



CENTRO UNIVERSITÁRIO LUTERANO DE PALMAS

Redeenciado pela Portaria Ministerial nº 1.162, de 13/10/16, D.O.U nº 198, de 14/10/2016
ASSOCIAÇÃO EDUCACIONAL LUTERANA DO BRASIL

Ismarina Ferreira Fernandes

O corpo como espetáculo:
a publicização do Eu em narrativas íntimas nas redes sociais

Palmas-TO
2017

Ismarina Ferreira Fernandes

O corpo como espetáculo:
a publicização do Eu em narrativas íntimas nas redes sociais

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC II) elaborado e apresentado como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Psicologia pelo Centro Universitário Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Irenides Teixeira.

Palmas– TO
2017

Dados internacionais da catalogação na fonte

Fernandes, Ismarina Ferreira
F363c O corpo como espetáculo: a publicização do Eu em narrativas íntimas nas redes sociais/ Ismarina Ferreira Fernandes – Palmas, 2017
45fls., 29 cm. il.

Orientação: Prof^o. Dra. Irenides Teixeira
TCC (Trabalho de Conclusão de Curso). Psicologia - Centro Universitário Luterano de Palmas. 2017

1. Corpo como espetáculo. 2. Publicização do Eu. 3. Narrativas Íntimas. 3. Redes Sociais. 4. Sociedade do espetáculo. I. Teixeira, Irenides .II. Título. IV. Psicologia.

CDU: 159.9

Ismarina Ferreira Fernandes

O corpo como espetáculo:
a publicização do Eu em narrativas íntimas nas redes sociais

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC II) elaborado e apresentado como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Psicologia pelo Centro Universitário Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Irenides Teixeira.

Aprovado em: ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Irenides Teixeira
Orientadora
Centro Universitário Luterano de Palmas - CEULP

Prof. Me. Fabiano Fagundes
Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

Prof. Esp. Sonielson Luciano de Sousa
Centro Universitário Luterano de Palmas - CEULP

Palmas – TO
2017

*Carça tu tremes?
Tremarias mais ainda se soubesse onde te levo.*

AGRADECIMENTOS

Sou imensamente grata a todas as pessoas que fizeram parte de minhas vivências ao longo da minha trajetória pessoal e acadêmica. Esse trabalho é produto do que vivi e me tornei.

Assim, agradeço a minha mãe Ismerinda, que mesmo estando em algum outro lugar no universo, ainda vive em mim. O sentimento de perda é eterno, assim como o sentimento de alegria.

Agradeço a todos da minha família, a família de sangue e também aquela que eu escolhi, ou me escolheram, pois mesmo indiretamente foram peças fundamentais no que me tornei hoje.

Agradeço a todos os grandes mestres que tive que fizeram diferença em quem sou.

A minha orientadora Irenides Teixeira, por ter comprado minha ideia e acreditado em mim em momentos que eu mesma duvidei. Obrigada por todo o referencial teórico que me proporcionou conhecer, cresci muito e hoje sei que eu não poderia ter feito melhor escolha!

À minha banca: Fabiano e Sonielson, obrigada por todas as contribuições que fizeram esse trabalho crescer!

Agradeço imensamente à Lauriane e Jonatha Rospide, obrigada por todas as disciplinas e conversas que me fizeram expandir e vivenciar coisas maravilhosas.

À professora doutora Rosana Tavares por ter feito eu me apaixonar por Saúde Mental!

Ao professor Wayne, Wanda, Carol, Ana Beatriz por toda sua generosidade e carinho.

Às minhas amigas Adriele, Cândida, Lara, Patricia e Thávila (coloquei em ordem alfabética para não ter ciúmes 😊) por terem começado a trajetória acadêmica comigo. Mesmo com nossas diferenças que nos completam! Eu amo vocês!

Ao Gutto, por ter me ensinado que saudades é sentir saudades da pessoa que está perto. Por todas as leituras e contribuições em meu trabalho! Aishiteru!

Wake up, You Need to Make MONEY!!!

RESUMO

FERNANDES, Ismarina Ferreira. **O corpo como espetáculo:** a publicização do Eu em narrativas íntimas nas redes sociais. 45 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Psicologia, Centro Universitário Luterano de Palmas, Palmas/TO, 2017.

O presente trabalho parte de uma pesquisa bibliográfica e tem por objetivo compreender os modos de publicização do Eu em narrativas íntimas nas redes sociais, e ainda assimilar a transformação do corpo em espetáculo, como é largamente observado na rede de compartilhamento imagético *Instagram*, campo de pesquisa do estudo. O trabalho visa analisar o impacto da fragmentação na totalidade do indivíduo nos processos de subjetivação na contemporaneidade, através da imersão nos ensaios de Zygmunt Bauman (2001), Paula Sibilia (2016) entre outros. Os mesmos evidenciam a relação da liquefação das estruturas modernas e a dissolução das esferas públicas e privadas na produção do sujeito contemporâneo, que é marcada pela hipereposição da intimidade nos veículos midiáticos. Vale ressaltar que esta forma de ser e estar é reflexo da fragilização do Eu, é a busca incessante de permanência por meio do *feedback* positivo e afirmação de outrem na era do vazio e do efêmero de Gilles Lipovetsky (2005), onde mesmo hiperconectado, nunca, o indivíduo sentiu-se tão só e desamparado, consumido pelo medo do apagamento do Eu.

Palavras-chave: Redes Sociais; Subjetividade; Corpo; Publicização; *Instagram*.

ABSTRACT

The present work starts from a bibliographical research and aims to understand the ways of publicizing the I in intimate narratives in social networks, and still assimilate the transformation of the body into spectacle, as is widely observed in the network of image sharing Instagram, field of research Of the study. The work aims to analyze the impact of fragmentation on the totality of the individual in the processes of subjectivation in the contemporary world, through the immersion in the essays of Zygmunt Bauman (2001), Paula Sibilia (2016) and others. These evidences the relation of the liquefaction of modern structures and the dissolution of the public and private spheres in the production of the contemporary subject, which is marked by the hyperexposure of intimacy in the media vehicles. It is worth mentioning that this form of being and being is a reflection of the fragility of the Self, it is the incessant search for permanence through the positive feedback and affirmation of others in the era of the emptiness and ephemeral of Gilles Lipovetsky (2005), where even hyperconnected, never, The individual felt so lonely and helpless, consumed by the fear of the erasing of the Self.

Keywords: Social Networks; Subjectivity; Body; Publication; Instagram.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	<i>Profile da instagrammer Camila Coelho</i>	29
Figura 2	<i>Digital influencer</i> como ferramenta de <i>marketing</i> em narrativas no <i>Instagram</i> ...	30
Figura 3	<i>Feedback</i> de interatores no <i>Instagram</i> de Camila Coelho.....	31
Figura 4	<i>Profile da instagrammer Gabriela Pugliesi</i>	32
Figura 5	<i>Digital influencer</i> como ferramenta de <i>marketing</i> em narrativas no <i>Instagram</i> , e a busca do corpo fetichizado.....	33
Figura 6	Encenação corpórea que propaga o show do Eu.....	34
Figura 7	<i>Profile do instagrammer Erasmo Viana</i>	36
Figura 8	Corpo-imagem, o corpo belo e saudável.....	37
Figura 9	Em busca de gozo e a fascinação.....	38

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. A LIQUEFAÇÃO DAS ESTRUTURAS MODERNAS.....	14
2.1. Modernidade: a solidez do devir	15
2.2. Contemporaneidade: a fragmentação da totalidade	17
3. REDES SOCIAIS: A INTIMIDADE DESVELADA.....	21
4. O CORPO COMO ESPETÁCULO: O EU PUBLICIZADO.....	25
4.1. <i>Digital influencer</i> : a voz contemporânea e a produção da subjetividade liquefeita	27
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS.....	42

1. INTRODUÇÃO

A sociedade burguesa do século XVIII engendrada pelo capitalismo industrial instituiu as esferas públicas e privadas, mas, a partir de meados do século XX ocorreu uma cisão nos modos de ser e viver rompendo esta fronteira. Atualmente, público e privado confundem-se, fundem-se e tornam-se um. Opondo-se à modernidade o sujeito contemporâneo expõe aspectos da sua intimidade sem qualquer nível de pudor, naturalizando tal comportamento (SIBILIA, 2016). Afinal destituiu-se “a esfera pública de toda substância que não seja a do lugar em que as aflições individuais são confessadas e expostas publicamente” (BAUMAN, 2001, p. 63).

O advento das tecnologias de interatividade que oportunizaram a globalização da comunicação instantânea propiciaram por meio das redes sociais conectividade e um elevado contingente de seguidores e “amigos” para o sujeito narcisista e solitário da contemporaneidade, fomentando sobremaneira na dissolução dos antigos processos de subjetivação, visto que produziram a volúpia da exposição do privado em plataformas que com apenas um clique dissemina a imagem, texto, expondo o Eu (FISCHER, 2002).

O *Instagram* é exemplo das plataformas supracitadas, o qual desvela o indivíduo ao expor narrativas imagéticas, textuais e videográficas. E, por intermédio destas, recebe o *feedback* dos interatores, denunciando que o sujeito se consolida como pessoa apenas quando perpassado pela aceitação e afirmação do outro (FISCHER, 2002; TEIXEIRA, 2014). Vale enfatizar que o corpo se tornou objeto de publicização nas plataformas digitais, sabendo que “na sociedade do espetáculo, a hipervalorização da aparência física do corpo é fruto de sua excessiva exposição no espaço público” (SANTAELLA, 2008, p. 60).

O advento cultural da contemporaneidade está propiciando transformações significativas na subjetividade, visto que impacta diretamente nos modos de produção do sujeito. Enquanto a modernidade era caracterizada pela permanência, estabilidade de estruturas, a contemporaneidade é marcada pela fluidez, pela falta de estruturas estáveis e liquefação das fronteiras, desta forma a busca incessante de permanência seria reflexo do medo do apagamento do indivíduo (BAUMAN, 2001; FRATTARI, 2008).

O sujeito contemporâneo busca cada vez mais uma experiência autêntica e real, mesmo que esta apenas o pareça, ou seja, o indivíduo almeja permanência por estar mergulhado na modernidade líquida salientada por Bauman (2001). Busca minimizar o sentimento de insegurança, de impermanência ao se lançar no consumismo exacerbado,

“querem estar, pelo menos uma vez, seguros, confiantes; e a admirável virtude dos objetos que encontram quando vão às compras é que eles trazem consigo (ou parecem por algum tempo) a promessa de segurança” (BAUMAN, 2001, p. 96).

Nesse cenário, a internet transforma-se em templo de consumo, contudo, na contemporaneidade a forma como os meios de comunicação dissemina o mesmo ultrapassa a busca de objetos que preenchem o consumidor com a promessa de segurança, uma vez que, que este metamorfoseia-se em produto de desejo. A mídia impressa e eletrônica torna-se palco da “encenação” do real, da vivência do indivíduo, ao revelar lampejos da intimidade alheia, performance de uma realidade qualquer, da proliferação do show do Eu (SIBILIA, 2016; SILVA, 2010).

Alves (2009, p. 278) provoca ao revelar como este Eu está fragmentado e desvelado quando revela:

Sobre aquele que cria o relato- disponibilizado como escrita, som e/ou imagem - mostra que a tensão entre singularização, universalização e participação é pensada como um ser e estar no mundo mediados por esforços intodirigidos e altodirigidos, pelos quais o “escrever para ser” e o “ser para escrever” são redimensionados em sua significação.

