

Geração Hashtag: A Busca Do Sujeito Pelo Reconhecimento Nas Fotos #Selfie do Instagram¹

Bárbara Marina Almeida dos SANTOS²

Geilson Fernandes de OLIVEIRA³

Marcilia Luiza G. da Costa MENDES⁴

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

Resumo

O ciberespaço possibilitou inúmeras maneiras para o sujeito se expressar, comunicar e identificar. As redes sociais tidas no espaço real ganham espaço no virtual, aumentando assim as formas de interações entre os sujeitos. As redes sociais virtuais são multimidiáticas compostas de vídeos, fotos, textos entre outros recursos, o que potencializa a exposição do homem e suas identidades. O presente trabalho busca abordar o uso das *hashtags* (#) em fotos *selfies* (autorretratos) como forma de se identificar no ciberespaço. Para tanto o embasamento teórico aborda conceitos como *configuração, social, indivíduo* de Norbert Elias, assim como noção de ciberespaço de Pierrri Lévy, redes sociais virtuais de Recuero, entre outros autores. Busca-se entender essa prática de exposição e interação a partir de um levantamento teórico abordando sobre a extensão da interdependência entre os sujeitos do espaço real para o virtual.

Palavras-chave: Selfie; identidade; redes sociais; Instagram; ciberespaço.

Introdução

A Internet faz parte do cotidiano de muitas sociedades de diferentes idades e para inúmeros fins. Seu acesso hoje é intensificado principalmente a partir do uso do sinal Wi-fi ou por sinal móvel em tecnologias *mobiles* como celulares de modelo *smartphone* e tablets. A sociabilidade no espaço virtual se dá especialmente por meio das redes sociais e entre elas se destacam o Facebook, o Instagram, o Twitter e, mais recentemente, o Whatsapp e Snapchat, por exemplo. Essas redes permitem que o sujeito compartilhe suas identidades, atividades, culturas e se comunique com outros seja através de textos, fotos, vídeos ou áudios.

A interação que antes se dava apenas em espaços geográficos definidos hoje não encontra tantas barreiras físicas para que aconteça. A sociedade contemporânea é formada por sujeitos multiculturais (HALL, 2006), resultado da globalização, e conseqüentemente

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas da UERN, bmarina1008@gmail.com.

³ Mestre pela Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas da UERN, geilson.fernandes@gmail.com.

⁴ Docente do curso de Comunicação Social e Programa de pós-graduação de Ciências Sociais e Humanas da UERN, e-mail: marciliamendes@uol.com.br.

possuidores de múltiplas identidades. Essa gama de identidades são devidamente usadas em contextos e realidades distintas. Existe o sujeito e seu credo, o sujeito pai, o sujeito administrador de empresa, o sujeito fumante, o sujeito e seu gosto musical, o sujeito e sua etnia, entre outros; e cada uma delas será incorporada em contextos que assim as exigir. As plataformas digitais abrem espaço, sobretudo mediante as redes sociais para expor esse sujeito múltiplo, suas variadas funções e seu social.

Dentro dessa realidade presencia-se uma sociedade com sujeitos interdependentes para confirmarem sua existência, seja como forma relacional de assimilação ou de exclusão. O social, independentemente de onde suceda se confirmará sempre na necessidade do “outro” para que haja reconhecimento através da inserção em grupos ou por exclusão. Nas redes sociais esse “outro” é chamado de “seguidor”, “contato”, “amigo” e quanto maior o número maior o reconhecimento.

Na epistemologia das ciências sociais estudamos o ser humano essencialmente social, que está sempre buscando “como ser” ou o “que falta ser”. Sua carreira é pela busca de uma verdade que lhe dê motivação para viver e que o diga quem é, verdade esta que não é absoluta, mas é real dentro do contexto do mesmo. A noção dessa verdade para a sociedade, formada por discursos simbólicos, muda quando há uma quebra entre hábitos e campo.

Objetivo da epistemologia é estudar o discurso racional sobre o conhecimento verdadeiro dentro de determinada realidade. É com esse objetivo epistemológico que o presente trabalho busca entender um pouco mais subjetivamente essas atitudes da sociedade contemporânea diante de uma realidade de *sociedade em rede*, sua exposição e como se efetiva a interdependência entre os sujeitos, discutindo teoricamente a partir de uma análise, o cotidiano dentro do ciberespaço.

