

# NOVAS FORMAÇÕES SOCIOCULTURAIS PELA CONFIGURAÇÃO DO EU NO CIBERESPAÇO: *INSTAGRAM, SELFIE E COMUNICAÇÃO.*

## Resumo

Esse estudo é focado no *Instagram* e a imersão da juventude no espaço virtual, suas interações e a forma com a qual se formam como indivíduos a partir disso. O artigo traça um caminho das relações construídas através do audiovisual, até o espaço das redes sociais, estas conduzindo a forma de ser e estar do ser social. O objetivo é descrever o contexto das *selfies* e a forma comunicacional dos *instastories* como uma nova medida reguladora de sentimentos. Para tal, é contemplado no estudo, algumas formas de expressões audiovisuais que manifestam um olhar, assim como interagem com esse novo modo de produção popularizado pelo *Instagram*. Portanto, a análise busca percorrer o caminho no qual os jovens se relacionam com o *Instagram* conduzindo na sua formação como sujeitos sociais.

**Palavras-chave:** *Instagram, instastories, selfie, juventude, ciberespaço.*

## Abstract:

This study is focused on Instagram and the immersion of youth in the virtual space, their interactions and the way in which they form themselves as individuals from this. The article traces a path of relationships built through the audiovisual, to the space of social networks, these leading the way of being and being of the social being. The objective is to describe the context of selfies and the communicational form of instastories as a new regulatory measure of feeling. For this, it is contemplated in the study, some forms of audiovisual expressions that manifest a look, as well as interact with this new mode of production popularized by Instagram. Therefore, the analysis seeks to follow the path in which young people relate to Instagram, leading to their formation as social subjects.

Taís Moreira Mendes da Cruz (Autor)  
Vínculo Institucional: UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA

Submetido em SET/2020.  
Aceito em OUT/2021.  
Revisado em OUT/2022.  
Publicado em NOV/2022.

## INTRODUÇÃO.

As novas formações socioculturais acontecem nos meios de tecnologia pessoal, os *smartphones*, *tablets*, *notebooks*, entre outros. As redes sociais na era digital se encontram nesse ambiente privado nas palmas das nossas mãos, o *Facebook*, *Whatsapp*, *Twitter* e o queridinho da família, o *Instagram*.

O *Instagram* é uma rede social *online*, de compartilhamento de fotos e vídeos entre os usuários. Originalmente sendo permitido apenas fotografias, mais tarde passou a disponibilizar a publicação de vídeos de até um minuto de duração. Além disso, fazendo uso de um dispositivo do *Snapchat*, o *Instagram* possui a opção de postar vídeos ou fotos que duram apenas vinte quatro horas, chamado de *instastories* ou *snapgram*.

Para facilitar a argumentação e compreensão, chamaremos de ciberespaço esse lugar de interações virtuais em redes e mídias sociais digitais, e de espaço real, o lugar em que ocupamos fisicamente no mundo. No ciberespaço a identidade pessoal se vê refletida em usuário, perfil, canal, dependendo de qual rede social você se encontra. São formas de construir-se virtualmente. Na teoria, seriam versões do *eu* no ciberespaço que podem se relacionar e viver com outros em redes sociais e mídias. Esses perfis e vidas virtuais acabam refletindo na vida real e tornando os espaços privados em públicos. Não só espaços como a vida em si.

A era digital afeta a todas as gerações, atraindo-as como imãs. Porém, o jovem da atualidade, de que dispõe com mais facilidade da tecnologia como uma base social, a “famosa” geração Z<sup>1</sup>, é o foco desta pesquisa. Em outras palavras, a criança que cresceu em meio ao mundo digital, os que hoje nascem e antes mesmo de serem registrados em cartório já possuem perfis *online*, como no *Instagram*, rede social “perfeita” para novas mães e papais compartilharem fotos dos recém-nascidos e todos apreciarem com mais rapidez e de uma exponente temporal recorde.

Quando as relações privadas se tornam públicas, quando no ciberespaço o que vale é a afirmação do eu, é ser visto para poder assim existir, há a necessidade de criarmos identidades virtuais através de manifestações nas redes sociais. Os novos meios de ser e existir são formados através dos meios de comunicação *online*.

---

<sup>1</sup> A Geração Z é a definição sociológica para a geração de pessoas nascidas, em média, entre meados dos anos 1990 até o início do ano 2010.