A contemporaneidade torna-se o triunfo da era do narcisismo, o Eu e sua intimidade é explorada e evidenciada, porém este comportamento reverbera na era do vazio e do efêmero postulada por Gilles Lipovetsky (2005). Esta que incita a autonomia do sujeito e concomitantemente convida à independência, “o vazio da subjetividade atual é o correlato do mundo que perdeu o sentido, pois as regras e os códigos anteriormente estabelecidos para a promoção da sociabilidade foram subvertidos” (BIRMAN, p. 147).

“Vivem numa sociedade “de valores voláteis, despreocupadas com o futuro, egoísta e hedonista” (BAUMAN, 2001, p. 176). Nesse ínterim os indivíduos se tornam frágeis, e buscam incessantemente o *feedback* positivo, da aceitação de si pelo *like* e curtidas de outrem, afinal “é preciso aparecer para ser alguém” (SIBILIA, 2016, p 39).

Este trabalho analisou o impacto da espetacularização do Eu e suas narrativas íntimas, uma vez que o sujeito ao publicar em plataformas digitais utiliza de artifícios estilísticos que remetem ao modelo confessional do velho diário íntimo para exteriorizar sobre seu cotidiano. Este modo de ser e viver impacta e fomenta a produção da subjetividade, que está entrelaçado nas relações sociais e afetivas dos indivíduos e ainda evidencia a fragilização do sujeito contemporâneo (SIBILIA, 2016; SILVA, 2010).

Foi proposta uma pesquisa de caráter bibliográfico, e quanto aos procedimentos foram documentais (narrativas fotográficas e textuais publicadas na rede social *Instagram*). O levantamento do material bibliográfico teve como alicerce revistas científicas presentes na plataforma portal de periódico CAPES, o qual hospeda artigos científicos, periódicos, capítulos de livros que abordam o tema. Também foi utilizada a base de dados do Sistema *Scientific Electronic Library Online* de publicação (*Scielo*).

O Primeiro Capítulo precipita-se sobre a modernidade e suas estruturas sólidas, e evidencia a erosão das fronteiras públicas e privadas, revelando que o espaço público foi colonizado pelo espaço privado, o interesse público está voltado para o espetáculo de narrativas íntimas que é encenado no espaço público. Na contemporaneidade a produção da subjetividade é perpassada pela espetacularização do sujeito nas mídias digitais, tendo o corpo como principal palco das encenações.

O Segundo Capítulo perpassa as redes sociais digitais e salienta que esta converteu-se em palco das narrativas íntimas que povoam o ciberespaço. Acrescenta que a *internet* e o advento dos aparelhos móveis fomentaram a hiperexposição e a proliferação do show do Eu por meio das narrativas imagéticas em aplicativos de compartilhamento de imagens e vídeos, como o *Instagram*, que foi objeto de estudo da pesquisa.

O Terceiro Capítulo evidencia que a exposição exacerbada do Eu e a fotografia converteram o corpo em espetáculo, uma vez que possibilitou a reprodutibilidade da imagem do corpo. Neste contexto foi utilizado perfis de *instagrammers* imersos no campo de estudo como material de pesquisa e análise. As narrativas imagéticas evidenciadas na rede social digital, *Instagram*, revelam a bioascese, a normatização e padronização do comportamento.

Por fim, nas Considerações Finais, a conclusão é tecida após imersão no tema que reverbera e contribui na produção da subjetividade contemporânea. Por último, o trabalho alerta que a hiperexposição da vida privada em narrativas digitais expõe comportamento de uma sociedade que anseia lampejos da intimidade alheia, e o corpo se converte em espetáculo.

2. A LIQUEFAÇÃO DAS ESTRUTURAS MODERNAS

A modernidade foi “a época de moldar a realidade como na arquitetura ou na jardinagem; a realidade adequada aos veredictos da razão deveria ser “construída” sob estrito controle de qualidade e conforme rígidas regras de procedimentos, e mais que tudo *projetada* antes da construção” (BAUMAN, 2001, p. 58).

Afinal a modernidade perpassou as relações sociais que eram implicadas pelo uso de maquinários para a produção e ainda pelo capitalismo, que propiciou a mercantilização da força de trabalho e a globalização, dado que a modernidade corroborou na propagação de laços genuinamente mundiais (GIDDENS, 2002). Uma das várias facetas que marcaram o início da era moderna é a colocação do tempo contra o espaço. Bauman (2001, p. 128 e 129) evidenciou que “de fato, a modernidade é, talvez mais que qualquer outra coisa, *a história do tempo*: a modernidade é o tempo em que o tempo tem uma história”.

2.1. Modernidade: a solidez do devir

A solidez do devir, do vir a ser, marcou a modernidade, afinal esta foi a era das certezas imutáveis e verdades absolutas, o indivíduo foi perpassado pela imutabilidade, esta que se tornou sinônimo de vocação. A rigidez das estruturas modernas institui as esferas públicas e privadas, regendo o comportamento totalizado da vida humana (ALVES, 2009; BAUMAN, 2001). A modernidade foi cenário da produção do estado-nação, os quais são “agentes” reflexivamente monitorados, e seguem planos e coordenadas em âmbito geopolítico. Os Estados modernos fomentaram a ascensão das organizações, as mesmas divergem das antigas instituições de governo não apenas pelo seu tamanho, ou caráter burocrático, mas pelo monitoramento reflexivo que elas permitem e implicam, fomentando “o controle regular das relações sociais dentro de distâncias espaciais e temporais indeterminadas” (GIDDENS, 2002, p. 22).

Neste contexto, pela primeira vez o “eu” e “sociedade” foram relacionados num meio global, a identidade emergiu sustentada pelas paisagens e cenários culturais e nacionais que permeavam a modernidade e aflorava no sujeito o sentimento de pertencimento ao grupo (GIDDENS, 2002; SOUSA, 2003). A produção da subjetividade, neste cenário ocorria em consonância com a vivência e o contexto social que o indivíduo estava inserido. Foi na modernidade que a subjetivação se voltou para o âmbito privado, no entanto, este âmbito era visto como refúgio, uma vez que, apenas na privacidade do seu lar o sujeito escapava às exigências intrínsecas nas grandes cidades da época (ALVES, 2009; BAUMAN, 2001; SIBILIA, 2008).

Contudo, era na esfera privada que ecoava a intimidade. Era necessária a interioridade psicológica para que o sujeito moderno pudesse tornar-se pessoa, ou seja, apenas na privacidade do lar, seguros atrás de portas e janelas fechadas, e na privacidade do Eu, que se

desenrola a produção da subjetividade moderna, não obstante o Eu também era um Ser moldado pelas mudanças operadas na vida pública (ABOIM, 2012; BAUMAN, 2001; SIBILIA, 2008).

A modernidade foi palco do distanciamento do indivíduo com conteúdos da esfera pública, eclodiu a passividade e indiferença sobre assuntos políticos, a relação do indivíduo com o grupo se tornou pauta de discussão, o sujeito voltou-se para si os aspectos da sua intimidade, e foi “separado por fronteiras determinadas pelas instituições em suas especificidades sociais” (ALVES, 2009, p. 2). Porém, tais esferas estavam intimamente ligadas, mas com delimitações claras (ABOIM, 2012; ALVES, 2009; FISCHER, 2002).

Na modernidade - período que iria do século XIX até meados do século XX -, a subjetividade era regulada pelo conflito psíquico, que indicava uma oposição entre as pulsões e as interdições morais (FORTES, 2013, p. 13).

Fischer (2002) e Alves (2009) corroboram com Fortes (2013) ao salientarem que o sujeito se encontrava em dois polos que originavam o conflito psíquico, visto que as exigências do âmbito público solidificavam o comportamento individual, levando a busca por refúgio, a fuga do ambiente controlado (FOUCAULT, 2013). Não obstante, a desintegração social que eclode na contemporaneidade é tanto uma condição quanto um resultado de uma nova técnica de poder, e para que este tenha liberdade de fluir, o mesmo deve estar livre de cercas, fronteiras (BAUMAN, 2001).

No entanto, a liquefação das fronteiras que ocorreu na contemporaneidade não é simplesmente outra renegociação entre o âmbito público e privado. O que está em jogo é uma redefinição da esfera pública como palco das encenações dos dramas outrora privados, os quais são publicamente expostos e assistidos (BAUMAN, 20001). Chauí (2006) ressalta que se perdeu a distinção entre público e privado, não havendo espaço para introspecção e intimidade, afinal

tudo deve ser revelado e mostrado: os pratos *gourmet*, as viagens internacionais e o relacionamento feliz. Nessa perspectiva, a vida se resume a eventos espetaculares, nos quais o sujeito já não se preocupa mais em viver, mas sim com a foto que será produzida e mostrada, pois, se o espetáculo não ocorre, a vida também não se faz presente (MIRANDA, 2016, p. 23).

Nos dias atuais, o espaço público é concebido como uma tela gigantesca onde as aflições privadas são projetadas sem cessar. É a esfera privada que colonizou o espaço público e, neste espaço, as questões públicas se esvaem, o mesmo perde sua função de desempenhar o lugar de diálogo entre as duas esferas. O interesse público torna-se restrito ao interesse das

vivências de outrem “e a arte da vida pública é reduzida à exposição pública das questões de sentimentos privados” (BAUMAN, 2001, p. 46), mas o que levou o indivíduo a encenar no palco público é a urgência desesperada de fazer parte da rede. (GIDDENS, 2002).

Na volúpia incessante de criar novos grupos, onde o sujeito experiencie o sentimento de pertencimento que permeava a modernidade, e ainda seja cenário onde a produção da subjetividade seja fomentada. O indivíduo ausenta-se das instituições sociais que, de certa forma, confinam sua liberdade e precipita-se na infinidade de possibilidades que o espaço midiático propicia, visto que o homem contemporâneo busca sobretudo a segurança que o grupo oferece (MORAIS, 2009).

Neste ínterim, o sujeito direciona sua motivação, sua força de vontade e busca ininterruptamente a afirmação e transformação da sua identidade. A liquidez dos princípios de pertencimento a um grupo revela suas ligações descartáveis e frágeis, e assim o simulacro da liberdade ganha formas, e tem por objetivo fabricar homens dóceis, que julgam serem singulares e protagonistas, contudo transbordam os mesmos sonhos, encenam as mesmas rotinas e expõem o mesmo Eu (MIRANDA, 2016; MORAIS, 2009).

A identidade dos sujeitos imerso no ciberespaço se assemelha a um simulacro, uma vez que, os usuários constroem seu ideal de vida e felicidade nas redes sociais digitais, e são permeados por elementos que agregam valores reais, portanto são vistos como a realidade (RAMIRES & RODRIGUES, 2015). Baudrillard (1991) corrobora o exposto quando postula o que o auge da simulação ocorre quando “ela mascara a ausência de uma realidade profunda; ela não tem relação com qualquer realidade: ela é o seu próprio simulacro puro” (p.13). Ou seja, as imagens expostas na *timeline* nas redes tornam-se mais reais que a própria realidade, tornam-se a hiper-realidade, onde o espetáculo “não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14).

2.2. Contemporaneidade: a fragmentação da totalidade

A pós-modernidade, ou a contemporaneidade, faz uma ruptura com o instituído, dá fim às estruturas e tira as certezas e verdades imutáveis, colocando no seu lugar razões e verdades provisórias. Desta forma o sujeito sente-se perdido em um lugar mutável, uma areia movediça que a qualquer momento pode engolir o seu Eu (BAUMAN, 2001; CROCHIK, 2010).