Primeiramente busca-se tentar entender quem é o sujeito da atual sociedade e como é sua interação no ciberespaço, dentro disso a figura do jovem se destacará por ser o usuário de maior destaque. Em seguida procura-se levantar informações sobre o surgimento das redes sociais online e em específico tratar do nascimento e funcionamento da rede Instagram. Dentro dessa rede serão abordadas técnicas/ferramentas utilizadas pelos usuários como forma de socialização e busca por reconhecimento (*likes/curtidas*).

1. O sujeito contemporâneo e o social

A construção identidade do sujeito tanto pode está relacionada a fatores biológicos, étnicos e nacionalidade como a partir de processos, esses no âmbito sociocultural nos quais ocorrem mutações. Kathryn Woodward (DA SILVA, 2000) chama essas perspectivas de essencialista e

a não essencialista, respectivamente. A autora ainda afirma que a globalização atualmente traz uma convergência de culturas e novos estilos de vida nas sociedades e isso acaba por impactar os que estão expostos à mesma, no que diz respeito à construção da identidade. Constroem-se então sujeitos com múltiplas identidades, cada qual compreendida em realidades e contextos diferentes.

Stuart Hall (2006) fala de uma “celebração do móvel” na atual sociedade, totalmente cabível também dentro do ciberespaço. Uma frequente mudança de grupos, comunidades, “tribos” resultantes de transformações que esse indivíduo está sujeitado dentro de inúmeros contextos que possa presenciar real ou virtualmente.

O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático. [...] A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (Hall, 1987). É definida historicamente, e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas (HALL, 2006, p. 12-13).

A questão é que a sociedade contemporânea está atravessando um rio de identidades, sempre novo, sempre mutável. Diante dessas inúmeras possibilidades de identidades lidamos com sujeitos complexos, o que abre espaço para uma crise de identidade. Mas é de se acreditar que não é necessariamente a complexidade em sua essência que traga essa crise ao sujeito, mas sim quando as diferentes identidades se chocam entre si em seus discursos. Cabe então ao sujeito contemporâneo saber administrar esses vários “eus” que lhe constitui, uma tarefa nada simples.

O homem é essencial social, logo, notoriamente é percebida a necessidade do “outro”. Na obra “Identidade e diferença” Kathryn (DA SILVA, 2000) aborda uma visão sobre essa necessidade do “outro” para diferenciar-se e automaticamente criar sua identidade. Eu sou “isso” por justamente não ser “aquilo”, algo baseado na exclusão. Elias tem um exemplo desse tipo de forma de identificação e também de dependência entre os sujeitos na obra “Estabelecidos e outsiders” (ELIAS, 2000), quem não era estabelecido conseqüentemente se tornava *outsider*, pessoas que viviam a margem, excluídas.

A imagem do homem como ‘personalidade fechada’ é substituída aqui pela ‘personalidade aberta’, que possui um maior ou menor grau (mas nunca absoluto ou total) de autonomia face a de outras pessoas e que, na realidade, durante toda a vida é fundamentalmente orientada para outras pessoas e dependente delas. A rede de interdependência entre os seres

humanos é o que os liga. Elas formam o nexo do que é aqui chamado configuração, ou seja, uma estrutura de pessoas mutuamente orientadas e dependentes. Uma vez que as pessoas são mais ou menos dependentes entre si, inicialmente por ação da natureza e mais tarde através da aprendizagem social, da educação, socialização e necessidades recíprocas socialmente geradas, elas existem, poderíamos nos arriscar a dizer, apenas como pluralidades, apenas como configurações. Eis o motivo porque... não é particularmente frutífero conceber os homens à imagem do homem individual. Muito mais apropriado será conjecturar a imagem de numerosas pessoas interdependentes formando configurações (isto é, grupos ou sociedades de tipos diferentes) entre si... O conceito de configuração foi introduzido exatamente porque expressa mais clara e inequivocadamente o que chamamos de ‘sociedade’ que os atuais instrumentos conceituais da sociologia, não sendo nem uma abstração de atributos de indivíduos que existem sem uma sociedade, nem um ‘sistema’ ou ‘totalidade’ para além dos indivíduos, mas a rede de interdependência por eles formada (ELIAS, 1994, p. 249).