Por tanto, traçaremos um caminho dessas relações construídas nos espaços virtuais, o contexto das *selfies* e o crescimento do *Instagram* como medida reguladora de sentimento usando de alguns exemplos audiovisuais que trazem diferentes olhares dessa juventude e sobre ela.

## DESENVOLVIMENTO

### Do cinema ao *Instagram*

Com a adição da internet na vida dos indivíduos, o audiovisual como linguagem se expande. Não só o objeto, mas também códigos, práticas, subjetividades e espaço de afetividades, relações cognitivas entre outros processos socioculturais. Relações que aos poucos foram migrando para espaços *online*, transformando-se em algo novo. (CAPANEMA, 2009).

Experiências de ver e ouvir são dissociadas dos suportes tradicionais (cinema e TV) através das mídias. A internet opera de modo amplo, de computadores gigantes a celulares individuais (LADEIRA, 2016).

Televisão, computador e telefone se transformam em uma única plataforma, **o celular**. E a internet é a costura que une esses três dispositivos em um. “tem *WiFi* aqui?” “Qual é a senha do *WiFi*?” “Roteia o 3g?” são todas falas e interações comuns entre jovens atualmente, e adultos também.

Por exemplo, o *YouTube*, que reformula a TV sob a lógica das redes sociais, do vídeo amador, do íntimo e pessoal. Da personalização do meio televisivo, no privado, no quarto, na sala de estar, etc. O *Instagram* não fica para trás nesse cenário.

A juventude que interage com essas plataformas (crianças, adolescentes e jovens) possui uma nova maneira sensível de perceber o mundo. A nova formação sociocultural, e seu meio educacional ocorre através da internet e trocas pessoais nas redes *online*.

Em 1928, o *Motion Picture Research Council*, juntou um grupo de psicólogos, sociólogos e pedagogos para estudar a influência de filmes nas crianças. Como conclusão, o estudo afirmou que o cinema trazia novas ideias e influenciava na atitude e comportamento das crianças, demonstrando padrões morais diferentes em adultos. Ainda sugeria que era o cinema

responsável pela educação das crianças e eram vistos como “má influência”. (RECUERO, 2009).

Podemos perceber aqui um padrão de evolução de formas educacionais através do audiovisual. Antigamente alguns acreditavam que o cinema educava os jovens e influenciava em sua formação sociocultural, assim que a TV dominou as áreas privadas das famílias, nas salas de estar, mais tarde nos quartos, ela assumiu esse papel educacional. E agora o celular tomou esse espaço privado, pessoal e ainda mais individualista. Então recai sobre o celular o papel de educar, tendo em vista que o Brasil fechou 2016 com 116 milhões de pessoas conectadas à internet, o equivalente a 64,7% da população com idade acima de 10 anos<sup>2</sup>.

“Outro termo para o fenômeno localista pode ser “fragmentação” ... no meio cibernético o próprio texto é concebido como uma infinidade de nós fragmentários que se conectam aleatoriamente” (SODRÉ, 2012). A fragmentação de conteúdo em plataformas variadas é uma nova forma de distribuição desse conteúdo. Desse modo constrói o novo fluxo audiovisual que é mais rápido, acessível e exigente. Vídeos cada vez mais ágeis que são experiências intensas de beleza e emoção que demandam brevidade. Consumo mais intenso, individual e fragmentado. A forma cinema se multiplica (BALTAR, 2018).

O conteúdo audiovisual se torna mais fragmentado no ciberespaço e consumimos isso por desejarmos entretenimento veloz. A nova geração, que cresceu no meio das relações do ciberespaço, exige esse jogo de vídeos curtos, porque é assim que ela consome audiovisual, seja no *YouTube*, no *Instagram*, no *Vine*, ou em outras plataformas *online*.

Do cinema à TV, passando pelo *YouTube*, chegamos ao *Instagram* que é foco desse ensaio. Lugar de consumo fragmentado de audiovisual, no *Instagram*, os *instastories* são vídeos curtos e chamativos, repletos de ferramentas que chamam a atenção - câmera lenta, *boomerang*, *reverse*, filtros e outros.

Uma das atualizações recentes do *Instagram* foi o mencionado *instastories* que possui uma proximidade funcional com o *Snapchat*, modificando a dinâmica das redes sociais nos últimos anos pois facilita a criação de conteúdo audiovisual em tempo real. A ferramenta permite que os usuários compartilhem em seus perfis com seus seguidores fotos e vídeos, de no máximo 15 segundos, aquilo que está acontecendo no momento, com mensagens escritas,

<sup>2</sup> As informações são da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad C), divulgada dia 21 de fevereiro de 2018 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

desenhos, *GIFs* entre outros adicionais. Um dos traços marcantes dos *stories* é sua duração de 24 horas. Em uma pesquisa realizada no site *Opinion Box* em março de 2018 sobre os usuários do *Instagram*, foi revelado que os jovens entre 16 a 29 anos são os mais ativos na rede social.