A fluidez enfatizada por Bauman (2001) não oportuniza modelos, regras ou instituições, visto que conseguem manter sua estrutura apenas por um curto período. O sujeito utiliza de estratégia de *carpe diem* para poder se relacionar com este mundo que simula ter durabilidade, mas é destituído de valores. É nesta sociedade carente de moldes a serem seguidos que o indivíduo contemporâneo é absorvido, e se aventura em um jogo que, nas palavras de Moraes (2009, p. 5), é “marcado pela beleza e vitalidade do viver espontâneo, permeado apenas por tendências, no qual é preciso construir e reconstruir a imagem como forma de afirmar a sua identidade e sua posição dentro da sociedade ininterruptamente”.

Birman (2012) salienta que a contemporaneidade é ininterruptamente fonte de surpresas, onde quase tudo se manifesta de modo imprevisível e intempestivo. “O efeito mais evidente disso, no sujeito, é a vertigem e a ameaça do abismo. Com o improvável acaba quase sempre por acontecer, subvertendo-nos, isso nos faz vacilar em nossas certezas” (p. 7).

Ao perder a solidez da modernidade o indivíduo fragmenta sua personalidade, e passa a buscar na hiperexposição da sua intimidade na mídia uma forma de permanência, de existir. Com a fragmentação do sujeito na sociedade contemporânea, o indivíduo sente-se desamparado e perdido, nessa nova concepção de sociedade sem estruturas e com valores fluidos, oportunizando um indivíduo fracionado, onde a produção da subjetividade é perpassada por esta nova forma de ser e viver (BAUMAN, 2001; CROCHIK, 2010; SCHULMAN e WEBER, 2010).

Ocorre na atualidade um redimensionamento da compreensão de identidade, afinal com a liquefação das estruturas modernas surge a incorporação das antigas fronteiras, os interesses públicos e privados confundem-se e invertem-se, os códigos da esfera privada tornam-se determinantes e definem os códigos de espaço público, nulificando a diferença entre estas esferas (ALVES, 2009; CHAÚÍ, 2006).

Os signos que nos orientavam no mundo e nos direcionavam na existência, assim como seus códigos de interpretação, foram deslocados de suas posições e lugares simbólicos. Muitos deles desapareceram. Outros, sem contrapartida, perderam a força e valência de que eram investidos, sendo realocados em outros conjuntos, que passaram então a ser dominados por outros signos, considerados agora como hierarquicamente superiores. Com isso, outros códigos foram forjados, sem que seus enunciados sejam sempre patentes (BIRMAN, 2012, p. 7).

Bauman indaga (2001) se a pós-modernidade foi desde o começo o derretimento da solidez, se sempre foi fluida e instável, dissolvendo as estruturas, diluindo formas de ser e estar e sedimentando a totalidade do sujeito. Ainda segundo o autor supracitado as primeiras

estruturas a serem afetadas foram as instituições que “circunscreviam o domínio das ações-escolhas possíveis” (p. 13). E ainda evidencia que os antigos moldes foram quebrados, contudo foram substituídos por outros, “as pessoas foram libertadas de suas velhas gaiolas apenas para serem admoestadas e censuradas caso não conseguissem se realocar, através de seus esforços dedicados” (BAUMAN, 2001, p. 13).

A constituição do sujeito pós-moderno é marcada pela fragmentação da sua identidade, sendo esta desprovida de estabilidade e essencialidade. É inacabada, aberta, contraditória, é a “celebração móvel” que se configura e transforma-se continuamente em consonância às formas pelas quais o sujeito é representado ou interpelado nos sistemas socioculturais em que o indivíduo está imerso (HALL, 2005).

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (HALL, 2005, p. 13).

Sibilia corrobora com o exposto acima quando revela que o sujeito contemporâneo experiencia uma versão individualizada e privatizada da modernidade, onde o sucesso e fracasso recaem sobre os ombros do próprio indivíduo. E acrescenta que o deslocamento aludido propaga “não apenas a crise da psicanálise, como também de todas as técnicas de construção de si baseadas na introspecção e na retrospectção” (SIBILIA, 2008, p. 7). Nesse contexto o indivíduo elabora novos modelos que estejam mais compatíveis com a produção do Eu contemporâneo, cortando as correntes que o lançavam ao passado, porém condicionados a alimentar as engrenagens do regime econômico vigente (ALVES, 2009; SIBILIA, 2008).

Nas palavras de Bauman (2001, p. 13) “a tarefa dos indivíduos livres era usar sua nova liberdade para encontrar o nicho apropriado e ali se acomodar e adaptar: seguindo fielmente as regras e modos de conduta identificados como corretos e apropriados para aquele lugar”. No atual cenário os indivíduos são remotamente controlados e dominados, mas de uma maneira inteiramente nova, uma vez que, a liderança, que era o farol para identidades perdidas na modernidade, foi substituída pelo espetáculo.

Debord (1997) postula que o espetáculo supracitado transborda na vida do sujeito contemporâneo, aponta ainda que tudo é vivenciado como representação:

O espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do

espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva. A realidade objetiva está presente de dois lados. Assim estabelecida, cada noção só se fundamenta em sua passagem para o oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é o real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente (p. 15).

É na *Sociedade do Espetáculo*, obra publicada em 1997, que Debord provoca ao enfatizar que o espetáculo não se remete ao acontecimento, mas sim à encenação, ao simulacro deste acontecimento. Portanto é nos registros do olhar, cena e exibição que se destaca e configura a produção da subjetividade, os laços sociais se entrelaçam com o campo da imagem. É a produção e a hiperexposição da imagem de si mesmo que está em pauta, sempre em detrimento do *feedback* positivo do outro. O indivíduo contemporâneo performa e aplaude a cena social que foi reduzida à retórica do narcisismo, este que se inscreveu na estética performática do espetáculo (BIRMAN, 2012; CHAUI, 2006).

As performances nesta era liquefeita refletem a ilusão que indivíduos diferentes compartilham interesses semelhantes, contudo, pela brevidade do evento, os interesses individuais não se misturam, tão pouco se fundem aos interesses grupais, visto que não duram mais que a excitação do fim do espetáculo. Desta forma contribuem para a perpetuação da solidão na era do vazio, afinal, mesmo que todos estejam na mesma plateia, cada indivíduo está infinitamente distante (BAUMAN, 2001; LIPOVETSKY, 2005).

O espetáculo sempre foi intrínseco a cultura pós-moderna, contudo Chauí (2006) alerta que os meios de comunicação têm transmitido o espetáculo como sendo real, transformando-o em simulacro, ou seja, uma simulação. A espetacularização está internalizada nos discursos do sujeito, o qual está imerso em um regime alicerçado nas tecnologias de interatividade, sendo capaz de fertilizar o capitalismo leve da atualidade, que se configura pela sua agilidade, voracidade, superprodução e consumo exacerbado, que acaba por atravessar os corpos e subjetividades (BAUDRILLARD, 2008; SIBILIA, 2016; SILVA, 2016).

Compreendendo que subjetividades são modos de ser e estar no mundo, logo entrelaçadas pela instabilidade e longe de qualquer “essência fixa que remete ao indivíduo como uma entidade não-histórica de relevos metafísicos, seus contornos são elásticos e mudam ao sabor das diversas tradições culturais” (SIBILIA, 2016, p. 26). A produção da subjetividade ocorre embebida numa cultura intersubjetiva e encarnada num corpo, não é superficialmente imaterial, que se encontra dentro de cada sujeito, se configura num jogo extremamente intrincado, múltiplo e aberto (BAUMAN, 2001; BIRMAN, 2012).

Portanto, a subjetividade parece fixa e sólida, quando observada de relance, todavia, a eventual solidez se esvai quando contemplada de perto, ao imergir no recanto mais longínquo é vislumbrada a fragilidade que constantemente é lacerada por forças que ameaçam dissipar qualquer contorno que possa adquirir, e acaba por revelar a fluidez intrínseca à subjetividade contemporânea (BAUMAN, 2001).

Os indivíduos contemporâneos convivem com uma multiplicidade de identidades possíveis e mutáveis, com as quais eles podem, pelo menos provisoriamente, identificar-se. Na sociedade atual, o indivíduo não possui mais uma identidade unificada e estável, ele é projetado de forma fragmentada, transformando-se num híbrido e assumindo várias identidades, de acordo com os diferentes sistemas sociais (SOBRINHO, 2014, p. 3).

Afinal, na pós-modernidade os papéis sociais são vestidos e despidos ao sabor das circunstâncias e acontecimentos, da mesma forma que os trajes são escolhidos em consonância com o clima. O indivíduo não possui apenas uma identidade; ele “assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente” (HALL, 2005, p. 13).

3. REDES SOCIAIS: A INTIMIDADE DESVELADA

O indivíduo, desde sua gênese, está inserido em uma comunidade, sendo impactado e impactando os processos histórico-culturais que o rodeiam; está ele imerso em uma rede de relações pessoais e afetivas. Desta forma compreende-se que as redes sociais digitais são uma extensão das redes supracitadas, e passa a ser assimilada não apenas como uma ferramenta de comunicação e interação, mas está engendrada no processo de produção da subjetividade (TEIXEIRA, 2014). “Pensar em rede não é apenas pensar na rede, que ainda remete a ideia de social ou a ideia de sistema, mas é, sobretudo, pensar a comunicação como lugar de inovação, do acontecimento” (PARENTE, 2010, p. 92).

Segundo Sobrinho (2014), a comunicação por meio digital na contemporaneidade está intimamente ligada às redes sociais que oportunizam a eclosão de uma rede que congrega diversos interatores, grupos que nutrem relação entre si. Lévy (1999) denomina esta nova configuração de organização de “cultura do ciberespaço” ou “cibercultura”, conceitua a mesma como um “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (p. 17). O termo explicita bem mais que a infraestrutura material que se faz

presente na comunicação digital, abrange o “universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e o alimentam” (p. 17).

Teixeira (2014) enfatiza que as redes sociais digitais se configuram com uma forma de organização social concebida em estruturas sem fronteiras, alicerçada na lógica de comunicação que se baseia em emissão e recepção. Imersa no ciberespaço, a mesma promove interação, colaboração e compartilhamento. Este novo horizonte fomentou uma mudança radical nos paradigmas da comunicação, ofereceu rapidez e agilidade na publicização de informações dos múltiplos interatores em seus grupos sociais e/ou digitais.

Nesta perspectiva, percebemos que as redes sociais digitais (re)configuram as subjetividades e sociabilidades bem como a memória, expectativas e anseios dos sujeitos, alterando os modos de trocar informações, adquirir conhecimento, atuar, perceber e representar o mundo, num contexto mais divertido, mais fluido, mas autoral (TEIXEIRA, 2014, p. 43).

O espaço que as redes sociais digitais ocupam é o ciberespaço, ambiente híbrido, volátil, dinâmico, desterritorializado, que está além das fronteiras do nosso tempo, afinal não existem fronteiras nesse cenário digital que fornece potência às diversas formas de ser e estar que o sujeito expõe na modernidade líquida (SIBILIA, 2016; TEIXEIRA, 2014).