O que Elias chama de configuração é justamente uma rede de interdependência. Ele compara a interdependência a um jogo, pois nele os jogadores utilizam recursos que medem suas forças ao jogarem a partir de interações entre si. Como se vive em uma sociedade de identidades complexas, na qual o sujeito está inserido em várias realidades, logo esses jogos serão diversos e os jogadores também, trazendo cada vez maior dependência e interdependência entre os sujeitos o que torna as relações ainda mais densas. A partir do conceito de interação dá-se possibilidade de se aprofunda no tecido da sociedade, nessa teia/rede entrelaçada constituída de sujeitos dependentes que interferem nos “outros” e acabam constituindo grupos e sociedades.

Norbert Elias também define o social como um conjunto de relações, entende-se que o social não se limita ao espaço geográfico, abrindo brecha (mesmo sem intenção) para a discussão sobre o social no espaço online.

1.1 O ciberespaço e os jovens, os principais usuários

O virtual não é o oposto do real, mas sim ao atual (LÉVY, 1996). Ele não se limita ao tempo e ao espaço. Entende-se então que as interações em plataformas online fazem parte de um viver social real sim. Sobre o ciberespaço Pierre Lévy já definia e previa:

Eu defino o ciberespaço como o *espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores*. [...] Insisto na condição digital, pois ela condiciona o caráter plástico, fluido, calculável com previsão tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação que é, parece-me, a marca distintiva do ciberespaço. Esse novo meio tem a vocação de colocar em sinergia e interfacear os dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação. A perspectiva da digitalização geral das informações provavelmente tornará o ciberespaço o

principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do início do próximo século (LÉVY, 1999, p. 92-93, grifo do autor).

Vivemos na era da informação e ela hoje é tudo, o que confirma ainda mais o que Lévy suspeitava. São tantas informações circulando 24 horas por dia que a capacidade de memorização/absorção do homem não é suficiente para dar conta, é aí que surge a *inteligência coletiva*, termo também cunhado por Pierrri Lévy (JENKINS, 2009). Na inteligência coletiva vemos mais um exemplo da interdependência que Elias tanto aborda, só que nesse caso não apenas interdependência entre sujeitos para compartilhar e armazenar informações, mas também do uso de aparatos tecnológico, como a memória do computador, por exemplo.

Assim como no meio real, o ciberespaço presencia fatos sociais em seu âmbito. Comunidades divididas por inúmeros interesses, como o compartilhamento de informações sobre estudos, economia, focos, quadrinhos, seriados, assim como os próprios movimentos sociais. “Os usuários tendem a adaptar novas tecnologias para satisfazer seus interesses e desejos. [...] O mundo social da Internet é tão diverso e contraditório quanto a própria sociedade” (CASTELLS, 2003, p. 48). Um exemplo recente de movimento social organizado no espaço online foi o movimento “Vem pra rua”, em junho de 2013, em que brasileiros se articulavam em redes sociais como Facebook, Twitter e Whatsapp para difundir a ideia do movimento e marcar saídas às ruas.

As comunidades têm duas características básicas. Uma é a comunicação livre e horizontal, é a característica que afirma a liberdade de expressão e troca de informações de todos para todos. A outra é a formação autônoma das redes, essa característica diz respeito a quando o usuário não encontra informações/comunidades pelas quais procura ele tem a possibilidade de criá-la e compartilhar com a rede (CASTELLS, 2003). O ciberespaço pode ser acessado por qualquer pessoa independente de sua idade, raça, credo, porém, é notória a participação os jovens no meio virtual.

Os que nasceram a partir de meados da década de 1990 possuem maior facilidade de controle/desempenho nas redes online, visto que a popularização da Internet se deu nessa década, logo ao nasceram esse recurso já estava disponível aos mesmos ou em sua circunvizinhança. É interessante destacar a figura do jovem dentro dessa sociedade contemporânea, tendo-se como uma fase de transformações dentro de uma sociedade em constante fluxo identitário.

Essa sociedade em rede, e mais especificamente, dentro do ciberespaço demonstra um aumento em sua sociabilidade, segundo Castells (2005). Ela é uma sociedade “hipersocial”

o que nos leva mais uma vez ao conceito de *configuração* que Elias aborda, uma sociedade cada vez mais dependente.

