



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

HERITON VINÍCIOS SERRÃO SILVA

SUBJETIVIDADES INSTAGRAMÁVEIS:
Cartografias da autovigilância no *Instagram*

TERESINA/PI

2021

HERITON VINÍCIOS SERRÃO SILVA

SUBJETIVIDADES INSTAGRAMÁVEIS:

Cartografias da autovigilância no *Instagram*

Dissertação de mestrado apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação - PPGCOM - da Universidade Federal do Piauí – UFPI.

Linha de Pesquisa: Mídia e Produção de Subjetividades

Orient.: Profa. Dra. Monalisa Pontes Xavier

TERESINA/PI

2021

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Educação
Serviço de Processos Técnicos

S586s Silva, Heriton Vinícios Serrão
Subjetividades instagramáveis: cartografias da autovigilância no
Instagram / Heriton Vinícios Serrão Silva. – 2021.
128 f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Piauí, Centro
de Ciências da Educação, Programa de Pós-Graduação em
Comunicação, Teresina, 2021.
“Orientadora: Dr^a. Monalisa Pontes Xavier.”

1. Comunicação. 2. Cartografia. 3. Instagram. 4. Autovigilância.
5. Produção de Subjetividades. I. Xavier, Monalisa Pontes. II. Título.
CDD 302.2

Bibliotecário: Hernandes Andrade Silva – CRB-3/936

HERITON VINÍCIOS SERRÃO SILVA

Dissertação de mestrado apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação - PPGCOM - da Universidade Federal do Piauí – UFPI.

Linha de Pesquisa: Mídia e Produção de Subjetividades

Orient.: Profa. Dra. Monalisa Pontes Xavier

Aprovado em: **18 / 06 / 2021**

BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Monalisa Pontes Xavier - UFPI
Orientadora



Profa. Camila Calado Lima - UFPI
Examinadora Interna



Profa. Dra. Luciana Lobo Miranda - UFC
Examinadora Externa

À Claudia Chaves, auxiliadora de sonhos.

AGRADECIMENTOS

À fé que dá gosto à vida quando lhe falta tempero. O intangível que me faz transcender quando me faço pequeno. Ao sagrado que chamo de Deus, à natureza que chamo de mãe, ao infinito que me faz questionar o supérfluo, à cruz que me faz enxergar um sentido.

À minha família, que distante em espaço me acompanha incansavelmente em minhas empreitadas de agora e de sempre.

A todos que fazem parte do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí - PPGCOM/UFPI: colegas de turma, funcionários, coordenadores e meus admirados professores. Agradeço, em especial, aos meus colegas de turma mais íntimos, que fazem parte da "panela acadêmica": Ranielly, Thânya e Ricardo. Vocês foram incríveis, obrigado!

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí - FAPEPI - pelo verdadeiro amparo a mim e à minha pesquisa.

Ao Núcleo de Pesquisas em Comunicação Identidades e Subjetividades - NEPCIS - ao qual faço parte e tanto me fez crescer academicamente, se não sou quem fui, devo muito a vocês. Agradeço especialmente Diêgo Stéfano e Carla Gabryela que me apoiaram e auxiliaram na caminhada de escrita deste trabalho.

Às professoras doutoras Camila Calado Lima (UFPI) e Luciana Lobo Miranda (UFC) por aceitarem fazer parte da minha banca de qualificação e de defesa, divisores de águas nessa história de descobertas.

À minha orientadora Professora Dra. Monalisa Pontes Xavier pela dedicação e paciência em me acompanhar nesse processo cansativo de maturidade acadêmica.

*"...Até aqui o Senhor nos ajudou."
(1 Samuel 7.12)*

RESUMO

A autovigilância configura-se como modo de subjetivação manifesto nas redes sociais virtuais. No *Instagram* posso ver isso no status conferido pelos usuários ao reconhecimento e à admiração do olhar do outro, que vão sendo progressivamente interiorizados, constituindo todo um campo de práticas consigo, de autorregramento e autocontrole que passam a reger a esfera íntima e privada, em que as esferas de cuidado e controle de si se fazem na exposição pública ao alcance do olhar do outro e à norma por ele representada, norma a qual chamo de “instagramável”. Frente a isso, questiono: Quais as relações entre a autovigilância no *Instagram* e a produção de subjetividades na contemporaneidade? Assim, objetivo: cartografar as relações entre autovigilância e a produção de subjetividades no *Instagram*. Para tal, pretendo: a) discutir a produção de subjetividades engendradas no contexto de vigilância; b) analisar como a autovigilância ocorre nas redes sociais; c) compreender o funcionamento do *Instagram* como dispositivo de visibilidade/vigilância; e d) mapear a autovigilância em perfis de nanoinfluenciadores no *Instagram*. Para tanto, uso como principais referenciais: Félix Guattari e Suely Rolnik (1996) e Luciana Miranda (2005; 2009) que discutem a produção de subjetividades; Michel Foucault (2009; 1987) e suas contribuições acerca a sociedade de disciplina; Gilles Deleuze (1992) e os escritos a sociedade de controle; Zygmunt Bauman (2014) com sua perspectiva pós-pan-óptica; Fernanda Bruno (2013), Pablo Rodrigues (2015), Paula Sibilia (2009; 2018) e Byung-Chul Han (2017) sobre a relação entre vigilância, subjetividades e contemporâneo; bem como de outros temas e interlocutores que possibilitam o enriquecimento da discussão. O caminho metodológico se faz na cartografia (KASTRUP, 2007) de sete perfis de nanoinfluenciadores no *Instagram*, com registro de narrativa em diários poéticos cartográficos, por meio do perfil @poetavigia, criado no *Instagram* para a pesquisa. As narrativas cartográficas se dão em uma polifonia entre o eu e a pesquisa, mas sabendo que na pesquisa existem corpos vivos, falantes, pensantes, agentes etc., assim como um território complexo, contextos e jogos de subjetivação diversos. A cartografia como pesquisa-intervenção produz conhecimento na medida em que se habita um território e se cria um plano comum, isto é, não se pesquisa sobre, mas com. Portanto, me percebo também como um ator neste percurso, como um oitavo perfil sendo estudado, em um território bastante mutável e movediço, exigindo idas e voltas. Nos resultados finais, dentre outras coisas, percebo que as subjetividades autovigilantes se configuram como instagramáveis e o instagramável é composto por linhas de produção capitalísticas homogêneas, mas também de resistência.

Palavras-chave: Autovigilância; Cartografia; *Instagram*; Produção de Subjetividades.

ABSTRACT

The self-surveillance is configured as a way of subjectification manifested in virtual social networks. On Instagram I can see this in the status given by users to the recognition and admiration of the other's gaze, which are progressively internalized, constituting a whole field of practices with you, of self-integration and self-control that come to govern the intimate and private sphere, in which the spheres of care and self-control are made in public exposure within the reach of the other's gaze and the norm represented by him, norm which I call "Instagramable". Faced with this, I ask: What are the relationships between self-surveillance on Instagram and the production of subjectivities in contemporary times? Thus, objective: "to map relationships between self-surveillance and the production of subjectivities on Instagram,". To this end, I intend to: a) discuss the production of subjectivities forged in the context of surveillance; b) analyze how self-surveillance occurs on social networks; c) understand the functioning of Instagram as a visibility / surveillance device; d) map self-surveillance in profiles of nanoinfluencers on Instagram. Therefore, was used as main references: Félix Guattari and Suely Rolnik (1996) and Luciana Miranda (2005; 2009) who discuss the production of subjectivities; Michel Foucault (2009; 1987) and his contributions about the discipline society; Gilles Deleuze (1992) and the writings of the controlling society; Zygmunt Bauman (2014) with his post-pan-optical perspective; Fernanda Bruno (2013), Pablo Rodrigues (2015), Paula Sibilia (2009; 2018) and Byung-Chul Han (2017) on the relationship between surveillance, subjectivities and contemporary; as well as other topics and interlocutors that may enable the enrichment of the discussion. The methodological path is made in the cartography (KASTRUP, 2007) of seven profiles of nanoinfluencers on Instagram, through a narrative in cartographic poetic diaries in the @poetavigia profile , that was created on Instagram for research. Cartographic narratives take place in a polyphony between the self and the research, but knowing that in the research there are living bodies, speakers, thinkers, agents ..., as well as a complex territory, contexts and diverse subjectivation games. Cartography, as research-intervention, produces knowledge to the extent that a territory is inhabited and a common plan is created, that is, it is not researched about, but with. Therefore, I also perceive myself as an actor on this journey, as an eighth profile being studied, in a very changeable and unstable territory, requiring back and forth. In the final results, among other things, I notice that self-vigilant subjectivities are configured as *instagramáveis* and the *instagramável* is composed of homogeneous, but also resistant, capitalistic production lines.

Keywords: self-surveillance; cartography; Instagram; subjectivities production.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Perfil @_diegoeloi.....	74
Figura 2 - Perfil @vicksouzinha.....	75
Figura 3 - Perfil @ana.iedon.....	76
Figura 4 - Perfil @lucas_sntos2i.....	77
Figura 5 - Perfil @larimmorais.....	78
Figura 6 - Perfil @azev.jr.....	79
Figura 7 - Perfil @paulumm.....	82
Figura 8 - Primeiro perfil de pesquisa.....	84
Figura 9 - <i>Story</i> interativo: Meu chush é minha pesquisa.....	86
Figura 10 - <i>Story</i> interativo: Cartografia.....	86
Figura 11 - <i>Story</i> interativo: Você é influenciador digital? Pretende ser?.....	87
Figura 12 - Curtidas feitas nas poesias do @poetavigia.....	88
Figura 13 - Comentários feitos nas poesias do @poetavigia.....	88
Figura 14 - Interação do @poetavigia com os perfis @lucas_sntos2i e @azev.jr.....	89
Figura 15 - Comentário do @poetavigia em posts de @vick_souzinha e @_diegoeloi.....	89
Figura 16 - Comentário do @poetavigia em post de @ana.iedon.....	90
Figura 17 - Primeira foto do <i>Feed</i> da @ana.iedon.....	94
Figura 18 - Post mais recente de @ana.iedon em seu <i>feed</i>	95
Figura 19 - Exemplo de métricas de alcance e engajamento de uma publicação do <i>feed</i>	95
Figura 20 - Postagem de @ana.iedon em seu <i>feed</i>	96
Figura 21 - Postagem de @azv.jr em seu <i>feed</i>	97
Figura 22 - Primeiras fotos no <i>feed</i> da @ana.iedon (2017).....	98
Figura 23 - Últimas postagens do <i>feed</i> da @ana.iedon (2020-2021).....	99
Figura 24 - Primeiras e últimas postagens do <i>feed</i> de @azev.jr (2013-2021).....	99
Figura 25 - Poesias colhidas do <i>feed</i> do @poetavigia (Ela sumiu e Tecidos).....	103
Figura 26 - Perfis que a @vick_souzinha está seguindo.....	104
Figura 27 - Colagem de fotografias com traços semelhantes.....	105
Figura 28 - Pesquisa no Google: Qual é o corpo padrão?.....	107
Figura 29 - Perfis @_diegoeloi e @lucas_sntos2i.....	108
Figura 30 - Perfis com novo nome de usuário.....	109
Figura 31 - Imagens do <i>feed</i> e <i>story</i> de @paulumm.....	111
Figura 32 - Publicações de @atleta_de_peso.....	112

LISTA DE DIÁRIOS

Diário I - Diários íntimos, Instagramados.....	21
Diário II - Eu vigilante, vigiado e autovigiado.....	25
Diário III - Quarentena boa? só com #tbt.....	31
Diário IV - Obsessão pela cópia?	36
Diário V - De @ocartografovigilante para @poetavigia.....	41
Diário VI - "Joga a raba".....	45
Diário VII - Entre biscoitos e bolachas	51
Diário VIII - Diga não ao suicídio.....	51
Diário IX - Ela sumiu.....	63
Diário X - "Ganhei um vácuo!".....	68
Diário XI - Descansando a beleza.....	72
Diário XII - Sou quem sou, posto o que quero.....	79
Diário XIII - Eles apreciam a mim ou ao poeta vigia?.....	83
Diário XIV - Entre cancelar e esquecer.....	91

SUMÁRIO

1	SOBRE ATRAVESSAMENTOS, AFETO E PESQUISA.....	12
2	IMBRICAÇÕES TEÓRICAS.....	18
2.1	SUBJETIVIDADES COMO PRODUÇÃO.....	18
2.2	SUBJETIVIDADES CAPITALÍSTICAS E A MÍDIA.....	21
2.3	SOCIEDADES DE DISCIPLINA E O PANÓPTICO.....	25
2.4	SOCIEDADES DE CONTROLE E O PÓS-PAN-ÓPTICO.....	28
2.5	CONTINUIDADES E RUPTURAS E A VIGILÂNCIA DISTRIBUÍDA.....	30
2.6	TECNOLOGIAS CONTEMPORÂNEAS E SUBJETIVIDADES.....	31
2.7	ESPETÁCULO, TEATRALIDADE, PERFORMANCE E MÁSCARA.....	36
2.8	MERCANTILIZAÇÃO E PUBLICIZAÇÃO DO EU.....	41
2.9	REDES SOCIAIS E AUTOVIGILÂNCIA.....	45
2.10	CIRCUITOS DE PRAZER E AUTOVIGILÂNCIA.....	51
2.11	PANDEMIA, BIOVIGILÂNCIA E AUTOVIGILÂNCIA.....	56
3	UM CARTÓGRAFO DE OUTROS MAPAS.....	61
3.1	A ESTRATÉGIA CARTOGRÁFICA.....	61
3.2	SOBRE O TERRITÓRIO <i>INSTAGRAM</i>	63
3.3	PASSOS E OBJETIVOS.....	66
3.4	A COLHEITA DE DADOS E O DIÁRIO DO CARTÓGRAFO.....	68
3.5	CRITÉRIOS DE BUSCA DOS PERFIS.....	69
3.6	CRIANDO O PERFIL PARA A PESQUISA.....	71
3.7	RASTREANDO OS PERFIS DE ESTUDO.....	72
3.8	UM SÉTIMO PERFIL.....	79
3.9	COABITANDO O TERRITÓRIO EXISTENCIAL <i>INSTAGRAM</i>	83
3.10	PERFIS CARTOGRAFADOS.....	91
4	AUTOVIGILÂNCIA NO <i>INSTAGRAM</i>: SUBJETIVIDADES INSTAGRAMÁVEIS....	93
4.1	NÃO BASTA SER VISTO.....	94
4.2	ESTRATÉGIAS DE VISIBILIDADE.....	98
4.3	HOMOGENEIDADES CAPITALÍSTICAS INSTAGRAMÁVEIS.....	101
4.4	A AUTORIDADE DO OLHAR DO SEGUIDOR.....	107

4.5	LINHAS TÊNUES DE RESISTÊNCIA.....	110
4.6	SOU VISTO, LOGO EXISTO.....	113
4.7	MEDO DO CANCELAMENTO?.....	116
4.8	AFINAL, O QUE É INSTAGRAMÁVEL?.....	118
5	CONSIDERAÇÕES TRANSITÓRIAS.....	120
	REFERÊNCIAS.....	123

1 SOBRE ATRAVESSAMENTOS, AFETO E PESQUISA

*"Estranho seria se eu não me apaixonasse por
você. O sal viria doce para os novos lábios..."
(All star azul - Nando Reis)*

Insta, IG, gram, instagramável¹... quando é que algo pode ser tão representativo ao ponto de receber tantas nomenclaturas? Esses são nomenclaturas relativas à rede social que comemorou em 2020 dez anos de existência; vista como a que mais cresce e a que mais é utilizada por jovens no mundo; entendida como a mais versátil e como a mais completa; observada como a rede social que mais permite a ascensão de pessoas comuns à digitais influencers no Brasil, como também o melhor canal para acompanhar esse público etc., ainda, a mais nociva à saúde mental (AVOZDASERRA, 2020; LACOM, 2021; CARBONARI, 2017; G1, 2020; MEIOEMENSAGEM, 2019). Não obstante a isto e outros estímulos, que o *Instagram* passou a pautar muitas pesquisas acadêmicas em comunicação e outras áreas, não diferente desta que se permite imergir num universo que, por ser instagramável, não está imune à idas e voltas, também a mutações e deslocamentos.

Tudo começou quando me vi deparado com certas palavras-chaves que me abriram portas para um mundo de reflexões e questionamentos. As primeiras foram sugeridas pela linha de pesquisa do mestrado "Mídia e produção de subjetividades". Outras apresentadas pelo Núcleo de Estudos e Pesquisas em Comunicação, Identidades e Subjetividade (NEPCIS) ao propor um estudo sobre "vigilância e visibilidade", com Michael Foucault (1987), Fernanda Bruno (2013) e outros autores. E, por fim, a que obtive quando desejei desenvolver meus estudos na rede social que tanto utilizo, o *Instagram*.

De tal modo, como afirma a canção All star azul "estranho seria se eu não me apaixonasse por você". Foi como me encontrei e me encontro (não diferente de outros pesquisadores em suas pesquisas), envolvido e apaixonado por esses temas e pelo conhecimento que passei a construir ao estudar esse universo. Para tanto, conforme as exigências formais de uma pesquisa, precisei unir os temas supracitados a fim de organizar uma questão de pesquisa e, assim, objetivos e estratégias de pesquisa.

O problema de pesquisa surgiu de uma reflexão sobre as redes sociais virtuais no contexto contemporâneo, que trouxeram consigo transformações nos modos de ser, de viver e

¹ De início, compreendo como aquilo que é apto a estar no *Instagram*, aquilo que é do *Instagram* ou aquilo que está nesta rede social.

de se relacionar. Bilhões de pessoas, ao se inserirem nessas redes, são atravessadas pela lógica de funcionamento de uma cultura pautada por vigilância e visibilidade. Podemos ver isso por meio da grande valorização do ver e ser visto, observados na circulação acelerada de imagens e vídeos que publicizam aquilo que outrora considerava-se pertencente a uma dimensão particular, que, porém, envolve não somente circuitos de prazer e entretenimento, mas também procedimentos de controle e sujeição.

Para explicar um pouco mais sobre esse universo, recorro a Fernanda Bruno (2013), em sua pesquisa sobre vigilância e subjetividades. A autora, assim como Pablo Rodrigues (2015), Paula Sibilia (2009) entre outros, percebe que na contemporaneidade se renovam dois importantes vetores de subjetivação², em especial, a disciplina e o espetáculo, se destacando por porem em crise as definições modernas de público e privado.

Bruno (2013) compreende que as máquinas de ver e de ser contemporâneas (dentre as quais destacamos as redes sociais virtuais) têm produzido mudanças na tópica da subjetividade, deslocando-a para uma tópica de subjetividade "exteriorizada", isto é, elementos de produção de subjetividades se deslocam de um lugar de interioridade como referência para um lugar de exterioridade de referências, a exemplo das esferas de cuidado e controle de si que então se fazem na exposição pública, em busca do olhar e da aprovação do outro.

Levando em conta as continuidades e rupturas históricas, essa exposição faz funcionar as engrenagens de uma sociedade de visibilidade (em que é dada importância ao ver e ser visto) e de vigilância (identificado como mecanismo de disciplinamento e controle social a partir de Michel Foucault). Vigilância e visibilidade são dispositivos capitalísticos³ (GUATTARI; ROLNIK, 1996) de poder, disciplina e controle que agenciam subjetividades e nessa tarefa a mídia é significativa aliada, por meio de suas várias máquinas, dentre as quais estão as redes sociais digitais.

Ao concentrar a minha atenção à rede social *Instagram*, por exemplo, percebo seu destaque como plataforma propriamente feita para o ver e o ser visto, pois se debruça em um álbum eletrônico de fotografias e vídeos em que as pessoas publicam, visualizam, comentam, compartilham, curtem... as publicações dos amigos, familiares, ídolos e/ou de outros perfis presentes em suas redes (além dos perfis criados para fins corporativos e políticos, por

² Entendo por vetores de subjetivação, os agenciadores de valores, sentidos, ideologias etc. que permitem a construção das subjetividades.

³ Os autores adotam o termo capitalístico em vez de capitalista, pois, como afirma Rolnik: "Guattari acrescenta o sufixo "ístico" a capitalista por lhe parecer necessário criar um termo que possa designar não apenas as sociedades qualificadas como capitalistas, mas também setores do "Terceiro Mundo" ou do capitalismo "periférico", assim como as antigas economias ditas socialistas dos países do leste, que vivem numa espécie de dependência e contradependência do capitalismo" (GUATTARI; ROLNIK, 1986, p. 15).

exemplo). Nela há diversos recursos interacionais como também regras e limites de uso⁴, caracteres que a formam como uma máquina eficiente de subjetivação e controle.

Pela lógica de funcionamento e regularidades dessa rede social, após a postagem, usuários podem receber curtidas, comentários, compartilhamentos etc. É nessa perspectiva de interação que se estimula a exposição e a "autovigilância", pois na medida que se expõe uma face maquiada, um corpo bem vestido - ou "pouco vestido" - um bem de valor, etc. e se curte ou não curte, comenta ou não comenta, compartilha ou não compartilha, segue ou não segue, isso bem retrata a valorização, o reconhecimento e a admiração do olhar do outro. Essas lógicas bem funcionam em acordo com as máquinas de ver, que produzem modos de ser, tal qual discute Bruno (2013), como características de uma sociedade de vigilância que faz funcionar seus dispositivos de visibilidade – e controle – a exemplo do *Instagram*. Assim, quando o título propõe a terminologia "subjetividades instagramáveis", deseja destacar um conjunto de forças que atravessam essa rede social em específico, e que trazem implicações consideráveis nos modos de ver e ser de seus usuários.

O que mais me chama a atenção é que no *Instagram* a importância dada pelos usuários ao olhar do outro, em seu reconhecimento e admiração, estimula um campo de cuidados consigo, de autorregramento, autocontrole e autovigilância que passa a reger a esfera íntima e privada. Esses fatos me fazem refletir sobre a interiorização do olhar alheio, que institui uma autovigilância que permite conduzir e, assim, disciplinar a vida de quem usa a rede social em questão. Portanto, lanço como hipótese que essa dinâmica do ver e ser visto produz subjetividades auto-vigilantes. A (auto)vigilância nesse contexto é compreendida como a continuação do olhar do outro interiorizada pelo próprio usuário, como bem expressa Bruno (2013) e outros autores contemporâneos.

Bauman, em *Vigilância Líquida* (2014), também discorre sobre a autovigilância, ao tratar sobre o "pós-pan-óptico". Ele relata que hoje em dia, por meio das tecnologias contemporâneas de comunicação - especificamente as redes sociais - as pessoas carregam consigo o seu panóptico pessoal. O panóptico pessoal pode ser compreendido como uma vigilância focada em si mesmo, isto é, uma autovigilância que busca o sucesso a partir da disciplina, da obediência, da conformidade, do respeito à ordem etc., como bem o autor pontua.

Russi (2016) é outro autor que trata sobre a questão da autovigilância nas redes sociais. Para ele, elas seriam dispositivos confessionais, de autovigilância e biopoder. O pesquisador

⁴ Posso dar como exemplo alguns limites de postagens como: 2.200 caracteres máximo de legendas, 30 hashtags, 150 caracteres de bio e 30 caracteres de nome de usuário. E também as regras de censura de conteúdos de nudez e seminudez, entre outros.

encontra nos conceitos de dispositivo, biopoder, vigilância e disciplina argumentos para identificar as redes sociais como "tecnologias do eu", na medida em que observa as práticas de exteriorização de "tudo aquilo que está no âmbito do segredo" como um autêntico dispositivo confessional que legitima a prática de visibilidade, tornando-a prazerosa e gerando auto-cobranças/autovigilâncias pautadas na exposição.

Assim, ciente da acuidade desses fatos e da curiosidade em observações no território *Instagram*, além de aprofundá-los e comparar a leitura à vida, resumi tal problemática em uma pergunta-problema para guiar a pesquisa: Quais as relações entre a autovigilância no *Instagram* e a produção de subjetividades na contemporaneidade?

Antes de escolher os objetivos que me conduziram a responder tal indagação, concentrei-me em construir caminhos metodológicos que pudessem ser eficazes em meio às particularidades apresentadas. Observei que o modo cartográfico de pesquisa-intervenção seria eficaz por se tratar de um esquema metodológico inclinado à produção de subjetividades, principal tema de estudo. Por meio dele seria capaz de mapear melhor o meu campo de pesquisa e compreendê-lo. Poderia utilizar as minhas afetações como caminhos de entendimento. Possibilitaria quebrar paradigmas epistemológicos, pesquisando "com" em vez de pesquisar "sobre".

Ao me encontrar com a cartografia, foi possível chegar ao objetivo desta pesquisa: "cartografar a autovigilância no *Instagram*, a partir da perspectiva da produção de subjetividades na contemporaneidade". E como desdobramento dos objetivos: a) Discutir a produção de subjetividades engendradas no contexto de vigilância; b) Analisar como a autovigilância ocorre nas redes sociais; c) Compreender o funcionamento do *Instagram* como dispositivo de visibilidade/vigilância; e d) Mapear a autovigilância em perfis de nanoinfluenciadores no *Instagram*.

Escolhi perfis de nanoinfluenciadores digitais, pois apesar destes sujeitos terem grande visibilidade e potência para crescerem na plataforma, são pessoas comuns que, geralmente, não são conduzidos por estímulos financeiros, isto é, pessoas que atuam nas redes sociais de maneira livre e sem patrocínios de empresas. Perfis que possuem maior número de seguidores, como os macroinfluenciadores digitais, comumente são patrocinados e tais patrocínios podem exercer determinado controle sobre seus comportamentos, ao fazer e ao deixar de fazer, para continuarem sendo remunerados. Os nanoinfluenciadores, apesar de terem entre mil a 10 mil seguidores, são considerados pessoas comuns, assim como o perfil que criei na pesquisa. Tal perspectiva vem corroborar com o entendimento de Bruno (2013) que percebe na contemporaneidade o retorno do foco de visibilidade sobre o indivíduo comum.

No desenvolvimento da cartografia, estabeleci um plano comum com os entes do meu estudo. Criei um usuário/conta/perfil na rede social *Instagram*. O primeiro nome que ele recebeu foi @ocartografovigilante, depois, com os desdobramentos da pesquisa em mim, optei por intitula-lo de @poetavigia⁵. Nesse novo perfil tive a ideia de compartilhar o fruto das minhas afetações, as poesias que estava criando junto aos diários de campo, como forma de estabelecer relações e interações com as pessoas com quem eu compartilhava tal habitação, especialmente meus seguidores.

A jornada de vivência nesse meu plano comum, por meio do @poetavigia, fez-me rastrear sete perfis brasileiros. Esses perfis tinham como características: jovens entre 18 a 30 anos; nanoinfluenciadores digitais, isto é, possuíam entre mil a dez mil seguidores; e tinham atividade regular de postagens no *Instagram* (compartilhavam diariamente conteúdos nos *Story*, *Reels*, *IGTV* e *Feed*); eram de diferentes classes, raças e gêneros; e moravam na Região Meio Norte do Nordeste.

No decorrer da cartografia pude mapear os sete perfis escolhidos por meio dos recursos que a própria plataforma me permitia utilizar. No caminhar da pesquisa percebi que existia um oitavo perfil sempre presente ali, ou seja, o meu perfil que passou a ter grande contribuição para as descobertas que meu estudo propunha. Os oito perfis me permitiram imergir nos vetores de subjetivação na medida em que eles me atravessavam. Assim, fui vivenciando a vigilância, a visibilidade e a autovigilância presentes nessa interação.

Quanto à escrita desta dissertação, montei um mapa a partir dos objetivos de pesquisa. No primeiro capítulo em que falo sobre as "imbricações teóricas", busquei alcançar os dois primeiros objetivos, isto é, "discutir a produção de subjetividades engendradas no contexto da vigilância" e "analisar como a autovigilância ocorre nas redes sociais". No segundo capítulo, "Um cartógrafo de outros mapas", elaborei meu esquema metodológico buscando alcançar os dois últimos objetivos, ou seja, "compreender o funcionamento do *Instagram* como dispositivo de visibilidade/vigilância" e "mapear a autovigilância em perfis de nanoinfluenciadores no *Instagram*".

Meus diários de campo, extensão do meu plano comum com os sujeitos desta pesquisa, foram espalhados ao longo dos capítulos, como forma de deixar a pesquisa mais atraente, criativa, interativa, quanto mais cartográfica. Elaborei 14 diários que começaram dia 25 de junho de 2020 e terminam dia 31 de dezembro desse mesmo ano, sendo que a escrita desta

⁵ Endereço: <https://www.instagram.com/poetavigia/>.

dissertação foi iniciada um pouco antes, por volta de fevereiro de 2020 e encerrou um pouco depois, em meados de maio de 2021.

Optei por apresentar os diários de campo em ordem cronológica, em vista de acompanhar as mutações, os desenvolvimentos, até mesmo as idas e voltas. Portanto, o referencial teórico, a metodologia e os diários serão tratados como um quebra-cabeça, cujas peças poderão conversar entre si, porém se complementarão ao passo que se iniciará o capítulo que destinei à análise de dados. Os diários também servirão como introdução dos subcapítulos na medida em que com eles possam conversar e as poesias presentes serão espécies de convergência entre a pesquisa e o *Instagram*, local em que estão publicadas (há links distribuídos nas notas de rodapé). As poesias foram criadas junto com os diários.

Por fim, pelo fato de eu estar estudando um território considerado movediço, em contínua ampliação e modificação, durante a cartografia dos perfis de nano influenciadores no *Instagram*, me deparei com diversas idas e voltas, rupturas e continuidades assim como *insights* que serviram como chaves de entendimento para o tema proposto. Perceberei que o termo instagramável tem grande importância na compreensão das relações entre a produção de subjetividades e a autovigilância no *Instagram*.

2 IMBRICAÇÕES TEÓRICAS

Estamos em um momento em que a vigilância e o cuidado de si e do outro se entrelaçam, cruzam, de uma forma extremamente íntima e ao mesmo tempo muito inquietante e potencialmente perigosa.

(BRUNO, 2020, s/p).

A vigilância e a produção de subjetividades são temas que vêm se cruzando desde a modernidade, como aponta a produção intelectual de Michel Foucault, quando tratou sobre a sociedade disciplinar. Na contemporaneidade, em consequência do desenvolvimento de diversas tecnologias de vigilância, passou a ser tema de pesquisas em todo mundo. Hoje no Brasil ganham destaque as estudiosas Fernanda Bruno, Paula Sibilia, Suely Rolnik, dentre outros pesquisadores que dão precioso aporte teórico a esta pesquisa.

Entretanto, falar sobre vigilância e produção de subjetividades hoje exige grande atenção e flexibilidade, pois tais temas encontram-se interligados à produção tecnológica, que a cada mês vem criando e/ou aprimorando as formas de comunicar, socializar e viver pautadas no capitalismo presente em quase todo o planeta. A discussão sobre subjetividades e vigilância acompanha as mutações temporais, espaciais, culturais, tecnológicas, políticas e sociais, apresentando rompimentos e permanências, possibilitando a conversação entre pensadores modernos e contemporâneos.

Neste capítulo, faço uma viagem que começa a partir da discussão sobre a produção de subjetividades até a discussão sobre a autovigilância nas redes sociais e a pandemia do coronavírus. Meu intuito é alcançar os dois primeiros objetivos especificados que são: a) Discutir a produção de subjetividades engendradas no contexto de vigilância; e b) Analisar como a autovigilância ocorre nas redes sociais.

2.1 SUBJETIVIDADES COMO PRODUÇÃO

Poderia iniciar falando sobre "o que é subjetividade", porém tal conceito só ganha corpo na medida em que o compreendo como uma produção social. Isto é, não posso falar de subjetividade como algo centrado no indivíduo, muito menos discutir este tema vinculando-o estritamente ao domínio íntimo de cada indivíduo, como comumente referimos quando falamos sobre "o meu ou o seu subjetivo".

A subjetividade não é algo inerente e de posse de cada ser humano, mas o atravessa na medida em que ele tem contato com outros indivíduos e as diversas máquinas de subjetivação presentes na sociedade. Para aclarar estes pensamentos, recorro inicialmente a Nikolas Rose (2001) e sua "genealogia da subjetivação", a partir da qual compreende a subjetividade como "produção histórica e cultural". Em seus escritos, discorre que estrutura cognitiva, personalidade, identidade, caráter etc. são invenções linguísticas para atribuir ao ser humano uma dimensão de interioridade que se opõe à exterioridade. O autor problematiza essa concepção de dimensão de interioridade.

Rose (2001, p. 36) discute que os "dispositivos de 'produção de sentido' - grades de visualização, vocabulários, normas e sistemas de julgamento - não são produzidos pela experiência; eles produzem a experiência". Portanto, entende-se que há uma variedade de esquemas externos ao sujeito que têm pautado as formas de compreender e viver a existência como seres humanos. Ele entende que o sujeito é uma construção histórica, social e cultural, sendo que essa construção não diz respeito à história da pessoa, mas às práticas segundo as quais cada ser humano se relaciona consigo mesmo como "eu".