O sujeito ampara-se nas redes sociais digitais para exibir suas narrativas, numa tentativa de externalizar as performances do Eu, afinal estas redes são “mídias de funções pós-passivas”, ou seja, a produção da informação não está atrelada a empresas ou glomerados econômicos, qualquer um pode produzir informação e ao oportunizarem a publicização e personalização das informações evidenciam a virtualização das coisas e das pessoas. O indivíduo, ao virtualizar-se, mergulha no espaço cibernético, por meio de perfis elaborados nas redes sociais e passa a pertencer e absorver a cibercultura, como também a sociedade na qual é intrínseca (DONINI, 2015; LEMOS, 2005 e 2007; TEIXEIRA, 2014; WEIDLICH, 2014).

O ciberespaço é, em sua essência, heterogêneo, dinâmico e transpassado por realidades múltiplas, uma vez que a mídia altera a maneira como são percebidos os objetos que toca, fomenta mudanças nas formas de interação e propicia novas práticas sociais que alimentam um mercado de bens materiais e simbólicos. Permite e provoca que o sujeito experiencie diversos Eus, em um jogo sógnico de representações que elaboram conceitos, imagens, linguagens, estilo em uma encenação versátil de ser e estar nas redes (TEIXEIRA, 2014). É neste cenário que o sujeito tem construído sua identidade, e através dele, “o que era interno e privado, torna-se externo e público” (LÉVY, 1996, p.73).

Os aparelhos móveis intensificaram o acesso à internet na contemporaneidade, e “os sujeitos que trafegam nas redes sociais digitais são quem mantém o funcionamento desta rede. Por meio das narrativas fotográficas, mantém a sinergia e o movimento” (TEIXEIRA, 2014, p. 44). Nesse cenário eclode o *Instagram*, aplicativo que inicialmente tinha uso exclusivo para *smartphones* e baseia-se no compartilhamento de narrativas imagéticas, pois “aparentemente tudo hoje merece não só ser fotografado como compartilhado publicamente” (DONINI, 2015, p. 48).

A fotografia, em seus desdobramentos significativos, assume uma poética reveladora do cotidiano e, de “pinceladas” suaves passa a capturar com “objetividade” a realidade, como se fosse um decalque do real [...]. A sociedade volta-se para a fotografia como seu instrumento de investigação, de transmissão de conhecimento, de registro da memória (TEIXEIRA, 2014, p 54).

A fotografia digital denota as novas relações do homem contemporâneo com a imagem, o indivíduo migrou de espectador para narrador, e mesmo que a posição de fotógrafo seja ilusória, a fotografia como produto massificado pela cultura revela que ao narrar por meio de imagens este sujeito torna-se personagem de um registro histórico, onde este reconhece a si quando atravessado pelo olhar do outro. “Olhar o outro através da imagem é descobrir a nós mesmos” (CARMAGO, 2016, p. 2).

A publicação de fotografias digitais em plataformas *online* possibilitou a capilarização de narrativas cada vez mais íntimas, a exemplo apresenta-se o *selfie*, que o dicionário *Oxford* (2013) segundo Weidlich (2014) descreve como a fotografia que foi tomada de si. Esta modalidade fotográfica é uma das mais utilizadas no território de pesquisa que é o *Instagram*, este que é caracterizado e baseia-se no compartilhamento de imagens, manifestando lampejos da “felicidade” cotidiana dos seus interatores. O território de pesquisa é perpassado e implicado pelo desejo de visualização imediata e compartilhamento, palavra de ordem na sociedade contemporânea (DONINI, 2015).

Os laços sociais se restringiriam então ao campo da imagem, de maneira que a cena social se reduziria à retórica do narcisismo. Seria a produção e a exaltação desenfreada das imagens de si mesmo, para o deleite do outro, num campo sempre imantado pela sedução, o que passaria a dar as cartas do jogo na estética performática do espetáculo (BIRMAN, 2012, p. 55).

O *Instagram*, neste contexto, é palco e cenário da era do narcisismo, visto que “com tantas fotos diante do espelho, é inevitável não lembrar de Narciso e sua obsessão pela própria imagem” (DONINI, 2015, p. 51). A exposição imagética evidencia um falso individualismo, uma vez que revela ou disfarça o desejo de ser visto, e nessa volúpia de tornar-se notório e

perceptível os verbos guardar e acumular esvaem-se, e outros eclodem como parecer e acessar (DONINI, 2015; SIBILIA, 2016). Sobrinho (2015) ratifica com o exposto ao enfatizar que “uma experiência não faz sentido se ela não for registrada, se ela não for compartilhada com o outro. O indivíduo “somente” passa a existir se os outros os virem e se ele gerar uma repercussão na rede social” (p. 5).

Diante a erosão dos sólidos o indivíduo afoga-se na liquidez contemporânea e encontra nas redes sociais um resquício de segurança, onde deposita suas narrativas imagéticas sobre o Eu imaginário e ilusório, convertido em imagem, facilmente multiplicado e acessado, uma prova material do Ser e estar. O Eu publicizado é tecido no devir “de modo que se desvela perante o olhar do Outro” (TEIXEIRA, 2014, p.38) e imprime no corpo o que gostaríamos de Ser.

Seguindo o fenômeno de estetização da vida cotidiana que Morais (2008) evidencia ao citar Featherstone (1997), o qual aponta que as redes sociais, a exemplo do *Instagram*, propiciam a teatralidade que instaura e reafirma o culto ao corpo e os jogos de aparência, onde o sujeito é ator e espectador, tomando posições em um palco onde todos interpretam e aplaudem. As redes sociais, além de ser um ambiente de interação, troca de vivências, transcende e torna-se espaço de produção da subjetividade, afinal o sujeito neste universo reinventa-se e apresenta-se como almeja ser visto, a sua identidade é construída conforme suas interações com outrem (SOBRINHO, 2014).

Neste contexto, o indivíduo tece redes e cobiça novas formas de exposição do Eu. Não se trata apenas da interação multimídia e de seus palcos virtuais, vai além da revolução tecnológica. A liquefação das estruturas modernas dissemina a época limítrofe no qual o sujeito está mergulhado, no qual almeja produzir, consumir e legitimar suas performances. O verbo performar, neste cenário, imprime na ação a capacidade de ser autor, ator e narrador da sua própria história, alterando a demanda do *post* de acordo com a exigência do significante (SIBILIA, 2016; TEIXEIRA, 2014).

A relação do corpo e a tecnologia delinea um panorama, onde “ a mediação do sujeito no mundo passa pelo corpo, que sente, sintetiza e responde aos fenômenos socioculturais e identitários” (GARCIA, 2011, p. 161). As narrativas imagéticas que povoam as redes sociais acomodam representações culturais do corpo, este que é depositário da instantaneidade, efeito voraz que a tudo consome. O corpo desaparece no ciberespaço, no seu lugar manifesta-se espectros que circulam como informações e, assim, “livre de todos os constrangimentos físicos, o corpo torna-se puro símbolo digital” (LEMOS, 2007, p. 174).

4. O CORPO COMO ESPETÁCULO: O EU PUBLICIZADO

O corpo sempre foi objeto de atenção, com maior ou menor intensidade, contudo o corpo era visto como invólucro da vida na modernidade. Já na contemporaneidade adquiriu status de produto, o qual é construído socialmente, um registro antropológico “infinidamente maleável e altamente instável” (SANTAELLA, 2008, p. 20). O corpo expressa o elo entre a natureza e cultura, o fisiológico e simbólico, entre o social e individual (TRINCA, 2008).

A proliferação da imagem, especialmente as imagens do corpo, oportunizou esta eclosão, e ainda expõe que as tecnologias acabaram por penetrar a própria essência molecular, transformando as fronteiras do humano, o corpo que era palco do espetáculo, metamorfoseia-se em um (SANTAELLA, 2008). O advento de *selfies* tornou mais perceptível o culto a própria imagem, “muitos acreditam que a condição essencial para fazer parte da sociedade é atualizar constantemente o seu autorretrato, visando a sua superexibição” (SOBRINHO, 2014, p. 4).

A contemporaneidade converteu o corpo em bem supremo, e ao se tornar um ideal a ser alcançado o sujeito direciona sua vontade de potência ao culto exacerbado do corpo, Freire-Costa (2005) postula este comportamento como bioidentidade, e a bioascese, onde o indivíduo anseia conquistar o padrão publicizado nos conteúdos imagéticos.

O corpo torna-se fonte de problematização na medida em que entra nos cálculos do que o indivíduo pode ser, experimentar, sentir e tornar-se, hoje, quando as técnicas penetram no interior do corpo para não apenas reparar funções normais, mas também ampliá-las, transformá-las ou mesmo criar novas funções (SANTAELLA, 2008, p. 29).

Os discursos contemporâneos com intermédio da mídia inscreveram no imaginário social ideários naturalistas e naturistas, onde o bem supremo é o corpo. Desta forma, o envelhecimento é uma enfermidade e a morte deve ser exorcizada, já a saúde física nunca foi tão desejada. “Imagina-se sempre que algo deve ser feito para que a performance corpórea possa melhorar, pois essa se encontra sempre aquém do desejado” (BIRMAN, 2012, p. 78).

A fotografia mostra-se uma importante aliada na produção do padrão de beleza e comportamento, contudo é por meio dos veículos de comunicação que o corpo é espetacularizado e o ideal de juventude é propagado, e o parecer jovem se impõe como um imperativo de saúde física, incorporando ao ideário estético de beleza (BIRMAN, 2012; SANTAELLA, 2008).

Foi a fotografia que trouxe consigo não apenas a possibilidade de contemplação estética do corpo em todos os ângulos, mas também, e sobretudo, a reprodutibilidade das imagens do corpo. É a multiplicidade de superfície, aparências e faces do corpo que o fotográfico propicia (SANTAELLA, 2008, p. 128).

Os corpos revelados nas redes sociais digitais em narrativas fotográficas são objetos da cultura, uma vez que são portadores de comportamentos por alimentarem o mercado de bens materiais e simbólicos e ainda geram teias relacionais, onde os interatores são produtores e protagonistas do conteúdo imagético publicizado. O sujeito assume o modo de Ser e aparecer, ao expor lampejos da sua marca corporal em narrativas digitais, e ganha por meio desta um *status* de pertencimento (TEIXEIRA, 2014).

No entanto, a narrativa imagética do corpo nas redes sociais digitais enuncia a crise do sujeito na contemporaneidade, visto que este almeja a segurança das estruturas modernas que se liquefez diante a irrupção das mudanças culturais próprias da cultura digital que proclama a nova genealogia do individualismo, onde o sujeito se torna antropofágico e aspira a homogeneização do comportamento e do corpo (BAUMAN, 2001; TEIXEIRA, 2014).

O corpo homogeneizado é publicizado não somente em revistas de moda, *outdoors*, por pessoas e de pessoas do meio publicitário. As pessoas “comuns” compartilham fotografias do corpo como Narcisos satisfeitos nas redes sociais (BIRMAN, 2012). Superlotam academias de ginásticas como fiéis que comungam em templos em nome da longevidade e da beleza, “isso porque o ter, para preencher o vazio corporal e psíquico, é um signo que confere segurança para o indivíduo, que o faz acreditar ser detentor de algum poder pelo *status* que pode exibir” (BIRMAN, 2012, p. 94). É preciso possuir o corpo do imaginário social para exibir, para ser reconhecido como sujeito.

Contudo, este corpo imaginário é “avidamente capitalizado a serviço de um mercado capaz de tudo devorar para – não raro – convertê-lo em lixo e descartá-lo a toda a velocidade” (SIBILIA, 2016, p. 18). Porém, este mesmo mercado tira proveito e retroalimenta o desejo pelos ideais midiáticos, e acaba por inserir o indivíduo em um círculo vicioso de espetacularização do Eu, onde as imagens do corpo são reificadas, fetichizadas e modelizadas “como ideal a ser atingido em consonância com o cumprimento da promessa de uma felicidade sem máculas” (SANTAELLA, 2008, p. 126).