A sociedade em rede também se manifesta na transformação da sociabilidade. O que nós observamos, não é ao desaparecimento da interação face a face ou ao acréscimo do isolamento das pessoas em frente dos seus computadores. Sabemos, pelos estudos em diferentes sociedades, que a maior parte das vezes os utilizadores de Internet são mais sociáveis, têm mais amigos e contactos e são social e politicamente mais activos do que os não utilizadores. Além disso, quanto mais usam a Internet, mais se envolvem, simultaneamente, em interações, face a face, em todos os domínios das suas vidas. Da mesma maneira, as novas formas de comunicação sem fios, desde o telefone móvel aos SMS, o WiFi e o WiMax, fazem aumentar substancialmente a sociabilidade, particularmente nos grupos mais jovens da população. A sociedade em rede é uma sociedade hipersocial, não uma sociedade de isolamento. As pessoas, na sua maioria, não disfarçam a sua identidade na Internet, excepto alguns adolescentes a fazer experiências de vida. As pessoas integraram as tecnologias nas suas vidas, ligando a realidade virtual com a virtualidade real, vivendo em várias formas tecnológicas de comunicação, articulando-as conforme as suas necessidades (CARDOSO; CASTELLS, 2005, p. 23).

Como foi visto anteriormente a multiplicidade de identidades do sujeito gera uma necessidade de exteriorização e reconhecimento, o que acaba gerando o surgimento de tribos e grupos para interação entre os sujeitos. A mobilidade entre vários grupos pode se dar ao mesmo tempo, assim como também sua entrada e abandono, uma característica observada principalmente entre os jovens.

As tribos e grupos que formam as fronteiras simbólicas desse fragmentado mundo da adolescência contemporânea apresentaram uma possibilidade de se aproximar e se distanciar uns dos outros por força de empatias ou rejeições recíprocas. Da mesma maneira, coisas, pessoas, objetos, produtos e serviços, experiências sociais ou escolhas estéticas também podem apresentar importantes graus de variação entre o próximo e o distante do mundo do adolescente. Assim, se considerarmos a premissa de que a juventude é um fenómeno social, que as representações sociais, seja na mídia ou no senso comum, sublinham seu carácter múltiplo e simbólico, e que, sobretudo, ditam os gostos, valores e padrões da cultura de consumo, podemos afirmar que a adolescência é mais que uma palavra e que, nesse sentido, precisa ser observada mais de perto (ROCHA, PEREIRA, 2009, p. 35).

É importante perceber que a necessidade de pertencer a um grupo está ligada diretamente ao controle da sociedade (pelo menos parte dela) sobre o sujeito. Essa é a essência dos ritos de passagem. E na adolescência esses ritos vêm fortalecer o estado de

transitoriedade do adolescente na sociedade. O que se presencia é um jovem constituído de ambivalências e fragmentações perante uma sociedade pós-moderna.

A ambivalência se caracteriza pela presença de pensamentos simultâneos que divergem entre si. Para o jovem, por exemplo, há dúvida em que estágio de maturação se encontra, se é criança ou adulto. Essa ambivalência se sustenta justamente em “descobrir-se”, em achar-se no mundo, de identificar-se. Como visto na teoria do desenvolvimento humano, o adolescente começa a refletir sobre pensamentos, discursos, o meio que o rodeia. É nesse ponto que se pode explicar a rebeldia. O que de fato conclui-se é que por causa dessa ambivalência, entre *ser* criança e adulto, o jovem se encontra encurralado para escolher como agir, de um lado agir como criança e ser considerado imaturo e por outro agir como adulto e ser considerado como “dono do próprio nariz”. A incoerência dos discursos os deixa confusos.

A fragmentação só passou a existir na cultura pós-moderna e nela, os adolescentes vivem em “um mundo aos pedaços”. Mas apesar de a fragmentação ser uma característica da pós-modernidade a adolescência por si também se caracteriza como tal, fragmentada, tendo em vista o “quebra-cabeça” da vida que essa passagem representa e suas múltiplas escolhas e identidades.

A *autenticidade* é um dos nove valores da realidade do jovem, ela visa, mesmo que aparentemente antagônico, a sua diferenciação coletiva e individual; o *ser* jovem e o *ser singular*. Não é diferente para os mais velhos, mas o destaque vai para essa fase/processo, pois sua grande participação no ciberespaço dá ênfase nessa busca de ser único, autêntico.

