. São Paulo, 2016.

SIBILIA, Paula. **O Show do Eu: Subjetividade nos gêneros confessionais da Internet**. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, 2007.

SIBILIA, Paula. **O homem pós-orgânico: A alquimia dos corpos e das almas à luz das tecnologias digitais**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

SILVA, Keyseane Santos da. **Instagram como Lugar de Memória**. Revista Scientiarum História, n. 259, 2021.

SIMANOWSKI, Roberto. **Instant Selves: Algorithmic Autobiographies on Social Network Sites**. Nova Iorque: New German Critique, n. 130, vol. 44, No. 1, 2017.

SIMMEL, Georg. "Freedom and the individual", in Donald N. Levine (ed.), **On individuality and social forms**. Chicago: The University of Chicago Press, 1971.

SOARES, Bruno. **Avatares são a onda mais forte do marketing de influência**. Meio & Mensagem, 2023. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/opiniao/avatares-sao-a-onda-mais-forte-do-marketing-de-influencia>. Acesso em: 12 de Setembro de 2024.

SONTAG, Susan. **On Photography**. Nova Iorque: Roseta Books, 1973.

SKRBA, Anya. **The History Of Blogging – A Complete Chronology**. 2023. Disponível em: <https://firstsiteguide.com/history-of-blogging/>. Acesso 23 de maio de 2023.

SLUTSKY, Sophie Elena. **The Platformization of Beauty on Instagram**. Cornell University Library, 2020. Disponível em: <https://ecommons.cornell.edu/items/9b27a05a-8bd1-4e99-a296-5c93f63e5b59>. Acesso em: 16 de Setembro de 2024.

SOARES, Letícia Perani. **O maior brinquedo do mundo: a influência comunicacional dos games na história da interação humano-computador**. Tese de Doutorado em Comunicação Social. Rio de Janeiro: UERJ, 2016. Disponível em: <https://www.bdtd.uerj.br:8443/handle/1/8856>. Acesso em: 28 de novembro de 2022.

SODRÉ, Muniz. **A Máquina de Narciso - Televisão, Indivíduo e Poder no Brasil**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

SORAPURE, Madeleine. Screening Moments, Scrolling Lives: Diary Writing On The Web. Biography, vol. 26, nº 1, p. 1-23, 2003. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/23540385>. Acesso 23 de maio de 2023.

SORAPURE, Madeleine. **Autobiography Scholarship 2.0?: Understanding New Forms of Online Life Writing**. Biography, vol. 38, nº 2, 267-272, 2015. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/24570356>. Acesso 23 de maio de 2023.

SORVO, Roope. **Worldbuilding in games: creating a functioning world for a role-playing game**. South-Eastern Finland University of Applied Sciences. Finlândia, 2017. Disponível em: <https://www.theseus.fi/handle/10024/126785>. Acesso em: 14 de março de 2020.

SOUEGAARD, Mads. **Horror Vacui: The Fear of Emptiness**. Interaction Design Foundation. Disponível em: <https://www.interaction-design.org/literature/article/horror-vacui-the-fear-of-emptiness>. Acesso em: 15 de novembro de 2022.

STRATE, Lance; BRAGA, Adriana; LEVINSON, Paul. **Introdução à Ecologia das Mídias**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2019.

TAVARES, Pedro; BUONO, Renata. **Brasileiros gastam tanto tempo na internet quanto ingleses e japoneses somados**. Piauí, 2023. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/brasileiros-gastam-tanto-tempo-na-internet-quanto-ingleses-e-japoneses-somados/>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

Ted Nelson - Página Oficial. Disponível em: <http://www.thetednelson.com/>. Acesso em 13 de novembro de 2023.

The Hackers Conference - Página Oficial. FAQ. Disponível em: <https://www.hackersconference.org/faq.html>. Acesso em: 13 de novembro de 2023.

THEVENOT, Guillaume. **Blogging as a social media**. Tourism and Hospitality Research, vol. 7, nº 3/4, p. 287-289, 2007. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/23745443>. Acesso em: 23 de maio de 2023.

TIMMERMANS, Jeroen. **Playing with others: The identity paradoxes of the web as social network**. Em: FRISSEN, Valerie; LAMMES, Sybille; LANGE, Michiel de; MUL, Jos de; RAESSENS, Joost. Playful identities - The Ludification of Digital Media Cultures. Alemanha: Amsterdam University Press, 2015.

TODOROV, Tzvetan. **A vida em comum: ensaio de Antropologia geral**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

TRINIDAD, Eva Ariza. **Mundos Posibles de Lo Fantástico - Una Aproximación a la Estructura de Mundo**. Revista Signa, vol. 30, 2021.

TURNER, Fred. **How digital technology found utopian ideology**. Critical cyberculture studies, p. 257, 2006. In: Critical cyberculture studies, ed. SILVER, David; MASSANARI, Adrienne. New York University Press, 2006.

TURNER, Steve. **The evolution of the second screen**. Wired. Disponível em: <https://www.wired.com/insights/2013/05/the-evolution-of-the-second-screen/>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2020.