O corpo no cenário contemporâneo, seja na moda, mídia, arte, ou no cotidiano é manifestado em estados provisórios de performances permeados de nuances estéticos, poéticos, plásticos. A corporeidade emerge sempre em transito (GARCIA, 2011).

Arrisco a dizer que, as especulações acerca dos produtos culturais no contemporâneo tendem a expor o corpo, para além do orgânico e do humano. Isto é, como elemento que comunica, agencia/negocia e consequentemente faz (re)pensar o desenvolvimento das relações humanas – socioculturais e identitárias (GARCIA, 2011, p. 166).

Segundo Eagleton (2005, p. 2012) “o corpo material é o que compartilhamos de forma mais significativa com todo o resto da nossa espécie, estendida tanto no nosso tempo como no espaço”, o autor acrescenta ainda que o lugar do corpo se configura de um ambiente relacional e instável, o qual registra alterações abruptas nos moldes de representação do humano e seu olhar sobre sua corporeidade.

Bauman (2001) salienta que os moldes da modernidade líquida propagam que sujeito, e apenas este, é responsável pelo cuidado com seu corpo, e se o mesmo negligenciar este dever necessita se sentir culpado e envergonhado, posto que, imperfeições no seu corpo são culpa e vergonha, e cabe ao sujeito a busca para a redenção deste pecado. Visto que, “os medos, ansiedades e angustia contemporâneos são feitos para serem sofridos em solidão. Não se somam, não se acumulam numa “causa comum”, não têm endereço específico, e muito menos óbvio” (p. 170).

O sujeito do desempenho postulado por Byung-Chul Han (2015) na obra “ A sociedade do cansaço” foi absorvida por novas formas de coerção. O homem torna-se escravo de si mesmo, na medida em que ele mesmo se controla e exige de si produtividade e resoluções de seus problemas. Nesse cenário a individualidade é uma fatalidade, nunca uma escolha. O sujeito afoga-se em uma sociedade de valores voláteis, despreocupada com o futuro, pela instantaneidade intrínseca a ela, egoísta e hedonista, e na falta de segurança duradoura, a satisfação instantânea se torna uma estratégia razoável (BAUMAN, 2001; MIRANDA, 2016).

4.1. *Digital influencer*: a voz contemporânea e a produção da subjetividade liquefeita

A pós-modernidade tornou-se palco de narrativas que se propagam por vozes comuns, contudo o todo elege uma “única” voz que o represente, que merece ser seguida, pois pertence ao todo, é real como eu e você, é como todos nós. Sendo esta voz parte de um todo, acaba por normatizar modos de ser e viver, e por intermédio das redes sociais digitais esta voz universaliza a performance dos *digitais influencers*, Uzunoglu e Kip (2014) evidenciam que estes são pessoas que mediam informações e que são capazes de afetar a comunidade no ambiente digital e fora deste.

Sibilia (2016) corrobora ao exposto quando relata que na segunda década do século XXI eclodiu o fenômeno dos *youtubers*, espécies de celebridades que surgiram na plataforma de compartilhamento de vídeos *Youtube*, concomitante outras redes sociais digitais como *Instagram*, *Blogs* são conquistadas por estas celebridades da internet, *digitais influencers* que passaram a ganhar dinheiro postando suas narrativas, configuradas em vídeos ou imagens no ciberespaço.

Estas narrativas são permeadas de significados que assumem uma linguagem distinta quando publicizadas na cibercultura, expõem uma história com atos simbólicos e icônicos. Aumont (1995, p. 244) teoriza que as narrativas são “[...] conjunto organizado de significantes, cujos significados constituem uma história. [...] que veiculam um conteúdo, a história, que deve se desenrolar no tempo – tem, pelo menos na concepção tradicional, duração própria, uma vez que a narrativa também se desenrola no tempo”.

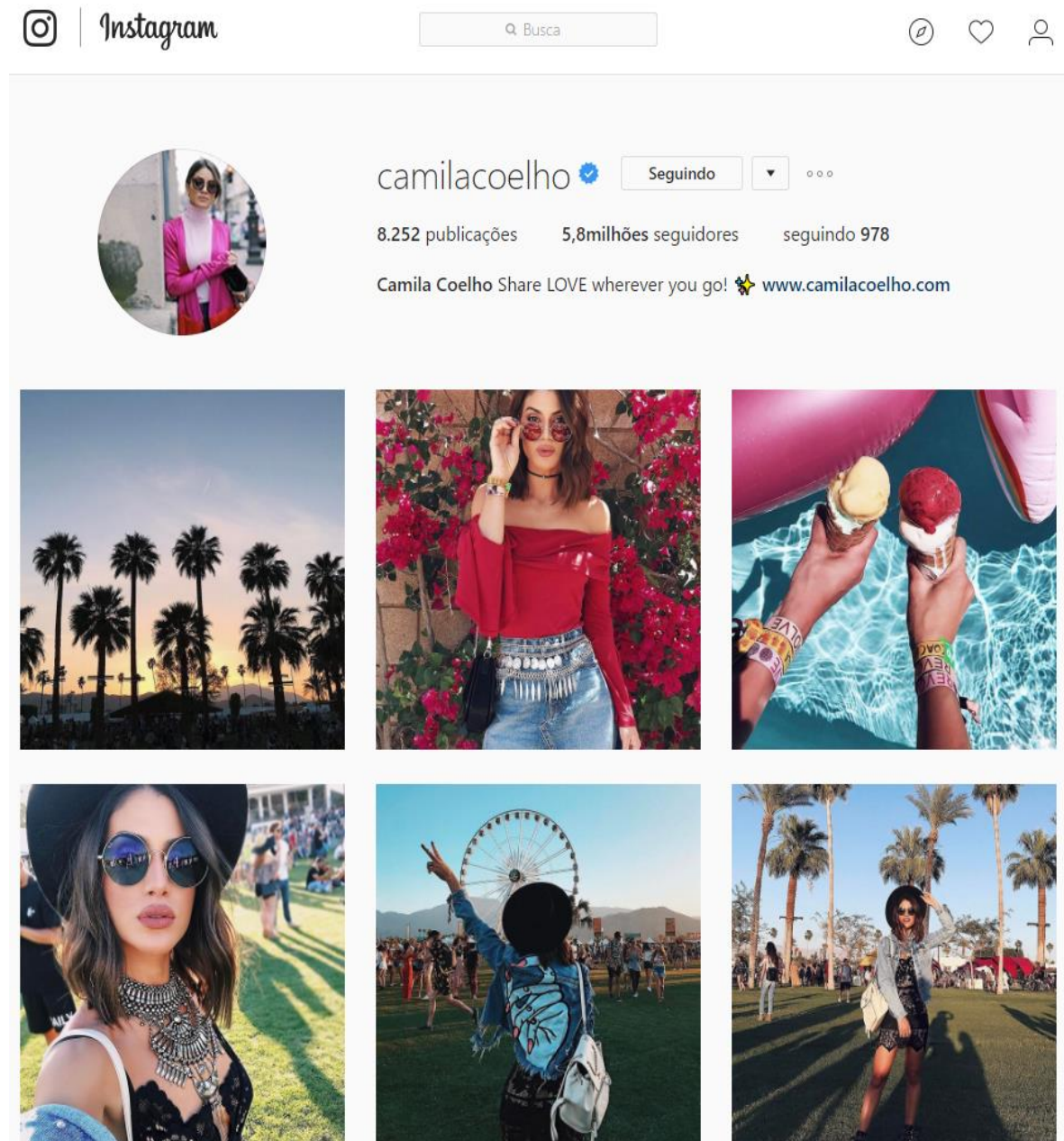
As narrativas na cibercultura são embebidas pela forma de ser e viver evidenciadas nos *posts* que os interatores se precipitam, e revelam os processos de subjetivação no qual o sujeito perpassado pelas redes sociais digitais imprimi no corpo as características de contorno maleáveis, relevos metafísicos que mudam ao sabor das diversas tradições culturais intrínsecos na subjetividade liquefeita (BAUMAN, 2001; BIRMAN, 2012).

A navegação e a imersão em uma cibercultura, nota-se a mudança de paradigma que aciona uma experiência diferenciada da imagem em movimento pela extensão da subjetividade. Isso ocorre, ainda mais, quando se trata da recepção dos dados contemporâneos, em que o estado de simulação e simultaneidade tornam-se instâncias pontuais para (re)conduzir as estratégias discursivas, em sua adaptação crítica (GARCIA, 2008, p. 145).

No ciberespaço é comum observar estas narrativas em *posts* imagéticos na rede de compartilhamento *Instagram*, este que é campo de estudo deste trabalho. A exemplo apresenta-se a *youtuber, instagrammer* Camila Coelho que se coloca no palco ao performar sobre o universo da moda e comportamento, atualmente seus seguidores estão na marca de 5,8 milhões, tendo cerca de 8.200 *posts* publicados (Figura 1).

A moda surge em concomitância a revolução industrial e o capitalismo, sendo filha diletta do último. Contudo a moda ganhou potência quando se tornou possível a reprodutibilidade técnica de produtos, a padronização para comercialização em grande escala. A vertente ganha visibilidade nos grandes centros comerciais, como Paris e Londres e se converte em fascínio dos transeuntes com suas piscadelas sedutoras atrás dos vidros reluzentes das vitrines (SANTAELLA, 2008).

Figura 1- *Profile da instagrammer Camila Coelho*



Fonte: *INSTAGRAM*, 2017.

Neste cenário, vale enfatizar que a moda reverbera os ideais do capitalismo, contudo extrapola suas bases ao fomentar no sujeito a expressão de sua singularidade, afinal vestir-se é mais que padronização e normatização de um comportamento inerente à produção da subjetividade na modernidade líquida, o verbo supracitado está carregado de signos flutuantes e trocas simbólicas (SANTAELLA, 2008).

A moda proliferou sacralizada com a publicidade, e diante do espetáculo e do culto ao corpo metamorfoseia em ferramenta de exposição da intimidade, como também

disseminadora de padrão de comportamento. Difunde em suas narrativas imagéticas o que deve-se vestir, corte e cor de cabelo, acessórios e etc. (Figura 2), dita a moda que os interatores devem repetir dentro e fora do ciberespaço (SANTAELLA, 2008; TEIXEIRA, 2014).

Figura 2- *Digital influencer* como ferramenta de *marketing* em narrativas no *Instagram*



Fonte: *INSTAGRAM*, 2017.

A *instagrammer* Camila Coelho em suas narrativas “íntimas” revela seus segredos de belezas, visto que utiliza de artifícios estilísticos que remete ao modelo confessional do velho diário íntimo para exteriorizar sobre seu cotidiano e cuidados com a pele, e assim acaba por instigar a busca pelo produto exposto. Contudo o *marketing* é disfarçado como dica de beleza para uma amiga íntima, e por ser simulada torna-se autêntica (SIBILIA, 2016). E por ser “autêntica” o interator identifica-se com as narrativas como sendo suas, e internaliza, reproduz e pluraliza o comportamento.