2. O Instagram

Uma rede social tem como objetivo troca de informações, em se tratando de redes sociais online como o Facebook e o Instagram, por exemplo, geralmente o objetivo é trocar informações de identidades, por isso a denominação “perfil” na rede social. Recuero (2009) afirma que a interação é a matéria prima dos laços sociais. “A página pessoal está sempre ‘em construção’, pode ser regularmente atualizada para refletir as últimas configurações do self” (Döring, 2002, on-line *apud* RECUERO, 2009, p. 26). Essa afirmativa é referente à identidade do sujeito que está sempre em fluxo, sempre mudando.

A autora ainda cita Parsons e Shill para explicar que a interação envolve continuamente o *alter* e o *ego*, e é onde se compõe o artifício de direção para o outro. Os sujeitos internautas também possuem dependência quanto à ação e reação. “Essas ações podem ser coordenadas através, por exemplo, da conversação, onde a ação de um ator social depende

da percepção daquilo que o outro está dizendo” (RECUERO, 2009, p. 31), assim como fotos e vídeos.

A Internet, em conjugação com os *mass media*, ao fornecer os meios tecnológicos para a socialização do projecto de cada um numa rede de sujeitos similares, torna-se uma poderosa ferramenta de reconstrução social e não um pretexto para a desintegração. Mas essa (re)construção social não terá de seguir a mesma lógica dos valores da sociedade industrial tardia, de onde emerge a nova estrutura. (CARDOSO; CASTELLES, 2005, p. 30, *grifo do autor*).

As redes sociais online potencializam essa socialização como afirmas Castells (2005), e através dos seus recursos reconstruem o social através de textos, imagens, fotos, vídeos e áudios buscando tornar mais tangível para o outro a realidade do social no qual está inserido.

O aplicativo, que é uma rede social, foi lançado para o público em outubro de 2010. Desenvolvido por dois engenheiros de programação, Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, com o objetivo de “resgatar a nostalgia do instantâneo cunhada ao longo de vários anos pelas clássicas Polaroids” (PIZA, 2012). O foco do aplicativo inicialmente foi na fotografia e, alguns anos depois, a opção de vídeo foi inserida para compartilhamento.

O Instagram teve um posicionamento diferenciado, o aplicativo foi criado prioritariamente para rodar em celulares e tablets, exclusivamente no iOS (sistema operacional da Apple), tanto que no computador a principal função (a de tirar, editar e publicar foto) não é permitida. Presencia-se uma via invertida na criação de uma rede social, antes o acesso a conteúdos online sofriam algumas adaptações da plataforma disponibilizada em computadores para versões móveis; hoje a prioridade está na versão móvel, isso quando não são criados exclusivamente para uso nesses aparelhos. Atualmente o aplicativo é disponibilizado também para os sistemas operacionais Windows Phone e Android, ambos sistemas presentes em celulares e tablets.

O acesso ao aplicativo acontece através de download por meio de lojas online disponibilizadas em cada sistema operacional (Play Store do Android, App Store do iOS, por exemplo). O acesso ao aplicativo é gratuito, o que o torna ainda mais popular.

As funções do aplicativo estão desde tirar foto/filmar diretamente do dispositivo (assim como exportar da memória do celular), editar a partir de cortes e filtros para assim ser publicado. O aplicativo permite que os seguidores do usuário acompanhe em sua linha do tempo virtual o que se passa no cotidiano do outro através de suas publicações. Ao seguidor cabe a opção de “curtir” e comentar as postagens.

É interessante atentar para a fotografia. A imagem é “uma mensagem visual composta de diversos tipos de signos equívale, como já dissemos, a considerá-la como uma linguagem e, portanto, como uma ferramenta de expressão e de comunicação” (JOLY, 1996, p. 55). A imagem é uma “mensagem para o outro”, até mesmo quando nós somos esse “outro”, afirma a autora.