Rose (2001) dialoga com Michel Foucault (2009) no tocante ao seu estudo sobre sujeito e poder. Para Foucault (2009), o sujeito é fruto das relações de produção econômicas e políticas, assim, identificando que a sua construção é histórica e estabelecida por relações de poder. Ele compreende também que o sujeito é livre⁶, mesmo em meio a essa dinâmica de dominação, isto é, ele concebe o sujeito como sujeitado às técnicas disciplinares, dentre os quais estão os dispositivos de poder do governo, da igreja, do mercado, das clínicas etc. Em outras palavras, o sujeito é resultado de processos de subjetivação e de sujeição (FOUCAULT, 1982).

Para Foucault (2009) embora exista sujeição nas relações de poder, há a possibilidade de resistência. Isto é, o sujeito é visto como sujeitado à ordem, mas no campo das relações de forças a sujeição pode se desdobrar, pois o poder funciona como um produtor de afetos, assim:

Se as forças se definem segundo o poder como um afetar e um ser afetado, resistir é a capacidade que a força tem de entrar em relações não calculadas pelas estratégias que vigoram no campo político. A capacidade que a vida tem de resistir a um poder que quer geri-la é inseparável da possibilidade de composição e de mudança que ela pode alcançar. Resistir é, neste aspecto, o oposto de reagir. Quando reagimos damos a resposta àquilo que o poder quer de nós; mas quando resistimos criamos possibilidades de existência a partir de composições de forças inéditas. Resistir é, neste aspecto, sinônimo de criar. Sendo assim, a resistência é, para Foucault, uma atividade da força que se subtrai das estratégias efetuadas pelas relações de forças do campo do poder. Nesta inflexão, resistir é criar, para além das estratégias de poder,

⁶ Foucault percebe no ato de governar a constituição do poder de homens sobre homens e, por isso, entende que não seria possível tal fato, se não existisse uma liberdade. Dessa forma, o poder só pode ser praticado sobre sujeitos "livres" que possuem diante de si a possibilidade de diversas ações, assim como resistir ao poder.

um tempo novo. Isso implica que as resistências devem ser avaliadas sempre a partir dos jogos que se efetuam na atualidade. (MARCIEL JR, 2014, p.2).

Por sua vez, inspirados em Foucault, Guattari e Rolnik (1996), concebem a subjetividade como um processo de produção do qual participam múltiplos componentes e esses componentes são agenciamentos de vários elementos presentes nos mais variados domínios de produção possíveis, isto é, práticas, discursos, linguagens, valores, ideias e sentidos. Para eles a "subjetividade não é passível de totalização ou de centralização no indivíduo" (1996, p. 31). Dessa forma, a produção de subjetividade não é estanque, mas incessante e essencialmente fabricada e modelada no registro social.

Soares e Miranda (2009, p. 416) concordam com os autores acima ao afirmarem que "todos os sujeitos e coletivos humanos, institucionalizados ou não, com maior ou menor grau de instrução e de conhecimento tecnológico, são produtores de subjetividade". Assim, os processos de subjetivação estão ancorados nas instituições, na linguagem, na tecnologia, na ciência, na mídia, no trabalho, no capital, na informação, entres outros espaços, meios sociais, grupos etc, sendo múltiplos e heterogêneos.

Soares e Miranda (2009) argumentam que a produção de subjetividades é construída através de atravessamentos diversos, por meio de diferentes dispositivos maquínicos, os quais permeiam a vida de cada pessoa. Afirmam que cada sujeito possui seus meios de modelação de subjetividade, haja vista os grupos que estão vinculados e as máquinas/dispositivos aos quais tem contato, por meio dos "agenciamentos coletivos de enunciação".

Os agenciamentos coletivos de enunciação são entendidos como agentes discursivos, materiais e semiológicos de coletivos sociais (grupos, entidades etc). Como exemplos temos os agenciamentos escolar, judicial, familiar, militar, midiático, médico entre outros. Argumentar a favor dos agenciamentos coletivos de enunciação é substituir à concepção de um sujeito individualizado da enunciação, assim, entende-se que a subjetividade como processo se desfocando da ideia de sujeito e focando-se a ideia de coletivo. Para Guattari e Rolnik (1999) os agenciamentos coletivos de enunciação, são um concerto polifônico de vozes, devires imperceptíveis, mutações afetivas e outras sensibilidades. "Não são centrados em agentes individuais (no funcionamento de instâncias intrapsíquicas, egóicas, microssociais), nem em agentes grupais. Esses processos são duplamente descentrados" (p.31).

Apontam também que todas as "pessoas e grupos pequenos ou grandes" produzem subjetividades:

De uma maneira mais geral, dever-se-á admitir que cada indivíduo, cada grupo social veicula seu próprio sistema de modelização da subjetividade, quer dizer, uma certa cartografia feita de demarcações cognitivas, mas também místicas, rituais, sintomatológicas, a partir da qual ela se posiciona em relação aos seus afetos, suas angústias e tenta gerir suas inibições e suas pulsões. (...) poder-se-ia inferir daí que todos os seres humanos, adultos, crianças, idosos, homens e mulheres, assim como todos os grupos sociais, sejam eles grupos de oração, amigos conversando ou megacorporações bancárias e midiáticas, produzem processos de subjetividade (ou subjetivações). (SOARES; MIRANDA, 2009 p. 416).

Os autores compreendem que a produção de subjetividades acontece tanto por meio de grupos, instituições, etc., como das pessoas em geral. Assim, crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos são produtores de subjetividades como também são atravessados por subjetividades produzidas a partir das tensões que ocorrem entre o eu, as diversas subjetividades que os atravessam e os diversos dispositivos de subjetividades demasiados distribuídos.

A produção de subjetividades no contexto ocidental atual, me leva a debater sobre o capitalismo e suas implicações, das quais Félix Guattari e Suely Rolnik chamam de produção de subjetividades capitalísticas. Entre o título e o texto apresento meu primeiro diário.

2.2 SUBJETIVIDADES CAPITALÍSTICAS E A MÍDIA

*Uso o papel de estudo como válvula para as minhas queixas.
Vai mais um papel em branco perscrutar mais uma deixa.
Com um movimento artiloso que me corrói até o carço.
Mas que me leva ao entroncamento de razão e sentimento.*

*Não entendo essa insistência em esperar o que me sucumbe.
Não compreendo esse susto repentino quando ouço sinais que não incumbem.
Notificações que não notam as minhas dores, que não escutam a minha alma.
Que embelezam a noite, que acariciam os olhos, mas que não dão calma.*

*Mas eu sei, embora o susto, que não é você. (...) não disse?!
E se fosse? Recondicionaria com brevidade ao insistisse!*

*Borrei-me o peito, salguei-me a língua, o tórax se ardeu.
Não foi e não será! "Mas ele não entende" - disse um eu para o eu.⁷*

Início a apresentação dos meus diários cartográficos com uma poesia que fiz recentemente, já no percurso de escrita desta dissertação. Em tal hora encontrava-me amalgamado em sensibilidade e angústia, e tais sensações se debruçavam numa relação tri conjugal existente entre eu, um outro e a tecnologia. Sem cortar as pernas da estética

⁷ Poesia Notificação. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/cMol>

imaginativa, adianto que tal notificação que poetizo pode exemplificar aquilo que entendo por autovigilância, representada pelo controle e disciplina que, não diferente de outros usuários de redes sociais, operam sobre meu viver ao projetar-me como um ser humano ciborgue como discute Fátima Regis (2012), isto é, regido por uma complexa dinâmica de comunicação própria da contemporaneidade tecnológica.

A autovigilância é representada por diversas formas de ser que, como na poesia acima, dá primado ao olhar do outro a ponto de absorvê-lo pra si. Nesta escrita, vou me debatendo, paulatinamente, a jogos de afeto, forças e subjetivação parecidos com os que já venho confrontando e me envolvendo desde que comecei a utilizar as redes sociais, estou pronto e aberto para isso.

As narrativas cartográficas se darão em uma polifonia entre o eu e a pesquisa, mas sabendo que na pesquisa existem corpos vivos, falantes, pensantes, agentes..., assim como um território complexo, contextos e jogos de subjetivação diversos. Dessa forma, cartografo a autovigilância presente aqui e ali, ou seja, na interação entre o eu e a máquina de ver Instagram, e entre o eu, o Instagram e os outros usuários os quais escolhi. De fato, parece um pouco difícil compreender a autovigilância do outro sem adentrar em seu pensamento, mas por meio do que aprendi com Bruno (2010; 2013; 2020), Sibilia (2009;2018), Rodrigues (2015), Han (2017) etc. e através de minha experiência como usuário, poderei mapear este universo. Assim, na medida em que vou relatando a experiência cartográfica também vou descrevendo tais repercussões para a mim, buscando cartografar a autovigilância atravessada em meu eu-cartógrafo-usuário.

Diários íntimos, por quê? Instagramados, por quê?

Por meio de Paula Sibilia (2008), considero estes diários como íntimos pelo fato de serem construídos para serem vistos, violados. Diferente da perspectiva apriorística de "diários secretos" que se configuram a uma intimidade. "Instagramáveis" pelo fato de que os exibirei no Instagram, isto é, por meio das poesias contidas neles, as utilizando como estratégia de visibilidade e engajamento do @poetavigia.

(DIÁRIO I - 25 de junho de 2020: Diários íntimos, Instagramados)

Ao refletir sobre a produção de subjetividades dentro de um contexto contemporâneo ocidental, é imprescindível notar a sua conexão ao cenário cultural-econômico-político, assim, ao sistema econômico vigente, o capitalismo. O capitalismo é um sistema econômico baseado na legitimidade dos bens privados, livre concorrência e acúmulos de bens. Defende o

liberalismo financeiro na tentativa única de fazer circular dinheiro e riquezas. Dessa forma, cria dispositivos de poder e sujeição com objetivo de fazer funcionar dinâmicas de consumo.

Na medida em que compreendo o capitalismo como o principal fio condutor da política e da economia do ocidente, posso também perceber suas implicações à produção de subjetividades neste lado do planeta. A respeito disso, Guattari e Rolnik (1996, p. 16), em "Micropolíticas: cartografias do desejo", destacam a produção de subjetividades como capitalística:

O que caracteriza os modos de produção capitalísticos é que eles não funcionam unicamente no registro dos valores de troca, valores que são da ordem do capital, das semióticas monetárias ou dos modos de financiamento. Eles funcionam também através de um modo de controle da subjetivação, que eu chamaria de "cultura de equivalência" ou de "sistemas de equivalência na esfera da cultura". Desse ponto de vista o capital funciona de modo complementar à cultura enquanto conceito de equivalência: o capital ocupa-se da sujeição econômica, e a cultura, da sujeição subjetiva. E quando falo em sujeição subjetiva não me refiro apenas à publicidade para a produção e o consumo de bens. É a própria essência do lucro capitalista que não se reduz ao campo das mais-valia econômica: ela está também na tomada de poder da subjetividade.

Os autores asseveram que a produção de subjetividades se encontra inexoravelmente ancorada em atravessamentos capitalísticos, ou seja, todas as máquinas ou dispositivos que asseguram a manutenção da cultura política e econômica gerida pelo liberalismo e consumismo. Percebe-se que quando discuto sobre subjetividade estou debatendo sobre as repercussões simbólicas do capitalismo para a vida social dentro de uma perspectiva de produção maquínica, industrial e em escala internacional, isto é, como afirmam Guattari e Rolnik (1996, p. 26): "consideramos a produção de subjetividade como sendo a matéria-prima da evolução das forças produtivas em suas formas mais desenvolvidas".

Guattari e Rolnik (1996) percebem que essa produção de subjetividades constrói indivíduos normatizados. Como afirmam:

Essa cultura de massa produz, exatamente, indivíduos: indivíduos normalizados, articulados uns aos outros segundo sistemas hierárquicos, sistemas de valores, sistemas de submissão. (...) não somente uma produção de subjetividade individualizada - subjetividade dos indivíduos - mas uma produção de subjetividade social, uma produção da subjetividade que se pode encontrar em todos os níveis da produção e do consumo. E mais ainda: uma produção da subjetividade inconsciente. (p.16).

Guattari e Rolnik (1996) entendem que a produção de subjetividades na modernidade tem a "cultura de massa" como grande agenciadora de indivíduos cada vez mais normatizados e compreende que essa cultura produz subjetividades individualizadas e homogeneizadas. Os autores salientam que essas afetações se focam "no próprio coração do indivíduo, em sua

maneira de perceber o mundo, de se articular como tecido urbano, com os processos maquínicos do trabalho, com a ordem social suporte dessas forças produtivas" (1996, p. 26).

Sobre isso, Miranda (2005) afirma que a sociedade contemporânea tem as tecnologias midiáticas como grandes dispositivos de produção de subjetividades:

A mídia, ao mesmo tempo que proporcionou a possibilidade de novos encontros, através de sons e principalmente de imagens, constituindo uma certa democratização de informação e conseqüentemente do saber, trouxe uma homogeneização de valores, de padrões, de costumes, bem como de subjetividades. (MIRANDA, 2005, p. 30).

Miranda faz avançar essa discussão quando aponta a mídia como importante vetor de subjetivação e acrescenta que ela tem sido grande responsável pela homogeneização dos modos de ser, das subjetividades.

O contexto temporal estudado por Guattari e Rolnik (1996) ainda não tem presente a internet, que passa a ser amplamente propagada a partir do ano 2000, século XXI. Em sua pesquisa, eles percebem esse potencial de subjetivação ancorado às mídias utilizadas na segunda metade do século XX, isto é, a tevê e o rádio, que têm grande repercussão na vida das pessoas, por meio da publicidade e de outros meios estratégicos promotores do consumo e controle estatal, pois só o Estado e os grandes empresários tinham poder sobre o conteúdo mostrado nessas mídias nesse período.

O que observamos atualmente é a evolução do que Guattari e Rolnik (1996) já conseguiam perceber com o advento da tevê e do rádio. Com a internet, porém, há inúmeras formas de promoção de homogeneização de subjetividades, haja vista que mais da metade do planeta tem acesso à internet, isto é, 4.3 bilhões de pessoas, e 3.2 bilhões são usuários assíduos das mídias sociais⁸.

Hoje, em tempos de cibercultura⁹, especialmente por meio das tecnologias de comunicação e informação, o estudo sobre a produção de subjetividades se torna muito mais complexo e amplo. Por meio das redes sociais, sites, blogs etc. é possível que o usuário além de consumir, também tenha participação na criação de conteúdo e compartilhamento de informação. Por meio dessa suposta democratização dos meios de comunicação, associada a um desgoverno do conteúdo consumido na internet e à educação pública deficitária, é possível

⁸ Disponível em: <https://www.twist.systems/pt-br/blog/2020/01/29/demografia-das-midias-sociais-de-2019/#:~:text=Quantas%20pessoas%20usam%20m%C3%ADdias%20sociais,de%20toda%20a%20sua%20popula%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 20/09/2020.

⁹ Por meio de Pierre Levy e dos avanços tecnológicos da comunicação, o termo cultura de massa perde um pouco sua usabilidade e passa a ser conhecida como cibercultura. O termo cibercultura nasce do surgimento dos computadores e da internet a partir do final do século XXI. Diz respeito a uma cultura moldada pelos meios de comunicação digitais e por sua facilidade em conectar as pessoas no espaço cibernético, ciberespaço.

que os corpos sofram mais intensamente modulações, sendo ligeiramente atravessadas por diversas subjetividades. O advento e repercussão das *fake news* são exemplos notórios dos desencontros presentes aí.

Dessa forma, compreendo que todas as máquinas ou dispositivos, dentre os quais podemos citar a mídia, a economia, as religiões, as universidades, os grupos etc., atendem a essa esfera propriamente capitalista que visa, de certa forma, disciplinar e controlar/dirigir a vida social, pautando subjetividades que muitas vezes se atrelam ao consumismo, à publicidade e à mercantilização de si, dentre outros atravessamentos.

Ao levar em conta o universo de questões que permeiam esses temas, busco, por meio de Foucault (1987), Deleuze (1992) e Bauman (2013), debater brevemente os conceitos de disciplina e de controle. Através deste debate poderei iniciar as reflexões sobre vigilância, visto como importante vetor de subjetivação capitalístico contemporâneo. Entre o título e o texto apresento meu segundo diário de campo, perceber-se-á uma relação entre ambos.

2.3 SOCIEDADE DE DISCIPLINA E O PANÓPTICO

*Nunca me senti tão vivo como hoje
Poder ser visto, saudado e amado
É uma experiência que vivifica a mente
Lá fora eu nunca me senti tão notado*

*Não sabia que eu poderia chamar a atenção
Que minha arte tivesse sentido
Que minhas palavras dessem emoção
Da mesma forma que elas fazem comigo¹⁰*

Hoje amanheci bastante motivado para colher e relatar minha vivência cartográfica. De modo que agora estou a iniciar o primeiro diário de campo da autovigilância (sem considerar o diário de apresentação). De início, reflito sobre a sensação de ser vigiado. A pesquisa atualizou a minha atuação como máquina panóptica que, dessa vez, vem prescindida de um olhar talvez um pouco mais vigilante e criterioso. Ademais, uma máquina panóptica que também é vigiada por diversas outras máquinas panópticas, e que ainda é submetida a um auto-olhar-panóptico (meu panóptico pessoal) que passa a ser ainda mais rigoroso e criterioso na medida em que me assumo como pesquisador. Uma autovigilância amplamente consentida.

¹⁰ Poesia ser visto. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/cMpe>

De início, comparo esta experiência com a proposta arquitetônica de Bentham. Me coloco como o guarda que fica no topo da torre central do panóptico. A sensação é bastante confortável, não minto! Como ninguém me vê, posso fazer o que quiser na cabine: observar mais à direita que a esquerda, ou mais em cima do que embaixo; posso tirar uma soneca ou mesmo dar uma "fugidinha". Pois ninguém garante que estou ali mesmo.

Quanto a isso, percebo que no Instagram há um pontinho verde abaixo da foto do perfil que informa se a pessoa está online ou não. Mas quem garante que realmente estou logado na plataforma? Possa ser que tenha deixado o Instagram aberto em cima da mesa da sala por enquanto que fui visitar a vizinhança.

Depois da experiência como guarda geral do panóptico/Instagram, me coloco agora como um dos presidiários. A sensação, diferente da que os presidiários do panóptico do século XVIII sentiam ao serem vigiados, é muito prazerosa. Tento calcular se é mais prazeroso vigiar ou ser vigiado, não encontro respostas! Porém, bate uma pequena sensação de medo e ansiedade, pois me preocupo se estou me performando adequadamente. Pergunto-me: O que os guardas/seguidores estão pensando sobre mim? Será que meus stories estão atraentes? Será que devo caprichar mais nos feeds?

Ainda quanto ao ser vigiado, penso também nos prováveis usuários que devem observar a minha cela, mas que não os conheço e nem ao menos me seguem na plataforma. Isto é, há olhares conhecidos (pessoas do cotidiano), pouco conhecidos (pessoas que conheço somente por esta rede social) e desconhecidos (pessoas que eu não sigo, "fakes", ou usuários que não publicam nada, não falam nada de si, os que chamo ironicamente de "fantasmas" ou voyeurs).

Questiono-me se devo continuar com meu perfil aberto ao público. Mas desejo que as pessoas vejam as poesias que estou publicando em meu feed. Seria muito interessante que tais poesias pudessem ter grande repercussão e meu perfil entrar na categoria de nanoinfluencer como os que estou cartografando.

(DIÁRIO II - 28 de junho de 2020: Eu vigilante, vigiado e autovigiado).

Nesta seção, reporto-me novamente a Foucault (1987), mas desta vez no tocante ao seu discurso sobre "sociedade disciplinar". Esse filósofo dedica grande parte de sua obra ao estudo das relações de poder e percebe a grande predominância de sociedades disciplinares do Estado Moderno.

Ao problematizar a sociedade disciplinar, Foucault (1987) compreende que as instâncias hierárquicas sociais - em especial o Estado - dentro do panorama moderno e europeu, concentram olhares sobre a sociedade com o objetivo de disciplinamento. Em suas palavras:

O movimento que vai de um projeto ao outro, de um esquema de exceção ao de uma vigilância generalizada, assenta numa transformação histórica: a extensão progressiva dos dispositivos de disciplina durante os séculos XVII e XVIII, a sua multiplicação através de todo o corpo social, a formação daquilo a que, de uma forma geral, se poderia chamar sociedade disciplinar. (FOUCAULT, 1987, p. 160).

Para chegar a essa compreensão, Michel Foucault faz uma análise histórico-crítica das formas de disciplinamento social e encontra pistas importantes nos modelos de punição criados pelos governos ocidentais da Idade Média à Moderna.

Na Idade Média, o governo utilizava mais especialmente o espetáculo e a punição sobre o corpo como forma de disciplinamento social. Em "Vigiar e punir" (1987), Foucault apresenta uma narração em que um personagem é castigado e morto em praça pública em meio à multidão, retrato do que acontecia naquele período. Mas na modernidade, por meio do sistema arquitetônico prisional panóptico, "desapareceu o corpo como alvo principal da repreensão penal" (FOUCAULT, 1987, p. 13), isto é, Foucault relata que nesse período as repressões penais deslocaram-se para a prisão, conferindo uma "punição restrita à alma" (1987, p. 13), por meio do isolamento e repressão sobre os corpos infratores.

O panóptico ou pan-óptico (que significa visão-total) é um termo utilizado para designar o modelo arquitetônico prisional concebido pelo filósofo e jurista inglês Jeremy Bentham em 1785, que se tratava de um edifício em forma de círculo, que no meio existia um pátio com uma torre no centro. Este anel se dividia em pequenas celas que davam tanto para o interior quanto para o exterior e no topo da torre havia um "possível" vigilante que podia ver todas as cabines/prisioneiros, porém, não poderia ser visto pelos prisioneiros, graças ao design engenhoso dessas janelas.

O modelo de vigilância identificado no panóptico, de acordo com Foucault (1987, p. 156), induzia ao detento "um estado consciente e permanente de visibilidade que assegura o funcionamento automático do poder". É sob essa percepção que Foucault conseguiu identificar que o governo cria dispositivos de poder que têm como objetivo a disciplina. O padrão de disciplinamento moderno, instaurado por meio do dispositivo de vigilância panóptico, passou a ser um vetor de subjetivação na medida em que tal olhar (invisível) gerava um poder eficaz na aplicação da ordem.

Assim, o olho do poder produz visibilidade total dos corpos, assegurando uma vigilância constante, global e individualizante. Atua organizando o espaço, ordenando o tempo, atinge os indivíduos, seus corpos, seus gestos, seus comportamentos, seus desempenhos cotidianos. Para Foucault (1987), no dispositivo panóptico havia a eficácia na atuação do poder na gestão de uma multiplicidade de homens, tão eficaz quanto se gerisse apenas um só homem. Tratar-se-ia de uma visibilidade universal, um poder rigoroso e meticuloso, invisível e inverificável, um aparelho de desconfiança total e circulante. Assim, produzia uma dívida infinita no interior dos indivíduos, que interiorizavam a vigilância e continuamente pensavam o que deviam ser e fazer. A vigilância é interiorizada e passa a ser realizada pelo próprio indivíduo em virtude do peso do olhar sobre si. A imersão em um campo de visibilidade total sob a vigilância constante do olhar do vigia da torre, do outro e do seu próprio olhar impediria o indivíduo de agir fora da norma estipulada. Dessa forma, nesse debate insere-se a problemática da autovigilância (que breve será estudada), porque como um arranjo, o panóptico concebe-se como tecnologia que torna o poder automático ao promover a vigilância sobre si por parte das pessoas vigiadas.

Portanto, na contemporaneidade há algumas transformações que fazem com que se inicie um debate sobre sociedade de controle e abre discussões sobre um possível deslocamento do dispositivo de vigilância panóptico como pode ser visto abaixo.

2.4 A SOCIEDADE DE CONTROLE E O PÓS-PANÓPTICO

Na contemporaneidade, destaca-se um "possível fim" da sociedade disciplinar e o despontar de uma "sociedade de controle", na visão de Gilles Deleuze (1992). De acordo com o filósofo, a sociedade de controle avança a perspectiva disciplinar quando propõe que as instituições sociais (escola, universidade, hospitais, família, igreja...) possuem esse poder de controle sobre as formas de viver e que essas instituições interligam-se, mesclam-se e adaptam-se para garantir uma continuidade na dinâmica de controle sobre a vida, como nas palavras dele: "como uma moldagem auto-deformante que muda continuamente, a cada instante, ou como uma peneira cujas malhas mudam de um ponto a outro" (DELEUZE, 1992, p. 221).

Deleuze (1992) busca atualizar a perspectiva moderna do pensamento de Foucault para as novas discussões trazidas pela contemporaneidade, permeada pela globalização e por novas tecnologias de comunicação, como o computador surgidos no fim do século XX. Mas qual a diferença entre a disciplina e o controle?

Esse filósofo compreende que na sociedade de controle o poder disciplinar não ocorre individualmente, pois os núcleos disciplinares, instituições, se fundem, isto é, tais instituições compartilham entre si suas dinâmicas de sujeição, por meio dos outros meios e formas de viver na sociedade midiaticizada e globalizada. Assim, as instituições entraram em crise como dispositivos disciplinares, ganhando novos formatos, como Araújo (2006) explica ao apontar as crises do hospital, da escola e da prisão. Ele destaca a contribuição da internet e de outras tecnologias:

Na crise do hospital, por exemplo, nos deparamos com outras formas assistenciais não restritas ao confinamento como os hospitais-dia, os atendimentos a domicílio, a setorização. Uma nova medicina, “sem médico nem doente”, que resgata doentes potenciais e sujeitos a risco, que de modo algum demonstra um progresso em direção à individuação (...). “A nova medicina” que, da mesma forma, se exorciza à sua circunstancial razão de ser – médico e paciente – para fazer circular discursos sobre nutrição, longevidade, ideais de corpo e de saúde, verdadeiros discursos com força de lei moral que são lançados pelas redes midiáticas e que fazem com que cada um vigie a si mesmo continuamente (não importa onde nem quando) e se avalie de acordo com critérios alheios. Na crise da escola, observamos a circulação e a interação com outros veículos de conhecimento, como programas de educação à distância, a mediação do computador nas novas relações de ensino/aprendizagem, como também a presença cada vez mais comum dos infundáveis cursos de formação permanente (...). Nas prisões, teríamos desde a adoção das chamadas penas “alternativas” ou “substitutivas” até a utilização de coleiras eletrônicas que obrigam o condenado a permanecer em determinados locais em certas horas e possibilitam localizá-lo em qualquer lugar quando necessário. (p. 2-3).

Tais mudanças trazidas pelas tecnologias, principalmente pela internet, influenciaram nos discursos sobre a sociedade de vigilância. Na contemporaneidade a vigilância continua presente, porém muito mais ampla que na modernidade. Bauman (2014) é um dos autores contemporâneos que tratam sobre o tema, porém sua perspectiva se faz um pouco distinta de Foucault e Deleuze.

Bauman (2014) acredita que existe uma variação do panoptismo. Ele entende que o modelo panóptico mesclou-se com o modelo sinóptico, dando origem ao "pós-panóptico", isto é, a vigilância se configura não só de um ou poucos vigiando muitos, ou de muitos vigiando poucos, mas de muitos que vigiam muitos e que também são vigiados pelos quais vigiam, numa vigilância intensa e consentida.

Bauman (2014) utiliza o seu conceito chave, modernidade líquida, para refletir a perspectiva "pós-pan-óptica", vista como vigilância líquida. Ele compreende que a vigilância deixa-se caracterizar pela liquidez e fluidez, em que desloca os âmbitos da disciplina para uma servidão voluntária. Podemos ver isso por meio das redes sociais, por exemplo. Lá as pessoas cedem-se à vigilância, ao passo que a consomem:

Tal como eu vejo, o pan-óptico está vivo e bem de saúde, na verdade, armado de músculos (eletronicamente reforçados, “ciborguizados”) tão poderosos que Bentham, ou mesmo Foucault, não conseguiria nem tentaria imaginá-lo; mas ele claramente deixou de ser o padrão ou a estratégia universal de dominação na qual esses dois autores acreditavam em suas respectivas épocas; nem continua a ser o padrão ou a estratégia mais comumente praticados. O pan-óptico foi tirado de seu lugar e confinado às partes “não administráveis” da sociedade, como prisões, campos de confinamento, clínicas psiquiátricas e outras “instituições totais”, no sentido criado por Goffman. (2014, p.42).

Autores do nosso século, assim como Bauman (2014), têm elaborado discussões importantes sobre vigilância contemporânea. Esses autores - como Paula Sibilia (2008), Fernanda Bruno (2013), Pablo Rodriguez (2015) e Byung-chul Han (2017) - debatem sobre as emergentes formas de vigilância atreladas às tecnologias de visibilidade e me ajudarão a compreender mais detalhadamente meu universo de estudo que se debruça na vigilância presente na rede social *Instagram*. Mas antes é necessário discutir sobre as continuidades e as rupturas que ocorrem entre a disciplina e o controle e entre a vigilância moderna e a contemporânea.

2.5 CONTINUIDADES E RUPTURAS E A VIGILÂNCIA DISTRIBUÍDA

No tocante à vigilância da atualidade, Bruno (2013) tem uma posição equivalente a Sibilia (2012) ao afirmar que "tanto o espetáculo quanto a disciplina, em suas formações modernas, são decisivos para compreender os regimes de visibilidade e vigilância contemporâneos, ainda que uma série de diferenças tenha se produzido entre um tempo e outro" (BRUNO, 2013, p. 14). Isto é, ela busca também na disciplina dados para seu estudo.

Bruno (2013) defende a existência de uma "vigilância distribuída" em vez de um pós-pan-óptico. Para ela a vigilância distribuída:

Trata-se de uma noção operatória, que não pretende ser uma definição acabada, mas uma via de exploração, entendimento e problematização de um processo que está em andamento e que envolve uma série de tensões. A vigilância é assim analisada em sua contingência histórica e social, visando a sua atualidade. Mas o que confere tal atualidade, lembremos, não é simplesmente o pertencimento histórico ao presente, mas principalmente o seu caráter problemático, isto é, o fato de a vigilância se recolocar como um problema que mobiliza nossa atenção e reflexão. Vigilância distribuída é, justamente, uma noção que tenta responder a esta reinscrição da vigilância como problema no presente. (p.19).

Percebo que Bruno (2013) não busca ancorar-se em uma visão única sobre vigilância, percebendo-a como uma contingência histórica, cultural e social. Assim, a vigilância de hoje estaria registrada em tensões entre a vigilância disciplinar moderna e os dispositivos de

vigilância contemporâneos. Para a autora, não existiria um pós-pan-óptico, pois ela não percebe a ampliação das práticas e dispositivos de vigilância como uma "hipertrofia do panóptico", diferente do que foi visto em Bauman (2014):

Supor que se trata simplesmente de uma intensificação implica perder de vista algo essencial: as mudanças mais importantes se passam não tanto na intensidade da vigilância, mas no seu modo de funcionamento, que se encontra em muitos aspectos bastante distanciado do modelo panóptico. (...) os atuais processos de vigilância só podem ser entendidos se levarmos em conta que as ações que os constituem são distribuídas por diferentes setores cujos interesses e perspectivas são múltiplos e não obedecem a nenhum princípio unificado. (BRUNO, 2013, p.25)

Entender a vigilância hoje como "distribuída" está também na reflexão de que, por meio dos inúmeros dispositivos presentes, tal vigilância não se detém somente ao Estado/governo, mas possui vários agentes dependendo de qual vigilância está se falando e do contexto a qual ela se insere:

Esta não seria, assim, centralizada num indivíduo e numa interioridade, mas sim um processo transindividual, coletivo e distribuído entre múltiplos agentes, humanos e não humanos. Esta perspectiva inspira a noção de vigilância distribuída, que se espalha por muitos e diversos agentes, tecnologias, contextos, práticas, sem constituir uma atividade ou processo unificado que possa ser plenamente atribuído a intenções ou prescrições de um centro de ordenação ou controle. (...) deste modo, o termo vigilância distribuída pretende designar tanto um modo de funcionamento da vigilância quanto o seu pertencimento ao contemporâneo, indicando em ambos os casos que tanto as vias de captura quanto as vias de escape passam por este caráter distribuído, e não por um exterior qualquer que lhe faria oposição. (BRUNO, 2013, p.26).

Ao levar em conta todas as transformações e complexidades da vigilância hoje, prefiro me deter mais a Bruno (2013), porém é importante valorar as particularidades que são apresentadas por Bauman (2014). Percebo que em sua teoria não se refuta a existência de continuidades, por isso tal entendimento vem a calhar pois me dá uma visão menos periférica do que estou estudando. A visão de Bauman (2014) dá abertura para se pensar também na autovigilância, tema que em breve também será desenvolvido por meio dos escritos desse autor, mas antes desejo continuar com Bruno (2010, 2013) para me ajudar a identificar melhor qual a relação entre a vigilância e a produção de subjetividades nos dias de hoje. Também apresentarei mais um diário que contribui para a reflexão.