Ser autêntico no cenário que o ciberespaço se precipita exige do sujeito encenar sua vida privada em telas públicas que as redes sociais digitais hospedam. O interator se debruça sobre a tela com o desejo que lampejos da intimidade do outro seja revelada, contudo o que é publicizado são narrativas que habitam o recanto das inverdades e somente aspiram o *feedback* positivo do outro (Figura 3). Percebe-se que o palco das encenações contemporâneas

e plateia fundem-se e tornam-se um, pois a qualquer momento a mudança de posições-protagonista/interlocutor - ocorre sem a necessidade de intervalo entre um espetáculo e outro (DEBORD, 1997; SIBILIA, 2016).

Figura 3- *Feedback* de interatores no *Instagram* de Camila Coelho



Fonte: *INSTAGRAM*, 2017.

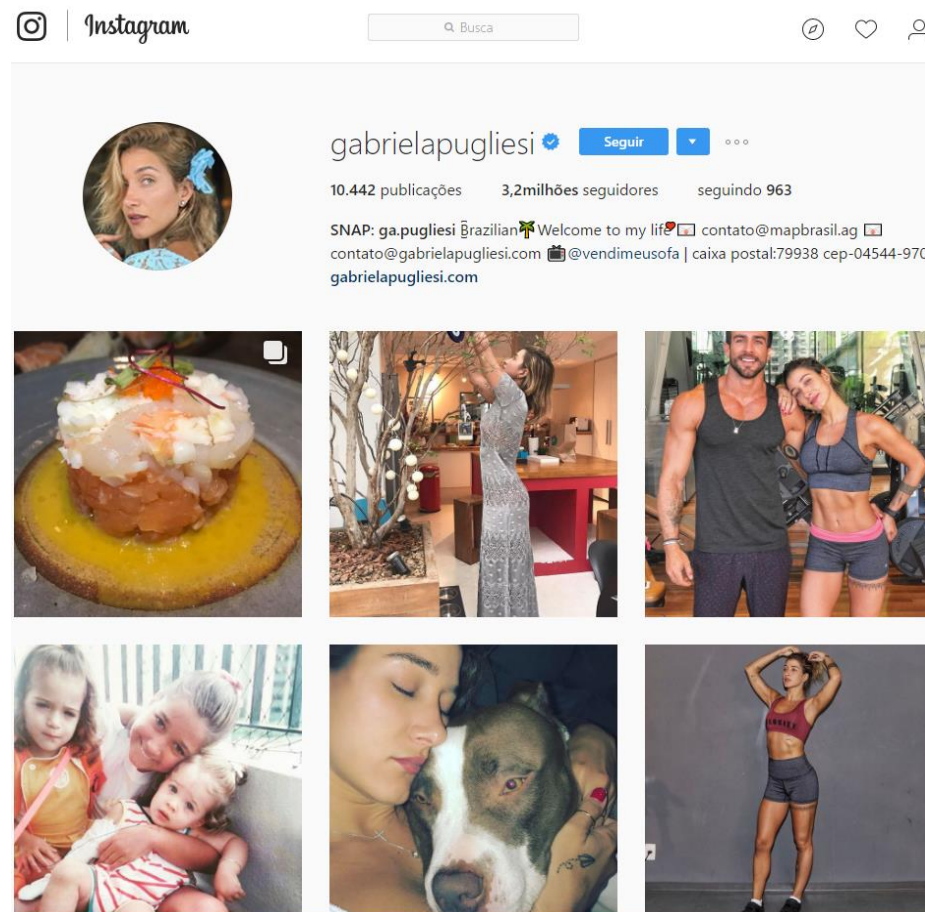
A instantaneidade intrínseca às redes sociais digitais possibilita e fomenta o *feedback* dos interatores em tempo real, onde os mesmos compartilham suas opiniões sem resquício de pudor sobre o conteúdo publicizado e acreditam deter o direito da crítica. O ciberespaço tece relações de proximidade, onde o sujeito e o interator compartilham trocas de “olhares”, momentos efêmeros impressos em narrativas que simulam o sentimento de intimidade (SIBILIA, 2016). É na troca de olhares que “o espectador se sente instigado a “comprar” a imagem do Outro que está a “venda”, a espera de ser consumido. Cabe a ele, em sua experiência *voyeur*, aceitar ou não” (TEIXEIRA, 2014, p. 145-146).

Ainda imerso nas narrativas reveladas por Camila Coelho se faz notório a espetacularização do Eu configurada em *posts* imagéticos perpassados pela moda, a *digital influencer* produz *looks* que são divulgados na sua performance ao modelar-se como produto que reflete sua autoimagem materializado no seu corpo, este que se apresenta descolado, multifacetado e multicolorido (TEIXEIRA, 2014).

O corpo contemporâneo assemelha-se a uma chama. Frequentemente é minúsculo, isolado, separado, quase imóvel. Mais tarde, corre para fora de si mesmo [...] funciona como um satélite, lança algum braço virtual bem alto em direção ao céu, ao longo de redes de interesses ou de comunicação. Prende-se então ao corpo público e arde com o mesmo calor, brilha com a mesma luz que outros corpos chamas. Retorna em seguida, transformado, à sua esfera quase privada, e assim sucessivamente, ora aqui, ora em toda a parte, ora em si, ora misturado. (LÉVY, 1996, p. 33).

Nesse contexto se faz relevante evidenciar que a espetacularização do Eu atravessa e se materializa no corpo e se converte em imagem, um puro símbolo digital. O perfil da *instagrammer* Gabriela Pugliesi reforça o discurso naturista e naturalista. A *digital influencer* conta com 3,2 milhões de seguidores e cerca de 10.400 *posts* publicados (Figura 4).

Figura 4 – *Profile da instagrammer Gabriela Pugliesi*



Fonte: *INSTAGRAM*, 2017.

Nas narrativas que predominam o conteúdo publicizado pela *instagrammer*, o culto ao corpo se destaca, a bioascese é o ingrediente indispensável quando a protagonista se transforma em produto e se lança no ciberespaço. O corpo neste cenário é visto como local de felicidade e de representações da identidade social, contudo deve ser perfeito, saudável e

jovem. Logo é perpassado pela obsolescência que permeia a lógica que recai sobre as narrativas publicizadas (TRINCA, 2008).

O corpo no ciberespaço reina e padece diariamente, por um lado é cultuado, mas em consonância é desprezado, comercializado e coisificado. As imperfeições e limites corporais devem ser superados por meio de atividades físicas, dieta balanceada e até mesmo intervenção cirúrgica (Figura 5). Nesse ínterim o sujeito despersonaliza-se, sua singularidade dá lugar à individualidade, as potencialidades são descartadas e o corpo converte-se no mais sublime objeto de adoração, afinal o indivíduo não está diante do corpo, ele está no corpo, ele é o próprio corpo (TEIXEIRA, 2014; TRINCA, 2008).

Figura 5 – *Digital influencer* como ferramenta de *marketing* em narrativas no *Instagram*, e a busca do corpo fetichizado



Fonte: *INSTAGRAM*, 2017.

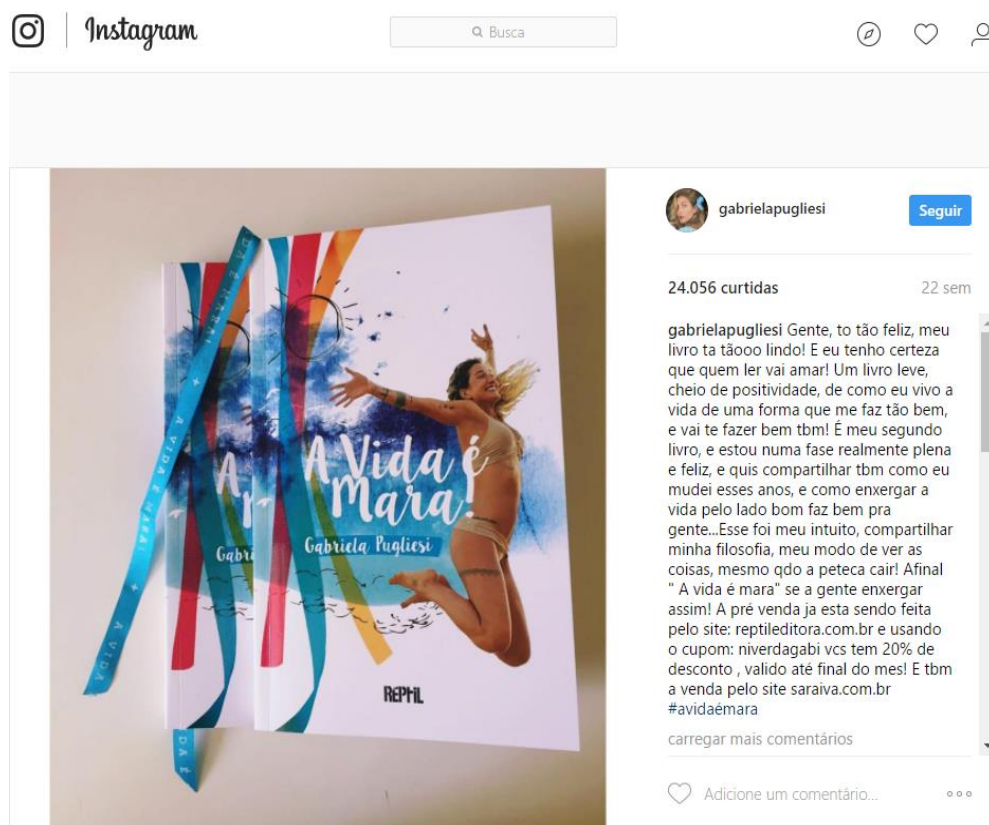
A narrativa imagética no *post* supracitado releva que o corpo é um espaço expressivo, onde significados são projetados e ressignificados como em telas de grandes artistas, mas contrapondo-se a durabilidade de pinturas famosas que perduram pela eternidade, o sentido artístico impresso no corpo é efêmero e embebido pela fatalidade do envelhecimento. Trinca (2008) valida o exposto ao salientar que o corpo se mantém por meio de processos metabólicos, os quais se esmorecem e se esvaem, o corpo se altera, se transforma e por fim, deixa de existir.

Diante da trágica fatalidade que recai sobre o corpo o indivíduo busca mecanismos que possibilitem exorcizar as enfermidades e a morte, o culto ao corpo ganha um importante

aliado na ciência e nasce então o ideal de juventude e beleza aliado a longevidade. O envelhecimento é sinônimo de patologia e tudo que corrobore com esta mazela deve ser excluída da dieta balanceada, ou dever ser exterminada em academias de ginástica, e então refabricado para torna-lo culturalmente adequado e capaz de satisfazer os requisitos de uma corporeidade supostamente considerada ideal (FONTES, 2007; SANTAELLA, 2008 TEIXEIRA, 2014; TRINCA, 2008).

A encenação corpórea publicizada nas narrativas imagéticas da *instagrammer* evidencia a idealização corpo, o qual é dinâmico, atual, mutante e que se dilata, virtualiza e metamorfoseia em espetáculo (Figura 6). O sujeito, através do corpo revela pinceladas da sua intimidade, performa uma vida ideal repleta de uma felicidade sem máculas, propaga o show do Eu.

Figura 6 – Encenação corpórea que propaga o show do Eu



Fonte: INSTAGRAM, 2017.

Em síntese, o ciberespaço se torna palco, onde o corpo subjetivo grita e os narcisos digitais narram por meio de imagens o que pensam e o que querem, publicizam as manifestações dos desejos, sensações e emoções. Na volúpia de tornar visível sua subjetividade o sujeito corporifica, materializa suas subjetividades plurais em narrativas imagéticas. É no corpo que o indivíduo tatua a idealização do Eu, este mesmo corpo que

verbaliza, que define território, que legitima suas intenções comunicativas (TEIXEIRA, 2014; TRINCA, 2008).