UOL. **Instagram em números: as interações dos usuários com marcas e influenciadores**. Disponível em: < https://blog.publicidade.uol.com.br/insights/instagram-em-numeros-as-interacoes-dos-usuarios-com-marcas-e-influenciadores/>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

VALLADARES, Licia do Prado (org.). **A sociologia urbana de Robert E. Park**. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2018.

VAN DOORN, Jenny; LEMON, Katherine N.; MITTAL, Vikas; NASS, Stephan; PICK, Doreén; PIRNER, Pete; VERHOEF, Peter C. **Customer engagement behavior: Theoretical foundations and research directions**. Journal of Service Research, 13, 253–266, 2010. Disponível em: < https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1094670510375599>. Acesso em 14 de Outubro de 2024.

VISHWAKARMA, Arya. **Top 11 AI Influencers to Follow on Instagram in 2024**. AnalyticsIndiaMag, 2024. Disponível em: <https://analyticsindiamag.com/ai-mysteries/top-ai-influencers-to-follow-on-instagram/>. Acesso em: 12 de Setembro de 2024.

VULTURE. **19 Things The Matrix Predicted About Life Today**. Vulture, 2021. Disponível em: <https://www.vulture.com/2021/12/what-the-matrix-predicted-about-life-in-2019.html>. Acesso em: 26 de novembro de 2022.

WEATHERBED, Jess. **Adobe's Firefly generative AI tools are now widely available**. The Verge, 2023. Disponível em:

<https://www.theverge.com/2023/9/13/23871537/adobe-firefly-generative-ai-model-general-availability-launch-date-price>. Acesso em: 16 de Julho de 2024.

WIERSON, Arick. **Meet Lu, The Non-Human Influencer With 25 Million Followers**. Observer, 2021. Disponível em: <https://observer.com/2021/05/meet-lu-the-non-human-influencer-with-25-million-followers/>. Acesso em: 12 de Setembro de 2024.

WISE, Jason. **Instagram Stories Statistics 2022: How Many People Use Instagram Stories?** Earthweb, 2022. Disponível em: <https://earthweb.com/instagram-stories-statistics/>. Acesso em: 02 de dezembro de 2022.

WOODWARD, Aylin. **20 years after 'The Matrix' hit theaters, another sequel is in the works. Many scientists and philosophers still think we're living in a simulation**. Business Insider, 2019. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/the-matrix-do-we-live-in-a-simulation-2019-4>. Acesso em: 26 de novembro de 2022.

WOLETZ, Julie. **Interfaces of Immersive Media**. Em: Interface Critique Journal. Volume 1, 2018. Disponível em: <https://interfacecritique.net/journal/volume-1/woletz-interfaces-of-immersive-media>. Acesso em: 30 de junho de 2020.

WOLF, Mark J.P. **Building Imaginary Worlds: The Theory and History of Subcreation**. Routledge. Estados Unidos, 2014. Disponível em: <https://www.book2look.com/embed/9781136220807>. Acesso em: 15 de julho de 2020.

YEO, Amanda. **Instagram unveils Edits, a video editing app to rival CapCut**. Mashable, 20 de Janeiro de 2025. Disponível em: <https://mashable.com/article/instagram-edits-capcut-app>. Acesso em: 01 de Abril de 2025.

YouTube. **The Matrix Awakens: An Unreal Engine 5 Experience**. Unreal Engine. Publicado em 10 de dezembro de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WU0gvPcc3jQ>. Acesso em: 23 de novembro de 2022.

YouTube. **What is a Hacker? (first Hacker Conf, 1984)**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=p0pFpG3Jq2A>. Acesso em 13 de novembro de 2023.

YouTube. **One day, a computer will fit on a desk (1974) | RetroFocus**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sTdWQAKzESA>. Acesso em 13 de novembro de 2023.

YouTube. **1993: CNN's first reports on the Web**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4aIkMwUeL_Q>. Acesso em 13 de novembro de 2023.

YouTube. **Entrevista a Leonor Arfuch en Los Juegos de la Cultura**. Facultad de Filosofia y Letras UNT. Carregado em: 12 de Junho de 2019. Disponível em:

<https://youtu.be/GT46kuZimCE?si=kOgnBLc-KvhP2sMX>. Acesso em: 14 de Junho de 2024.

YouTube. **What The Internet Looked Like In The 1990s | Flashback | NBC News**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=h8TQ75dRalE>. Acesso em 13 de novembro de 2023.

YouTube. **No More There (Anna Paquin Commercial from 1994)**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nJhRPBJPoO0>. Acesso em 13 de novembro de 2023.

YouTube. **Hackers Conference 1984 Marin County - Footage**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SE_tlrfDVS0>. Acesso em 13 de novembro de 2023.

ZANTAL-WIENER, Amanda. **A Brief Timeline of The History of Blogging**. Disponível em: <https://blog.hubspot.com/marketing/history-of-blogging>. Acesso 23 de maio de 2023.

ZOTE, Jacqueline. **Instagram statistics you need to know for 2023**. Sprout Social, 2023. Disponível em: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>. Acesso em: 17 de julho de 2023.