2.6 TECNOLOGIAS CONTEMPORÂNEAS DE VIGILÂNCIA E SUBJETIVIDADES

*Tenho vontade de sair desta prisão
De poder voltar a sentir a vida lá fora
Já suportei demais esta solidão*

Agora sinto que devo ir embora

*Quero estar feliz e mostrar para os outros
Dividir uma nova experiência
Poder sentir a água beijar meu rosto
Mostrar que estou bem embora a existência*

*Posso estar preso, mas o mundo é minha cela
Não ocupo espaços mórbidos
Não me restrinjo em arestas
Sou livre, embora me ampare aos ópticos.¹¹*

São precisamente 16h54min do dia 30 de junho de 2020. Nessa ocasião, o Brasil e o mundo estão vivendo a pandemia do coronavírus. Desde quando nasci, em meus 29 anos, nunca havia presenciado um episódio que, em primeiro momento, as pessoas precisariam ficar trancadas e posteriormente voltariam às ruas com suas liberdades reduzidas.

Na primeira metade do primeiro semestre deste ano, o Ministério da Saúde regulamentou condições de isolamento e quarentena (BRASIL, 2020) e as regras eram de não saímos de casa, se não por motivos de necessidade, como ir ao supermercado e/ou farmácia. A partir de março deste ano, 2020, os shoppings, cinemas, escolas, universidades, concessionárias de veículos, assim por diante, permaneciam fechados para evitar a aglomeração de pessoas, evitando a transmissão da COVID-19 pelo Brasil (BRASIL, 2020), sendo permitido somente o funcionamento de serviços considerados essenciais como as farmácias, bancos e supermercados.

Esse evento, como é de se esperar, desde o início vem provocando um movimento de tensão, medo, angústia e ansiedade nas pessoas. Pelo fato de estarmos sendo privados de algumas liberdades, tivemos que mudar a nossa vida cotidiana repentinamente. Até a nossa rede social, o Instagram, vem sendo impactada.

Durante os meses de março, abril e maio percebi que maior parte dos usuários do Instagram postava notícias sobre o vírus, memes sobre o vírus e instruções para a não contração e transmissão do vírus. Hoje, 30 de julho, o que mais se fala é sobre a abertura dos cinemas e a criação da vacina para combater o coronavírus. Algo interessante é que desde que surgiu esse vírus, percebo, diminuíram-se stories que relatam a vida cotidiana dos usuários.

Durante estes dias houve um perfil que me provocou certas afetações. Desde quando comecei a mapear o perfil de @vick_souzinha¹², percebi sua inclinação às lembranças. Um dia

¹¹ Poesia Prisão. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/cMpr>

¹² @vick_souzinha é o perfil de uma garota maranhense banca de idade entre 19 a 22 anos. Ela possui, até então, cerca de 9.107 seguidores. Fonte: https://www.instagram.com/vick_souzinha/. Acesso em: 06/04/2020.

desses (por volta de março de 2020), abri esse perfil e a primeira coisa que vi foi a luz que cobria a sua imagem de perfil indicando que haviam stories seus publicados.

Cliquei nesse campo e apareceram exatamente 40 stories. Me surpreendi pelo número. Ao observar suas publicações, vi que se resumiam em lembranças com amigos, festas que frequentou, comemorações do seu aniversário nos anos de 2018 e 2019 etc. Na linguagem "instagramal" tal tipo de publicação é conhecida como "tbt", e, geralmente, vem precedido de um hashtag. O #tbt significa "throwback thursday", traduzido do inglês para "quinta-feira do retorno ou regresso" (PADILHA, 2020), por isso, comumente são publicados nas quintas-feiras. Naquela ocasião, lembro, era uma segunda feira, não quinta. Porém, o que a poderia impedir de postar um #tbt? Acho que não há regra para isso, em meio a tanto caos e dor.

Percebo que a @vick_souzinha tem uma preocupação delicada em manter publicações em seu story. E quando publicou aqueles 40 stories, 28 eram de lembranças do que viveu outrora, isto é, #tbts fora de época. Ela não demonstrava tanto interesse pela Covid-19 no Instagram, vejo, mas tal ato pode ter sido uma alternativa para entreter seu público de mais de 9 mil seguidores e fazê-los esquecer um pouco do momento tão conturbado que todos estávamos vivendo e ainda estamos. De fato, suas aventuras me fizeram esquecer um pouco de tudo.

Hoje, 30 de junho, às 16:27 penso: Que tal publicar também alguma coisa em meu story para divertir meus atuais 18 seguidores? #tbt? Combate a Covid19? Um meme engraçado? Vou ver o que tenho armazenado no celular!

Compartilho no stories um meme que encontrei em meus arquivos mais recentes, lembro que adveio de outra rede social, o WhatsApp, compartilhado por algum companheiro de mestrado. Não sei se entre os meus 20 seguidores há algum mestrando ou doutorando para se divertir com minha publicação, mas vale a intenção.

Publiquei um #tbt também, pois tal ocasião me fez lembrar do meu grupo de mestrado que há tempos estou afastado devido à quarentena. Sinto saudades dos meus amigos da UFPI, as conversas, as piadas, "os lamentos"... As plataformas digitais como o Instagram com seus recursos, são formas de nos mantermos unidos. Que bom que temos estes ambientes!

(DIÁRIO III - 30 de junho de 2020: Quarentena boa? só com #tbt)

Continuo em busca de "discutir a produção de subjetividades engendradas no contexto de vigilância" e, desta vez, me abarco às pesquisas de Fernanda Bruno (2013) sobre as tecnologias de vigilância e ao que a autora nomeia como deslocamento na tópica das subjetividades.

Na contemporaneidade, os conceitos sobre vigilância ganham realce mediante as tecnologias de fotografia e vídeo. Em primeiro momento, no século XX, surgem as câmeras de segurança distribuídas nas repartições públicas, semipúblicas e particulares, funcionando 24 horas por dia. A proposta dessas câmeras de segurança/videovigilância era e ainda é precaver o roubo, a violência e, não obstante, colher informações específicas sobre o comportamento das pessoas, assim como intimidar comportamentos, ou seja, uma forma de vigilância social, que busca também conduzir os indivíduos à disciplina e ao controle, garantindo as regras de conduta sobre os corpos.

Fernanda Bruno (2013) discute sobre as atuais “máquinas de ver” que, de acordo com ela, se estabelecem através dessas câmeras de vigilância, tevê, satélites, blogs, sites, redes sociais virtuais etc., a saber, "da integração de câmeras de fotografia e vídeo a dispositivos móveis de comunicação (telefones celulares, laptops, palmtops) associada à profusão de plataformas digitais de compartilhamento de conteúdo audiovisual" (BRUNO, 2013, p. 7).

Essa profusão de máquinas de vigilância e/ou de visibilidade, caracterizam a sociedade contemporânea como um período marcado pelo ver e ser visto, onde se destacam o consumo e a produção de imagens em massa:

No âmbito das práticas cotidianas do ver e do ser visto, a proliferação de reality shows na televisão (no fim dos anos 1990 e início dos anos 2000) e de práticas de exposição e narrativa do eu na Internet nos levaram a interrogar as topologias que aí se redesenhavam: do público e do privado; da intimidade e da sociabilidade; da interioridade e da exterioridade. (...) tornou possível uma ampla circulação de imagens de toda ordem, produzidas por uma multidão diversificada de indivíduos nos contextos e nas condições mais distintas. (BRUNO, 2013, p.7).

Percebe-se aí que a pesquisadora compreende que as máquinas de ver têm grande repercussão sobre as subjetividades contemporâneas. Em outras palavras, compreende que essas máquinas também produzem modos de ser. A autora argumenta que na contemporaneidade ocorre uma mudança na tópica da subjetividade, onde se destaca uma redefinição de público/exterioridade e de privado/interioridade. Ela explica isso destacando dois importantes deslocamentos em torno da subjetividade:

O primeiro diz respeito a uma reconfiguração topológica da subjetividade, cujo foco de investimentos e cuidados se deslocam da interioridade, da profundidade e da opacidade para a exterioridade, a aparência e a visibilidade. Deste modo, uma subjetividade exteriorizada vem se sobrepor a uma subjetividade interiorizada cuja topologia, delimitada na modernidade, era atrelada à introspecção e à hermenêutica. O segundo deslocamento, vinculado ao anterior, concerne a mudanças no estatuto do olhar do outro. Mudanças que reconfiguram as fronteiras entre público e privado, especialmente em ambientes comunicacionais marcados pela exposição do eu. (BRUNO, 2013, 56).

Bruno (2013) assegura que as subjetividades estão inclinadas a uma tópica de "exterioridade", pois há uma incessante vigilância sobre o privado e o íntimo, ao que destaco os *realitys shows* em que a vida cotidiana (muitas vezes de pessoas comuns) se torna espetáculo, ou mesmo o uso das redes sociais, onde as pessoas criam perfis sociais em que compartilham suas intimidades com pessoas muitas vezes desconhecidas. A discussão se passa em torno de uma funcionalidade da subjetividade em um momento moderno, em que o olhar passou a atravessar integralmente o ser humano – olhar vigilante – e a subjetividade como interioridade, lugar do íntimo e do secreto, passou a se constituir como lugar de resguardo.

De acordo com Bruno (2013), na contemporaneidade não mais se vive segundo uma organização panóptica, pois as tecnologias de vigilância se microcapilarizaram, passando a se constituir segundo modelos em que todos se vigiam mutuamente de diversas formas possíveis. Dessa forma, o olhar adquire outro estatuto e os sujeitos se disponibilizam livremente ao olhar do outro, passando a pautar suas existências nos enodamentos do olhar/visibilidade, gerando uma espécie de autovigilância que posso sugerir como a continuação do olhar do outro - olhar subjetivado. Paula Sibilia, sobre isso, destaca que a nossa existência é atrelada ao estar à vista, em que o eu é validado pelo outro, a saber, olhar de reconhecimento do outro ajuda a deslocar o eu da interioridade psicológica (SIBILIA, 2016).

Bruno (2013) percebe dois importantes vetores do regime de visibilidade moderno: a disciplina e o espetáculo, que se renovam hoje em novas táticas do ver e do ser visto, repercutindo de diferentes formas na subjetividade "tanto nos circuitos de controle e segurança quanto nos circuitos de prazer e entretenimento" (BRUNO, 2013, p.53). Esses dois vetores de subjetivação atravessam diversos meios de comunicação em que podemos destacar as redes sociais virtuais, que também vemos como vetores de subjetivação/produtores de subjetividade.

Entende-se, portanto, que os mecanismos capitalistas de produção de sentido, que vão dos produtos tangíveis aos simbólicos, podem ser vistos como vetores de subjetivação, na medida em que pautam "modos de ser". As redes sociais virtuais são percebidas como máquinas importantes de modelizações de subjetividades na contemporaneidade, pois, como afirma Bruno (2013, p. 53), as "modulações das subjetividades contemporâneas podem ser relacionadas aos dispositivos de visibilidade que as atravessam". Mas como se pode identificar tais subjetividades contemporâneas? Nas próximas seção buscarei em alguns autores um debate mais profundo sobre os modos de ser que circulam as redes sociais digitais. O diário que precede o texto atravessa a discussão.

2.7 ESPETÁCULO, TEATRALIDADE, PERFORMANCE E MÁSCARA

*O que adianta viver do agora
Se o agora acaba depois?
Aquilo que o tempo ignora
Eu posso guarda-lo por dois*

*Quero mesmo é relembrar
Do que me fez bem
Para que me venha apagar
Sentimentos que me inibem*

*Bloqueiam meu viver
No estar com quem quero
E deixam um vazio, a saber,
Tudo que me é efêmero*

*Quero relembrar do meu sorriso
Mesmo pouco contente
Pior este sentimento insistente e conciso
De não fazer passado presente.¹³*

Desde de ontem, venho refletindo sobre o comportamento de publicar lembranças no story do Instagram. Lembro que naquele dia, quando observei os 40 stories da @vick_souzinha, aproximadamente 80% eram de shows de forró e sertanejo que a mesma havia frequentado junto com seus amigos antes da pandemia. Percebo que @vick_souzinha dedicou um bom tempo gravando (por meio de selfs e vídeos-selfs) e compartilhando a sua diversão em tempo real para seus seguidores. Me pergunto: será que ela, de fato, aproveitou esses eventos, ou esteve mais preocupada em registrar e transmitir sua diversão para seus seguidores?

Tal questionamento me faz lembrar de quando estudei na graduação de filosofia, um filósofo do século XVIII chamado David Hume (1999) que em sua "teoria do conhecimento" falava que a memória é somente a cópia da experiência vivida.¹⁴ Se formos pensar a fotografia

¹³ Poesia Memória. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/cMpA>

¹⁴ O conteúdo da mente, ou seja, toda a soma de informações que o homem possui, sejam simples ou complexas, já passaram pelos dados da percepção. Essas percepções são divididas por Hume em dois tipos: as percepções de impressões e de ideias. Elas conferem tudo aquilo que se dá a conhecer e a distinção existente entre as duas é o ponto mais importante do primeiro princípio a ser estabelecido na ciência da natureza humana deste filósofo: o princípio da cópia (HUME, 1999). A impressão é a ação experimental que se dá através dos sentidos (tocar, ver, ouvir, etc.), e, além disso, se inclui as experiências da alma que também são consideradas por Hume como fortes e únicas, por exemplo: amar, odiar, desejar, querer, etc. Assim, as impressões são as percepções mais fortes e vivas que se dão numa experiência primeira. Já as ideias, pode-se dizer que são os resquícios ou marcas gravadas das impressões. Elas têm como referência a memória e a imaginação: a memória as guarda (em lembranças), e a

como um instrumento memorizador, poderemos entender que se trata também de cópias de experiência. Acredito que se Hume (1999) existisse hoje e analisasse os stories de @vick_souzinha ele diria que ela não vivenciou seu momento, pois estava mais preocupada em memoriza-lo e compartilha-lo e neste momento, talvez, esteja relembrando-o com emoções apagadas.

Enfim, para finalizar este diário, lembro da poesia Ausência de Carlos Drummond de Andrade: "Por muito tempo achei que a ausência é falta. E lastimava, ignorante, a falta. Hoje não a lastimo. Não há falta na ausência. A ausência é um estar em mim e sinto-a, branca, tão pegada, aconchegada nos meus braços, que rio e danço e invento exclamações alegres, porque a ausência, essa ausência assimilada, ninguém a rouba mais de mim".

(DIÁRIO IV - 31 de julho de 2020: Obsessão pela cópia?)

As discussões sobre vigilância e subjetividade na contemporaneidade trazem entrelaçados alguns temas importantes como espetáculo, teatralidade, performance, publicização do eu, entre outros. Estes conceitos fazem compreender um pouco mais sobre as transformações nos modos de subjetivação contemporâneos atravessados pela visibilidade e me ajudam a abrir meus entendimentos no tocante à vigilância e à autovigilância.

Rodrigues (2015, p.57), ao discutir sobre os temas acima, aponta que:

as sociedades de controle, que na interpretação de Deleuze rearticulam o triângulo vigilância-tecnologia-subjetividade tal como Foucault o imaginou, apoiam-se num tipo de relação social denominada por meio do termo *dividual*, e que nele são resumidos velhos modos de interpretação da vida na sociedade (a teatralidade, o espetáculo) sob um novo território de exercício das relações de poder.

Para o autor, assim como Bruno (2013), as lógicas do espetáculo e da teatralidade passam a ser resgatadas pelos modos de subjetivação contemporâneos por meio das redes sociais digitais. Como já falado, Foucault (1996), antes de chegar à compreensão sobre as sociedades modernas disciplinares, por meio do panóptico, percebeu a existência do espetáculo como modelo disciplinar nas sociedades antigas¹⁵. De acordo com Rodrigues (2015), o espetáculo social tem sido componente importante para a compreensão dos modos de subjetivação contemporâneos, atravessados pelas tecnologias de vigilância.

imaginação é capaz de administrá-las, monitorá-las, modificá-las e reuni-las da maneira conveniente. As ideias são as percepções menos fortes e menos vivas, e por isso são chamadas de "cópias" de impressões.

¹⁵ Foucault (1996) afirma que na sociedade disciplinar moderna, trabalha-se menos com o espetáculo que a soberania da Idade Média. Portanto há menos grandes rituais ou espetáculos e mais pequenos rituais normativos e normatizantes.

Tal compreensão também vai ao encontro da percepção de Bruno (2013, p. 58) quando afirma: "se considerarmos a história moderna e contemporânea das tecnologias de percepção, visão e comunicação, notamos também a renovação de regimes de visibilidade atrelados ao espetáculo". Rodrigues (2015) e Bruno (2013) compreendem que tanto o espetáculo quanto o controle são decisivos para o entendimento sobre os regimes de visibilidade e vigilância contemporâneos. E ao debaterem sobre esses novos contornos, especialmente Rodrigues, encontram em Guy Debord forte contribuição no tocante à sociedade do espetáculo (2008).

Em "a sociedade do espetáculo" Debord (2008) discute alguns desdobramentos sociais do capitalismo industrial após a Segunda Guerra Mundial sobre a sociedade moderna. Embora seu discurso sobre espetáculo seja focado na modernidade, tem sido expoente para os estudos contemporâneos, sendo visto como um importante vetor de subjetivação (BRUNO, 2013).

De acordo com Debord (2008), a sociedade do espetáculo é marcada pela representação e por uma relação social entre pessoas mediada através de imagens (DEBORD, 2008). O autor compreende que "o espetáculo apresenta-se como uma enorme positividade indiscutível e inacessível, ele nada mais diz senão que 'o que aparece é bom, o que é bom aparece'" (DEBORD, 2008, p.17).

Além de Debord, Rodrigues busca pistas em Erving Goffman (1989) no tocante ao conceito de "máscara". Para ele "o significado original de pessoa é a máscara: portanto, personificar um papel significa vestir-se, disfarçar-se, cobrir o que você é com o que deveria ou gostaria de ser" (GOFFMAN, 1989, p. 31; tradução minha), isto é, este autor compreende que as relações sociais são marcadas pela máscara e atuação¹⁶. Mas, para além disso, "na medida em que esta máscara representa o conceito que nós formamos de nós mesmos – o papel que nos esforçamos para viver –, esta máscara é nosso 'si próprio' mais verdadeiro, o eu que quiséramos ser" (GOFFMAN, 1989, p. 31; tradução minha).

Máscara diz respeito a uma personalização teatral em que o personagem esconde sua identidade e transveste-se de outra de cunho fictício. Porém na visão de Goffman (1989) tal personalização não mascara, mas representa o sujeito-personagem. Nas redes sociais, por exemplo, o sujeito personifica o si, revelando as subjetividades e identidades que os atravessam. Penso que tal conceito é uma pista importante no tocante a autovigilância, pois tal máscara que o sujeito performa e salvaguarda deve ser mantida e cuidada, na medida em que o olhar do outro

¹⁶ Percebe-se que Goffman em *La presentación de la vida cotidiana*, obra publicada em 1989, ainda no século XX, já percebia a máscara e a performance na sociedade mesmo antes das redes sociais. Assim, este seria um bom exemplo de continuidade, haja vista que tal subjetivação é assunto presente.

está atento aos movimentos e poderá desaprovar se tal máscara não está cabendo ao rosto de quem a usa.

Para Goffman (1989) e Debord (2008) o teatro, o espetáculo e a realidade não divergem entre si. Dessa forma, aquela compreensão imediata que me leva ao aspecto ficcional das peças cinematográficas e teatrais, quando penso em teatro e máscara, não se encaixam nesta discussão. Quando trato em redes sociais por exemplo, o teatro e a máscara dos usuários remetem a uma realidade subjetiva. Rodrigues (2015, p. 60) explica:

A máscara não é, então, algo que oculta, e o indivíduo não é possuidor de uma interioridade própria, irrepetível, senão se transformar num ator e criar um personagem. Se o personagem se alcança, segundo Goffman, terá sido construído um “si próprio” (self), que é a representação que o personagem brinda aos outros para que se esqueçam de que é um personagem. Disse Goffman: “Uma cena montada corretamente e representada conduz o auditório a atribuir um ‘si próprio’ ao personagem representado, mas esta atribuição – este ‘si próprio’- é um produto da cena representada, e não uma causa dela” (Goffman, 1989, p.268; tradução nossa). Ou seja, a partir do olhar dos outros personagens, se a figuração é eficaz, o “si próprio” passa a ser a coincidência entre o ator e o personagem, do mesmo modo que os outros são às vezes personagens e público.

Rodrigues (2015), com a ajuda de Goffman (1989), me ajuda a compreender a forte relação entre vigilância, espetáculo e teatralidade, em que o sinóptico, o panóptico e a sociedade do espetáculo convergem amplamente. Portanto, compreendo que o espetáculo e a teatralidade configuram-se como dispositivos representativos e de exteriorização daquilo que se constitui como íntimo e privado dos sujeitos nas redes sociais virtuais. O autor afirma que: "se as subjetividades, nas redes sociais, procedem exteriorizando (...) aquilo que constituiria sua intimidade ou sua privacidade, essa autovigilância é compartilhada socialmente e o interior subjetivo passa a ser unicamente o valor agregado daquilo que se exhibe" (RODRIGUES, 2015, p. 61).

Paula Sibilia (2018) concorda com o pensamento de Rodrigues (2015) e traz como exemplo a rede social mais utilizada no mundo, o *Facebook*, em um de seus principais recursos, a *timeline*¹⁷:

A timeline do Facebook, por exemplo, que ainda é a mais popular rede social da internet, não representa apenas a epopeia do seu protagonista por meio de uma série de imagens cuidadosamente selecionadas, mas de algum modo a apresenta, a performa e a constitui. Agora, ambos os planos - vida e relato audiovisual - se confundem nessa biografia cuja textura é informática. (SIBILIA, 2018, p.205).

¹⁷ Ao traduzir para o português chama-se de linha do tempo. É um espaço em que os usuários publicam fotos, vídeos, textos etc. e que ficam salvos para que outros usuários tenham acesso. Esse espaço é organizado cronologicamente

A autora destaca que todas as publicações feitas pelos usuários não são só representação, mas apresentação dos gostos, saberes, frustrações, carácter, identidade..., isto é, apresenta, representa, performa e constitui esses indivíduos. Dessa forma, as redes sociais, como dispositivos de subjetivação, são um dos principais agenciadores de tal exposição de si, entretanto, tanto Paula Sibilia (2009), quanto Rodrigues (2015) alertam que não são elas que levam as pessoas a se exporem. Nas palavras do autor (RODRIGUES; 2015, p. 61):

A imagem mesma de uma interioridade privada, íntima, é uma construção moderna; mas, aliás, se a vida social consiste, como mostra Goffman, num teatro onde se brinca com a criação de um "si próprio", é preciso salientar que não são as redes sociais que levam a intimidade a se divulgar, mas sim que os dispositivos que cuidavam dessa intimidade se encontram entrelaçados com outros que a usam como valor de exibição. Assim, as redes sociais seriam, em todo caso, o cenário onde se expressa essa mudança nas condições de criação de subjetividades, e pelo qual fica claro que a imagem na construção do eu, essa imagem tão desdobrada pela psicanálise, em especial na versão de Jaques Lacan, não se encontra no interior nem na superfície do indivíduo; se encontra mais bem difusa no curso da ação social.

A citação acima recorda aquilo que salientei sobre a produção de subjetividades, isto é, que subjetividade não pertence a uma categoria íntima ou privada, assim como a modernidade construiu. Assim, as redes sociais virtuais seriam cenários em que o "eu" busca condições de representação de si¹⁸, repetindo, parafraseando Rodrigues (2015, p. 61): "cenário onde se expressa essa mudança na construção do eu".

Ao cartografar os perfis escolhidos para esta pesquisa, encontro sujeitos que são formados pela associação entre usuário e tecnologia. As subjetividades atravessadas por meio de linhas de forças diversas (dentre as quais estão os vetores de subjetivação: espetáculo, vigilância, teatralidade, disciplina e outros), serão formas de construir definições sobre cada usuário. Seus modos de ver, pensar, viver, sentir, angústias, alegrias, gostos, aptidões, anseios, medos etc. podem ser cartografados ali.

A atual heterogeneidade de modos de ser é um exemplo de rupturas com a modernidade na medida em que na contemporaneidade/cibercultura existem as novas tecnologias de comunicação que tornam os indivíduos sujeitos hiperconectados, cibersujeitos, ou ciborgues como afirma Regis (2012). O ciborgue representa uma realidade em que os limites do humano e não humano se apagam. A construção desse sujeito é, de fato, uma ruptura.

¹⁸ Sibilia (2009) utiliza o termo extimidade quando trata sobre intimidade na sociedade contemporânea. É um referente de intimidade que se exterioriza, isto é, subjetividade forjada em espaços de publicidade. Tal perspectiva vai de encontro com as afirmações de Bruno (2013) acerca da munda na tópica de subjetividade. Além disso, tal compreensão é pertinente ao tocante a autovigilância, pois retrata como ela pode ser vista hoje, como ainda veremos.

Já sendo conhecidas tais transformações nos modos de subjetivação contemporâneos atravessados pela visibilidade, percebo a necessidade de debater sobre outros aspectos importantes das redes sociais, desta vez, mais íntimos à proposta capitalista de consumo. Falo sobre o aspecto externalista visto na mercantilização e publicização do eu, nas redes sociais. Entre o título da seção e o texto apresento o quinto diário cartográfico.

2.8 MERCANTILIZAÇÃO E PUBLICIZAÇÃO DO EU

*Seus olhos me contentam
Eles me enchem de alegria
Mas posso ser mais alegre
Com outros olhos em vigia*

*Posso ser salvação para outros
Há quem espera minhas palavras
Como poder chegar a eles?
Me mostre qual é a estrada.¹⁹*

Durante o mês de agosto e grande parte do mês de setembro, deixei de lado os diários e imergi um pouco mais nas teorias que estão me dando suporte nesta pesquisa. Deixei de escrever os diários, mas estive atento a vários movimentos.

Nesse período observei bastante os perfis que estou estudando e eles me fizeram perceber que meu perfil não estava bem apresentável. Então eu questioneei: Que tal transformar @ocartografoguardante em um perfil mais atraente, criativo e interativo? Que tal tornar este perfil profissional e buscar engajamento, assim como os perfis dos quais estou cartografando? Por que não trocar o nome de usuário por um que se fixe melhor na mente dos usuários? Será que assim posso me tornar mais instagramável? Será que assim agradarei mais o olhar do outro?

Tais atravessamentos foram legitimados quando, em minhas visitas recentes ao território Instagram, percebi uma mudança no nome de usuário de um dos perfis que cartografo. O endereço do @_dihegoeloi agora é @_eloidihego²⁰. Não sei os motivos que o fizeram alterar. Talvez ele acredite que mudar a posição dos nomes pôde ser uma alternativa eloquente, decerto.

¹⁹ Poesia Olhos. Fonte: <https://abre.ai/cMpM>

²⁰ @_eloidihego é o perfil de um garoto magro de pele parda, morador de Teresina, no Piauí. Ele é dançarino e se identifica como gay. Fonte: https://www.instagram.com/_eloidihego/. Acesso: 03/04/2020.

Aproveito o ensejo e começo a pensar em um novo nome de usuário, mais envolvente e que seja fácil de escrever e identificar. Dentre as várias alternativas que me vieram à mente, @ocartografopoeta, @narrativascartograficas, @cartografovia, @vigiapoeta etc. o que mais me deixou afetado foi o @poetavigia.

Assim, a partir do dia 19 de setembro eu passei a ser o @poetavigia, aproveitando a possibilidade que a plataforma Instagram dá a todos os usuários de mudarem seus nossos nomes quando tiverem vontade (tal mudança não afeta o número de seguidores e nem provoca outras repercussões, porém tal nome de usuário não deve estar sendo usado por outra pessoa, se não a plataforma não aprova, em meu caso foi aprovado). Depois da mudança que fiz, resolvi também organizar um design diferente e mais bonito, a meu gosto.

No ícone do perfil há um menino olhando para o alto, esse menino sou eu. Para mim significa "menino sonhador" ou "menino pensante". Esta mudança me ajudou a arquitetar a proposta de compartilhar as afetações poéticas desta pesquisa no Instagram, no feed, como já pôde ser visto. Estou utilizando as poesias como mecanismo de interação com os meus seguidores. Não posto meu corpo, face ou vivências, mas aquilo que sinto e sou atravessado. Não sei se tais poesias vão agradar, mas este entretenimento pode agradar as pessoas.

(DIÁRIO V - 19 de setembro de 2020: De @ocartografovigilante para @poetavigia)

Busco nesta seção nos autores Paula Sibilia (2009) e Byung-Chul Han (2017) aporte teórico para debater outros temas que atravessam as subjetividades contemporâneas engendradas no contexto de vigilância, a saber, a mercantilização e a publicização do eu. Vetores de subjetivação correlacionados ao espetáculo, performance e máscara que ampliam a minha discussão sobre subjetividade contemporânea e dão pistas importantes ao entendimento sobre a (auto)vigilância.

Paula Sibilia propõe em "Show do eu" (2009) que na contemporaneidade as subjetividades se desdobram na espetacularização da intimidade e da vida privada. Ela propõe que as tecnologias digitais e redes sociais ajudaram a potencializar e/ou acentuar aquilo que ela entende como, o show ou publicização do eu, em que o eu se mostra e necessita que o outro o perceba e diga que o viu.

Sibilia (2009) percebe que a internet veio expandir um espaço de exposição que antes era conferido a poucos. Hoje, todas as pessoas - que possuem condições de acesso - podem ser vistas e aclamadas - ou não - por meio da exaltação do banal, tanto valorizado pela vigilância midiática. Ela percebe isso por meio dos reality shows (shows da realidade) que ganharam espaço nas mídias a partir dos anos 80, que retratam a espetacularização sinóptica do indivíduo

comum. Vê exponencialmente também nas plataformas da internet, a princípio os blogs, fotologs, videologs, sites e hoje, mais especificamente, nas redes sociais:

Outra vertente desta aluvião são os “diários íntimos” publicados na web, nos quais os usuários da internet contam suas peripécias cotidianas usando tanto palavras escritas como fotografias e vídeos. Trata-se dos famosos weblogs, fotologs e videologs, uma série de novos termos de uso internacional cuja origem etimológica remete aos diários de bordo mantidos pelos navegantes de outrora. É enorme a variedade dos estilos e assuntos tratados nos blogs de hoje em dia, embora sejam maioria os que seguem o modelo “confessional” do diário íntimo. Ou melhor: do diário éxtimo, de acordo com um trocadilho que procura dar conta dos paradoxos dessa novidade, que consiste em expor a própria intimidade nas vitrines globais da rede. Os primeiros blogs apareceram quando o milênio agonizava; quatro anos depois existiam três milhões em todo o mundo, e em meados de 2005 já eram onze milhões. Atualmente, a blogosfera acolhe cerca de cem milhões de diários, mais do que o dobro dos hospedados um ano atrás, de acordo com os cadastros do banco de dados Tecnorati. Essa quantidade tende a dobrar a cada seis meses, pois todos os dias são engendrados cerca de cem mil novos rebentos, portanto o mundo vê nascer três novos blogs a cada dois segundos. (SIBILIA, 2009, p. 13).

A autora pontua que os blogs, fotologs, videologs, sites e redes sociais seriam espécimes de reconfigurações dos antigos álbuns de retratos familiares conferidos a uma intimidade de grupo. Tal desdobramento contemporâneo veio, porém, a torná-los “éxtimos”, isto é, referente de intimidade que se exterioriza (subjetividades engendradas em espaços de publicidade). Os gêneros autobiográficos próprios dessas plataformas são atravessamentos de vetores de subjetivação que têm encontrado no relato a constituição do viver, nos representando e nos realizando como eus. Nesse caso, como também salientou Rodrigues (2015), os usuários dos blogs e redes sociais seriam tanto atores como espectadores.

Paula Sibilía (2009) também atenta que a prática desenfreada de exposição do eu se encontra ancorada num vazio latente, pois, diferente dos álbuns fotográficos familiares e dos diários íntimos, essa exibição enfraquece uma aura que ali poderia estar contida. Em suas palavras: “A despeito dessa qualidade um tanto misteriosa que flui da suposta imaterialidade das novas experiências midiáticas, são as cartas e os diários íntimos tradicionais os que parecem possuir certa aura sagrada que em outros campos tem deixado de existir” (SIBILIA, 2009, p. 37). Percebo que tal perspectiva vai ao encontro das interpretações que Byung-Chul Han usa para tratar sobre a Sociedade da Transparência (2017).