Contudo, este corpo construído, customizado, perfeito e plástico vem a ser consumido pelo espectador-interator que atentamente observa pelo buraco da fechadura. Cabe ao sujeito que se lança como mercadoria aceitar o preço ofertado (TEIXEIRA, 2014; TRINCA, 2008; SIBILIA, 2016). Nesse ínterim é possível observar que a autoimagem atravessa o corpo, e o corpo tornar-se a autoimagem, e a busca de satisfação interna que é moldada por exigências externas que mergulham e se hospedam no corpo, último santuário da continuidade e da duração delimitada e atemorizada pela mortalidade (BAUMAN, 2001; VENTURA & PEDRO, 2010).

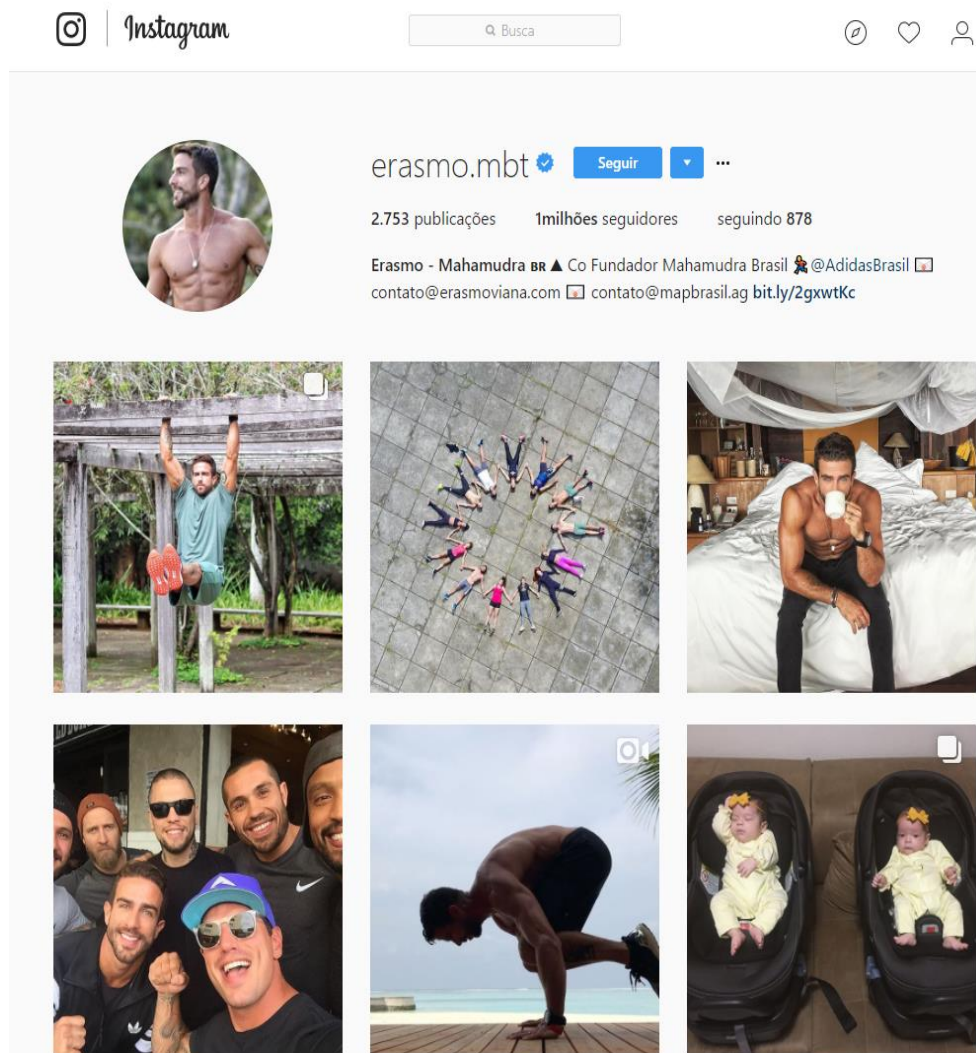
O pós-modernismo é obcecado pelo corpo e aterrorizado pela biologia. O corpo é um tópico tremendamente popular nos estudos culturais norte-americanos – mas é o corpo plástico, remodelável e socialmente construído, não o pedaço da matéria que adoce e morre (EAGLETON, 2005, p 251).

Jeudy (2002) propaga que o corpo se transfigura em produtor de efeitos de virtualização ao se fundir com os aparelhos de visão, e acaba por virtualizar em si a corporeidade que os meios de comunicação exibem. Esta espetacularização apresenta um “outro” corpo, e mesmo que ele se pareça com o real é desprovido de emoções e sentimentos, mas Stam (2003) alertou que a imagem do corpo não é uma mera cópia, ele adquire lugar no imaginário, “porém, a vantagem do simulacro é também uma desvantagem; sabendo que as imagens podem ser criadas eletronicamente, tornamo-nos mais céticos com relação ao seu valor de verdade” (p. 350).

O corpo-imagem materializa-se e consolida-se nas narrativas imagéticas. O mesmo é o mais próximo do corpo real, revela uma maior aproximação com a realidade. O corpo “é a ferramenta que presencia e negocia a experiência das fronteiras. Olhar para o corpo, [...], implica observar as circunstâncias enunciativas do contemporâneo” (GARCIA, 2008, p. 153).

Ainda sobre o sujeito corporificado o *profile* do *instagrammer* Erasmo Viana acentua o culto ao corpo midiaticado. O *digital influencer* conta com 1 milhões de seguidores e cerca de 2.700 *posts* publicados (Figura 7).

Figura 7 – Profile do *instagrammer* Erasmo Viana



Fonte: *INSTAGRAM*, 2017.

As narrativas imagéticas e videográficas que constituem a *timeline* do *instagrammer* são representações simbólicas que revelam o novo imaginário que o sujeito concebe do corpo, eclodindo neste último o narcisismo e, por conseguinte, a corporeidade é excessivamente customizada e conferida obsessivamente pelo registro fotográfico. Clama por visibilidade, é viva, sintomático, ele está constantemente hospedado nas fronteiras do Eu, almejando o momento de performar, excede o papel de suporte para as subjetividades, torna-se objeto de desejo de si e de outrem, penetrada por marcas discursivas da personalidade do sujeito projetado na tela (TEIXEIRA, 2014).

Esta repercussão e exaltação do corpo e de sua boa forma física – longevidade - que prolifera *os profiles* no campo de pesquisa, instiga os interatores a fantasiar determinadas existências corporais que figuram o ideal coletivo e para tal se submetem a diversas metamorfoses com o intuito de serem vistos, admirados e cultuados, e ambicionam ainda, a

visibilidade que a mídia oferece, afinal “ser belo é atender os anseios da sociedade” (SOBRINHO, 2014, p. 10).

Esta premissa propicia uma personalidade narcisista, visto que o sujeito imerso no ciberespaço se precipita sobre os ideais de belezas propagados e “busca cada vez mais corpos esteticamente perfeitos, o que não é alcançado porque novas imagens de corpo ideal são compostas e se decompostas incessantemente pela sociedade” (p. 11). (Figura 8).

Figura 8 – Corpo-imagem, o corpo belo e saudável



Fonte: *INSTAGRAM*, 2017.

A contemporaneidade, e o avanço tecnológico e da medicina, possibilitaram as metamorfoses que o corpo é submetido, em prol da boa forma física e longevidade. Couto (1999, p. 128), salienta que “os estereótipos da beleza, as regras capazes de garantir a saúde corporal e as diversas técnicas disponíveis para que cada um administre a metamorfose adequada de sua imagem” bombardeiam os meios de comunicação, e acabam por se tornar referências estéticas. “O corpo ideal está associado não apenas a um desejo pessoal, mas também social” (SOBRINHO, 2014, p. 9).

Este imperativo está relacionado com o sentimento de pertencimento que a inserção da cultura narcísica instalou, ou seja, o ideal coletivo dever ser seguido para que o sujeito pertença ao grupo, e só então se consolida como pessoa. Uma vez que a construção da identidade contemporânea é permeada pelas narrativas imagéticas, estas que são símbolo de pertencimento (SOBRINHO, 2014).

Neste contexto, o corpo torna-se um símbolo que o sujeito veste e expõe em narrativas. Este é permeado por ideários sociais que infligem o valor de troca em consumidores passivos que almejam o gozo e a fascinação que apenas serão alcançados quando o corpo perfeito for refletido no espelho (Figura 9). Santaella (2008, p. 16), alerta que este

o corpo imaginário sucumbe à desmesura de seus imperativos, da qual resultam o autocentramento cegante, as metáforas do exibicionismo, a hegemônica estetização da existência, de que a estesia midiática sabe tirar proveito e retroalimentar em um círculo vicioso que incansavelmente busca expelir do seu campo as tensões e contradições humanas, a dor, o envelhecimento e a morte.

Figura 9 – Em busca de gozo e a fascinação



Fonte: *INSTAGRAM*, 2017.

Neste interim, o corpo é palco da subjetivação do indivíduo pós-moderno, visto que as subjetividades se materializam no corpo que performa e se transforma em códigos sociais ditados pela cultura, estas subjetividades são “provisórias, complexas, líquidas e flutuantes” (TEIXEIRA, 2014, p. 40), se desenrola “no contexto das relações possíveis com o seu próprio Eu e com o Outro, vestindo-se e travestindo-se, de acordo com as circunstâncias” (p. 40).

Trinca (2008) salienta que “a subjetividade foi reduzida ao corpo, à sua imagem, à sua performance, à sua saúde, à sua juventude e longevidade” (p. 127). E ainda alerta que “o corpo-imagem digital constitui o corpo perfeito em sua máxima performance, pois não envelhece, não se cansa, não possui marcas indesejadas e não adoecer” (132).

Vivemos em um mundo onde talvez a subjetividade só encontre consistência pelas imagens que o repertório midiático nos propõe como amáveis. A cada esquina nos deparamos com espelhos invertidos que não nos refletem: são imagens pintadas que nos delegam paradoxalmente a tarefa de refleti-las. (CALLIGARIS, 1994, p.14).

No ciberespaço, o corpo se converte em espaço de novas narrativas, novas capacidades comunicativas, e ainda é produzido, invadido e dilatado e traz à tona desejos, emoções e representações. O corpo que estava mergulhado na invisibilidade, atualmente, reivindica a visibilidade, é, em si mesmo, o próprio espetáculo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando a contemporaneidade liquefez as fronteiras públicas e privadas instituídas pela modernidade e redimensionou os conteúdos da esfera privada para serem encenados e discutidos publicamente, o sujeito desvela sua intimidade em narrativas que espetaculariza e prolifera o show do Eu. O homem pós-moderno articula redes e ambiciona novas formas de exposição do Eu, não se trata apenas da interação multimídia e de seus palcos virtuais, vai além da revolução tecnológica, os indícios disseminam a época limítrofe no qual o sujeito está mergulhado, no qual almeja produzir, consumir e legitimar suas performances.