Os *instastories* criam um senso de espacialidade diferente, que desenvolve intimidade entre os usuários do *Instagram*, através da exposição do privado e cotidiano. Por ser um dispositivo de compartilhamento da vida em tempo real.

E o que mais se compartilha nesses *stories*?

### **A selfie**

Mas é no âmbito epistemológico que a *selfie* introduz uma mudança substancial, pois transforma a atávica concepção da fotografia de um “isto aconteceu” para um “eu estava ali” [...] Não queremos mostrar o mundo tanto quanto indicar nosso estar no mundo. (FONTCUBERTA e PARR, 2016)

Em 2014 a dupla de DJs *The Chainsmokers* lançou o hit #SELFIE consagrando a milenar arte do mesmo nome, considerado até hoje por fãs, como o hino nacional do *Instagram*. Como afirmam Joan Fontcuberta e Martin Parr em seu artigo “Dança séléfica”, a *selfie* reconfigurou a maneira de fotografar e de se expressar, e ganhou seu lar especial nas redes sociais principalmente no *Instagram*, sendo plataforma propícia para compartilhamento de fotos.

O ato é simples, a câmera separa-se do olho do fotógrafo, distancia-se pela extensão do braço ou por vezes o pau de *selfie*, e o autor se coloca na imagem, tornando-se uma confirmação da presença no local.

A música descreve de certa forma os estágios de se postar uma *selfie* no *Instagram*:

*Mas, primeiro, me deixe tirar uma selfie*

*Me deixe tirar uma selfie*

*Vocês podem me ajudar a escolher um filtro?*

*Eu não sei se eu deveria usar XXpro ou Valencia*

*Eu quero parecer bronzeada*

*Qual deve ser a legenda?*

*Eu quero que seja inteligente*

*Que tal 'vivendo com minhas vadias, #viva'?*  
*Eu só tive dez curtidas nos últimos cinco minutos*  
*Você acha que eu deveria excluir?*  
*Me deixe tirar uma outra selfie*

O clipe é simples, uma mulher jovem no banheiro da balada com sua amiga conversando sobre a noite, curtidas no *Instagram* e tirando *selfies*, enquanto isso durante os intervalos da letra da música, diversas *selfies* de pessoas diferentes rolam em frente a imagem, uma febre que tomou conta do ciberespaço a partir de 2014.



As redes sociais *online* oferecem espaços de interação e expressão individual de opiniões e gostos, e dessa forma constitui-se um novo padrão e por consequência se tornam reguladoras de sentimento.

Embora a internet funcione como um grande alto-falante do narcisismo – como de tantas outras coisas –, a afirmação do eu e a vaidade percorreram toda a história da humanidade... as *selfies* na era digital elas funcionam como “reguladoras de sentimentos”, que continuam alimentando a necessidade psicológica de estender a explicação de si mesmo ((FONTCUBERTA e PARR, 2016)

Há um processo permanente de construção e expressão de identidade por parte dos atores no ciberespaço através de manifestações nas redes sociais *online*. Presença do **eu**, do espaço privado que é ao mesmo tempo espaço público. E essa grande necessidade de expressão social através da internet. (RECUERO, 2009).

Como afirmam Fontcuberta e Parr (2016), no ensaio Dança Sélfica: “o ato de fotografar pode prevalecer sobre o conteúdo da fotografia”. Ou seja, ao mesmo tempo que o processo de confirmação do **eu** sempre esteve presente na humanidade dentro de suas comunidades, com a

novidade das redes sociais *online* esse sentimento expandiu-se, transformou-se. As *selfies* são as provas, as curtidas são reguladoras de sentimento, os seguidores são a comunidade.

Falando sobre reguladores de sentimento e comunidades virtuais, tomemos como exemplo o primeiro episódio da terceira temporada da série antológica de ficção científica britânica *Black Mirror*, criada por Charlie Brooker: “*Nosedive*”, dirigido por Joe Wright, estrelado por Bryce Dallas Howard, Alice Eve, Cherry Jones e James Norton.