Para Han (2017), a sociedade da transparência é uma sociedade marcada pela rápida criação e compartilhamento da informação e pela exposição exacerbada de tudo, mais especificamente das imagens do eu mercantilizado. Essa sociedade também é marcada pelo apagamento da negatividade, que ele chama de sociedade positiva, tornando tanto o que se expõe, como a plateia (os expectadores), rasos e destituídos de alteridade. Assim, Han (2017)

compreende que nas plataformas de exposição da internet o valor cultural desaparece em favor de um valor de exposição. Tal entendimento ao meu ver é essencial para que se possa melhor discutir a produção de subjetividades engendradas nesse contexto. Sobre isso:

Segundo Walter Benjamin, para as coisas que estão a serviço do culto “é mais importante que existam do que sejam vistas” [17]. Seu “valor cultural” deve-se à sua existência, e não à sua exposição. A prática de colocá-las reclusas em espaço inacessível, limitando o acesso a elas, eleva seu valor cultural. Há imagens que permanecem encobertas a maior parte do ano. A negatividade do apartar (*secret, secretus*), delimitação, reclusão é constitutiva para o valor cultural. Na sociedade positiva, na qual as coisas, agora transformadas em mercadorias, têm de ser expostas para ser, seu valor cultural desaparece em favor de seu valor expositivo. Em vista desse valor expositivo, sua existência perde totalmente a importância. Pois, tudo o que repousa em si mesmo, que se demora em si mesmo passou a não ter mais valor, só adquirindo algum valor se for visto. A coação por exposição, que coloca tudo à mercê da visibilidade, faz desaparecer a aura enquanto “manifestação de uma distância”. O valor expositivo constitui a essência do perfeito capitalismo e não pode ser reduzido à contraposição marxiana entre valor de uso e valor de troca. Não é um valor de uso porque está afastado da esfera do uso; tampouco é um valor de troca porque não reste qualquer força de trabalho. Deve-se unicamente à produção do chamar a atenção. (HAN, 2017, p. 39).

Han (2017) identifica uma perda da aura ao tornar a intimidade mercadoria, como produto em propaganda. Han (2017), especificamente, afirma que em vista do valor de exposição, o eu publicizado, perde a importância. Mas não é somente aquele que se exhibe que se encontra vazio e opaco, mas o outro como plateia é objetivado e encontra-se vazio de alteridade. Ao tratar especificamente das redes sociais virtuais, Han (2017) entende que na era das redes sociais e dos aplicativos de *photoshop* o semblante humano se transformou em face, esgotado totalmente em seu valor expositivo. Ele entende que a face é o rosto exposto sem qualquer 'aura da visão', isto é, somente a mercantilização da face humana. É a partir daí que ele aponta a sociedade contemporânea como, também, sociedade pornográfica.

Han (2017) utiliza o termo "pornográfico" para caracterizar o tipo de exposição que ocorre nas mídias sociais. Para ele tal exposição é pornográfica, por se tratar de uma exposição sem profundidade e valor, uma exposição pela exposição, na única tentativa de chamar a atenção. A exposição em si não é pornográfica, mas a exposição capitalista, pois esta expõe como mercadoria e vota-se à hipervisibilidade. Para o autor, as imagens midiáticas são pornográficas: "Em virtude de sua característica de chamar a atenção, falta-lhes *punctum*, intensidade semiótica. Elas nada têm que pudesse tocar ou ferir; no máximo, apresentam o objeto que diz me agrada / I like" (HAN, 2017, p.37). A sociedade da transparência também é pornográfica porque tal exposição é feita unicamente pelo ato de se expor. Não há crítica, essência, aura, somente a vontade de ser visto e percebido ao que leva a sociedade a um estado de controle panóptico.

O capitalismo mercadológico com o marketing, a propaganda e o consumismo vem atravessar as subjetividades produzindo sujeitos-propaganda, pessoas produzidas na lógica da mercadoria e da pornografia. A própria aversão à negatividade²¹, como aponta Han (2017), é reflexo de uma sociedade que busca deixar a comunicação rasa e veloz, não se preocupando com a qualidade, o sentido, o valor do que se compartilha. "O veredicto da sociedade positiva é este: 'Me agrada'" (HAN, 2017, p.17).

Assim, espetáculo, performance, máscara, publicização do eu, mercantilização do eu e os outros temas que junto a estes estão criando este "rizoma" de estudo, foram trazidos aqui porque representam aquilo que estou enfrentando neste estudo com a rede social *Instagram*. A produção de subjetividades nessa rede social encontra-se ancorada nestes vetores de subjetivação (espetáculo, performance, máscara, publicidade...) e a autovigilância é um modo de subjetivação atravessado por estes vetores. Na próxima seção buscarei deixar mais claro o meu entendimento sobre a autovigilância nas redes sociais, entretanto não falarei ainda sobre o *Instagram*, deixando este tema para ser debatido na parte metodológica em que descrevo o meu território de estudo. Antes do texto apresento o sexto diário de campo e, assim como o título sugere, poder-se-á perceber traços de autovigilância dentro do relato.

2.9 REDES SOCIAIS E A AUTOVIGILÂNCIA

*Estive nu e me deste roupas coloridas
Adornou-me, vestiu-me, entupiu-me
De algodão, cedas e linho.
Senti-me confuso, com calor sufocante,
Mas gostei, pois, fui visto.
Uns sorriram, outros choraram, me questionaram, outros só viram.*

*Hoje não consigo mais despir-me, é impossível!
E uma peça só não contenta a minha alma transvertida.
Vou vestir-me de tudo e de todos.
Roubo tecidos que me roubam os sentidos,
Misturo conceitos e vestidos.²²*

Continuo observando o perfil @_dihegoeloi e em seu feed encontro alguns vídeos dele dançando um estilo de dança, o qual não conhecia. Pesquiso nas descrições dos vídeos e

²¹ Nas palavras de Han (2017): "A sociedade positiva evita toda a modalidade de jogo da negatividade, uma vez que esta detém a comunicação. O seu valor mede-se exclusivamente em termos de quantidade e de velocidade da troca de informação" (p. 19)".

²² Poesia Tecidos. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/cMpL>

consigo ver que se trata do Jazz Funk. Achei formidável a batida e os passos de dança, apesar de não me ver dançando ali com ele.

Fui pesquisar para conhecer melhor esse estilo e de acordo com o site que pesquisei essa modalidade mescla atitude, delicadeza e sensualidade (GARCIA, 2017). A letra da música que ele dança em um dos seus vídeos diz assim: Vagabundo vai mais longe que a NASA (uau). Ti-ti-ti-tipo o Rap das Armas. Baile de favela de copão na bala (vish). Olha como ela joga a raba (uh). Oh, oh, oh, oh, ela joga a raba (para)".

Em cada vídeo que o @_dihegoeloi posta dançando Jazz Funk em seu feed, enchem-se de comentários de louvor ao seu talento como dançarino. As pessoas põem emojis de coração, de rostinhos apaixonados... outros falam: "tu arrasa", "sou fã de mais", "um bebê". Percebo que seus vídeos não são grandes produções. No último vídeo, por exemplo, ele está na varanda de uma casa, com o celular apoiado no chão, com roupas simples etc. Entendo, assim, que para @_dihegoeloi não é preciso de tantos esquemas para encontrar visibilidade.

Antes de finalizar este diário, ainda vasculhando o Instagram, encontro @lucas_sntos2i²³, que não diferente do @_dihegoeloi está dançando e causando bastante entretenimentos aos seus seguidores.

O vídeo que vejo agora foi publicado no dia 9 de maio de 2020, e, atualmente, possui mais de 150 comentários elogiando a performance de @lucas_sntos2i. No vídeo ele tira a camisa e dança um brega funk com letra bastante sugestiva "à sexo e curtição". A letra, assim como os gestos da dança, diz: "Faz a posição neném, o papai vai te empurrar, esse é teu momento, pode se soltar. Sei que tu é fada e vai me encantar. O encanto pega quando começa a jogar. Empina, mexe a raba e com a mãozinha vai chamar."

(DIÁRIO VI - 21 de setembro de 2020: "Joga a raba").

Agora, com objetivo de entender a autovigilância no contexto de redes sociais virtuais, inicio esta seção recapitulando Bauman em sua fala em *Vigilância Líquida* (2014):

O propósito é aproveitar o total da personalidade subalterna e todo seu tempo de vigília para as finalidades da empresa. Trata-se de um expediente considerado, e não sem motivo, infinitamente mais conveniente e lucrativo que as medidas pan-ópticas, sabidamente caras, incontroláveis, restritivas e trabalhosas. A servidão, com a vigilância do desempenho 24 horas por dia, sete dias por semana, está se tornando plena e verdadeiramente, para os subordinados, uma tarefa do tipo "faça você mesmo" (BAUMAN, 2014, p. 61).

²³ @lucas_sntos2i é o perfil de um garoto Teresinense, magro de pele parda. Geralmente ele publica vídeos dançando sem camisa e obtém muitos comentários em suas postagens. Ele possui entre 18 a 23 anos de idade. Fonte: https://www.instagram.com/santin_mci/. Acesso em: 09/04/2020.

Essa citação faz inaugurar mais detalhadamente a problemática, a qual chamo de autovigilância. Compreendo que essa "servidão voluntária" que Bauman (2014) apresenta configura-se como indício de uma manipulação consentida que se faz pela sociedade de controle, dentro de uma esfera capitalista munida de dispositivos comunicacionais que, além de conduzir subjetividades à vigilância, à publicidade, à mercantilização e ao espetáculo, às conduzem a uma autovigilância. Mas antes de compreendermos como a autovigilância se opera, por meio das máquinas de ver e de ser, proponho estudar um pouco sobre essas máquinas, mais especificamente as redes sociais, haja vista que as destaco como parte desses dispositivos de visibilidade que produzem modos de ser inclinados ao ver e ser visto.

Entende-se por rede social uma estrutura composta por pessoas ou organizações que são conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns, como apresenta Souza (2017). Caracterizam-se também por possuírem um sistema linear de relação, isto é, não possuem uma estrutura hierárquica entre os participantes. Autores como Duarte e Frei (2008) percebem as redes sociais como ambientes desestruturados, pois possuem a habilidade de se fazerem e se desfazerem rapidamente.

As redes sociais online ou virtuais são aquelas que temos como exemplo o *Facebook*, o *Twitter*, o *Instagram*, o *LinkedIn*, o *Snapchat* entre outros, ambientes de interação virtual onde se encontram formações sociais, como grupos, comunidades etc., onde, na maioria, as conexões são formadas através de afinidade ou diversos outros critérios de conexão que podem partir desde uma amizade, admiração, ou mesmo uma simples empatia com o outro.

Cada rede social possui uma plataforma própria de interação, com recursos próprios ou similares, permitindo formas diferentes de interação e produção e compartilhamento de conteúdo. Os *stories*, por exemplo, são recursos presentes em grande parte das redes sociais online da atualidade (*Facebook*, *WhatsApp*, *YouTube* e *Instagram*) e trata-se de um mecanismo de compartilhamento de vídeos, fotos ou textos animados durante 24 horas, em que, muitas vezes, os usuários fazem narrações do seu dia a dia.

Assim, as redes sociais virtuais são espaços de socialização que dispõem de várias ferramentas de interação permitindo entretenimento, informação, práticas profissionais, etc., aos sujeitos que interagem nesses ambientes. E, como vimos em Bruno (2013), possibilitam a circulação de modos de ser que podem atravessar os usuários, ou seja, cada rede social sendo uma máquina de ver, gera também modos de ser. E dependendo do alcance que cada usuário tem, faz-se circular muito mais tais subjetividades. Os digitais influencers, por exemplo, são grandes disparadores de modos de ser, pois possuem um grande número (milhares) de outros usuários os seguindo e consumindo as suas publicações.

Portanto, como espectadores e produtores de conteúdo, os usuários acabam fazendo circular modos de ser e esses modos de ser publicizados via dispositivos midiáticos inserem a discussão sobre modos de subjetivação na interface entre a disciplina e o espetáculo, como afirmam Passos e Xavier (2018) e Bruno (2013).

Podemos perceber que há modos de ser, em circulação nas máquinas de visibilidade, que estão vinculados a uma busca pela "atenção" que pode ser comparada às atitudes das empresas de mercado quando buscam no marketing e na publicidade estratégias para acelerar o engajamento dos seus *stakeholders* (público da marca). Percebe-se isso quando o usuário procura deixar de lado características pouco atraentes ou consensuais e mostra, praticamente, apenas uma versão de si, construída para agradar e ter adesão da audiência, como percebe Domingos (2009) e Sibilia (2008; 2016) quando debate sobre a publicização do eu.

Por meio Bruno (2013) compreendo as redes sociais como máquinas que legitimam a vigilância sobre o indivíduo comum, aspecto já diagnosticado por Foucault (1987) no panóptico moderno. Considero, assim como Bruno, essa linha de continuidade entre modernidade e contemporaneidade:

Foucault destaca em sua análise um movimento que encontra continuidade hoje: a incidência do foco de visibilidade sobre o indivíduo comum. Este movimento se faz em contraste com as sociedades de soberania, que colocavam em cena a visibilidade do poder monárquico, encenando sua força e seu brilho por meio de toda uma arte do ser visto. (BRUNO, p. 26).

Trabalhos já publicados que tratam sobre exposição do indivíduo comum nas redes sociais (DOMINGOS, 2009; OLMOS e FAVERA, 2015; SILVA, AZEVEDO e GALHARDI, 2015; CORRÊA e DUART, 2014; CRESPO E ROCHA, 2016; SILVA e ALENCAR, 2017; SIBILIA 2009, entre outros), em linhas gerais, vêm problematizando a utilização dessas redes como ferramenta de ostentação de bens, de exibicionismo, de voyeurismo e de desabafo (em que falam a suas dores e alegrias, em construções autonarrativas). Posso perceber nas redes sociais virtuais modos de subjetivação baseados numa exposição intencional e negociada de experiências íntimas individuais e coletivas, porém não descarto formas de resistência que podem fugir da homogeneização capitalística, mesmo em menor número.

Quando lembro das perspectivas de Guattari e Rolnik sobre a produção de subjetividade capitalística, percebo que os traços externalistas nas redes sociais podem estar inclinado a uma tentativa dos usuários em se legitimarem como pertencentes a uma comunidade de consumo, como argumentam Passos e Xavier (2018). Em outras palavras, esses traços de

subjetividade exteriorizada (BRUNO, 2013), característicos da contemporaneidade, deixam a entender a sua concomitância às disciplinas de uma sociedade estritamente capitalística.

Bruno (2013) compreende que o olhar do outro ao ser interiorizado pode transpassar a proposta de uma vigilância para uma autovigilância. Ela busca inspiração no modelo disciplinar. Em suas palavras:

A hipótese histórica é a de que a atenção com o que é visto por outrem vai sendo progressivamente interiorizada, constituindo todo um campo de cuidados consigo, de autocontrole, autorregramento e autovigilância que passa a reger a esfera íntima e privada. (...) nota-se que tal regime de visibilidade escava uma subjetividade interiorizada, dobrada sobre si mesma, que, na sua forma ideal, instaura de si para consigo uma autovigilância que de algum modo continua o olhar do outro e a norma por ele representada. (BRUNO, 2013, p. 56, 63).

Através dessa passagem, posso entender que a autovigilância é a "continuação do olhar do outro" que foi introjetado pelo próprio sujeito, causando uma vigilância interna que possui objetivos de disciplinamento, controle e regramento de modos de ser em busca da aprovação do olhar do alheio. A distribuição dos homens entre normais e anormais produz no interior do indivíduo uma inquietude constante com a normalidade dos atos, pensamentos e desejos, seguido pelo esforço por pertencer aos normais, quer dizer, por conformar-se aos valores sociais, por adequar-se à regularidade.

De acordo com Vaz e Bruno (2003), o alargamento do conceito de autovigilância implica um modo indistinto de conceber poder e cuidado. Aqueles que exercem o poder se legitimam por se apresentarem como quem ajuda os indivíduos a cuidarem da parte de si que ameaça sua constituição enquanto sujeito, como quem cuida da negatividade que os habita. Técnicas de vigilância estão necessariamente relacionadas a práticas de autovigilância. A autovigilância não dependeria apenas do poder invisível e inverificável do panóptico, mas também do julgamento normalizador. Isto porque não basta interiorizar a vigilância, "é preciso ainda que cada um se julgue – pior, deseje se julgar – segundo os valores sociais vigentes" (VAZ, 2002, p. 131). É a sanção normalizadora.

Percebo que Bruno (2013) identifica a autovigilância ancorada à sociedade disciplinar, por se deter ao olhar normatizado do panóptico. Posso considerar como uma linha de continuidade com os dias de hoje pelo fato de que o olhar do outro nas redes sociais passa a ter poder equivalente ao olhar do guarda geral do panóptico, que vigia e produz subjetividade. Mas, ao meu ver, a linha de ruptura está na compreensão de que tal panóptico "não possui a repressão e/ou o medo como vetor de subjetivação", isto é, o que muda da autovigilância moderna para a autovigilância contemporânea (no sentido das redes sociais virtuais) é o fato de que as pessoas

não são obrigadas a se submeter ao olhar do outro. Seria uma atitude gratuita, embora incitada pelo consumismo e outras práticas normatizadoras do capitalismo.

Sobre esse esquema, Pedro Russi (2016) compreende as redes sociais como dispositivos confessionais, de autovigilância e biopoder. Ele se detém nos recursos das redes sociais para sugerir que a autotransmissão, propaganda de nós mesmos e interação social, é manifestação do dispositivo de controle (RUSSI, 2016). Ele encontra nos conceitos foucaultianos - dispositivo, biopoder, vigilância e disciplina - argumentos para identificar as redes sociais como dispositivos onde funcionam os modos de subjetivação ligados às tecnologias do eu, isto é, vertente interna do poder e de como cada um processa a sua subjetividade (RUSSI, 2016).

Russi (2016) observa nas práticas de exteriorização de tudo aquilo que está no âmbito do segredo, como um autêntico dispositivo confessional que legitima a prática de visibilidade, tornando-a prazerosa. Algo que vai ao encontro da perspectiva de poder, que, como vimos através de Foucault, infunde-se na liberdade e aceitação, como Russi (2016, p. 65-66) afirma: "A exacerbação individualista como um cuidado de si que sujeita e não emancipa, porque o sujeito 'investe na sua liberdade', isto é, consome a liberdade".

Então, as redes sociais, com seus mecanismos de interação que deixam perceber o olhar do outro, nessa dinâmica um tanto "exacerbada", como percebe Russi (2016), torna-o um dispositivo de controle que tem como efeito a autovigilância. O pesquisador, assim como Bruno (2013), propõe refletir as influências das redes sociais para a produção de subjetividades, que de antemão, se inserem numa perspectiva de autovigilância.

Além disso, ao tratar sobre o panóptico Foucault (1987, p. 157) trata sobre a autovigilância que é assumir sobre si as relações de poder:

Ele que está sujeito a um campo de visibilidade, e quem o conhece, assume responsabilidade pelas restrições de poder; ele os faz jogar espontaneamente sobre si mesmo; ele inscreve em si mesmo a relação de poder em que ele desempenha simultaneamente os dois papéis; ele se torna o princípio de sua sujeição própria.

Assim, o que é autovigilância para mim? Com a ajuda desses autores, compreendo que a autovigilância se estabelece como a subjetividade exteriorizada presente nas redes sociais virtuais, em que as esferas de cuidado e controle de si se fazem na exposição pública ao alcance do olhar do outro e a norma por ele representada.

A autovigilância configura-se como um modo de ser atuante nas redes sociais virtuais. Posso ver isso, por exemplo, quando percebo a importância dada pelos usuários ao reconhecimento e a admiração do olhar do outro, que fazem funcionar um ciclo de

autoexposição e aceitação/reconhecimento que retroalimenta a autoexposição, fazendo compreender que o olhar vigilante se aloca ao próprio sujeito quando o permite conduzir-se e, assim, disciplinar-se, por tais regras de interação. Em outras palavras, os modos de ver e aprovar do outro vão sendo progressivamente interiorizados, constituindo todo um campo de cuidados consigo, de autorregramento, autocontrole e autovigilância que passa a reger a esfera íntima e privada, podendo traduzir que tratar-se da continuação do olhar do outro.

Quanto à autoexposição, separei alguns temas que atravessam comumente essa questão, especificamente no que tange ao prazer do olhar, a saber, o exibicionismo, voyeurismo, erotismo e narcisismo. Esses modos de subjetivação poderão ser percebidos durante a construção dos diários cartográficos de campo, então usarei alguns dos autores que já vêm contribuindo aqui, pois também abordam sobre tal discussão em seus textos. O diário que precede o texto é sugestivo ao tema abordado.

2.10 CIRCUITOS DE PRAZER E AUTOVIGILÂNCIA

*Detenho-me em acordes e corticoides.
No desejo iminente que tanto se faz eminente.
De tentar traduzir, sem letras, o que passa por ti.
Mistérios estéreis que me faz te abolir.*

*Dos projetos, mas não dos anseios.
Dos meus meios, mas não dos afetos.
Dos concretos, mas não do futuro.
Do capítulo, são sei se estou certo.²⁴*

Faz um tempo que nas redes sociais se ouve falar em "biscoito". Mas o biscoito que trato não é o tangível e comestível, aquele que costumamos ter nos cafés da manhã ou nos lanches da tarde. Mas um termo ou gíria que, na linguagem "instagramal", significa dar crédito a uma "fotografia caprichada".

Se ouve muito falar frases como estas: Ele(a) é um biscoiteiro(a)! Você quer biscoito? Tá pedindo biscoito! Tais frases usam a terminologia biscoito e biscoiteiro. O biscoito seria o reforço positivo ou elogio sático de uma fotografia legal e sedutora, já o biscoiteiro é a pessoa que apela pelo biscoito, sempre postando fotos de tal escopo.

Mas não é qualquer foto bem elaborada que pode ser digna de um biscoito, deve-se chamar a atenção de verdade. Muitos dos usuários do Instagram pedem biscoitos ou

²⁴ Poesia Estéreis. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/cMpQ>

são dignos de tal quando postam fotos sedutoras, mostrando partes específicas do corpo, muitas vezes apelando ao narcisismo, erotismo, exibicionismo e voyeurismo.

Agora vejo alguns dos perfis da pesquisa. Abro primeiramente o perfil da @ana.iedon²⁵. Percebo que ela é bastante biscoiteira! Grande parte de suas publicações ela está fazendo charme, como esta que vejo agora em que põe o dedo nos lábios e mostra seu corpo seminu para seus seguidores.

Abro os comentários, há dezenas. Todos são elogiosos. Há emojis e palavras de valorização. Vejo nítido a admiração do olhar do outro. As palavras são: "perfeita", "arrasou", "linda", "afrontosa", "lindona", "que tiro", "chuta menos", "minha net não aguentou o peso dessa foto", "marremenina", "que mulher perfeita" e por aí vai... Vejo que ela está dentro dos parâmetros consensuais que adota o capitalismo.

Abro também o perfil @azev.jr²⁶ e, não diferente do perfil da Ana, há bastante publicações sugestivas a biscoito. Em uma das publicações do seu feed vejo um seguidor ofertando alguns biscoitos. E o @azev.jr responde com gosto tal comentário.

Poderia palpitar negativamente sobre tal prática exibicionista, porém acredito como Mário Quintana que beleza é para ser mostrada, ou que: "Dizes que a beleza não é nada? Imagina um hipopótamo com alma de anjo... Sim, ele poderá convencer os outros de sua angelitude - mas que trabalheira!"

Entendo, assim, que no Instagram é instagramável também as fotos biscoiteiras, menos instagramável seria as postagens que em vez do usuário ganhar um biscoito, ganhasse uma "bolacha". Mas essa bolacha não seria aquela tangível, que se come e que é sinônimo de biscoito, mas a que usamos para interpretar um "tapa", agressão física. Poderia dizer que as publicações "bolacheiras" seriam as que menos contém comentários e elogios. Aquelas que o público dá pouca atenção. Pouco curte. Acredito que vivemos entre biscoitos e bolachas, mas que o biscoito, diferente da bolacha, é definitivamente mais instagramável.

Talvez, em vez de bolacha, usa-se o "cancelamento". O cancelamento é um termo que está sendo muito usado nos últimos meses e diz respeito a reprovação de um grande público a uma ação que uma personalidade da mídia tenha feito. Vários influenciadores e artistas chegaram a ser cancelados no Brasil. A cantora brasileira Anitta, por exemplo,

²⁵ @ana.iedon é o perfil de uma garota de pele parda e cabelos cacheados. Teresinense de idade entre 20 a 25 anos. Possui cerca de 5170 seguidores. Fonte: <https://www.instagram.com/ana.iedon/>. Acesso em: 06/04/2020.

²⁶ @azev.jr é o perfil de um rapaz de idade entre 25 a 30 anos de idade. Ele é branco, gay e costuma postar fotos expondo seu corpo malhado. Endereço: <https://www.instagram.com/azev.jr/>. Acesso em: 10/05/2020.

em 2019 foi cancelada por não ter posição política durante as eleições do mesmo ano no país. Ela foi muito criticada e perdeu milhares de seguidores e fãs. Apesar de que, percebo, tenha recuperado seu prestígio posteriormente.

(DIÁRIO VII - 22 de setembro de 2020: Entre biscoitos e bolachas).

Ainda com intuito de esclarecer um pouco mais sobre a autovigilância nas redes sociais virtuais, me reporto brevemente a alguns temas que surgem no tocante ao prazer contido no ato de se expor e de se ver. Falo especificamente do exibicionismo, narcisismo, erotismo e voyeurismo, outros modos de subjetivação bastante comuns, ligados à escopofilia, termo utilizado especialmente na psicologia e psiquiatria e diz respeito ao prazer estético derivado de uma pessoa olhar para algo ou para alguém (na sexologia diz respeito ao prazer do olhar que se direciona ao erótico).

Compreendo que são modos de ser publicizados via dispositivos midiáticos que se inserem à discussão sobre autovigilância na interface entre subjetividade, vigilância e visibilidade. Paula Sibilia (2018) afirma:

Através desses dispositivos, todos os dias, milhões de indivíduos comunicam dados de toda classe sobre si mesmos, inclusive textos e imagens pessoais de diversa índole. Entre essas últimas se destacam, cada vez mais, as fotografias e os vídeos que expõem a própria nudez. Muitos investem nessa tarefa de autoexibição boa parte de sua energia e seu tempo, mas não se trata só disso: todos costumam monitorar também, com diversos graus de curiosidade e afimco, as informações relativas a qualidades crescentes de gente interconectada e facilmente localizável. (p. 214-215).

O exibicionismo, erotismo, narcisismo e voyeurismo tratam-se de traços muito comuns que estão presentes nas performances de comunicabilidade dos usuários das redes sociais. Todos esses temas atravessam discussões da psicopatologia e da sexualidade e vêm formulando várias investigações transdisciplinares em tempos de publicização da intimidade. Acredito que depois da internet, tais discussões passaram a ser mais debatidas quanto menos vistas paradoxalmente.

Os traços exibicionista e erótico, por exemplo, são vistos em fotografias e vídeos nas redes sociais como estratégia de comunicação e engajamento (SERRÃO SILVA, 2019), mas também estão debruçados a uma dinâmica de produção propriamente capitalística, que promove e incita uma mercadorização da sexualidade. Han (2017) percebe que há um novo uso coletivo da sexualidade no capitalismo dado por meio da pornografia. E, para ele, a pornografia também seria um ato de esvaziamento da sexualidade.

Han (2017) afirma: "a consciência de estar exposto a um olhar cria, portanto, um vazio atuando como desencadeador violento de processos de exposição, que ademais vivificam o rosto". Nesse sentido, a pornografia é mais um sinal dos meios de mercantilizar e consumir a sexualidade humana em que a moeda de troca é tão esvaziada de alteridade quanto o ato de se expor.

Em suas palavras, Han (2017) afirma:

O corpo pornográfico é raso, não é interrompido por nada. A interrupção cria uma ambivalência, uma ambiguidade. Essa imprecisão semântica é erótica. Assim, o erótico pressupõe a negatividade do mistério e do ocultamento (...). É a mais descarada indiferença que têm de aprender, antes de qualquer outra coisa, os modelos e estrelas pornô e outros profissionais da exposição; a saber, não mostram nada mais do que o mostrar (ou seja, sua absoluta integração midiática) (...). Nas imagens pornográficas tudo está voltado e exposto para fora; a pornografia não tem interioridade, guardada, mistério. "Como uma vitrine, onde se mostra uma única peça decorativa, iluminada, ela se volta completamente para a exposição de uma única coisa: o sexo; jamais um outro elemento que pudesse ser tema de encobrimento, retardo ou desvio". (p.34,35).

Além do que Han (2017) fala acima, acrescento que a rapidez com que se consome a imagem pornográfica (no sentido adotado por Han) torna o ciclo de exposição quanto mais frequente e raso. A dinâmica de funcionamento das redes sociais permite que se exponha e logo se tenha comentários, likes, compartilhamentos, mas que duram por tempo curto, dando espaço para outras publicações de dezenas de outros usuários que ao meu ver, disputam a atenção um dos outros. Esse campo de disputa por atenção é um dos aspectos que entendo também como autovigilância, pois se faz por meio de uma gama de cuidados consigo que exigem autorregramento, autocontrole e policiamento dos usuários.

O narcisismo nas redes sociais diz respeito a uma concentração de libido voltada a si mesmo, por meio de um culto ao selfie, mas que na conjuntura topológica da subjetividade contemporânea, percebe no olhar do outro mais um meio de autenticação que somente seu próprio olhar. De acordo com Leal e Petrarca (2015, s/p): o "sujeito que se comporta narcisicamente clama por ser aceito; existe nele uma imensa necessidade de aprovação da sua imagem pelo outro e, principalmente, há o desejo de ser especial".

O voyeurismo como a prática de consumir a intimidade do outro, legitima a exibição. Como fenômeno social, passa a ser critério preponderante ao estatuto do olhar do outro. Ao tratar sobre o tema, Bruno (2013, p.69) afirma:

Dos reality shows às redes sociais, convida-se o outro, numa espécie de voyeurismo simulado, a penetrar na intimidade, naquilo que aí ocorre de mais corriqueiro. Aquele que por ora está na condição de espectador é chamado a participar ativamente nestas novas modalidades de exposição de si. Se o eu se constitui na imagem e como imagem, é preciso que ele tome para si seus atributos contemporâneos, ampliando a sua

margem de interatividade. O eu-imagem deve ser reativo ao olhar do outro. Sua autenticidade não mais se esconde por trás de signos a interpretar, mas se constitui no ato mesmo de se fazer ver pelo outro.

Entendo que o prazer momentâneo passa a ser um vetor de subjetivação que atravessa a vigilância/visibilidade. No *Twitter*, por exemplo, as políticas de privacidade²⁷ são menos rígidas que as demais redes sociais, pois é comum se compartilhar fotos e vídeos que expõem nudez e sexo, espaço bastante frequentado pelos voyeurs (FILHO; ALEXANDRE, 2011). As redes sociais *Facebook* e *Instagram* têm suas políticas de uso²⁸ que restringem tipos de exibição e voyeurismo mais escancarados. Porém é comum ver e compartilhar imagens do corpo seminu, de pessoas com peças íntimas na piscina, na praia e até mesmo em outros poucos sugestivos.

Foucault (1979) aborda a questão da exibição pornografia (no sentido da exploração do corpo nu) em uma conversa em que o entrevistador pergunta acerca das "recuperações" do corpo por meio da pornografia publicitária que estava em grande ascensão na época. O filósofo responde:

Eu não estou inteiramente de acordo em falar de "recuperação". E o desenvolvimento estratégico normal de uma luta... Tomemos um exemplo preciso: o do auto-erotismo. Os controles da masturbação praticamente só começaram na Europa durante o século XVIII. Repentinamente, surge um pânico: os jovens se masturbam. Em nome deste medo foi instaurado sobre o corpo das crianças – através das famílias, mas sem que elas fossem a sua origem – um controle, uma vigilância, uma objetivação da sexualidade com uma perseguição dos corpos. Mas a sexualidade, tornando-se assim um objeto de preocupação e de análise, como alvo de vigilância e de controle, produzia ao mesmo tempo a intensificação dos desejos de cada um por seu próprio corpo... O corpo se tornou aquilo que está em jogo numa luta entre os filhos e os pais, entre a criança e as instâncias de controle. A revolta do corpo sexual é o contra-efeito desta ofensiva. Como é que o poder responde? Através de uma exploração econômica (e talvez ideológica) da erotização, desde os produtos para bronzear até os filmes pornográficos... Como resposta à revolta do corpo, encontramos um novo investimento que não tem mais a forma de controle-repressão, mas de controle-estimulação: "Fique nu..., mas seja magro, bonito, bronzado!" A cada movimento de um dos dois adversários corresponde o movimento do outro. Mas não é uma "recuperação" no sentido em que falam os esquerdistas. E preciso aceitar o indefinido da luta ... O que não quer dizer que ela não acabará um dia. (p. 83).

Foucault (1979) percebe que já em sua época a sexualidade passou a ser um atuante dispositivo de poder do qual o capitalismo se apropriou como método de propagar suas ações de consumo. Tal percepção tornou-se preponderante em nossos dias, da televisão e jornais

²⁷ Políticas de privacidade do Twitter: Disponível em: <<https://twitter.com/pt/privacy>>. Acesso em 17/09/2020.