O advento dos meios de comunicação de interatividade e instantaneidade, aliada à internet, e a propagação do uso dos aparelhos móveis e das redes sociais digitais teceram o palco ideal – ciberespaço – onde o sujeito se precipita e revela pinceladas da sua intimidade que é materializada no corpo. A fotografia e os veículos de comunicação se tornaram aliados relevantes ao ideário estético de beleza e comportamento, corpo é espetacularizado e o ideal de juventude é propagado, e o parecer jovem se impõe como um imperativo de saúde corporal.

O corpo que era palco das performances do sujeito, torna-se espetáculo e sua imagem é publicizadas em narrativas íntimas nas redes sociais digitais, estas salientam o corpo imagem que é perpassado pela a ideologia de perfeição, imperativo da beleza e longevidade. Neste ínterim o corpo é comercializado com um objeto rentável, que dever ser padronizado e virtualizado.

O modo de ser e viver está entrelaçado nas relações sociais e afetivas dos indivíduos que são publicizadas em narrativas íntimas nas redes sociais digitais evidenciando a fragilização do sujeito contemporâneo. Esta fragilização refere-se a busca incessante de *feedback* positivo, o sujeito desvela sua intimidade na cibercultura para que tal ferramenta o reconheça como indivíduo, e só através desta se consolide. Desta maneira a produção da subjetividade que era elaborada no âmago, no mais profundo e solitário recanto da vida privada, na contemporaneidade, virou palco onde todos palpitam, curtem e compartilham.

A subjetivação irrompe embebida em uma cultura intersubjetiva, esta que é encarnada no corpo, não é superficialmente imaterial, que se encontra dentro de cada sujeito, se configura num jogo extremamente intrincado, múltiplo e aberto.

O sujeito contemporâneo está imerso, e é perpassado pela era do efêmero e do vazio, visto que a volúpia de se tornar visível para outrem revela o medo da impermanência, busca

na narrativa imagética durabilidade e segurança, contudo na era da instantaneidade a satisfação imediata se faz incongruente e gera sofrimento diante do desejo de permanência, uma vez que, a fluidez e volatilidade são características intrínsecas a moderna sociedade líquida. Afoga-se em uma sociedade de valores voláteis e liquefeitos, despreocupada com o futuro, pela instantaneidade intrínseca a ela, egoísta e hedonista, e na falta de uma segurança duradoura, a satisfação imediata se torna uma estratégia razoável.

Portanto, é possível afirmar que esta pesquisa não se encerra aqui, pois pesquisas sobre a crise da psicanálise, como também de todas as técnicas de construção de si baseadas na introspecção e na retrospectão, se fazem relevantes. A imersão na rede de interatividade *Youtube, twitter, Tumblr, blogs*, atrelado ao tema é fonte de inquietação e campo de pesquisa para os saberes humanos, em especial, a psicologia.

E ainda, se faz relevante mergulhar na temática tendo como problemática o envelhecimento dos sujeitos que expõem suas narrativas nas plataformas digitais, uma vez que estes almejam a longevidade e saúde corporal. Contudo são atemorizados pela inevitabilidade da morte. Desta forma, este cenário se faz campo de práxis do profissional psicólogo, visto que, a proliferação globalizada da imagem do corpo perfeito e jovem cada vez se distancia do corpo real, produzindo adoecimento psíquico.

Vale enfatizar que, mesmo que este campo seja fonte de inquietações, poucas pesquisas brasileiras se precipitam sobre as redes sociais digitais e o impacto e contribuição desta na subjetivação. Neste ínterim, este trabalho se lança como provocação, e anseia que novos pesquisadores e/ou interatores busquem explorar este ambiente que transpassa todos os cenários que o sujeito contemporâneo está imerso.

Por fim, os profissionais da saúde, em especial, psicólogos encontram no ciberespaço cenário de atuação e pesquisa, afinal a problemática do trabalho impacta os modos de Ser e Viver contemporâneo, e cabe a estes profissionais estarem atentos e aptos para acolher, e intervir, buscando em consonância ao sujeito estratégias e novas metodologias frente ao adoecimento provocado pela proliferação do show do Eu.

REFERÊNCIAS

ABOIM, S. Do público e do privado: uma perspectiva de gênero sobre uma dicotomia moderna. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, 20(1): 344, janeiro-abril/2012.

ALVES, H. R. A. Entre o público e o privado: os andarilhos da cidade. **Revista da anpoll**. v. 1, n, 26, 2009. p. 189- 218.

AUMONT, J. **A imagem**. 2ed. Campinas, SP: Papirus, 1995.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulação**. 1ed. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

_____. **A sociedade de consumo**. Ed. Portugal, 2008.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BIRMAN, J. **O sujeito na contemporaneidade: espaço, dor e desalento na atualidade**. Editora afiliada, Rio de Janeiro, 2012.

CAMARGO, H. W. **Corpo e narrativa visual: enredamentos da fotografia na realidade simulada**, 2016. Disponível em: < http://alb.org.br/arquivo-morto/edicoes_anteriores/anais16/sem14pdf/sm14ss06_02.pdf >. Acesso em: 15 de maio de 2017.

CALLIGARIS, C. O antinarciso. **In: Caderno Mais! Folha de S.Paulo**, São Paulo, 25 set. 1994, p.14.

CHAUI, M. **Simulacro e Poder- Uma análise da Mídia**. Ed. Perseu Abramo, 2006.

_____. Notas sobre utopia. **Revista Ciência e Cultura**. v.60 n.1. São Paulo, 2008. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252008000500003&script=sci_arttext. Acesso em: 05 de março de 2017.

COUTO, E. S. **O homem-satélite: estética e mutações do corpo na sociedade tecnológica**. 1999. 278 f. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 1999.

CROCHÍK, J. L. A constituição do sujeito na contemporaneidade. **Revista Inter-ação**. v. 35, n. 2, 2010.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Ed. Contraponto. Rio de Janeiro, 1997.

DONINE, M. L. **Porto Alegre no instagram: traço do imaginário contemporâneo da cidade**. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da Pontífice Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

EAGLETON, T. **Depois da teoria: um olhar sobre os estudos culturais e o pós-modernismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

FEATHERSTONE, M. **O Desmanche da Cultura: globalização, pós-modernismo e identidade**. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

FISCHER, R. M. B. Mídia e as novas configurações dos espaços públicos e privados. **Mesa redonda nº 57 eixo temático 8 - Comunicação e Educação**, 2002. Disponível em: <http://www.portalanpedsul.com.br/admin/uploads/2002/educacao_e_comunicacao/Mesa_Redonda/12_45_25_m57-299.pdf>. Acesso em: 15 de outubro de 2016.

FONTES, M. Os percursos do corpo na cultura contemporânea. In: COUTO, Edvaldo S. e GOELLNER, Silvana V. (orgs.). **Corpos mutantes: ensaios sobre novas (d)eficiências corporais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS Editora, 2007. p.73-88.

FORTES, I. As categorias do sujeito na contemporaneidade. **Ágora: estudos em teoria psicanalítica**. v. 16, n. 2. Rio de Janeiro, jul. /dez. 2013.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir: História da violência nas prisões**. Ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2013.

FRATTARI, N. F. Insegurança e medo no mundo contemporâneo: uma leitura de Zygmunt Bauman. **Sociedade e Cultura**, v 11, n. 2, jul. /dez. 2008. p. 397-399.

FREIRE-COSTA. **O vestígio e a Aura: Corpo e consumo na moral do espetáculo**. E. Garamond. Rio de Janeiro, 2005.

GARCIA, W. **Estudos contemporâneos do corpo à tecnologia**, 2011. Disponível em: <http://www.cchla.ufrn.br/Vivencia/sumarios/36/PDF%20para%20INTERNET_36/13_Wilton%20Garcia.pdf>. Acesso em: 15 de maio de 2017.

_____. Cinema, corpo e tecnologia: estudos contemporâneos. **Revista do NP em Comunicação Audiovisual da Intercom**, São Paulo, v.1, n.1, p.138-154, jan./jun. 2008

GIDDENS, A. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GIL, A. C. **Métodos de pesquisa**. Ed. Atlas, 2006.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HAN, B.C. **Sociedade do Cansaço**. Ed. Vozes, 2015.

INSTAGRAM. Disponível em: < <https://www.instagram.com/?hl=pt-br> >. Acesso em: 10 de abril de 2017.

JEUDY, H. P. **O corpo como objeto de arte**. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.

LEMOS, A. **Cibercultura e mobilidade**: a era da conexão, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>>. Acesso em: 19 de outubro de 2016.

_____. **Cidade e mobilidade**. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais, 2007. Disponível em: <http://www.intermidias.com/txt/ed9/cidade%20e%20mobilidade_andrelemos.pdf>. Acesso em: 19 de maio de 2017.

LIPOVETSKY, G. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Ed. Manole, 2005.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. O que é o virtual?. São Paulo, Ed. 34, 1996.

MIRANDA, T. K. **Admirável Mundo Contemporâneo**: a medicalização do sujeito na sociedade do espetáculo. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso – Curso de Psicologia do Centro Universitário Luterano de Palmas-CEULP/Ulbra, Palmas-TO, 2016.

MORAIS, M. M. **Narcisismo no orkut**: uso da imagem fotográfica como afirmação da identidade nas redes virtuais de relacionamento. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), 2008.

PARENTE, A. (Org.) **Tramas da rede**: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2010.

RAMIRES, A. R.; RODRIGUES, R. Construção de simulacros nos perfis do Facebook na sociedade de consumo. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Natal – RN, 2015.

SANTAELLA, L. **Corpo e comunicação**: sintoma da cultura. 3ed. São Paulo: Paulus, 2008.

SCHULMAN, G.; WEBER, R. H. A metamorfose do sujeito na contemporaneidade: de proprietário à consumidor. Uma leitura a partir da obra de Pietro Barcellona. **Revista Veja**. São Paulo, Ed. Abril, 2010.

SIBILIA, P. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. 2ed., rev. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

_____. **A vida como um espetáculo sem fim**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/platb/maquinadeescrever/2008/11/18/a-vida-como-um-espetaculo-sem-fim/>>. Acesso em: 15 de outubro de 2016.

SILVA, W. C. L. A fabricação virtual de si mesmo. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, n. 33, jan./jun. 2010. p. 277-280.

SOBRINHO, P. J. “Meu selfie”: a representação do corpo na rede social facebook. **Revista de Estudos em Linguagens e Tecnologia**, 2014. Disponível em: <<http://artefactum.rafrom.com.br/index.php/artefactum/article/view/335/305>>. Acesso em: 15 de maio de 2017.

STAM, R. **Introdução à teoria do cinema**. Campinas: Papirus, 2003.

TEIXEIRA, I. **Fotografias pessoais no facebook: corpos e subjetividades em narrativas visuais compartilhadas**. 2014. Tese (Doutorado em educação) – Faculdade de Educação da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.

TRINCA, T. P. **O corpo-imagem na “cultura do consumo”**: uma análise histórico-social sobre a supremacia da aparência no capitalismo avançado. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia e Ciências da Universidade Estadual Paulista, Marília, 2008.

UZUNOGLU, E. & KIP, S. M. Brand communication through digital influencers: Leveraging blogger engagement. **International Journal of Information Management**, 2014.

VENTURA, D. A. D. N.; PEDRO, A. Perturbação narcísica da personalidade: descrição e compreensão. **Psicologia. com.pt – o portal dos psicólogos**, 2010.

WEIDLICH, M. T. M. **A informação de moda da revista vogue na rede social instagram: um estudo sobre novos modelos de produção e difusão de conteúdos de moda sob o viés da convergência midiática e da cultura participativa**. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da Pontífice Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.