Arlindo Machado (1984) em sua obra “Ilusão especular” destaca a subjetividade da fotografia, como ela é vista pelo emissor. A subjetividade está ligada a identidade, que no caso da fotografia é transmitida através do registro, da sua forma de ver o mundo e torná-lo eterno pela imagem fotografada. O autor aborda a visão “invertida”, ligada ao olhar peculiar do sujeito sobre o mundo ao seu redor. O termo “invertido” relaciona-se a explicação de como o olho humano (assim como a lente da câmera) enxerga o que está a sua volta, logo cada sujeito tem sua forma única de ver o mundo. “Assim como não se pode exigir que o olho seja o que não é, assim também não se pode entender o mundo sem invertê-lo” (MACHADO, 1984, p. 14). Sua forma de ver o mundo está intrinsecamente ligada a sua identidade, pelo que o sujeito é formado, e através da fotografia pode-se expressar a identidade desse sujeito, assim a sua visão/seu “eu” será reconhecido a partir do “outro”. Em por menores, a fotografia é uma forma de representação do sujeito.

No Instagram essa forma de identificar-se e confirmar-se é percebida através das fotografias denominadas *selfie*, o uso de *hashtag* em busca de um grande número de curtidas de seus seguidores e mesmo em busca de novos seguidores, novos “outros” para potencializarem sua existência.

2.1 As fotos *selfies* e a hashtag (#): em busca dos *likes* para ser reconhecido

O termo *selfie* vem do inglês “self” (auto) e remete aos autorretratos. Essa exposição do “eu” é corriqueira sua publicação no Instagram, seja só do rosto, seja em grupo, de frente ao espelho, principalmente exibindo o corpo (presencia-se umas exposição de uma viver “fitness”, corpos sarados em práticas de exercícios, por exemplo).

O uso das *hashtags* ocorrem como forma de “etiquetar” as fotos, as palavras são antecedidas do símbolo do “jogo-da-velha” e viram links. Elas são palavras-chave que identificam/fazem referência à representação da fotografia. Sendo assim, caso alguém procura pela *hashtag* *#selfie* poderá encontrar fotos de diversos usuários que usaram a *hashtag*. O uso da mesma está principalmente no objetivo de conseguir mais seguidores e receber mais curtidas em suas fotos. Isso garante que as fotos expostas estão chegando a

“outros” e esses “outros” reconhecem o sujeito não só a partir da visualização como também do *like*, representado por um coração.

Às vezes chega a ser assustador a busca por exposição o sujeito contemporâneo. Matérias e dicas são compartilhadas desde anônimos até veículos de comunicação em massa para se conseguir mais seguidores, mais *likes*, melhor ângulo para foto, melhor filtro a ser usado, melhor editor de fotos, uma sociedade “hiper”.

As dicas que perpassam pela forma de como o usuário deve descrever no perfil dessa rede social, as pessoas precisam encontrar o resumo da sua identidade nesse pequeno espaço que as atraiam, ao mesmo tempo que vemos um sujeito complexo e múltiplo também presenciamos um sujeito superficial, resumido. Na mesma linha há a dica sobre ter um “tema” de fotos específico, os seguidores ou um possíveis seguidores devem te identificar pelas fotos que publica, seja no filtro, seja objetos, pessoas, animais ou ângulos em específico. A *hashtag* é o recurso mais usada atualmente, hoje até o uso de *emoji*⁵ é permitido nessas “etiquetagens” de fotos. Uma rede social virtual, de acordo com as dicas, assim como a rede social real deve ser vivida diariamente, as postagens devem manter frequência para que os seguidores saibam que você ainda “vive”, bem como a interação com eles (os seguidores) como comentário em seus conteúdos e dar *like*. Facilmente percebido as sugestões em que o internauta aumentará sua sociabilidade e interação na rede social, como “deve” se expor/representar/descrever. Assim como a autenticidade e singularidade nas fotos. Todas as dicas referentes a esses assuntos estão diretamente ligadas ao fator identitário.

Para finalizar, colocamos em exposição imagens da rede social. Na imagem 1 é o resultado da busca por fotos com a *hashtag* com o termo *selfie*. As imagens 2, 3 e 4 mostram a evolução (2014 a 2015) do perfil da usuária Gabriela Pugliesi, que passou de anônima a famosa por suas fotos com dicas de nutrição e exercícios. A mesma faz uso desses recursos, anteriormente mencionados, e claramente é confirmado o sucesso pelos números, seu perfil tinha até 2014 quase 800 mil seguidores e agora em 2015 ela não só ultrapassou a marca de 1 milhão de seguidores como ganhou pelo menos 100 mil no intervalo de um dia; interessante também atentar para a descrição de seu perfil, quando “anônima” ainda descrevia seu “estilo de vida”, com uma imagem pública se limita apenas a colocar seu nome, que é suficiente para que saibam quem ela é. As imagens 5 e 6

⁵ Figuras, animações, que representam simbolicamente algum sentimento ou objeto.

mostram um pouco das características de suas fotos e comprovam o sucesso de suas postagens, sempre com milhares de curtidas.