²⁸ Políticas de privacidade e de uso do Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/notes/yam%C3%A1-cosm%C3%A9ticos/pol%C3%ADtica-de-privacidade-e-termos-de-uso-facebook/364483497032245/>>. Acesso em: 10/09/2020. Atualizações dos Termos e Políticas de dados do Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/terms/accept/?hl=pt-br>>. Acesso em: 10/09/2020.

impressos passou a ser conteúdo atuante em sites e redes sociais. Questiono-me como que o mercado pôde se apropriar do exibicionismo e do voyeurismo, legitimando-os e tirando proveito deles para seu desenvolvimento.

Hoje é comum que haja milhões de visitas em sites pornográficos, o *Pornhub*, por exemplo, o maior site de conteúdo pornográfico da internet, recebeu mais de 33,5 bilhões de visitas só em 2018.²⁹ Durante a pandemia do coronavírus, esse consumo só aumentou, relacionado ao distanciamento social. Não estranharia se fosse comprovado que a exposição exibicionista e o voyeurismo nas redes sociais durante a pandemia também tenham aumentado.

Aproveito o ensejo, pandemia, para finalizar as imbricações teóricas por meio de um pequeno debate que abordará a repercussão desta para os regimes de visibilidade e vigilância. Buscarei fazer uma correlação entre a "autovigilância médica" e sua relação à autovigilância nas redes sociais. Sobre pandemia e biovigilância, Bruno discute que "estamos em um momento em que a vigilância e o cuidado de si e do outro se entrelaçam, cruzam, de uma forma extremamente íntima e ao mesmo tempo muito inquietante e potencialmente perigosa" (2020, s/p), em uma conferência que participa neste ano, 2020.

2.11 PANDEMIA, BIOVIGILÂNCIA E AUTOVIGILÂNCIA

*Com o pouco tempo que tenho
Em minhas horas mal administradas
Nestas teclas me detenho
Em busca de um pouco de estada*

*É uma alternativa armada
Que em outras vezes vingou
Espero que não seja amarga
E piore mais do que estou*

*Um vazio me adentrou
E como em outrora
O papel se mostrou
Critério para arrancá-lo fora*

*A escrita abicora
O pensamento racional
O abre e ancora
Um sentimento funcional*

*Que, assim, arranque o passional
E me carregue para onde for*

²⁹ Disponível em: <https://www.pornhub.com/insights/2018-year-in-review>. Acesso em: 22/01/2021.

*Menos pra onde habite o mal
Que seja, portanto: flor, humor...*³⁰

Hoje é o último dia do mês que chamamos de "setembro amarelo", mês em a Associação Brasileira de Psiquiatria – ABP, em parceria com o Conselho Federal de Medicina – CFM, organiza nacionalmente a campanha contra o suicídio. Na parte inicial do site "https://www.setembroamarelo.com/", encontro informações importantes: "São registrados cerca de 12 mil suicídios todos os anos no Brasil e mais de 01 milhão no mundo. Trata-se de uma triste realidade, que registra cada vez mais casos, principalmente entre os jovens".

Fiquei refletindo de que maneira o @poetavigia poderia contribuir com essa campanha. Vi que muitas pessoas estão sensibilizadas com tal e andam publicando algo que incentive a não prática do suicídio. Principalmente neste período tão delicado em que estamos passando que acaba afetando a saúde psíquica das pessoas, assim como vem, infelizmente, afetando a minha.

A pandemia do coronavírus vêm fazendo as pessoas mais tristes, ansiosas e depressivas, dizem pesquisas. Os motivos são claros: isolamento social, diminuição de atividades de lazer, desemprego, pobreza, violência doméstica etc. Para mim é difícil aceitar o distanciamento da universidade, amigos... ao mesmo tempo acompanhar tantas mortes ocorrendo no mundo. É algo assustador. As vezes não consigo escrever, a ansiedade é grande, mas consigo equilibrar meus pensamentos. Há pessoas que não conseguem equilibrar os pensamentos e tendem a buscar pelo suicídio.

Percebo que os perfis que estou cartografando hora ou outra demonstram-se deprimidos, solitários, descontentes. Uns recorrem ao compartilhamento de fotos e vídeo de momentos bons que viveram e registraram no celular, outros tentam se afastar das redes, outros publicam fotos fazendo atividades físicas em casa... isto é, buscam inventar novas formas de viver ou fugas para as angústias que estão vivendo. Cheguei a perder pessoas próximas para o vírus, é difícil aceitar!

*Enfim, consegui pensar numa forma de ajudar as pessoas. Tenho uma poesia que fiz que relata minhas angústias deste período. A letra fala sobre superar a dor pela arte. Isto é, a atitude de escrever, fazer poesia, me faz me sentir melhor quando estou angustiado. A poesia que fiz se chama *Entroncamento*. Vou postar lá, tomara que meus seguidores gostem!*

(DIÁRIO VIII - 30 de setembro de 2020: Diga não ao suicídio).

³⁰ Poesia *Entroncamento*. Fonte: @poetavigia - <https://abre-ai.link/P12pT>

Nesta última seção do debate teórico, busco trazer a discussão para um tema que vem atravessando a construção desta pesquisa direta e indiretamente. Falo da pandemia da Covid-19, que não deixa de estar totalmente oblíqua às tecnologias de vigilância e a produção de subjetividades e, assim, estar pautando autovigilâncias tanto no campo físico como no campo virtual. Para tal discussão, trago novamente as ideias de Fernanda Bruno, agora sobre a "biovigilância" (BRUNO, 2020).

Fernanda Bruno (2020) tem construído um debate sobre a relação da liberdade com a biovigilância, tipo de vigilância posto muito em cheque no mundo nos últimos meses. Ela busca no conceito de biovigilância problematização para algumas repercussões sociais trazidas pela Covid-19. A pandemia mundial que o coronavírus veio incitar está deixando o planeta em estado de quarentena em que a recomendação é o distanciamento social como medida sanitária de controle da propagação da enfermidade, até que grande parte da população seja vacinada. Isso acaba por afetar consideravelmente a liberdade de ir e vir, em prol da saúde coletiva. Bruno (2020) percebe que esse episódio está intensificando uma biovigilância que em nome da vida biológica tem valido toda e qualquer restrição às liberdades individuais e a legitimação das formas mais invasivas de vigilância, que passam, além de serem aceitas, a serem clamadas³¹, algo que ela discorda totalmente.

Bruno (2020) percebe na pandemia a grande relação entre as tecnologias de vigilância e a produção de subjetividades, tema que já vem debatendo aqui nas seções anteriores e que vem trabalhando há mais de uma década. A autora me ajuda a compreender que a (auto)vigilância está presente neste contexto e em vários outros da vida contemporânea, podendo ser discutida por diversas vertentes possíveis, assim como nos modos de subjetivação agenciados nas redes sociais virtuais.

Heitor Guimarães (2020), ao tratar sobre o coronavírus, destaca a autovigilância como traço da produção de subjetividades na pandemia. Embasado nas ideias de Foucault, enfatiza: "É o medo em relação a essas manifestações do elemento maligno presente em cada um, conclui Foucault, aquilo que leva o sujeito cristão, do século III em diante, a viver sob um regime de autovigilância e exame de consciência" (GUIMARÃES, 2020, p.7). Em outras palavras, o autor compreende que a produção de subjetividades na pandemia tem o medo como vetor de subjetivação; medo de uma ameaça biológica, o coronavírus, que vem pautando os modos de viver das pessoas, os quais encontram na autovigilância certo alento:

³¹ Posso afirmar que tal subjetivação se ancora nos discursos neoliberais dos partidos considerados de direita atualmente no Brasil.

A experiência moderna de cuidados de saúde implicava que os indivíduos começaram a cuidar de sua saúde apenas quando sentiram doente. Como esse sentimento era o aspecto subjetivo de um comprometimento das normas vitais, indivíduos tornaram-se pacientes e prontamente aceitaram restrições em seus comportamentos, a fim de recuperar. Hoje, ao contrário, os indivíduos aceitam restringir seu comportamento a fim de cuidar de sua saúde mesmo e principalmente quando vivenciam o bem-estar. (VAZ; BRUNO, 2003, p. 227). [tradução minha].

Tal "medo" passa a ser um vetor de subjetivação contemporâneo importante que desponta na vigilância, autodisciplina e autocontrole constantes, a fim de garantir a saúde, a vida. Assim, diante do episódio em que todos estamos vivendo, posso compreender ainda mais o quanto a vigilância está regulando a contemporaneidade, de modo especial, no que tange ao cuidado de si e do outro, que nessa e outras circunstâncias desemboca autovigilância.

A repercussão desse evento é vista tanto no ambiente físico como no virtual. Ao acessar o Google Acadêmico, percebo que desde o ano passado, 2020, até hoje, 22 de janeiro de 2021, há pelo menos 60 artigos acadêmicos publicados acerca da autovigilância e pandemia, porém mais de 90% desses artigos são da área da saúde. Os artigos abordam sobre a vigilância e a autovigilância dos corpos em detrimento da não contaminação pelo vírus como forma de evitar mortes. Ou seja, uma autovigilância comportamental (como o ato de sempre lavar as mãos, usar máscara e se isolar, por exemplo) prevenindo as pessoas de se contaminarem.

No ambiente virtual, mais especificamente nas redes sociais, puderam e podem ser vistas publicações acerca de um controle sobre os corpos. Os usuários, principalmente na primeira metade do ano de 2020, não deixaram de alimentar a plataforma com publicações que relatavam o dia a dia na quarentena. Nas publicações percebe-se uma preocupação em demonstrar que se está fazendo alguma coisa e tal coisa está dentro dos parâmetros aconselhados pelos médicos. Percebo que tais publicações, em que as pessoas estão mostrando suas atividades isoladas ou com a família, é uma forma de autovigilância na medida em que se mostra o cumprimento do distanciamento social.

Além disso, foi possível perceber publicações de artistas e digitais influencers que suplicavam que seus seguidores pudessem se isolar e praticar a autovigilância para evitar a proliferação do vírus. Tal atitude de cuidado consigo e com outro, autovigilância e vigilância, durante a pandemia, pode ser visto em meus diários de campo também. A pandemia potencializou o aumento dos regimes de visibilidade/vigilância, pois o isolamento social encurtou as relações presenciais, tornando o ambiente online mais acessado.

Por fim, essa viagem sobre o meu universo de pesquisa permitiu criar um rizoma teórico que me ajudou a compreender (por meio da cartografia) um pouco mais sobre a relação entre a produção de subjetividades na contemporaneidade e a autovigilância. Os diários de

campo servem como vivência que contribui melhor para o conhecimento prático do que os autores falaram. Terminei tal capítulo lembrando que ele foi elaborado durante todo o período de mestrado, ao mesmo tempo em que eu ia conhecendo meu território de estudo e fazendo minha cartografia no *Instagram*. Compreendo também que pode ter sido deixado de lado algum componente importante, pois este tema de estudo é bastante complexo. Ademais, acredito que tal explanação é suficiente de acordo ao que objetivei em meus dois primeiros objetivos específicos que foram: a) Discutir a produção de subjetividades engendradas no contexto de vigilância e b) Analisar como a autovigilância ocorre nas redes sociais.

No próximo capítulo, em que relato o planejamento metodológico (assim como nos diários que estão sendo apresentados paulatinamente), busco alcançar meus dois últimos objetivos específicos que são c) Entender o funcionamento do *Instagram* como dispositivo de visibilidade/vigilância; e d) Mapear a autovigilância em perfis de nanoinfluenciadores no *Instagram*.

3 UM CARTÓGRAFO DE OUTROS MAPAS

*"Na geografia de teu corpo, aprofundo-me!
Feito cientista, estudo tua anatomia. Sinto-me
um calouro com um mapa às mãos. Descubro
curvas - por onde ando - segredos impressos,
versos poéticos poemas inteiros. Quanto mais
arrisco-me tanto mais confundo-me! Desbravo
a ti, feito um bandeirante desbrava a terra
nova. Monto campana em teus olhos - que de
tão brilhantes - reflete todo o meu pecado..."*

(J.W. Papa)

Os caminhos teóricos que percorri, aclararam muito mais a pertinência em conduzir esta pesquisa por meio de uma estratégia metodológica versátil e contemporânea. Assim, diante das reflexões sobre a produção de subjetividades e por meio de incitações acadêmicas que me vieram desde o início do mestrado, decidi dirigir esta pesquisa com a "cartografia", terminologia tão bem conhecida por mim desde quando a ouvi ser dita pela primeira vez no Ensino Básico ao estudar os mapas geográficos, mas que agora me apropriou como estratégia metodológica parceira na construção desta pesquisa.

A palavra cartografia é originária da geografia e para os geógrafos corresponde a "um conjunto de estudos e operações científicas, técnicas e artísticas que orienta os trabalhos de elaboração de cartas geográficas" (IBGE, 2020) e "é a ciência que trata da concepção, produção, difusão, utilização e estudo dos mapas" (SÓGEOGRAFIA, 2020). Consequente, a cartografia como estratégia de pesquisa parte dos princípios da cartografia tradicional quando visa construir mapas, mas mapas vivos e fluxos de vida, apresentando a composição de territórios existenciais na sua dinamicidade e multiplicidade como afirmam Dalmolin, Passos e Ribeiro (2020). Abaixo explico um pouco mais sobre este tipo de pesquisa.

3.1 A ESTRATÉGIA CARTOGRÁFICA

A pesquisa cartográfica é compreendida como uma pesquisa-intervenção, como orientam Passos e Kastrup (2013), e como um modo de pesquisar-viver, de acordo com Regis e Fonseca (2012). Assim, o cartógrafo (pesquisador da cartografia) se insere no contexto da pesquisa como estratégia para compreender os detalhes, as mutações, os atravessamentos e as distorções dos processos estudados, enfim, todo um emaranhado de linhas de forças produtores de realidades, haja vista que o mundo é mutável, que o espaço se reconfigura a partir de nosso

contato com ele e que a subjetividade é produzida através de agenciamentos e de uma multiplicidade de atravessamentos.

A cartografia como estratégia de pesquisa não possui uma estrutura prévia rigidamente estabelecida. Ao contrário, rompe com a perspectiva cientificista de neutralidade, separação sujeito e objeto, separação entre o pesquisador e a pesquisa, pressupondo uma "mistura" que provoca envolvimento e afetações que poderão conduzir os caminhos da pesquisa, que são incertos, porém pautados em descobertas/invenções como construções mais horizontalizadas, diferente das perspectivas verticalizadas, transcendentais, das "ciências duras", isto é, das ciências que se pautam em concepções positivistas e estruturalistas ao definirem seus modos de fazer pesquisa.

A cartografia compreende que o pesquisador é parte constituinte da pesquisa, onde no caminhar ele constrói o caminho. Assim, sou convidado a me desprender de pré-juízos e pré-conceitos, deixando-me ser afetado pela experiência, construindo o caminho de acordo com o caminhar e os processos, atentando aos afetos, fluxos e repercussões encontradas nessa encruzilhada³².

Faz parte da cartografia que os elementos surjam no decorrer da pesquisa, norteando seu destrinchar, podendo implicar, inclusive, na redefinição de objetivos e/ou de táticas de estudo, entre outras coisas (SOUZA; FRANCISCO, 2016, p. 813). Em consonância com a perspectiva escolhida, não adoto um posicionamento de rigidez frente aos objetivos e estratégias metodológicas. Entretanto, como é impossível se caminhar sem saber por onde, tracei caminhos para me guiar no movimento (os quais breve relatarei).

Como "a cartografia dá primado ao caminho da investigação, ao seu processo", como afirmam Passos e Kastrup (2013, p. 395), na medida em que vou explorando meu campo de estudo, estou atento às mudanças de posição, velocidade, aceleração de ritmos, considerando todas as singularidades pertinentes ao contexto, até que minha atenção seja captada e, através de um reconhecimento atento, vou me conduzindo ao que desejo estudar. Não delimito também um ponto de finalização, pois aquilo que produzo mantém seu fluxo nos acontecimentos, de tal modo, estabeleço somente uma linha de corte.

³² A atitude que tenho em criar um perfil dentro da plataforma que desejo estudar para a construção da pesquisa (como ainda vou explicar), mostra que o pesquisador cartógrafo não pesquisa "sobre", mas pesquisa "com". Estou elaborando esta pesquisa acompanhado daqueles os quais desejo estudar e isso é um dos maiores "insights" da cartografia.

Assim, mantenho o pensamento aberto em um esforço permanente de deixar-me guiar pelos acontecimentos e pelos processos que eles possam desencadear. Em compêndio, a cartografia visa:

"acompanhar processos, mais do que representar estado de coisas; intervir na realidade, mais do que interpretá-la; montar dispositivos, mais do que atribuir a eles qualquer natureza; dissolver o ponto de vista dos observadores, mais do que centralizar o conhecimento em uma perspectiva identitária e pessoal". (SOUZA; FRANCISCO, 2016, p. 819).

Como a cartografia é pesquisar-viver, o fazer cartográfico se estabelece em um território de vivência. Abaixo abordarei um pouco mais sobre o conceito, ao passo que apresento o território que escolhi para habitar nesta pesquisa. Apresento também outro diário. Ele conversa sobre o principal tema desta seção.

3.2 SOBRE O TERRITÓRIO *INSTAGRAM*

*Pergunto por quais motivos
Ela escapou dos meus olhos sem dizer "estou indo".*

*Aqueles cabelos ao vento
Sem cheira-los, os sentia.
E agora, qual perfume cheiro?*

*Como te encontrar?
Quais os caminhos que me levam a você?
Será que não fiz minha parte?
Será que você está bem?*

*Queria abrir este mundo
E te encontrar de novo,
Mas o que me resta é a lembrança vaga, que logo esqueço³³*

Depois de passar mais um mês fora dos diários, dessa vez em dedicação à organização da minha metodologia, quero desta vez cartografar um perfil que ainda não tenha descrito em um diário de campo. A maioria dos perfis que a cartografia me apresentou já me são bem familiares, já os venho observando desde março deste ano, 2020, e provocaram muitas afetações, porém há alguns que ainda não apareceram tanto e têm muito a oferecer.

Assim, abro o Instagram do @poetavigia e ao levantar meu olhar para cima, na ponta direita, me espanto! Haviam 7 pessoas no campo seguindo, agora só há 6. Passo alguns

³³ Poesia Ela sumiu. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/cMqf>

minutos me questionando e visitando cada perfil presente para lembrar qual é o que está faltando. Por fim, descubro que o perfil ausente é da @larimmorais_³⁴, a garota negra de cabelos encaracolados. Questiono agora: O que fazer? A resposta é: Vou procurá-la!

Vou até o campo Pesquisa e digito @larimmorais_, pois ela pode estar com o mesmo endereço. Porém não aparece nada! Em uma segunda tentativa eu digito o mesmo endereço, mas sem o underline e, afinal, a encontro.

Clico no novo perfil da usuária e, ao abrir, me surpreendo ao ver que já não é mais uma nanoenfluenciadora digital e não possui mais uma conta pública. Não mandarei solicitação para segui-la, pois como já não é mais pública e não é mais nanoinfluencer, não mais a poderei cartografar.

(DIÁRIO IX - 10 de dezembro de 2020: Ela sumiu).

Fazer cartografia também pressupõe habitar um território. Minha noção de território, em consonância com o que indica Cunha (2018, p. 69), "escapa àquilo captado pelo viés jurídico como espaço físico circunscrito". Adere à noção de um "espaço" que pode ser objetivo, subjetivo, virtual, cultural, cognitivo etc. De modo mais pontual sobre território, Guattari e Rolnik (2007, p. 388) afirmam:

Os seres existentes se organizam segundo territórios que os determinam e os articulam aos outros existentes e aos fluxos cósmicos. O território pode ser relativo tanto a um espaço vivido, quanto a um sistema percebido no seio do qual um sujeito se sente "em casa". O território é sinônimo de apropriação, de subjetivação fechada sobre si mesma. Ele é o conjunto dos projetos e das representações nos quais vai desembocar, pragmaticamente, toda uma série de comportamentos, de investimentos, nos tempos e nos espaços sociais, culturais, estéticos, cognitivos.

O território que desejo habitar é a rede social *Instagram*, que, não diferente de outros territórios de pesquisa, é marcado por afetações, transições, agenciamentos, fluxos, atravessamentos, diagramas de relações, enfrentamentos e cruzamentos entre forças, jogos de enunciações, traços de objetivação e subjetivação, produções e esteticizações de sujeitos sobre si, práticas de resistência e liberdade, etc. (FILHO; TETI, 2013).

O *Instagram* é uma rede social composta de várias funções e recursos em que o usuário pode se relacionar/interagir com os outros, permitindo que eu, pesquisador-cartógrafo e usuário, também habite o território e possa viver e interagir com as subjetividades que nascem dessa associação entre plataforma e sujeito. E, através das minhas experiências, vivências,

³⁴ @larimmorais_ é o perfil de uma garota negra do Maranhão. Moradora de São Luís. Ela possui cabelos cacheados e volumosos. Endereço: https://www.instagram.com/larimmorraiss_/. Acesso: 23/04/2020.

percepções, afetos e sensações dentro desse território - não sozinho -, produziarei o conhecimento, isto é, buscarei perceber as dinâmicas, os fluxos e as intensidades que se mostram nos encontros com os perfis que cartografo e comigo mesmo.

No *Instagram* existem vários recursos de interação. O *story* é um espaço conferido a postagens de vídeos e fotografias que ficam disponíveis para serem visualizadas durante 24 horas, permitindo o compartilhamento de dezenas de conteúdos diferentes sobre si e sobre outrem. O usuário pode postar dezenas de vídeos com duração até 15 segundos. Possui a opção de capturar fotos e vídeos instantâneos ou anexá-los do próprio celular. Permite que se customize as publicações por meio de texto com fontes e cores diferentes, canetas movidas a toque, filtros simples e animados, emojis, gifs, adesivos etc. Admite o arquivamento dos *stories* e o envio de mensagem direta por meio deles, também permite a utilização de *hashtags*, caixas de perguntas, enquetes etc.

O *Instagram* também possui o *feed*, que é o espaço onde se pode compartilhar e armazenar as publicações, a saber, tudo que é postado deverá ser visto por todos, assim como cada usuário poderá ver as publicações dos outros usuários³⁵. Esse recurso possui vários filtros diferentes, funções de enquadramento e corte, assim como a regulação da luz, contraste, nitidez etc, das fotos e de vídeos de até um minuto. Para vídeos mais longos há o IGTV. No IGTV, porém, não se há a customização de vídeos, apesar que se pode postar e assistir palestras, aulas, *storytellings*, microfilmes, entrevistas, séries etc.

No *feed* há também um campo onde são expostas as publicações em que o usuário tem seu nome marcado. Nesse espaço é possível encontrar fotografias de usuários com outros usuários, assim como outras publicações relacionadas a um dado perfil. Isto é, basta que se publique uma foto no *feed* e se marque um nome de usuário, que a foto vai aparecer na galeria do usuário marcado.³⁶

O *direct* é um recurso que permite que se converse individualmente ou grupalmente com os seguidores ou não-seguidores. "Pesquisa" é um campo que permite que se faça buscas por outros usuários (contas), *hashtags* (*tags*) ou locais. *Hashtags* são palavras-chave precedidas do ícone "#", ao digitar #moda, por exemplo, aparecerá todas as publicações que tenham esse hashtag descrito. "Atividades" é o campo onde se tem acesso a todas as atividades do usuário e as atividades dos perfis que um usuário segue. O *Reels* e a loja são recursos mais recentes. Com

³⁵ No *Instagram* cada usuário pode optar por ter seu perfil aberto ao público ou restrito somente aos seus seguidores. Quando o perfil é aberto, todos têm acesso as postagens, até mesmo os não seguidores e podem segui-lo sem burocracias. Diferente dos perfis privados em que é necessário contar com a aprovação de dado perfil.

³⁶ Através da "descrição" é possível também marcar o nome de usuários, sendo necessário a utilização do "@".

o primeiro é possível gravar e editar vídeos com vários cliques de 30 segundos,³⁷ com vários efeitos e cenas armazenadas lá. O segundo trata-se de um campo conferido à exposição e compras de produtos diversos de mercado. Existe também o campo "explorar" que mostra uma sequência de imagens e/ou vídeos de usuários que são destacados pelo *Instagram*.

Além dos recursos apresentados, há o "seguir", "comentar", "curtir" e "compartilhar" que estão distribuídos por meio de botões e caixas de diálogo por toda a plataforma. Com o primeiro você pode escolher acompanhar as publicações de outros usuários passando a ser um seguidor, recebendo as atualizações de postagens e interagindo com elas. O "curtir" trata-se de um botão em formato de coração sem cor, localizado logo embaixo da foto no canto esquerdo. Ao clicar nesse botão ele se preenche da cor vermelha e a publicação é "curtida". O "compartilhar" é um botão em forma de nave de papel, ao clicar nele, a postagem pode ser compartilhada individualmente ou publicamente no *story*. O "comentar" é uma forma de reagir às postagens de outros usuários, isto é, permite que o usuário identifique a sua impressão da postagem por meio de textos, emojis e *#hashtags*. Esses quatro recursos são meios de relatar os modos de ver, a valorização do olhar do outro, assim, autovigilância (BRUNO, 2013).

Pesquisar na rede social *Instagram* gera muitos desafios, por ser uma plataforma que a todo momento está aprimorando seus recursos ou desenvolvendo novos. A exemplo disso, temos as configurações das curtidas que mudaram três vezes durante menos de dois anos (entre 2019 a 2021). Antes de julho de 2019 podia-se ver o número de curtidas nas postagens uns dos outros, porém depois dessa data o número ficou restrito somente para o usuário e em maio deste ano, 2021, voltaram a ser visualizadas por todos. Mudanças como essa podem provocar grandes alterações em uma pesquisa ou mesmo comprometê-la.

O *Instagram* é uma plataforma bastante complexa e mutante. Considero-a como um terreno movediço e posso afirmar que não tenho controle das mutações que vêm ocorrendo durante esta pesquisa. Por isso, é comum idas e voltas na intenção de acompanhar essas mutações. Entretanto, a cartografia como pesquisa mutante irá me ajudar no condicionamento dessas possíveis metamorfoses.

3.3 PASSOS E OBJETIVOS

Agora que entendo melhor o funcionamento da rede social *Instagram*, como assumi como meta em meu terceiro objetivo específico, devo me deter às diretrizes que encontro para

³⁷ Além disso, pode-se unir canções à imagens e vídeos, aplicar alterações de som e velocidade.

montar os caminhos desta pesquisa. É importante frisar que a rede social *Instagram* me é familiar e foi por meio também desse contato, junto aos estímulos teóricos e práticos da academia, que me despertou o interesse por esta pesquisa. No entanto, nesse "novo" contato/encontro permanece a abertura para afetações que, estrategicamente, me conduzem a descobertas importantes para a construção de conhecimentos. Esse contato com a rede social *Instagram*, agora como pesquisador-cartógrafo, é conduzido por meio da atenção que se dá em quatro variedades: rastreo, toque, pouso e reconhecimento, como apresenta Kastrup (2007).

O rastreo consiste na varredura do *Instagram*, buscando conhecê-lo sob um olhar mais afiado, explorando componentes que possam nunca ter sido vistos antes, como mudanças de posição, velocidade... O toque é a imersão sobre a realidade estudada, isto é, a exploração assimétrica dessa rede social, com movimentos mais ou menos aleatórios, até que minha atenção seja captada e possa "pousar". O pouso é um tipo de atenção focal que consiste em desfocar do entorno, delimitando o olhar para aquilo que no toque produziu afetações, isto é, a escolha dos componentes a serem estudados, nesse caso, alguns perfis de usuários do *Instagram*. O reconhecimento atento me reconduz ao que desejo estudar, de forma a tornar possível destacar os seus contornos singulares, acompanhando os processos, interferindo quando necessário, relatando e analisando. Em outras palavras, é o momento de interagir com os perfis³⁸ que habitam tal ambiente e com eles construir conhecimentos.

No que diz respeito à análise, ela é construída de acordo com o desenrolar desses processos, através dos sinais e gestos apresentados ao longo da trajetória da pesquisa. Ela não consiste na interpretação de dados, mas em uma "crítica da pesquisa ela mesma", como definem Passos e Kastrup (2013, p. 396), num movimento de invenção conjunta do conhecimento nos encontros estabelecidos. Dessa forma, me proponho a sair do plano das racionalizações e mergulhar no plano das intensidades, isto é, deixando-me envolver pelos afetos e por outras linhas de forças que estão circulando no território *Instagram*, em busca de analisar os processos de subjetivação que lá são forjados, por meio de pessoas como eu, que pensam, sentem e são afetadas pelas circunstâncias.

Na próxima seção será abordado sobre o diário do cartógrafo, mas a priori apresento mais um diário de campo.

³⁸ Entendo os perfis como agenciamentos entre sujeitos e tecnologias, são existências possibilitadas pelo digital.

3.4 A COLHEITA DE DADOS E O DIÁRIO CARTOGRÁFICO

*Há cores em tudo,
Há cores tão belas.
Cores, tantas cores estão.
Então cadê elas?*

*Chão, paredes, não as vejo,
Só vejo as da janela:
Cinza-escuro, tons grafite, marrom tusco,
Tons de canções sem a mesma...*

*Sem gestos,
Sem rimas,
Com pontos,
Sem palavras
...³⁹*

Nossa! Já estou nesta altura do campeonato e até agora não mandei uma mensagem pelo Direct para esses perfis os quais estou cartografando. É interessante que eu possa alargar meus laços, fazendo, quem sabe, amizade com esses perfis. Posso me apresentar para eles como um pesquisador e falar da minha pesquisa. Talvez esse laço mais íntimo possa dar frutos legais a este trabalho. Penso no texto que devo escrever para eles. Farei um texto único e mandarei para os três.

Este: "Olá, boa noite, tudo bem? Me chamo Vinícios Serrão! Talvez você já me conheça! Venho aqui dizer que tô elaborando uma pesquisa sobre o Instagram e tô seguindo alguns perfis de nanoinfluenciadores digitais. Você é um desses perfis. Cheguei até você, pois vi que tem um perfil muito maneiro e interessante. Neste meu perfil escrevo poesias sobre as afetações da pesquisa. Se você se sentir motivado, siga meu perfil e diga o que achou das minhas poesias. Grande abraço! Obrigado pela atenção".

Depois de finalizado o pequeno texto, o envio de um a um e aguardo a resposta. Já é tarde, devem estar dormindo, vou aguardar amanhã, que podem me responder.

Não responderam no dia seguinte. Cheguei até a elaborar outros diários na espera deste retorno, mas nada. Hoje faz uma semana e o único retorno que tenho são de dois usuários que leram a mensagem, mas como na linguagem instagramável: "me deram um vácuo"!

(DIÁRIO X - 11 de dezembro de 2020: "Ganhei um vácuo!")

³⁹ Poesia Cores. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/cMqC>

Como busco cartografar a autovigilância em circulação no *Instagram* - acompanhando os processos, intervindo estrategicamente e relacionando a experiência com os conceitos estudados - vou colhendo e narrando os acontecimentos em "diários cartográficos".

Para nós cartógrafos, a coleta de dados é vista como "colheita de dados", como afirmam Passos e Kastrup (2013, p. 395): "A pesquisa colhe dados porque não só descreve, mas sobretudo acompanha processos de produção da realidade investigada". Entendemos, em consonância com os autores citados, que cultivamos a realidade no ato de conhecê-la, isto é, os dados não estão prontos, mas deverão ser produzidos durante a pesquisa.

A colheita de dados, entretanto, tem período pré-determinado. Começamos em março de 2020 e desejamos finalizar até abril de 2021. O registro cartográfico, através do diário cartográfico, ganha a função de dispositivo como disparador de desdobramentos da pesquisa. Durante os dois anos de mestrado, as narrações vão criando um plano em que eu e a pesquisa (com as teorias estudadas) tendemos a nos dissolver numa narrativa em primeira pessoa em que se convergem o eu pesquisador e o eu usuário do *Instagram*.

3.5 CRITÉRIOS DE BUSCA DOS PERFIS

"Agora sim, por onde caminhar?" Foi a pergunta que me fiz depois que consegui rabiscar os condicionadores de tal odisseia "des-re-territorializada". Assim, com remos ou com botas, tendo em vista que meu território de pesquisa é o extenso e complexo *Instagram*, vi que seria necessário criar uma conta nessa rede social e, mais importante, construir caminhos para chegar aos perfis (contas/pessoas/usuários) que já estão sendo conhecidos por meio dos diários.

Atualmente o *Instagram* possui mais de 1 bilhão de usuários ativos e no Brasil são cerca de 69 milhões, ficando atrás somente de Estados Unidos e Índia (SALLES, 2020). Almejo os perfis brasileiros, mas, para se chegar a uma amostra desse extenso universo, é necessário fazer um mapeamento atento através da dinâmica do rastreio, toque, pouso e reconhecimento atento.