O episódio se passa em um futuro distópico controlado pela mídia social. Acompanhamos o processo de declínio social da personagem principal Lacie, ao tentar conseguir mais estrelas que são alcançadas pelo número de seguidores e curtidas nas redes sociais, que acaba perdendo todos seus pontos e se tornando uma rejeitada em sua sociedade, até jogada na cadeia por não seguir com os padrões estabelecidos pela mídia.



É dessa forma fictícia e distópica que se pode ilustrar, de forma extrema, o modo que o jovem se relaciona com suas redes sociais, deixando que elas passem a ser reguladoras de suas vidas.

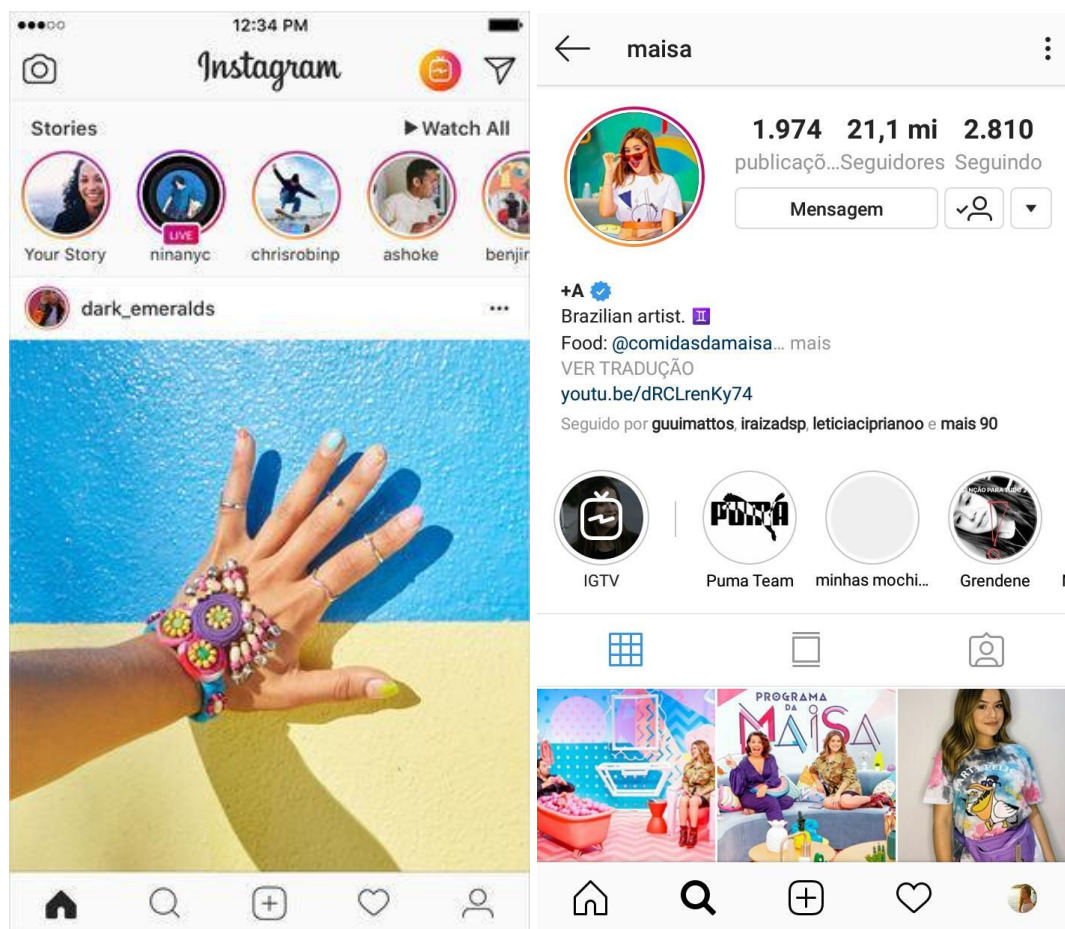
### **Jovens e o ciberespaço**

Com a atualização dos *instastories*, as *selfies* passaram a ter outro papel no ciberespaço, o comunicacional, e a partir de tais interações são formadas as comunidades virtuais.



Tirar fotos e mostrá-las nas redes sociais é parte do jogo de sedução e dos rituais de comunicação de subculturas pós-fotográficas das quais, apesar de capitaneadas por jovens e adolescentes, quase ninguém fica de fora. Essas fotos já não são lembranças para serem guardadas, e sim mensagens para enviar e trocar; as fotos se transformam em puro gesto de comunicação (FONTCUBERTA e PARR, 2016)

No ciberespaço, essas relações se espalham em diversas plataformas de comunicação. Muitas vezes, tais convergem em uma só, ou coexistindo com outras diferentes, ao mesmo tempo. Os *stories* são a nova forma de comunicação no *Instagram*, os usuários trocam mensagens, fotos e *selfies* entre si.