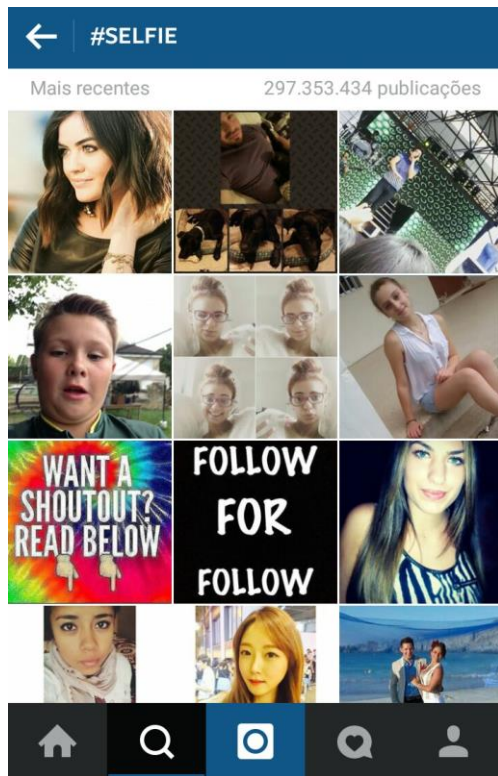


Imagem 1. Fonte: autor.



Imagem 2. Fonte: autor.



Imagem 3. Fonte: autor.



Imagem 4. Fonte: autor.

A fotografia, recurso focado pela rede estudada, é o meio que o sujeito usa para se representar e ser aceito e que não há nenhuma pretensão em ficar no anonimato. Nela o sujeito expressa sua visão de sua própria representação/identidade através de fotos *selfies* como forma de espetacularização. As mesmas serão formas de se enquadrar em tribos, comunidades bem como de excluir o outro. Uma identificação por diferenciação.

É possível questionar que talvez a constante atualização de fotos *selfies* de um mesmo sujeito seja não só para ter o reconhecimento, mas também seja justificada por suas várias identidades e/ou demonstrar que o mesmo vem mudando com frequência e não pode/quer ser esquecido. Nessa situação é fácil lembrar-se do ditado “quem não é visto não é lembrado”. A necessidade de registrar e mostrar suas experiências para que sejam reconhecidas, caso contrário seria como não tivessem existido.

Referência bibliográfica

ASTUTO, Bruno. **Revista Época**. Os mandamentos do Instagram. Disponível em: <http://colunas.revistaepoca.globo.com/brunoastuto/2012/06/28/os-mandamentos-do-instagram/>>. Acesso em: 13 de jul. de 2015.

CARDOSO, Gustavo; CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: do conhecimento à ação política**. Portugal: Casa da Moeda, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e as sociedades**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

DA SILVA, T. T. (org.) **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

ELIAS, Norbert. **O Processo Civilizador**, 2 vols. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

ELIAS, Norbert. **Estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 1 reimpressão. São Paulo: Editora Alpha, 2009.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas, São Paulo: Papyrus, 1996.

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

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?**. São Paulo: Editora 34. 1996.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular:** introdução à fotografia. São Paulo: Brasiliense, 1984.

NASCIMENTO, William. **Canaltech.** 8 dicas para o sucesso do seu Instagram. Disponível em: <<http://canaltech.com.br/dica/instagram/8-dicas-para-o-sucesso-do-seu-Instagram/>>. Acesso: 01 de jul. de 2015.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram:** considerações sob perspectiva tecnológica. Brasília: Universidade de Brasília, 2012.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. **Juventude e consumo:** um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

ZAMBARDA, Pedro. **Techtudo.** Como ganhar seguidores no Instagram. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2013/01/como-conseguir-seguidores-no-instagram.html>>. Acesso em: 13 de jul. de 2015.