Por meio de reflexões, vejo que os perfis a serem cartografados devem corresponder à faixa-etária dos que mais utilizam o *Instagram* no Brasil, isto é, a juventude, de acordo com pesquisa feita pela CupoNation (2019). Penso também que esses perfis não devem ser de pessoas famosas ou de grandes digitais influencers, pois tais usuários muitas vezes são atravessados por patrocínios financeiros e, por isso, muitas de suas ações não são decididas por si, mas por intermédio de seus patrocinadores.

Assim, prefiro escolher os "nano influenciadores digitais"⁴⁰, jovens comuns que, em sua grande maioria, estudam, possuem um trabalho regular e levam seus perfis nas redes sociais como *hobby*, isto é, pessoas que geralmente não utilizam as redes sociais por motivos financeiros. Esses perfis, em especial, são abertos ao público, publicam regularmente e costumam falar sobre seus estilos de vida, o *lifestyle*.

De acordo com o Breves (2020), os nanoinfluenciadores possuem entre mil a dez mil seguidores e mais:

De acordo com a pesquisa, a grande diferença entre um macro e um nano, para além do abismo em números, é uma conexão verdadeira com a sua audiência. “Os nanos estão dentro dos mesmos universos que seus seguidores. Outra característica importante é mostrar vulnerabilidade e emoção. A verdade e a transparência estão estampadas na cara do influenciador do futuro”. (BREVES, 2020, s/p).

São esses dados que me chamam atenção. O fato dos nanoinfluenciadores possuírem seguidores que se encontram dentro do seu mesmo universo - como um jovem futebolista que tem como seguidores jovens de sua cidade que curtem futebol, ou uma jovem feminista que tem como seguidoras garotas dos mesmos interesses. Os *nanoinfluencers* se destacam também nesta pesquisa por serem mais espontâneos em suas postagens, como aponta acima Breves (2020). Como não recebem patrocínios empresariais, na maioria das vezes, ganham destaque por exporem suas opiniões e críticas sobre vários assuntos da vida comum, claro, obedecendo as políticas da plataforma.

Quanto à utilização de um perfil no *Instagram* para a pesquisa, embora já possuísse um criado desde outubro de 2013, resolvi que era importante criar outro, exclusivo para o estudo. Penso como nome de usuário @ocartografovigilante⁴¹. Esse nome une o termo vigilância ao termo cartografia, acho ideal. Esse nome de usuário, estava disponível para a escolha. Isso quer dizer que não existia nenhum usuário com o mesmo nome.

A criação desse perfil é uma alternativa cartográfica para se estabelecer um plano comum com os meus convivas, isto é, como cartógrafo não irei observar de longe os acontecimentos e os sujeitos de pesquisa, mas vou conviver e experimentar as experiências dos sujeitos o qual pesquiso. Posso dizer que, na medida em que crio meu perfil, estou também sendo sujeito investigado por mim.

⁴⁰ De acordo com o portal Airfluencers (2019) existem 5 tipos de influenciadores digitais: os nanoinfluenciadores (entre mil a dez mil seguidores), os microinfluenciadores (entre dez mil a cem mil seguidores), médio influenciador (entre cem mil a quinhentos mil seguidores), macro influenciadores (entre quinhentos a um milhão de seguidores) e as celebridades (acima de um milhão de seguidores). (nota nossa).

⁴¹ Estou seguindo a linha temporal de escrita. Nesse momento ainda não sabia que posteriormente iria me sentir afetado em mudar o nome de usuário para @poetavigia, como relato no V diário de campo, já apresentado.

Assim, antes de iniciar, vale lembrar que desejo pesquisar no território *Instagram* jovens brasileiros, criando caminhos a partir da minha habitação no território como usuário e, também, obedecendo os critérios: a) serem jovem (entre 18 a 30 anos); b) terem características de nanoinfluenciadores digitais *lifestyle* (assim, possuírem entre mil a dez mil seguidores e terem atividade regular de postagens - pelo menos uma por dia nos *story* ou no *feed*); c) possam ser de diferentes classes, raças e gêneros para que a discussão seja mais abrangente e verossímil; d) sejam moradores da Região Meio Norte do Nordeste, isto é, Maranhão e Piauí, por um critério de corte, porém, para além disso, pelo entendimento que o aplicativo me apresentará, na maioria das vezes, perfis locais, haja vista a minha proximidade espacial com esses dois Estados⁴².

3.6 CRIANDO O PERFIL PARA A PESQUISA

Em continuidade à experiência de introdução ao território *Instagram*, a princípio, entro pelo celular e crio o perfil. Quando finalizo as etapas de criação, acontece algo importante. Me aparece uma taxa azul forte num fundo branco que contém uma frase de cor branca: "continuar e sincronizar contatos". Parece que o aplicativo está me pedindo, acionando algoritmos, para escolher por tal opção. Mais embaixo, outra opção: "continuar sem sincronizar contatos" (dessa vez, existia somente uma frase azul num fundo branco). Fico alguns minutos questionando se devo sincronizar meus contatos da agenda do celular para o aplicativo. Mas decido não sincronizar, haja vista que desejo ter novas afetações e experiências, e sincronizando os contatos provavelmente teria os "instas" dos meus amigos mais próximos, parentes e/ou conhecidos atrelados a esse novo perfil, assim como outras impressões armazenadas no "*big data*".

Ao adentrar a rede social com meu perfil, o @cartografovigilante, me deparo com um ambiente nu e sem vida, aí me volta a pergunta: "por onde caminhar?" Observo a tela inicial do *Instagram* que tem como símbolo uma casa, clico lá e logo me aparecem sugestões de alguns perfis para seguir, e, sem me surpreender, me são familiares. O *Instagram* fez questão de recorrer ao *big data*, vejo que não tenho como me esquivar desse mecanismo próprio das redes sociais (por meio do email ou do número de telefone é possível que se armazene as informações deixadas na rede, a utilização do meu número de telefone para criar o perfil, ajuda nessa associação do novo perfil aos rastros que eu já deixei na internet).

⁴² Sou Maranhense e atualmente moro no Piauí em detrimento ao mestrado. Posso dizer que a maioria das pessoas que encontro nas redes sociais são pertencentes a essas duas cidades, dessa forma, estudarei jovens desses lugares. Além disso, conheço a realidade dessa região, como a cultura, economia etc., facilitando meu estudo.

Mesmo que eu não tenha sincronizado meus contatos do celular e e-mail, o aplicativo me apresentou perfis como do meu irmão caçula, de minha amiga do ensino médio, de uma companheira de mestrado, de um amigo da universidade e de outros perfis que sigo em meu *Instagram* pessoal. Mas qual desses perfis escolher? Prefiro não escolher perfis de pessoas tão próximas - vou mapeando.

3.7 RASTREANDO PERFIS DE ESTUDO

Os olhos são os interpretes da alma.

*Quando choro falo mil palavras.
Só assim recupero a calma.
De alguém que me fez chorar.
Ou da vitória que não alcancei.*

*Essas palavras que choro só eu sei.
Ninguém sabe.
Queria que todos cifrassem.
E, assim, palavras de consolo chorassem.⁴³*

Viajando pelo IG, nesta manhã quente de dezembro (ponha quente nisso!), observo meus nanoinfluenciadores e percebo que o aplicativo está com defeito! Não aparece a imagem do perfil de todos os usuários que estou seguindo. A foto de perfil da @vick_souzinha não está visível. Fecho o aplicativo e abro de novo, mas a foto continua vetada. O que houve? Será que a usuária resolveu "descansar a beleza"?

Questiono-me muito o porquê de ela tirar a sua foto de perfil. Observo o seu Instagram durante alguns dias e vejo que ela passa bastante tempo sem pôr tal foto. Talvez não tivesse uma boa fotografia de seu rosto e estivesse aguardando um momento para tirar uma nova e, assim, postar. Vou perguntar a ela, acho que vai me responder. Assim espero!

Quando resolvo fazer a pergunta, vejo que já existe uma foto no local, mesmo assim pergunto e ela gentilmente me responde: "Eu geralmente removo a foto do meu perfil quando estou triste, as vezes enjoo minhas fotos, mas essa última vez eu removi porque quis dar uma pausa nas redes sociais, parei de postar muitas coisas, as redes sociais nem sempre me fazem bem."

⁴³ Poesia Alma. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/cMqJ>

A @vick_sousinha não teve vergonha de se abrir para mim e falar o que fez ela agir assim. Concordo com ela. Às vezes as redes sociais nos enjoam um pouco. Diversas vezes passei por situações parecidas, não tirei a foto do perfil, mas passei um tempo sem publicar e visitar a plataforma. Acredito que o que ela fala também tem a ver com as ansiedades que muitas vezes a plataforma vem a nos provocar.

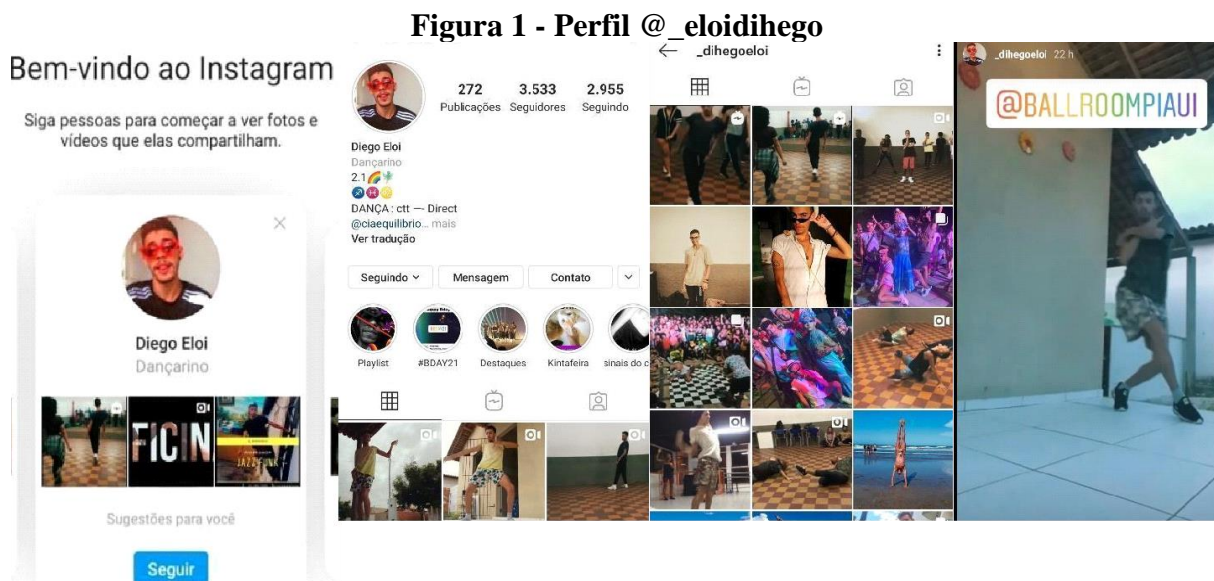
(DIÁRIO XI - 14 de dezembro de 2020: Descansando a beleza).

Já me familiarizando com a plataforma, busco ficar atento às afetações na busca de rastrear os perfis que além de estarem de acordo com o que pede a pesquisa, precisam provocar afetos. Enfim, começarei a selecionar os perfis, mas somente após uma vivência, coabitação, plano comum, poderei dizer com quais escreverei os diários de campo. Por isso seguirei vários, sendo que podem não permanecer todos.

Começo hoje, 03 de abril de 2020. Encontro vários perfis apresentados para preencher o campo "seguindo", porém dentre os que me são apresentados há alguns que me saltam ao olhar e me roubam o pensamento. Se antes eu fazia parte do número de brasileiros que até o ano passado passavam cerca de uma hora e meia no *Instagram* (RINALDI, 2019), hoje com esta pesquisa devo ter dobrado. "Agora tenho uma 'justificativa' para passar mais tempo no Insta" (reflito sorrindo).

Enfim, num mecanismo serializador em que, com o dedo direito movo da direita para a esquerda cada sugestão dada pelo aplicativo, vou mapeando qual perfil cartografar. Em primeiro momento me aparecem perfis pouco sedutores e sem aderirem as perspectivas antes planejadas. Porém vejo a foto de um rapaz intrigante, com a língua entre os dentes e com um óculos extravagante. Clico na foto e sou direcionado ao perfil do @_dihegoeloi.

@_dihegoeloi é teresinense e costuma publicar vídeos, fotos, *selfies* e vídeos-*selfies* sobre astrologia, dança e outros temas de gosto pessoal. É interessante que costuma conversar com seus seguidores sobre diversos assuntos nos *stories*. Nos dias de mapeamento (15 a 30 de abril) vejo que em seu *feed* há vídeos (maioria) e fotos postadas pelo menos uma vez por semana. Geralmente a maior parte dos perfis publica mais *stories* que *feeds* diariamente. Abaixo mostro como esse perfil me apareceu:



Fonte: *Instagram*

Ao observar o perfil @_dihegoeloi, percebo que se destaca como um nanoinfluenciador por tratar a sua rede social como um canal de divulgação de seu trabalho artístico de dançarino, dando dicas e conversando com o seu público sobre sua arte. Vejo que é um rapaz de classe média baixa, pardo e pertencente à comunidade LGBTQIA+. Possui até o presente momento (03 de abril de 2020, às 14:55) 3.530 seguidores e segue 2.925 perfis. Abaixo há a figura de seu perfil, *feed* e de um de seus *stories* em que mostra ele dançando para os seus seguidores.

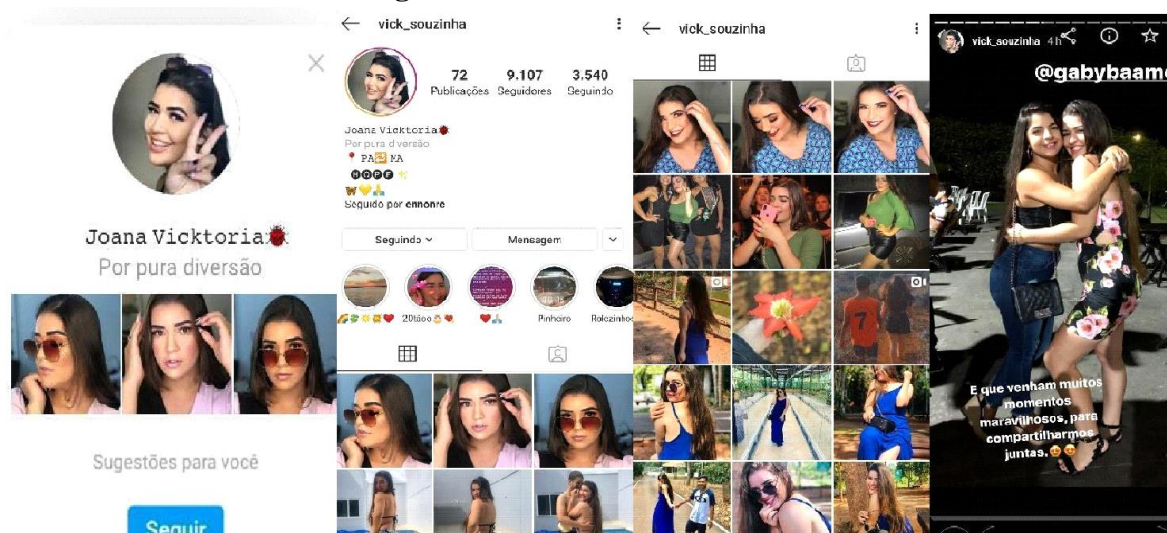
Os dados que ele compartilha em seu *feed*, *story* etc., demonstram seu gosto pela astrologia, yoga e danças contemporâneas. É bastante conselheiro, faz quizzes com os seguidores, lives em que está dançando com seus amigos, dando aula de dança... Ao mapear seu perfil, vendo seus *stories* e *feed* por alguns dias, assim como o número de seguidores, percebo que ele está compatível à pesquisa.

Volto à dinâmica de busca de outros perfis em 06 de abril de 2020 e, ao seguir e descartar alguns perfis não compatíveis logo de cara, me é apresentada a @vick_souzinha, clico em sua imagem e, vasculhando o seu perfil, percebo que ela pode estar dentro dos moldes idealizados. Vou observá-la mais.

Vejo que ela costuma fazer muitas postagens em seu perfil. Seus *stories* se destacam pelas recordações de acontecimentos que viveu. Posta cotidianamente várias fotos, tanto no *story* como no *feed*. Em muitas de suas postagens faz propaganda das roupas que vende pela internet, pois possui uma empresa virtual. O perfil @vick_souzinhanão é usado para vendas, para isso ela possui um outro *Instagram* e aproveita o número de seguidores desse perfil para divulgar o seu trabalho nessa outra conta.

Percebo-a bastante vaidosa e carismática. Sempre sorrindo e bem maquiada, mesclando diversas tonalidades de batons e de roupas. Em seu *feed* sempre publica três fotografias no mesmo ambiente para gerar um equilíbrio e sintonia, pelo que posso compreender. De fato, isso chama a atenção.

Figura 2 - Perfil @vick_souzinha



Fonte: @vick_souzinha

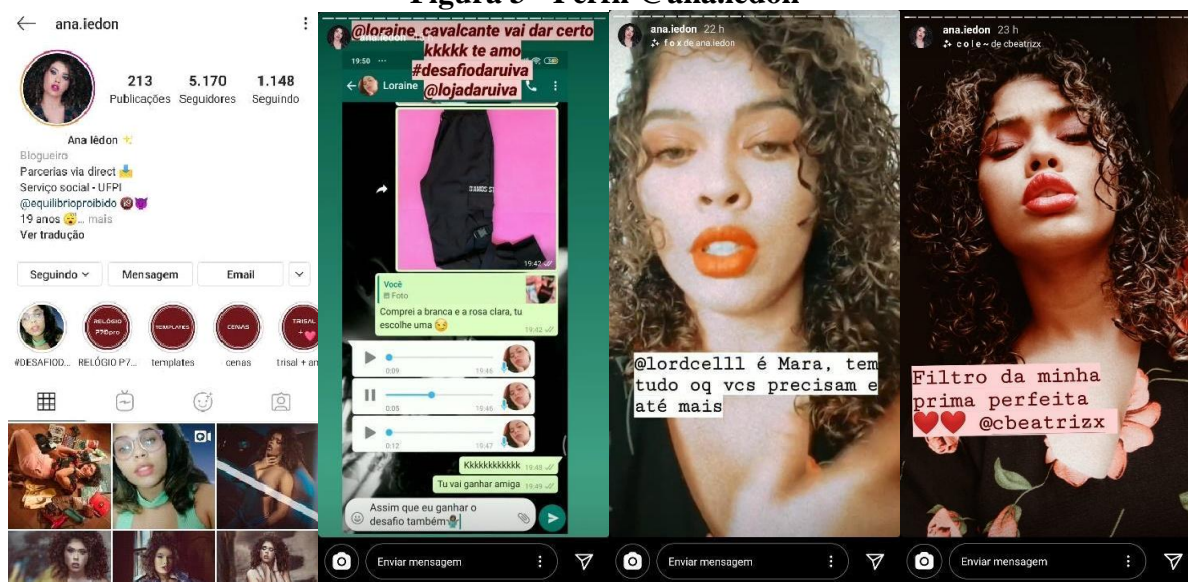
Quase não há vídeos em seu *feed*, mas os vídeos que não encontro aqui, encontro em demasia nos *stories* que ela diariamente publica. @vick_souzinha costuma postar muitos *stories*. Assim, devido ao número de postagens, de seguidores, de interação, a vejo também como uma nanoinfluenciadora (é seguida por 9.107 usuários e segue 3.107 até a presente data, 05 de abril de 2020). Entendo que seu intuito é divulgar seu estilo e poder influenciar as pessoas a aderi-lo, também percebo nela um gosto pela publicização de si quando diversas vezes se representa como uma modelo de manequim, ao divulgar as roupas que vende e as que compra.

Já sigo alguns perfis dentre os quais estão o @_dihegoeloi e a @vick_souzinha, mas acredito que posso aumentar essa parceria. Assim, observo mais alguns perfis que encontro por meio dos que já estou seguindo. Há perfis que possuem todas as qualidades que a minha cartografia busca, porém, encontro outros que possuem mais de 10 mil ou menos de mil seguidores. Ainda sobre o critério do rastreo, toque... encontro outro perfil que me solta ao olhar.

Dessa vez o perfil é de uma garota piauiense nomeado de @ana.iedon, possui 5.150 seguidores e segue 1.144 (06 de abril de 2020, às 9:02). Ela informa possuir 19 anos, cursa Serviço Social na Universidade Federal do Piauí, UFPI e é técnica em administração. Observo seu *feed*, suas fotos são muito bem produzidas, vejo que ela utiliza uma câmera profissional

para as produzir. Percebo também que ela deve ter um ou alguns fotografos particulares, pois a maioria das suas fotografias não são *selfs* (autofotografadas). Há muitos traços de erotismo na composição de suas fotos, e, talvez por isso, encontro dezenas de comentários e curtidas em suas postagens.

Figura 3 - Perfil @ana.iedon

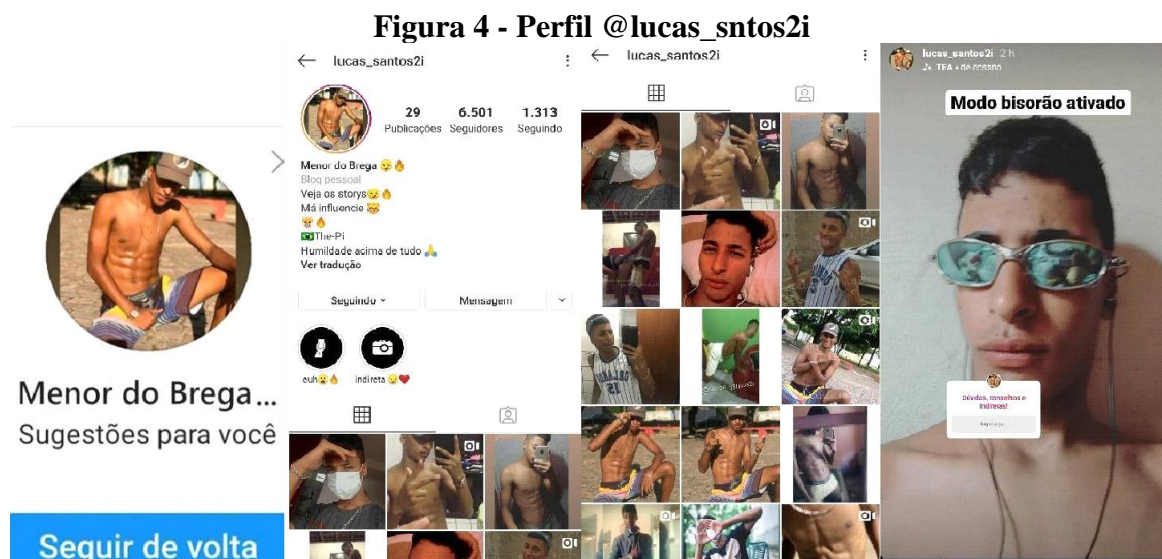


Fonte: *Instagram*.

Observo seu *story* durante uma semana (06 a 13 de abril de 2020), vejo que ela posta todo dia, pelo menos três imagens ou vídeos. Destaca-se seu gosto por conversar com seu público de maneira humorística. Diversas vezes sorri ouvindo-a falar sobre seu dia a dia. Além disso, ela utiliza os *stories* para fazer *marketing* de produtos de diferentes lojas as quais faz parceria. Presumo que deva conseguir algum brinde, desconto ou faz por gratuidade para gerar a visibilidade como legítima influenciadora. Observo e percebo nesse perfil alguns traços que vão de encontro ao debate teórico que tracei. Pretendo dedicar algum diário para tratar sobre tais traços.

Encontro agora (09 de abril de 2020, às 10:09) um perfil bastante atraente que possui 9, 989 usuários. Ele se encaixa precisamente no que inspira a minha cartografia. Sigo-o e delimito o período de observação de abril a maio de 2020, porém, antes de completar o período de observação, o perfil já passava de 11 mil seguidores. Depois de recusar esse perfil, ainda nessa data (maio de 2020), aparece-me um outro. Dessa vez é de um garoto piauiense e também morador da capital Teresina. No lugar em que deveria conter seu nome e sobrenome, está identificado Menor do Brega, seu usuário, porém, é @lucas_santos2i. Como ele se identifica como "menor", fui ao *direct* e perguntei se ele era menor de idade, pois se assim fosse não

poderia cartografar seu perfil, embora aberto ao público, devido a questões burocráticas da academia. Por "sorte", ele me responde que não é mais menor de idade, observo suas fotos e vídeos e acredito que ele afirma ser "menor" por ser jovem próximo aos 20 anos, percebo que esse seja um critério de visibilidade para ele.



Fonte: *Instagram*.

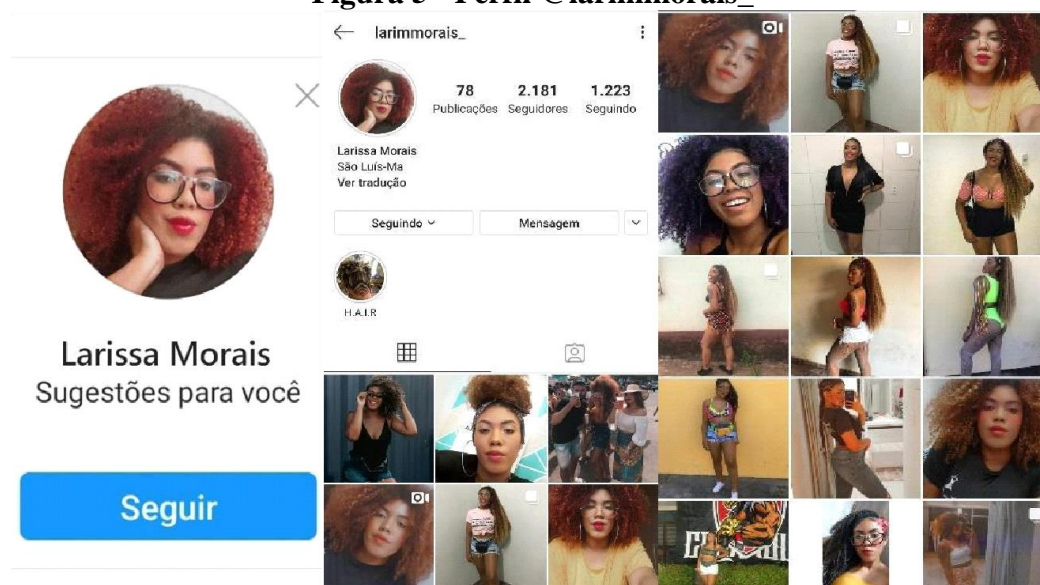
O @lucas_santos2i possui 6.499 seguidores e segue 1.313 (às 15:15 do dia 12 de abril de 2020). Em seu perfil faz o convite: "veja os stories". Tal frase é acompanhada do *emoji* de sorriso de lado e do *emoji* de fogo. Vejo que mora em uma casa simples de periferia e que abraça sua condição de "menino humilde". Em seus *story* e *feed* costuma dançar funk sem camisa gerando dezenas de curtidas e comentários. Possui uma namorada que grava vídeos com ele dançando. Percebo nele uma certa paixão pela cultura de favela, vejo isso nas suas maneiras de vestir, gírias que fala, pelo culto ao brega funk e pelo próprio nome que ele emprega em sua bio. É magro e gosta de tirar fotos mostrando seu abdômen com músculos à mostra. @lucas_santos2i é negro de pele clara. Abaixo apresento o perfil, *feed* e *story* em que abre um campo para que seus seguidores possam interagir com ele.

No dia 23 de abril de 2020, às 8:46, em minha busca, o *Instagram* me apresenta um perfil conhecido. É de uma companheira de igreja, do período em que morava em São Luís. O nome de usuário é @larimmorais_, jovem militante negra que se destaca pelo seu cabelo crespo. Adentro em seu perfil para ver se ela está apta aos critérios de escolha. Espero que sim.

@larimmorais_ possui 2.182 seguidores e segue 1.224 (às 15:15 do dia 12 de abril de 2020). Tem 78 publicações em seu *feed* e costuma postar sempre em seu *story*, pelo menos uma postagem por dia. Em seu *feed* há fotos solos e *selfies* no espelho em que se destacam as várias

formas em que modeliza os cabelos. Vejo fotos em que utiliza um rastafári, outras em que deixa seu cabelo volumoso, outra que usa tranças, outras usa cachos... Percebo-a como uma digital influencer de cabelos. No momento do acesso ao perfil (23 de abril de 2020, às 8:58) não havia nenhum *story* publicado. Vou continuar monitorando, esperando sua primeira postagem do dia.

Figura 5 - Perfil @larimmorais_



Fonte: *Instagram*.

No primeiro *story* do dia (23 de abril de 2020, às 11:25), ela compartilha uma publicação de um perfil popular chamado @sigofeminista e tal publicação trata sobre a educação de meninas. Lá diz: "Ensine sua filha a se impor. Ensine sua filha a dizer não (...)", @larimmorais_ deve ser feminista. Mostro abaixo essa publicação:

Percebo que @larimmorais_ costuma postar mais em ocasiões sazonais, isto é, quando ela faz alguma produção capilar ou quando ela sai com as amigas. Vejo que posta ou compartilha algo no *story* pelo menos uma vez por dia. Apesar de não ser tão interativa quanto @vick_souzinha e @ana.iedon, a @larimmorais_ está rendendo bons atravessamentos, junto a minha questão de pesquisa.

Até o dia 24 de abril de 2020, às 9:00, consegui identificar alguns perfis dentre os quais estão os que apresentei acima. Prefiro não apresentar todos e me focar somente naqueles que mais interessam à pesquisa. Pois bem, dou continuidade à busca, e, vistoriando cada sugestão dada pelo *Instagram*, sigo alguns perfis e fico monitorando por duas semanas (25 de abril a 15 de maio).

De todos os perfis que estou seguindo até 10 de maio, às 15:12, alguns me provocam dúvidas quanto à escolha. Há uma garota branca piauiense de 6.990 seguidores (10 de maio de

2020) e depois um rapaz branco maranhense de 4.375 (10 de maior 2020). Vou continuar a observá-los por mais uma semana. Nesse intervalo, em 15 de maio, às 9:02, entro no perfil de @_dihegoeloi e encontro o perfil de uma garota piauiense dançarina de *hip hop*, com 1.354 seguidores (10 de maior de 2020). Nets mesmo dia encontro também um garoto branco maranhense esportista com 4.375 seguidores, 257 publicações no *feed* e algumas postagens salvas em destaque. Devido ao grau de postagens, assim de interação, dedico-me a mapeá-lo.



Fonte: Instagram.

No *feed* de @azev.jr há fotos de todos os tipos: em que está em festas com amigos, está na praia, viagens, trabalho, faculdade, academia etc. Costuma postar fotos sem camisa. Na sua postagem de 29 de abril de 2020, na qual está sem camisa, há mais de 20 comentários, diversos elogios e "cantadas". Penso que já tenho um número eficiente de perfis para a minha cartografia, mas vou mapear um pouco, quem sabe surja um perfil diferente dos que já encontrei? Esse perfil aparece e é relatado no diário que antecede o texto.

3.8 UM SÉTIMO PERFIL

*Eu sei o que é belo e o que é feio
Eu sei o que é certo e o que é errado
Eu sei o que é perfeito e o que não é
Você me conta tudo, todo tempo, o tempo todo*

*Cansei de ser normal, como tu queres
Quero ser eu, mas um eu menos sujeitoado*

*Quero ser sujeito de mim mesmo
Quero ser indecente, exagerado, famigerado*

*Meu humor descontente, te acalente
Meu desejo imprudente, te assuste
Minha calma repentina, te inquiete
Meu gesto incomum, te desperte.⁴⁴*

Quando debati os pensamentos de Fernanda Bruno e demais pensadores sobre vigilância e visibilidade e os dispositivos de poder, dentre os quais está o Instagram, vi que as subjetividades contemporâneas se encontram pautadas numa tópica de subjetivação exteriorizada. Em que as pessoas veem na exposição modos de existência.

Pude compreender que tal exposição se encontra agenciada por "atravessamentos propriamente capitalísticas", em que é importante "agradar o olhar do outro e a norma por ele idealizada", que não é idealizada pelo sujeito, mas por diversos outros dispositivos e vetores de subjetivação atravessados pelo capitalismo.

Como exemplo, posso citar os modos de ser que produzimos e observamos nas redes sociais que inclinam-se às percepções do corpo que se veste bem, do rosto bem maquiado, do corpo "fitness", do sujeito positivo e alegre etc. Acredito que a maioria dos perfis que cartografo seguem mais ou menos esses traços. Mas curiosamente há um sujeito nesta pesquisa que não anda muito preocupado com essas máscaras e performances capitalísticas.