A educação em seus patamares elevados tem a ver com *hexis* (costume) e *praxis* (prática) mas em sua base está o *ethos*, ou seja, a vinculação comunitária que responde pela formação de crenças. “o conhecimento não começa no objeto, e sim nas interações” (SODRÉ, 2012).



É através da comunicação, das relações pessoais, e a partir dessas interações em comunidades *online* que se desenvolvem conhecimentos e crenças e se constroem as identidades virtuais.

“É preciso assinalar que o processo do conhecimento é primordialmente local [...] é produzido em instâncias duais, onde há troca dialógica, orquestrada pelos mecanismos socioculturais de um local específico” (SODRÉ, 2012). No ciberespaço as relações ocorriam primordialmente por escrita, com os avanços tecnológicos, os jovens se comunicam agora através do audiovisual, com fotos, vídeos, áudios e *GIFs*. E constroem sua própria linguagem a partir disso, mesmo que inconscientemente.

## CONCLUSÃO

Desde o princípio do audiovisual e do cinema, essa arte foi vista como ferramenta educacional, plataforma que exibia modelos de vida, valores e morais. Sua sucessora foi a TV, e logo mais com o avanço da internet, as redes sociais e seus produtos audiovisuais ocuparam seu lugar como modelos de formações socioculturais.

O *Instagram* é um espaço virtual onde especialmente jovens se comunicam e compartilham suas “vidas” entre si, construindo suas identidades cibernéticas através de manifestações de suas individualidades e interações com outros usuários.

As *selfies* marcam uma passagem da fotografia de registro para uma fotografia de presença, onde o desejo é de provar que tal lugar ou ato foi presenciado, foi vivido. Com a novidade dos *instastories*, as *selfies* se propagaram como forma de comunicação, compartilhamento em tempo real, ou, pelo menos, mais rápido e ágil, da vida cotidiana em suas áreas, sejam privadas, sejam públicas.

O jovem aprende essa nova linguagem tanto quanto a cria. É mediador da própria maneira de se comunicar no ciberespaço, mesmo nem sempre consciente disso.

Através de interações *online*, a nova geração constrói sua base social, sua linguagem, suas verdades e crenças. Porém o mais importante é ter esse reconhecimento, as curtidas, o

retorno das mensagens, a troca de *selfies*. O espaço real, é medido pelo ciberespaço a ponto que para se incluir nessa sociedade é necessário a criação de identidades virtuais e suas relações.

É preciso ser *visto* para *existir* no ciberespaço.

## REFERÊNCIAS

BALTAR Mariana, LEBRI Adil, **Espetáculo e sensações - o audiovisual no YouTube e as permanências do regime de atrações**, Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Cinema, fotografia e audiovisual do XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte - MG, 05 a 08 de junho de 2018.

CAPANEMA Leticia, **A televisão no ciberespaço**, capítulo 3, PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO : PUC-SP, 2009.

FONTCUBERTA Joan & PARR Martin, **Dança sélfica**, REVISTA ZUM 11, Publicado em: 07 de dezembro de 2016

GUTMANN Juliana, GONÇALVES Fernanda, **É TV na Internet? Matrizes midiáticas e definições em disputa do Youtube no Brasil**, Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Televisão do XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte - MG, 05 a 08 de junho de 2018.

LADEIRA João, **A imagem em movimento: Google, Apple e a televisão por vir**, Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho estudos de televisão do XXV Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal de Goiás, Goiânia, de 7 a 10 de junho de 2016.

NEWTON, Cannito. **A TV 1.5 - A Televisão na era digital** . São Paulo, 2009.

OLIVEIRA José, SOUZA Carlos, **Juventude e ciberespaço: implicações do uso da internet na constituição da sociabilidade juvenil**, Universidade Católica de Brasília.

QUEVEDO Edimar, SILVA Patrick, POZZOBON Tanise e PEREIRA Camila, **The Bling Ring e as Influências Midiáticas**, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Trabalho apresentado no IJ8 - Estudos Interdisciplinares do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

RECUERO Raquel, **Redes sociais na internet** / Raquel Recuero. – Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura)

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a educação: diversidade, descolonização e redes**. Cap. 2 **Espaço e cognição**. Petrópolis: Vozes, 2012.