Falo do @paulumm, um perfil é bastante instigante, que se torna um influenciador digital por meio de suas publicações "fora do padrão" que geram bastante engajamento com seu público. Ele posta imagens sem muitos critérios estéticos (ou muito os utiliza, não sei). Tira fotografias de objetos poucos formais e põe descrições engraçadas ao postá-las. Na primeira imagem, encontrada do feed, vejo ele sem sorriso, descabelado e com riscos que borram a fotografia. A segunda imagem que vejo, encontrada também no feed, está de cabeça-parabaixo e seu rosto está mal-humorado. A terceira imagem que vejo se encontra em seu story, e, dessa vez, ele mostra uma galinha com os pés dentro de uma bacia de água.

Confesso, a cartografia deste perfil me fez sorrir muito. Ele é muito engraçado. Percebo que suas fotos "despadronizadas" são bem cômicas. Poderia dizer que sua resistência ao "normal" das redes é também uma atitude instagramável, pois gerou em mim afetações alegres e deve gerar em seus seguidores também. Esses são bons motivos para segui-lo, acredito.

⁴⁴ Poesia Famigerado. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/cMqX>

Percebo que mesmo em uma atitude de resistência às "subjetividades homogêneas", há a valorização do olhar do outro. Pois, percebo que os comentários positivos que ele recebe vêm legitimando seus modos de ser e fazendo que ele sempre alimente sua rede social com suas performances. A resistência é Instagramável. Agora, não posso deixar de admitir que quem dita as regras é a visibilidade.

(DIÁRIO XII - 18 de dezembro de 2020: Sou quem sou, posto o que quero!).

No dia 03 de junho de 2020, mesmo estando satisfeito pelo número de perfis encontrados, me veio a incitação de buscar um perfil diferente, que pudesse agregar algo diferente. Percebi que a busca pelos perfis até agora foi muito condicionada pelos direcionamentos algorítmicos da plataforma estudada. Na medida em que eu ia navegando pelo *Instagram* me eram sugeridos perfis para que eu os seguisse.

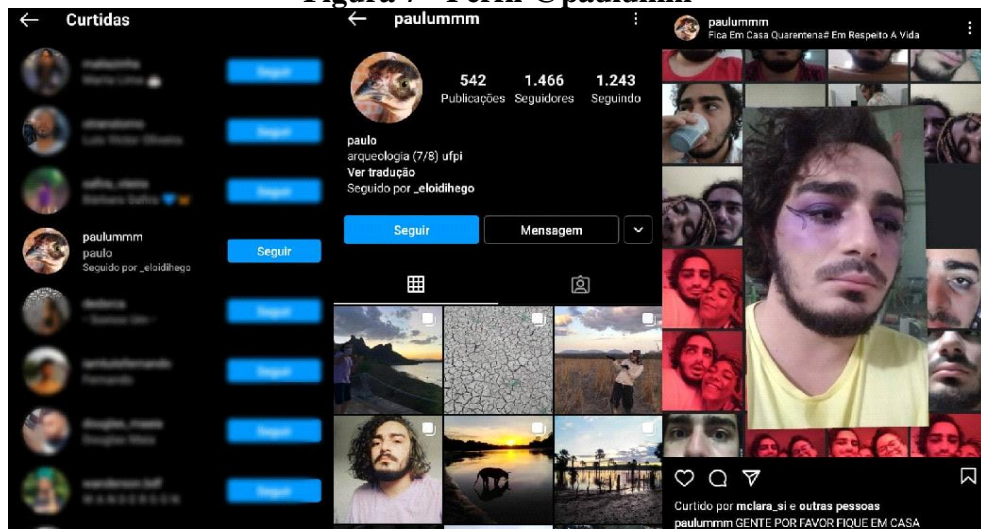
Reflico que ao utilizar o *Instagram* por meio de meu perfil particular, já debati com alguns perfis de influenciadores que tinham como principal pauta a resistência às dinâmicas capitalísticas de consumo e visibilidade. Perfis de influenciadores gordos ou transgêneros, por exemplo, que pautam a não existência de padrões para o corpo ou para o sexo.

Tantos os teóricos como a esta cartografia mostraram o quanto os atravessamentos e agenciamentos capitalísticos estão contidos nas performances dos perfis do *Instagram*. Porém, compreendo que nem todas as pessoas solidificam tais traços. Há usuários que aceitam o fato de não estarem adequadas ao corpo que o capitalismo diz que é o certo, a sexualidade que a igreja fala que é a correta, ao modo que deve ser penteado os seus cabelos, ou se é correto ou não tirar a sobrancelha, por exemplo. O certo é que nem todos podemos alcançar as prerrogativas dessas ditas "normalidades". A resistência pode ser um caminho para a saúde mental, campo tão afetado pela visibilidade.

Assim, no dia 09 de junho de 2020, me deparei com um perfil bastante incomum. Na foto de perfil, lugar que suponho dever estar a foto mais bonita já postada no *feed*, está a fotografia de um "frango" e um tanto feio. O perfil me é apresentado quando faço uma varredura nos seguidores de um dos perfis que estou seguindo, a saber, fui até uma postagem do @_dihegoeloi e vi quem o curtiu, e lá encontrei @paulummm⁴⁵:

⁴⁵ Fonte: <https://www.instagram.com/paulummm/>. Acesso em: 09/06/2020.

Figura 7 - Perfil @paulumm



Fonte: *Instagram*.

Tal perfil é o primeiro dos que estou cartografando que não está tão preocupado com alguns clíterios dentre os quais estão: o bom ângulo, o bom filtro, a melhor paisagem, a melhor luminosidade, exibição do corpo fitness seminu, sorrisos e outros gestos positivos etc. Nesse perfil há dezenas de publicações que bem expressam isso. @paulumm possui 1.466 seguidores e segue 1243 (até o dia 09/06/20). Possui mais de 540 postagens no *Feed*, e costuma postar vários *stories* por semana. É piauiense, estuda na Universidade Federal do Piauí - UFPI, mora em Teresina.

Na primeira foto da figura 7 vejo ele comemorando o ano novo de "preto", por meio de uma foto "falhada", em que seu braço está em movimento, deixando-o turvo no registro fotográfico. Nessa mesma imagem ele expressa a satisfação pela "virada", por meio de um semblante expressando infelicidade. Essas imagens mostram que esse perfil foge aos padrões normativos na produção de subjetividades capitalísticas, que fazem atravessar subjetividades pautadas em suas concepções de beleza, da pessoa magra, maquiada, bem vestida, sorridente, alto-astrol etc.

Por fim, vale salvaguardar que, por serem perfis públicos, não é preciso submeter esta pesquisa ao Comitê de Ética em pesquisa⁴⁶. Além disso, nos diários busco me apresentar como pesquisador e convidá-los para me seguirem também, ampliando mais esse plano comum. Outro ponto a frisar é que o perfil que criei serve tanto como instrumento de colheita de dados como também dados para a colheita. O ato de conviver e ser como o outro, me ajuda a construir pensamentos e reflexões sobre a autovigilância, imposta por mim e pelo território muitas vezes.

⁴⁶ Tal permissão está contida na resolução nº 510 de 7 de abril de 2016 que trata das especificidades éticas das pesquisas nas ciências humanas e sociais e de outras que utilizam metodologias próprias dessas áreas.

Os diários se dão na abertura para afetações que são condicionadas na interação com os perfis escolhidos, pela publicação e *feedback* dado pelos meus seguidores. Lembro que as poesias que publico, por si só, já são fruto das afetações desta cartografia. Encerro a escrita dos “diários íntimos instagramados” no dia 24 de dezembro deste ano, 2020, com o diário que uso como introdução desta última seção.

3.9 COABITANDO O TERRITÓRIO EXISTENCIAL INSTAGRAM

*Aqui eu sou eu mesmo
Aqui eu perco a vergonha
Não tenho medo de contar meus segredos
Não tenho medo de estar indefeso*

*Sempre quis falar
Mas guardava minha voz
Agora posso gritar
Até aquilo que espero de vós*

*Minhas dores são poesia
Meu interior se escancara
Isso me liberta a fantasia
Isso me faz sujeito de cara*

*Minha vulnerabilidade está em assalto
Mas essa é minha força também
Gosto dos sabores do aplauso
Isso me faz ir além⁴⁷*

Hoje, véspera da véspera de natal, observo as minhas poesias postadas. Atualmente há 15. Vejo que não fui muito criterioso ao postá-las. Atualmente há poucos comentários e percebo que nem todos que curtiram e comentaram as primeiras poesias, perceberam que já postei novas. Há pouca visibilidade nas poesias postadas recentemente.

Para que eu tivesse mais visibilidade, poderia ter utilizado algumas estratégias como postar uma poesia por dia e/ou buscar um horário de maior acesso comum para compartilhá-las, assim como fazem os profissionais de marketing. Eles buscam um horário de pico (como o meio dia ou às nove da noite), pois são horários em que as pessoas usam com mais frequência as redes sociais, por não estarem, geralmente, trabalhando e/ou estudando.

⁴⁷ Poesia Virtual Real. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/c2oq>

Todavia, percebo que há curtidas e comentários. Vejo as pessoas valorizando as minhas poesias. Mas alguns desses seguidores não conheço, devem ser de pessoas que chegaram de alguma forma, gostaram, curtiram, comentaram e seguiram.

Essa atitude me faz meditar que o poeta vigia é valorizado, amado, gostado... pelos seus poucos seguidores. Porém, eles amam o @poetavigia ou eu, Vinícios Serrão?

Levando em conta o que eu estudei com Rodrigues (2015) e Goffman (1989), sei que o @poetavigia sou eu. Não mostro meu corpo, rosto, pertences, viagens, lugares que frequento, familiares, amigos etc., mas mostro o que sinto, almejo, penso, por meio das minhas poesias.

(DIÁRIO XIII - 23 de dezembro de 2020: Eles apreciam a mim ou ao poeta vigia?).

É bem claro que desde o primeiro verso da introdução, ou mesmo desde as primeiras palavras que me surgiram durante a escolha do tema de pesquisa, já estou fazendo cartografia. Mas para fazer cartografia é necessário, além de escolher o que pesquisar, coabitar com o que se estuda, criando um plano comum, pois um pesquisador cartógrafo não coleta dados, mas produz em comunidade, dentro do território que coexiste com outros sujeitos. Assim, depois de ter rastreado alguns perfis, detenho-me ao toque, ao pouso e ao reconhecimento atento, como bem orienta Kastrup (2007).

Abaixo mostro como meu perfil estava em primeiro momento, ao passo de imergir na coabitação do território *Instagram*:

Figura 8 - Primeiro perfil de pesquisa no *Instagram*



Fonte: *Instagram*

Mas como de fato imergir? Como formar um plano comum? Como coabitar um território? Percebo que não devo só seguir e observar, devo publicar e interagir com os sujeitos

que estão ali, isto é, transformar o *Instagram* num plano comum, como afirmam Kastrup e Passos (2013).

De fato, o *Instagram* é um território de coexistência, pois lá existem pessoas em socialização o tempo todo, por meio dos *stories*, *feed*, *IGTV*, *Reels*, *direct etc.* Como sou um pesquisador-interventor também preciso socializar com os demais, utilizando esses recursos. Dessa maneira, logo após fazer algumas modificações no perfil,⁴⁸ tenho a ideia de fazer algumas postagens por meio do *story*. A ideia que me veio foi de compartilhar de maneira clara e objetiva alguns dos assuntos que venho discutindo no referencial teórico desta pesquisa. É uma forma de apresentar para os meus seguidores os assuntos que venho estudando e que me estimularam na criação do perfil de pesquisa. Ou seja, na medida em que discuto um tema em meu referencial teórico, poderá haver *stories* comentando sobre o assunto de uma maneira objetiva e pedagógica. É também uma alternativa de coletivizar aquilo que vou aprendendo com a pesquisa.

Na introdução desta pesquisa, por exemplo, falo sobre a importância da pesquisa para o pesquisador. Tal assunto me faz recordar de uma palestra que assisti que falava sobre subjetividades e pesquisas em comunicação. Aproveito o espaço dos *stories* para estimular meus seguidores a assistirem a palestra na plataforma YouTube e entenderem melhor sobre o que falo no *story*.

Em outro momento, crio um banner que trata sobre um dos primeiros assuntos que estou debatendo em meu referencial teórico. Falo sobre mídia e produção de subjetividades e sociedade do controle. Pesquiso na internet imagens que tratam sobre o assunto, preparo um *story* com essas imagens e fontes de onde as tirei e explico sobre.



Dentre os assuntos que compartilho em meus *stories*, há também insights da parte metodológica da minha pesquisa. Em primeiro momento busco explicar a estratégia metodológica cartográfica fazendo alusão à cartografia tradicional. No segundo momento estou debatendo, por meio de um meme, uma das lógicas de funcionamento do meu território de pesquisa: o *Instagram*.

Mais abaixo apresento essas imagens que compartilhei em meus *stories*, porém essas são somente algumas das várias imagens que compartilhei neste campo durante a cartografia:⁴⁹

⁴⁸ Opto para trocar o nome de usuário de @cartografovigilante para @poetavigia como já apresentei em um diário.

⁴⁹ Publico outras imagens nos stories que estão fixadas no campo "destaques" no *Instagram* do @poetavigia. Apresento aqui em menor quantidade com a intenção de não tornar repetitivo.

Figura 9 - Story interativo: Meu crush é minha pesquisa

 <p>Fonte: http://6.academia.edu/rodrigo</p> <p>Fonte: https://www.wallpaperdive.com.br/</p> <p>Fonte: https://atlas.geogebra.org/</p>	<p>MÍDIA E PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADES</p> <p>As imagens em questão me fazem meditar sobre o poder da mídia na produção de sujeitos normatizados. De acordo com Miranda em Subjetividades: a (dês) construção de um conceito (2005), a mídia contribui para a produção de sujeitos cada vez mais homogêneos. Ademais, pontuo o poder da mídia contemporânea que muito se pauta em sensacionalismo e parcialidade. E a demasiada proliferação de fake news nas mídias sociais. Como ser resistente?</p>	 <p>ENDIS 2020 III ENCONTRO NACIONAL Ciência, Tecnologia e Comunicação</p> <p>27 de outubro - 18h Local: youtube.com/watch?v=...</p> <p>Solenidade de abertura</p> <p>Palestra "Meu crush é minha pesquisa" as tramas da subjetividade no estado da Comunicação</p> <p>Prof. Dr. Luis Mauro Sá Martino Cátedra Líbero</p>	<p>MEU CRUSH É A MINHA PESQUISA</p> <p>Ao meditar sobre a importância da minha pesquisa para mim, recordo deste post do @endis2020 que tem um título um pouco engraçado, mas que bem expressa o sentimento que os pesquisadores, na grande maioria, têm pelas suas pesquisas. A palestra foi incrível! Se não assistiu, vá até o canal do YouTube do ENDIS, lá tem todos os vídeos do evento.</p>
---	--	--	--

Fonte: Instagram

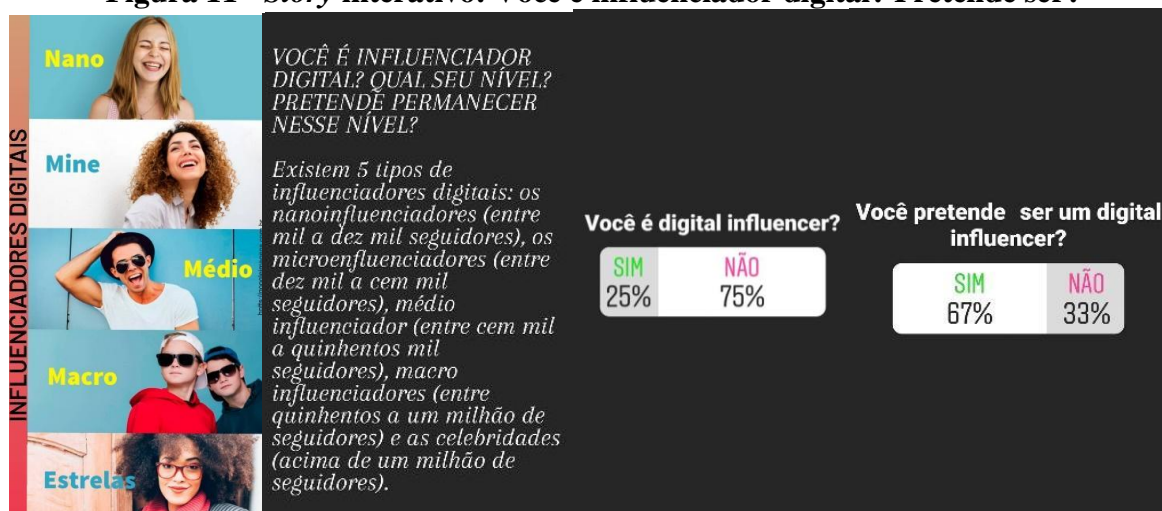
Figura 10 - Story interativo: Cartografia

 <p>Fonte: http://6.pinterest.com/pin/58757968085277311/</p> <p>Fonte: https://www.editorialuerl.com.br/ver/titulo/47475</p>	<p>CARTOGRAFIA</p> <p>Você sabia que há a Cartografia da geografia e a Cartografia como proposta metodológica de pesquisa científica? Como proposta metodológica, a Cartografia é uma pesquisa que não obedece padrões e normas pré estabelecidas. O pesquisador da cartografia não vê a pesquisa como algo distante de si, mas ele se mistura à pesquisa como estratégia de bem compreender o fenômeno estudado.</p>	 <p>Fonte: https://br.pinterest.com/pin/741797164667402661/</p>	<p>PODE APAGAR!!</p> <p>O problema das fotos em conjunto é que nem todos saem como querem. Quantas vezes você já tirou uma foto com um amigo(a) e ele(a) ficou legal, mas você não? Quando se trata de Instagram isso acaba sendo mais sério, pois quando você é marcado na foto, ela acaba indo parar em seus arquivos públicos do aplicativo. Ei, antes de postar certifica-se de que seu amigo(a) também está instagramável, blz?</p>
---	--	--	---

Fonte: Instagram

Por fim, aproveito o recurso "enquetes" do *Instagram* e elaboro perguntas para saber se meus atuais seguidores são influenciadores digitais ou pretendem ser. Obtive os seguintes resultados:

Figura 11 - Story interativo: Você é influenciador digital? Pretende ser?



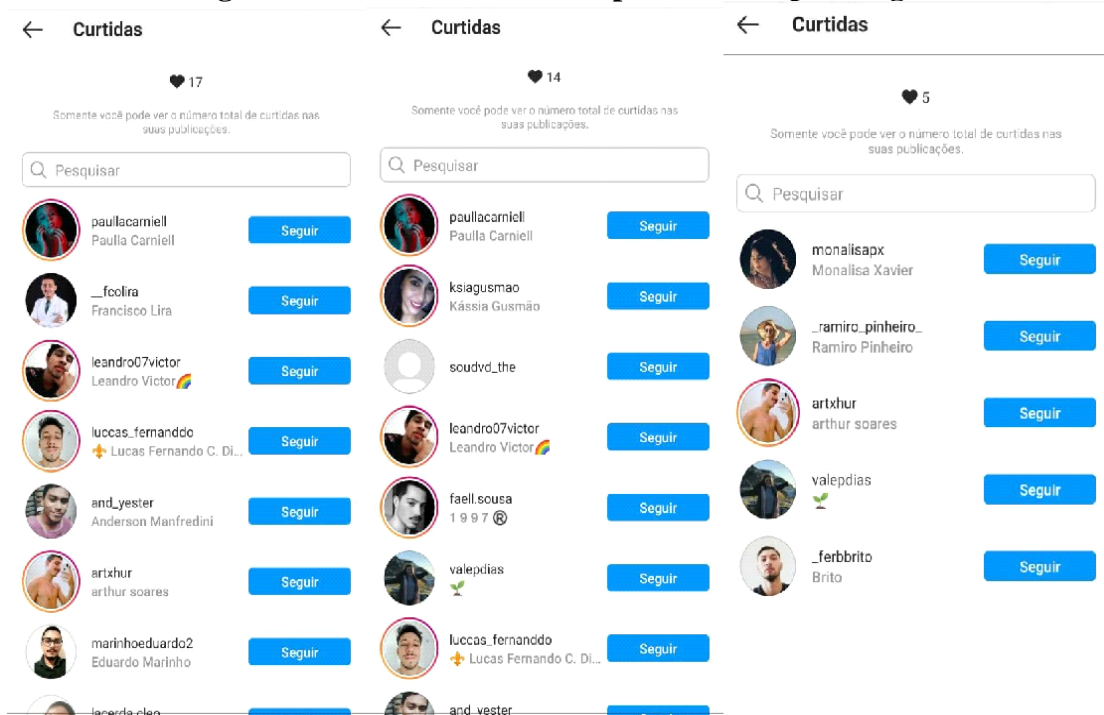
Fonte: Instagram

A alternativa de compartilhar *stories* informativos em meu perfil de pesquisa foi muito importante, pois garantiu que meus seguidores conhecessem melhor meu perfil. Também foi uma forma que encontrei para compartilhar o conhecimento que passei a adquirir na pesquisa e, claro, explorar um pouco mais as dinâmicas de vivência do território de pesquisa. É importante frisar que houveram poucos seguidores que fizeram comentários ou curtiram as publicações. Pude contabilizar somente três momentos que obtive "reações" nesses *stories*. De qualquer maneira, não considero tal falta de interação negativa, pois não tinha a intenção de criar debates ou discussões com os meus seguidores, mas somente compartilhar entretenimento e informação.

Outra forma que escolhi para interagir com os usuários foi o compartilhamento das poesias que estão sendo apresentadas nos diários. As poesias são fruto das afetações que venho tendo desde quando comecei o estudo e a escrita desta pesquisa. Elas representam o agenciamento de forças dentre as quais estão os sentimentos, pensamentos, emoções que carrego no dia a dia e que também me atravessam na dissertação. Na medida em que compartilho tais poesias, poderei receber curtidas e comentários que me ajudarão a imergir nas dinâmicas da plataforma. Tais ações são importantíssimas para o estudo da autovigilância.

Busco também interagir com os 15 perfis que sigo por meio de comentários em seus *feeds*, curtidas, mensagens nos *stories*... Os meus seguidores também fazem comentários e dão curtidas na medida em que publico algo no *story* ou no *feed*:

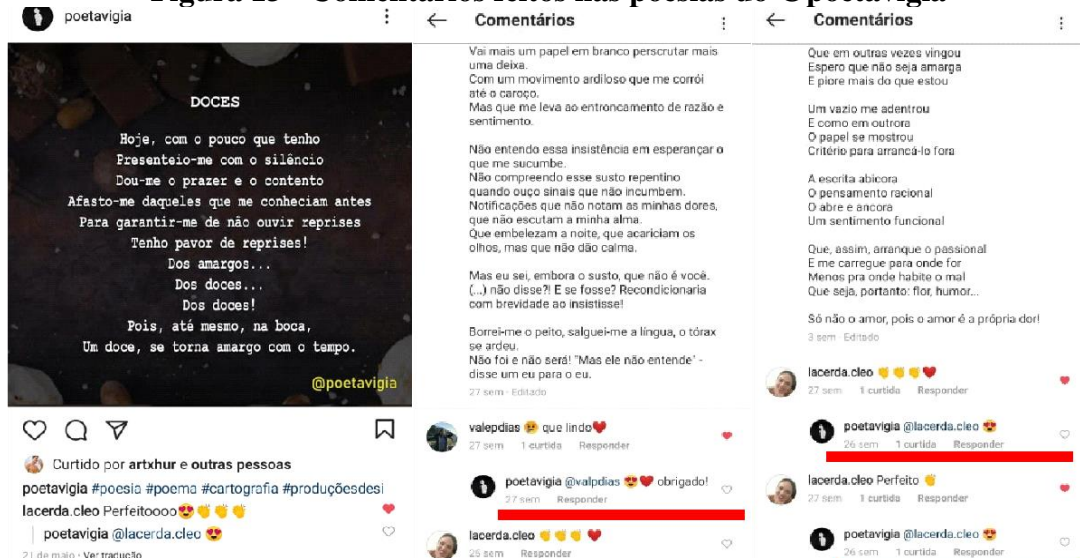
Figura 12 - Curtidas feitas nas poesias do @poetavigia



Fonte: Instagram

Os prints acima mostram o número de curtidas que três de minhas poesias tiveram até o dia 12 de outubro de 2020. Nesse momento já estava com bem mais de nove seguidores. Nas últimas imagens, apresentadas abaixo, há os comentários feitos nas poesias do meu perfil de estudo (até o dia 12 de outubro de 2020). Percebe-se que as pessoas conseguem se identificar com os versos que escrevi por meio das afetações desta pesquisa. Vejo a utilização de vários emojis, dentre os quais demonstra-se a valorização do olhar do outro.

Figura 13 - Comentários feitos nas poesias do @poetavigia



Fonte: Instagram

Não só objetivei interação dos meus seguidores, como interagi com os perfis que segui. Na imagem abaixo é possível ver que curti e comentei por meio de emojis e textos as publicações dos perfis que sigo. O print foi tirado logo após o comentário, porém é possível que o usuário a qualquer momento curta e/ou comente o que escrevi, como é possível ver nos comentários de outras pessoas. Também faço um comentário sobre o lugar onde tal usuário tirou a sua foto. Percebe-se na legenda acima da foto que ele está na Praia de São Miguel dos Milagres em Maceió.

Figura 14 - Interação do @poetavigia com os perfis @lucas_sntos2i e @azev.jr



Fonte: Instagram

Figura 15 - Comentário do @poetavigia posts de @vick_souzinha e @_diegoelo



Fonte: Instagram

Na publicação desse usuário, utilizo o emoji do fogo, que confere uma expressão positiva ao mundo instagramável. Outros usuários também utilizam expressões e emojis que "elogiam" a pose e a beleza da garota. Dentre esses seguidores devem estar amigos, parentes e

admiradores. Percebo que há mais comentários de homens. Tais comentários podem ser alternativas para paquerar e flertar a usuária.

Tanto na figura de cima quanto na figura abaixo faço comentários elogiosos. Porém, não os faço por fazer. Achei as duas fotografias muito conceituais. Só comento quando me sinto motivado, afetado. É preciso esquecer as vezes que sou um pesquisador, e esqueço!

Figura 16 - Comentário do @poetavigia em post de @ana.iedon



Fonte: Instagram. @ana.iedon

Pois bem, esta pesquisa se encontra em um jogo temporal de idas e voltas. Na medida em que escrevo, vou vivendo, sentindo, percebendo e, muitas vezes, preciso voltar para viver, sentir e perceber coisas que talvez tenham passado despercebidas. A minha cartografia se dá nesse jogo temporal, precisamente em 2020, em que muitas coisas acontecem: pandemia, distanciamento social, quarentena, distanciamento da Universidade, dos companheiros e dos professores, etc. E esses e outros estímulos me fazem ir e voltar, mas a volta é importante na medida em que vou construindo uma fala mais coerente e científica até o depósito da pesquisa.

Outro dado importante que me faz dar passos para frente e outros para trás é o fato do meu território ser uma plataforma bastante metamórfica e de pisos movediços. Digo isso devido às várias transformações que o *Instagram* vem tendo desde quando foi criado. Nesse ano, 2020, continuam as modulações que se dão na mudança, ampliação e criação de novos recursos, como já mencionei.

Como dizem Kastrup e Passos (2013, p.264): "a pesquisa de campo geralmente coloca o cartógrafo diante de um território que ele não conhece e em relação ao qual pretende fazer

avançar o entendimento e as práticas de trabalho". De fato, conheço o *Instagram* e esse foi um dos motivos que me fizeram escolhê-lo como meu território, porém, será que durante todo o período apriorístico de uso eu realmente estive atento aos jogos de forças que essa rede social me atravessou? Com certeza não, percebo agora. Como pesquisador tenho um olhar mais sensível, ainda mais com a ajuda que tive dos teóricos que me esclareceram muitas coisas.

Enfim, essas foram só algumas amostras dessa longa caminhada de coexistência, sendo que ela ainda está ocorrendo e culminará na finalização deste trabalho. Os diários de campo são o lugar em que demonstro, mais detalhadamente, as afetações e sua relação ao que busco cartografar que é a relação entre a autovigilância no *Instagram* e a produção de subjetividades na contemporaneidade. Abaixo apresento os perfis finais que cartografei e que ainda me acompanham.

3.10 PERFIS CARTOGRAFADOS

*Tanto esperei por esse dia
Poder sair do meu panóptico familiar
E poder correr por aí e filmar
A beleza da vida e minha alegria particular*

*Poder mostrar para você que eu tô bem
Que vírus nenhum vai tirar minha essência e ninguém
Eu venci, eu venço todos os dias e você vê, meu bem*

*Obrigado por estar aí, sem você não ia conseguir
Foi difícil, mas sua companhia foi formidável
O pesadelo ainda não acabou, mas posso sorrir
A dor vem, mas a alegria pode ser infundável⁵⁰*

Este é o último diário de campo desta pesquisa e me senti afetado para falar sobre "direito ao esquecimento". É um tema que não discuti com os teóricos, mas que tem muito a ver com o que estou estudando, haja vista que trato sobre internet e redes sociais, de exposição e autoexposição. O direito ao esquecimento diz respeito à reivindicação que visa apagar um fato ocorrido na "memória da internet". Geralmente uma imagem, texto ou vídeo armazenado e compartilhado nas redes digitais, que prejudica a imagem de um indivíduo ou grupo (SIBILIA, 2018). Tratar sobre direito ao esquecimento diante de um momento tão delicado como de uma pandemia, talvez seja uma opção formidável!

⁵⁰ Poesia Essência. Fonte: @poetavigia - <https://abre.ai/c31G>

Hoje é 31 de dezembro de 2020 e meu desejo é ter o direito de apagar das memórias mentais e virtuais os diversos episódios que eu vivi e que bilhões de pessoas também viveram, já que não posso cancelar, como costumo fazer com os influencers que me decepcionam. Entretanto tal desejo que ousou chamar de direito é um tanto impossível, pois além da mente, tais fatos estão estampados em milhares de nuvens, de milhares de canais, de milhares de veículos. E ainda é assunto a ser lembrado e discutido, pois parece estar longe de acabar. Ainda não temos vacina!

Minhas palavras éxtimas finalizam-se por meio da canção Marcas do que se foi de Os Incríveis, canção a qual ouço neste momento... "Este ano quero paz no meu coração. Quem quiser ter um amigo que me dê a mão. O tempo passa e com ele caminhamos todos juntos sem parar, nossos passos pelo chão vão ficar. Marcas do que se foi sonhos que vamos ter, como todo dia nasce, novo em cada amanhecer (2x)". Feliz ano novo!

(DIÁRIO XIV - 23 de dezembro de 2020: Entre cancelar e esquecer).

A complexa e longa busca pelos perfis por meio da coabitação, encerrou às 22:45 do dia 17 de junho de 2020, sendo que continuarei com eles até o final deste processo, agora por meio dos diários de campo. Ao todo são três perfis femininos e quatro perfis masculinos⁵¹: @dih_elo, @vick_souzinha, @ana_iedon, @lucas_santos2i, @larimmorais_, @azev.jr e @paulummm. Acredito que a quantidade escolhida dá um panorama equilibrado do estudo. Esses perfis não são os mesmos desde quando comecei a cartografá-los. Houve mudanças no número de seguidores, na biografia do perfil, no número de postagens, no número de interação.... Alguns trocaram o nome de usuário, um deixou de ser nanoinfluenciador, dados que estão sendo relatados nos diários de campo.

Busquei e ainda busco não sobrepor ideias e conceitos, mas imbricar conhecimentos e sensações, isto é, me deixo levar pelos tensionamentos e agenciamentos que me vêm dos encontros e desencontros com as subjetividades produzidas por mim e pelos sujeitos que convivo e estudo no *Instagram*.

Considero que minha jornada cartográfica foi permeada de muitas dificuldades, principalmente devido a pandemia do coronavírus, porém tais atravessamentos puderam provocar questionamentos, idas e voltas, que foram essenciais para a construção do conhecimento. Agora avanço os passos para à direção dos debates e análise dessas experiências de vida e pesquisa.

⁵¹ Para tal conclusão de etapa, entretanto, certifiquei-me que todos os perfis são maiores de idade.

4 AUTOVIGILÂNCIA NO *INSTAGRAM*: SUBJETIVIDADES *INSTAGRAMÁVEIS*

Num mundo em que vivenciamos o extremo recrudescimento do individualismo, a produção de uma subjetividade massificada é vendida como promessa de singularização para milhões de sujeitos.

(SOARES; MIRANDA, 1999, p. 421)

Desde as primeiras palavras da introdução até aqui, fiz uma significativa jornada e a cartografia esteve presente em todo o percurso e antes mesmo dele ser traçado, pois foi por meio dela que ele foi criado. Além disso, essa história cartográfica se confundiu com a minha na medida em que vivi e ainda vivo esta pesquisa. Porém, é preciso compreender que a cartografia não é só um cruzamento entre pesquisa e pesquisador, mas saber que se constrói por meio dos entrecruzamentos entre teorias e práticas. Assim, nesta seção, busco discutir sobre o conhecimento produzido pela cartografia, que está com e para além das teorias estudadas.

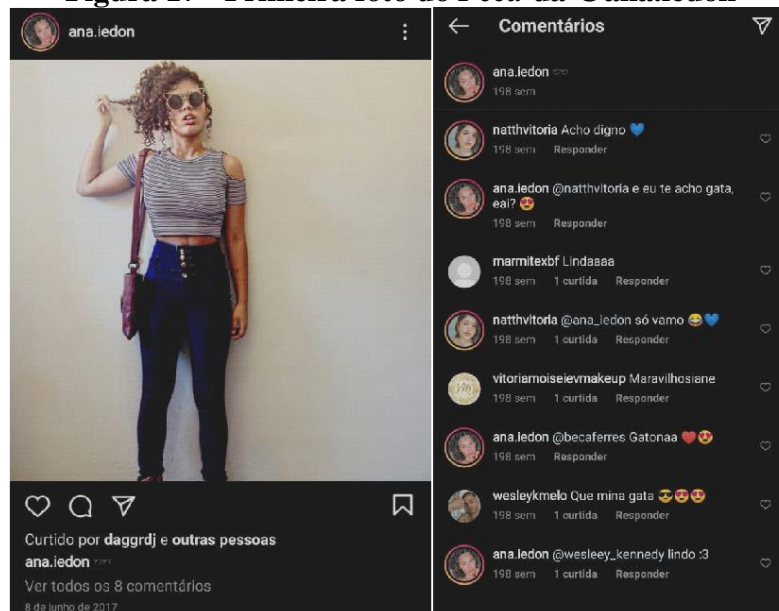
No referencial teórico fiz um estudo dos temas que atravessam a minha pesquisa. Embora os dados construídos por meio da cartografia muito já têm antecipado ou sugerido ideias e correlações, agora faz-se necessário elencar e discutir aquilo que foi produzido nessa trajetória de estudo de maneira mais pontual. Analiso aqui os frutos produzidos na cartografia e discuto, a partir dos tensionamentos com os perfis estudados, os dois principais conceitos que foquei, a autovigilância e os processos de subjetivação. Para tal empreitada penso ser importante lembrar da minha inquietação de pesquisa que é: "Quais as relações entre a autovigilância no *Instagram* e a produção de subjetividades na contemporaneidade?". Portanto, esta sessão será espaço de discussão, recordação e esclarecimento, em busca de construir respostas possíveis para o que moveu esta pesquisa.

Ao levar em conta a minha compreensão sobre autovigilância - modo de subjetivação manifesto nas redes sociais virtuais, produzido por meio da vigilância e da visibilidade - e o conhecimento que foram construídos no plano comum com o *Instagram* e os perfis cartografados, penso em começar esta discussão falando sobre o "ser visto". A pesquisa me ajuda a encontrar relações entre a produção de subjetividades e a autovigilância atentando-me aos processos de visibilidade manifestos no *Instagram*. Para isso reúno imagens e comentários dos perfis que cartografei, constatando repetições e similaridades.

4.1 NÃO BASTA SER VISTO

A primeira postagem feita no perfil @ana.iedon ocorreu dia 8 de junho de 2017. Nessa publicação há 8 comentários, sendo que a maioria deles eram da administradora do perfil, em resposta a três de seus seguidores. Não sei quantos seguidores ela possuía naquele período, mas dá para imaginar que eram poucos. Deslizo o dedo de cima para baixo para ver suas postagens seguintes e pelo menos 80 de suas primeiras fotos têm os mesmos traços que vi contidos na primeira: vestida formalmente, locais comuns, semblantes espontâneos, aspecto tímido, poucos comentários etc.

Figura 17 - Primeira foto do Feed da @ana.iedon



Fonte: *Instagram*

Comparo as primeiras fotos do perfil de @ana.iedon com a fotografia que cartografei no diário que intitulei de "entre biscoitos e bolachas", feito no dia 22 de setembro de 2020, e percebo o quanto que ela mudou de um tempo para o outro (de 2017 para 2020), mas não falo de características físicas, trato sobre suas performances e máscaras.

Na foto apresentada no diário, ela está debruçada em um automóvel, com os olhos levemente fechados, dedo indicador direito sobre a boca, com uma lista que cobre as pontas dos seus seios desnudos e, com a outra mão, desce levemente o cós de sua calcinha. Nessa publicação há 107 comentários sendo que ela não responde nenhum (visto por último em 25 de março de 2021, às 20:46 - nessa ocasião ela possui 238 publicações e 4233 seguidores). Aqui a imagem e os comentários descritos no diário:

Figura 18 - Post mais recente de @ana.iedon em seu feed



Fonte: *Instagram*.

Abaixo mostro como o *Instagram* organiza as informações de alcance e engajamento de uma publicação do *feed* de um perfil profissional (como é o caso da @ana.iedon), métricas que só estão disponíveis ao administrador do perfil. O coração representa as curtidas, o balão representa os comentários, o avião de papel representa o compartilhamento e a bandeirinha representa o salvamento:

Figura 19 - Exemplo de métricas de alcance e engajamento de uma publicação do Feed



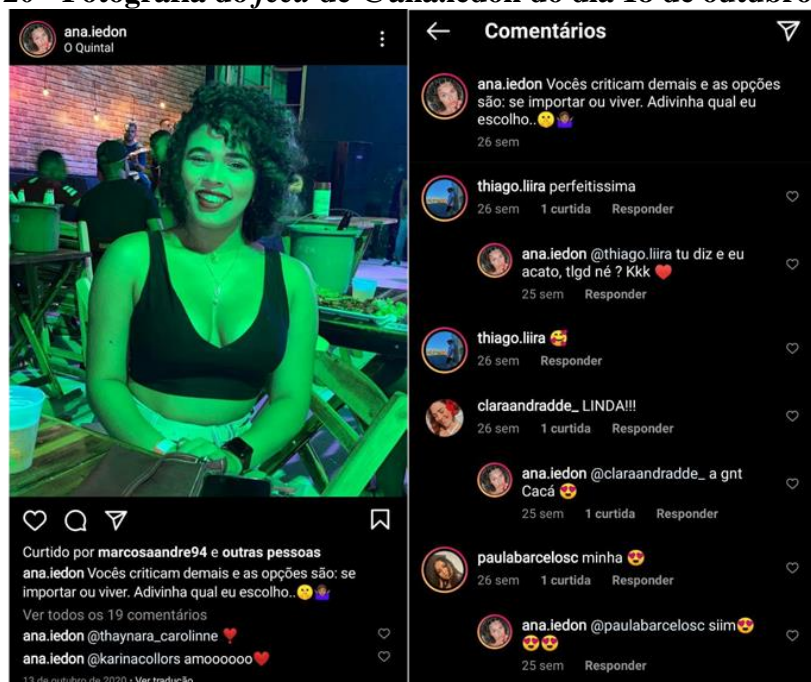
Fonte: *Instagram*

Não tenho acesso às métricas de alcance e engajamento das publicações do perfil @ana.iedon, pois essas informações só estão disponíveis para a usuária, mas percebo que pelo número de comentários a fotografia deva possuir muitas curtidas, salvamentos, compartilhamentos, alcance, impressões etc., é uma das fotografias que ela mais obtém interação. Mas pergunto: Quais são os traços que possibilitam que a figura 17 tenha menos

curtidas que a fotografia 18 e vice e versa? Será que é porque na fotografia 18 ela possui mais seguidores que na figura 17?

Ao observar os comentários de elogio ao corpo e performance da @ana.iedon na figura 18, compreendo que o engajamento e visibilidade desta postagem se dão pelo fato da usuária está seminua e sensualizando. Constatado isso também ao mapear outra fotografia deste perfil, recente e que ela não reproduz traços de sensualidade e nudez como na anterior.

Figura 20 - Fotografia do *feed* de @ana.iedon do dia 18 de outubro de 2020



Fonte: *Instagram*.

Na fotografia acima @ana.iedon está espontânea, mostrando o seu dia a dia, ela está maquiada e bem vestida. Nessa fotografia não há um apelo sensual tão visível como na figura 18. Também, essa fotografia possui somente 19 comentários sendo que grande parte destes são da própria usuária respondendo seus seguidores.

No diário "entre biscoitos e bolachas" há um outro perfil que, não diferente de @ana.iedon, reproduz traços que remete ao exibicionismo do corpo. O outro perfil é @azv.jr e na fotografia que descrevo no diário ele está sentado em uma cama, em frente a um espelho, sem camisa e focando a câmera do celular para o seu abdômen, peitoral e coxas parcialmente desnudas, isto é, está com o corpo seminua e sensualizando como o perfil anterior. Abaixo apresento esta fotografia e os comentários que ela obteve:

Figura 21 - Post de @azv.jr apresentado no diário "entre biscoito e bolachas"



Fonte: *Instagram*.

Os comentários presentes nas duas fotografias veneram os perfis e há palavras em comum entre as duas: "lindo!", "linda!", "que mulher!", "que homem!", "perfeita!", "gatinho!" etc. Seguindo essas pistas, entendo que o exibicionismo⁵² do corpo é bem aceito na máquina de ver *Instagram* (em outras palavras sugere-se que o exibicionismo do corpo é instagramável).

Mas o que esses corpos têm em comum? São magros, lisos (sem cabelos e/ou manchas) e aparentemente malhados. E o que esse tipo de exibição tem a ver com a autovigilância? Compreendo que essa inclinação de se exibir é também autovigilância, pois o exibicionismo ocorre como um processo de controle investido sobre esses perfis, fazendo com que eles apliquem sobre si tal modo de subjetivação em busca de visibilidade.

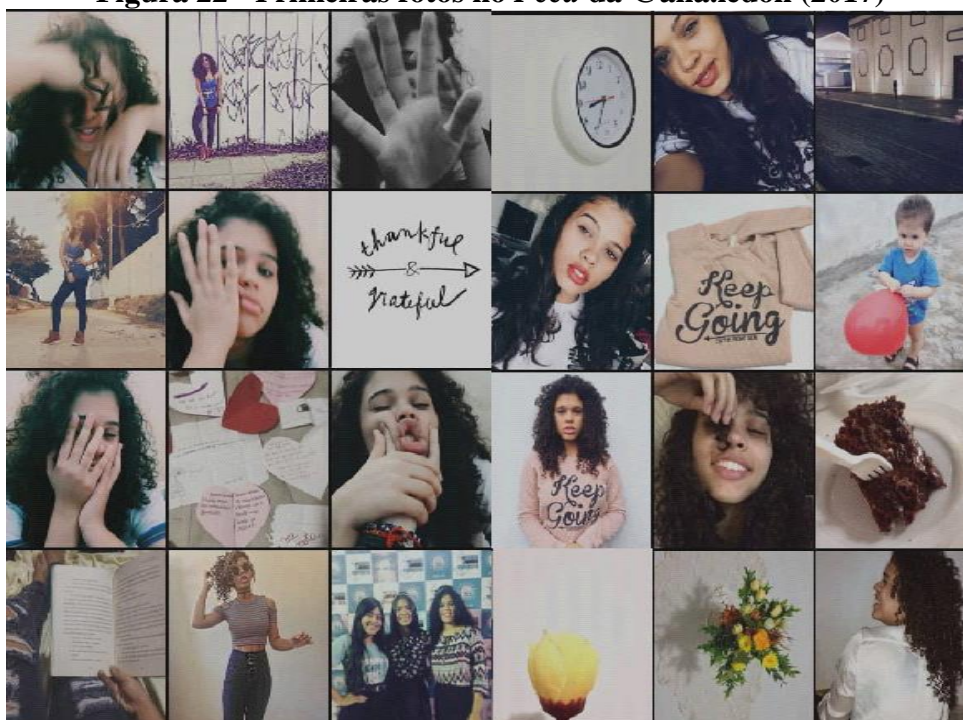
Percebo nos perfis de @azv.jr, @vick_souzinha e @lucas_sntos2i traços parecidos com os quais encontrei no perfil de @ana.iedon, assim, entendo que entre os perfis que cartografei, há outros que exibem seus corpos e ganham engajamento por meio disso. Apreende-se que as figuras que possuem parte do corpo à mostra têm mais interação que as que não mostram. Concluo que na rede social *Instagram* não basta ser visto, é necessário performar e uma dessas performances está na exibição do corpo.

⁵² Medito que o exibicionismo presente nessas fotografias possa transitar entre um exibicionismo comum (presente em todas as fotografias que são publicadas nas redes sociais) e o exibicionismo estudado pela psicopatologia (pulsão sexual).

4.2 ESTRATÉGIAS DE VISIBILIDADE

Volto ao perfil de @ana.iedon observo seu *feed* novamente e vejo outro ponto interessante. Tiro print das suas primeiras publicações (2017) e de suas últimas postagens que cartografamos (2020-2021) e as comparo. Em suas fotos antigas, além das fotos em que está só, existem fotografias de objetos, comida, lugares e de outras pessoas.

Figura 22 - Primeiras fotos no *Feed* da @ana.iedon (2017)

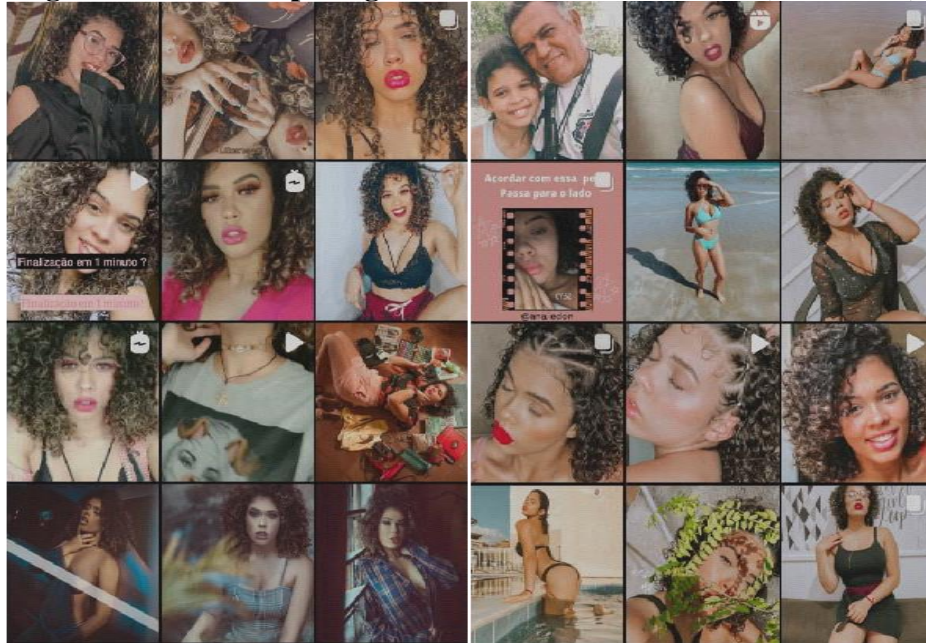


Fonte: *Instagram*

Ao observar o conjunto de fotos mais recente, vejo que pessoas, objetos, comida, lugares etc. perdem espaço, permanecendo somente *selfies* ou fotografias suas de rosto e de corpo. Percebo que suas publicações mais recentes conversam com o título do primeiro capítulo do livro "Show do eu" de Sibília (2009) "Eu, eu, eu... você e todos nós". Recordo que nesta seção a autora fala, dentre outras coisas, sobre os pontos que puderam contribuir para que hoje sejamos a sociedade da autoexposição.

Além disso, percebo que nas fotografias mais recentes @ana.iedon tem a preocupação de performar seus *selfies* maquiada, com batons de coloração forte. É possível perceber também um olhar sedutor e expressões com os lábios:

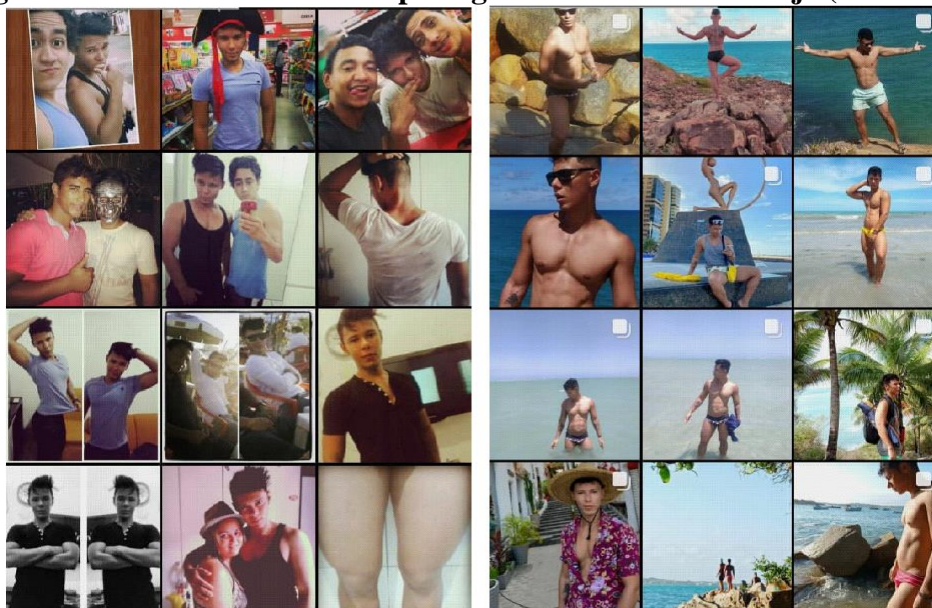
Figura 23 - Últimas postagens do *Feed* da @ana.iedon (2020-2021)



Fonte: *Instagram*.

Traços que diferenciam a grade de imagens menos recentes das recentes é que nas últimas observo mais o uso de maquiagem, poses e composições fotográficas mais criativas, além da exposição do corpo, constato também que na grade mais recente só há imagens de si. Para qualificar esta discussão, trago também o perfil @azev.jr em suas primeiras fotos de *feed* feitas por volta de 2013 (esquerda) e as últimas fotografias feitas por volta de 2020 e 2021 (direita):

Figura 24 - Primeiras e últimas postagens do *Feed* de @azev.jr (2013-2021)



Fonte: *Instagram*.

Observo que as transformações nos perfis @ana.iedon e @azxev.jr são atravessadas por vetores de subjetivação vigilância/visibilidade, como por outros vetores de subjetivação capitalísticos para a sua construção, assim como afirma Sibilía (2009, p.15):

Não há dúvidas de que tais forças históricas imprimem sua influência na conformação dos corpos e das subjetividades: todos esses vetores socioculturais, econômicos e políticos exercem uma pressão sobre os sujeitos dos diversos tempos e espaços, estimulando a configuração de certas formas de ser e inibindo outras modalidades.

Sibilía ajuda a entender que os processos sociais, econômicos e políticos juntam-se com o objetivo de disciplinar e/ou controlar os indivíduos. A publicidade e o marketing, por exemplo, são dispositivos que o mercado encontra para aumentar o engajamento e a venda de seus serviços e produtos. No *Instagram* é possível perceber uma lógica semelhante ao cartografar os perfis de pesquisa e perceber a utilização da exposição da intimidade como estratégia de comunicação, assim como o marketing há muito tempo utilizou (e ainda utiliza) para criar engajamento para as marcas de cerveja, por exemplo.

Tal tema, como visto anteriormente, também é assunto de discussão de Foucault (1979), que já conseguia perceber esse traço presente no capitalismo do seu tempo, final do século XX. Ele compreende que a sexualidade há muito tempo reprimida, tornou-se estimulada pela exploração econômica sobre a sexualidade, a qual ele chama de auto-erotização, afirmando: "desde os produtos para bronzear até os filmes pornográficos (...) encontramos um novo investimento que não tem mais a forma de controle-repressão, mas de controle-estimulação" (FOUCAULT, 1979, p. 83). Compreendo que tal condição se estende até hoje e com o surgimento das redes sociais passou a atravessa-las também.

Sobre isso, existe um método do marketing e vendas chamado de "AIDAS" (Atenção, Interesse, Decisão, Ação, Satisfação), o ciclo do marketing, que foca especialmente no comportamento do consumidor. Esse ciclo é um processo comum a toda propaganda: Pretende-se chamar a atenção, despertar o interesse que provoque a decisão e a ação de compra, e no final gere satisfação e engajamento. São diversos os recursos que as marcas utilizam para conquistar esses objetivos. Percebo a utilização estratégica do AIDAS também nos perfis que cartografei.

De modo hipotético afirmo que as diversas estratégias que os usuários das redes sociais criam para gerar engajamento (fazendo postagens que exploram o corpo seminu em seus perfis, por exemplo) inaugura essa prática estratégica dentro do universo das redes sociais, construindo uma espécie de "AIDAS" das redes sociais. Exemplifico: Quando publicam uma fotografia auto-erotizando-se pretendem chamar a "atenção", provocar o "interesse", despertar o "desejo",

estimular a "ação" e geram "satisfação", engajamento. Para o comércio, o último A da sigla significa a ação de comprar um produto ou serviço. Para os usuários das redes sociais significa a ação de: seguir, curtir, compartilhar, salvar e/ou comentar o conteúdo postado. A diferença é que, na maioria das vezes, essa moeda de troca não tem valor econômico, somente simbólico - visual (como é o caso dos nanoinfluenciadores digitais que não são movidos, na maioria, por patrocínios).

A atitude que @ana.iedon, @azv.jr, @vick_souzinha e @lucas_sntos2i tem ao expor seus corpos seminus no *Instagram*, considero como a aplicação de estratégias de comunicação. Mas é somente a exibição do corpo um tipo de estratégia utilizada para gerar atenção, interesse, desejo, ação e engajamento? Não obstante, a dança de @_eloidiego e de @lucas_sntos2i (como foi visto no diário anteriormente exposto na página 45) e a exposição do banal pelo @paulummm (no diário na página 69) penso terem objetivos próximos.

No que diz respeito às transformações que ocorrem nos perfis, assim como visto nas figuras 18, 21, 23 e 24, devem ocorrer de acordo com o aumento de seguidores e de interações (comentários, curtidas etc). Considero o aumento de seguidores e interações como ações que pautam o comportamento em acordo com a autovigilância, pois a exibição gera um campo de cuidados consigo, autocorreção, autovigilância etc. que são expressos pelos perfis em busca de agradar os seguidores e conquistar engajamento.

Percebo que os traços discutidos aqui sobre visibilidade no *Instagram* fogem a uma perspectiva de continuidade no que diz respeito ao modelo moderno de vigilância, pois, mesmo que o olhar do outro represente uma repressão (como ocorre, por exemplo, no "cancelamento" visto no diário VII, da página 51), assim como acontecia no panóptico, o "não basta ser visto" do *Instagram* encontra formatos contemporâneos moldados pela legitimação do ato de ser vigiado. Além disso, o narcisismo, voyeurismo, exibicionismo etc. veiculados à vigilância, se estabelecem com mais frequência na contemporaneidade.

A repetição de traços comuns entre os perfis estudados me faz recordar as discussões de Guattari e Rolnik (1996) acerca das subjetividades homogêneas. Como posso discutir esse tema dentro de uma perspectiva do território de estudo?

4.3 HOMOGENEIDADES CAPITALÍSTICAS INSTAGRAMÁVEIS

No referencial teórico discuti que além das instituições e grupos, as pessoas também são vetores de produção de subjetividades em agenciamentos coletivos de enunciação. Assim, padres, pastores, políticos, pais, autoridades, entre outras pessoas, produzem subjetividades, em

combinações múltiplas e heterogêneas, pautando modos de ser e de existir diversos. Dessa forma, não é difícil compreender que os influenciadores digitais também pautam modos de ser, de existir e de viver, na medida em que se apresentam como modelos a serem seguidos.

Mas o que é um digital influencer? De acordo com o Canaltech.com, o influenciador digital é a pessoa que detém influência sobre um determinado grupo de pessoas, impactando centenas, milhares e até milhões de seguidores, todos os dias, com o seu estilo de vida, opiniões e hábitos. Considero que os influenciadores digitais, por possuírem ampla visibilidade, têm grande espaço na produção de subjetividades na mídia.

Aos influenciadores digitais é designada a função de influenciar, que nos dicionários significa: exercer uma ação psicológica e/ou uma superioridade sobre alguém ou algo. Em meu entendimento, a influência dos influenciadores do *Instagram* se dá na promoção de modos de agir e de pensar (instagramáveis) que atravessam os seguidores. Tais promoções são as falas, atitudes e outras ações que exercem, de uma forma ou de outra, um controle ou disciplina sobre os indivíduos, pautando também as suas falas, atitudes etc.

Em outras palavras, as subjetividades que atravessam o perfil de um influenciador digital passam a atravessar também milhares de outros perfis devido ao alcance dos *feeds*, *stories*, *reels* etc. Assim, seus modos de ser e de existir passam a ser compartilhados por muitos dos seus seguidores. Geralmente as pessoas passam a seguir um perfil influencer devido a empatia, a admiração, o humor, a informação dentre outros fatores.

Um artista ou outro tipo de influenciador digital exerce diferentes forças sobre os modos de ser de seus seguidores. A grosso modo, os seguidores copiam ou adotam os modos de ser dos seus ídolos (influenciadores), por admirarem suas palavras, ações e outros fatores. Essa admiração por parte dos fãs/seguidores pode chegar a estados diversos como é o caso de uma fã que gastou 36 mil em cirurgias para ficar parecida com seu ídolo, como vi em artigo publicado em 17 de abril de 2021 na Folha Online.⁵³

A admiração do seguidor pelo influencer gera processos de subjetivação que podem pautar seu viver. Esses modos de ser não podem ser mensurados, pois são uma combinação múltipla e heterogênea de inúmeros fatores (vetores de subjetivação).

Quando observo os comentários dos posts dos perfis de pesquisa, percebo várias palavras e frases que bem expressavam a aprovação do olhar do outro sobre o modo de ser

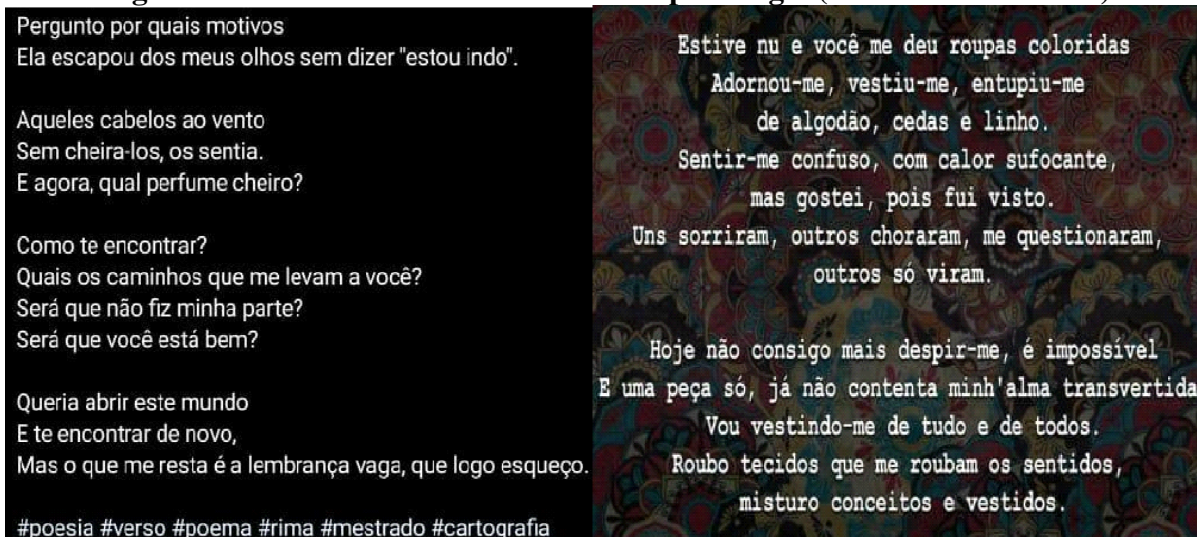
⁵³ Fonte: <https://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2021/04/fa-gasta-r-35-mil-em-cirurgias-para-ficar-parecida-com-cantora-do-blackpink.shtml#:~:text=O%20fanatismo%20de%20algumas%20pessoas,banda%20de%20k%2Dpop%20Blackpink>. Acesso em: 17/04/21.

propagado nesses perfis. Tal valorização do olhar do outro sobre o modo de ser exibido pelo influencer, demonstra legitimação e atravessamento por parte do seguidor. Assim, o influenciador digital, desde um nanoinfluenciador ou estrela, produz vetores de subjetivação que afetam seus seguidores e/ou fãs.

Por meio da cartografia, na pessoa do @poetavigia, pude ter várias experiências que me permitiram vigiar e ser vigiado. Na ação de cartografar em território existencial, fui atravessado por várias subjetividades que estavam sendo produzidas nos perfis e por outras máquinas presentes na plataforma *Instagram*. Um exemplo pode ser dado por meio do diário anteriormente exposto na página 40. Na ocasião, o olhar do outro ou a busca pelo olhar do outro despertou o interesse em transformar meu perfil de pesquisa no objetivo de torná-lo mais instagramável. Cada perfil que cartografei também atravessou a construção do @poetavigia, assim como a construção das poesias que foram postadas.

As poesias representam as afetações e outros atravessamentos, pois os sentimentos e pensamentos que contém na escrita também atravessam meu pensar e meu agir. Abaixo relembro três poesias que criei que, não diferente das outras, representam tais afetações:

Figura 25 - Poesias colhidas do feed do @poetavigia (Ela sumiu e Tecidos)

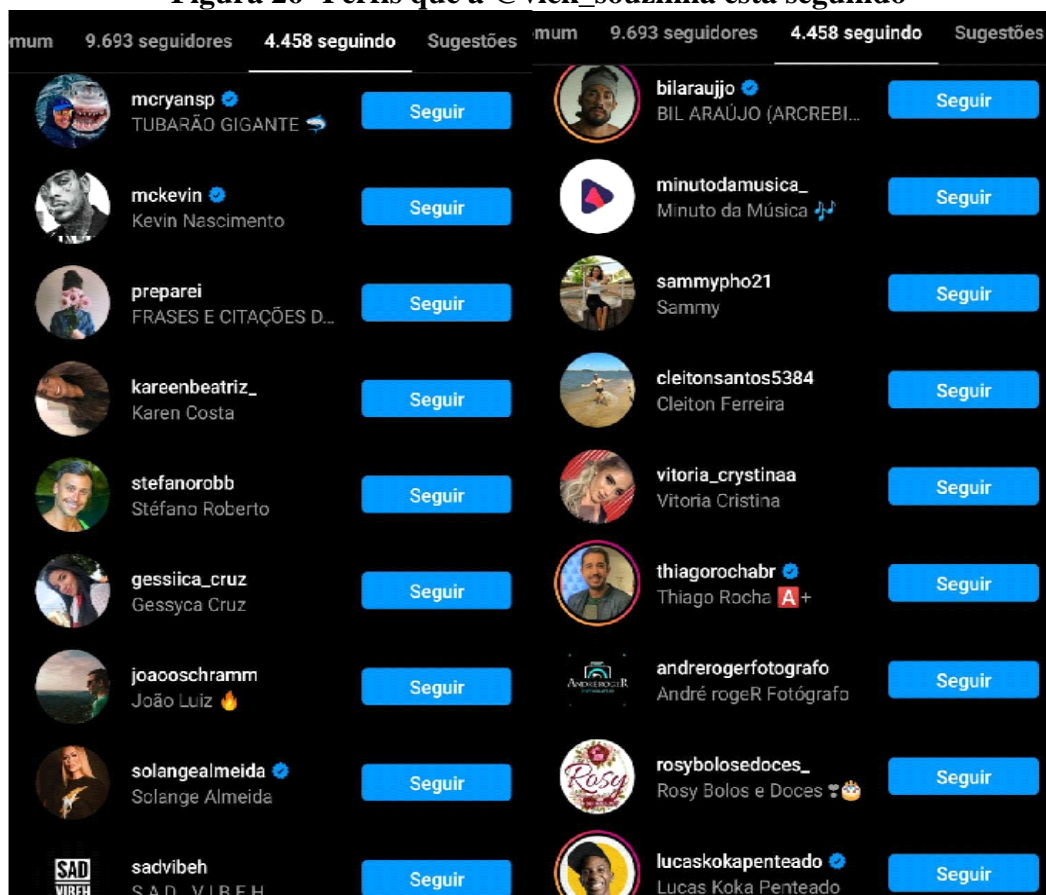


Fonte: *Instagram*

Quanto aos nanoinfluenciadores que estudei, vale lembrar que também são seguidores de outros perfis de influenciadores digitais maiores. Assim, os modos de ser de um influenciador "pode" conter traços também dos perfis os quais ele segue, isto é, podem "reproduzir subjetividades". Como é o caso da @vick_souzinha que segue vários perfis dentre os quais há influenciadores digitais famosos. Os perfis famosos são destacados com o ícone

azul ao lado direito (esse ícone é colocado pela própria administração da rede social). Vejo em 02 de maio de 2021 o perfil da @vick_souzinha:

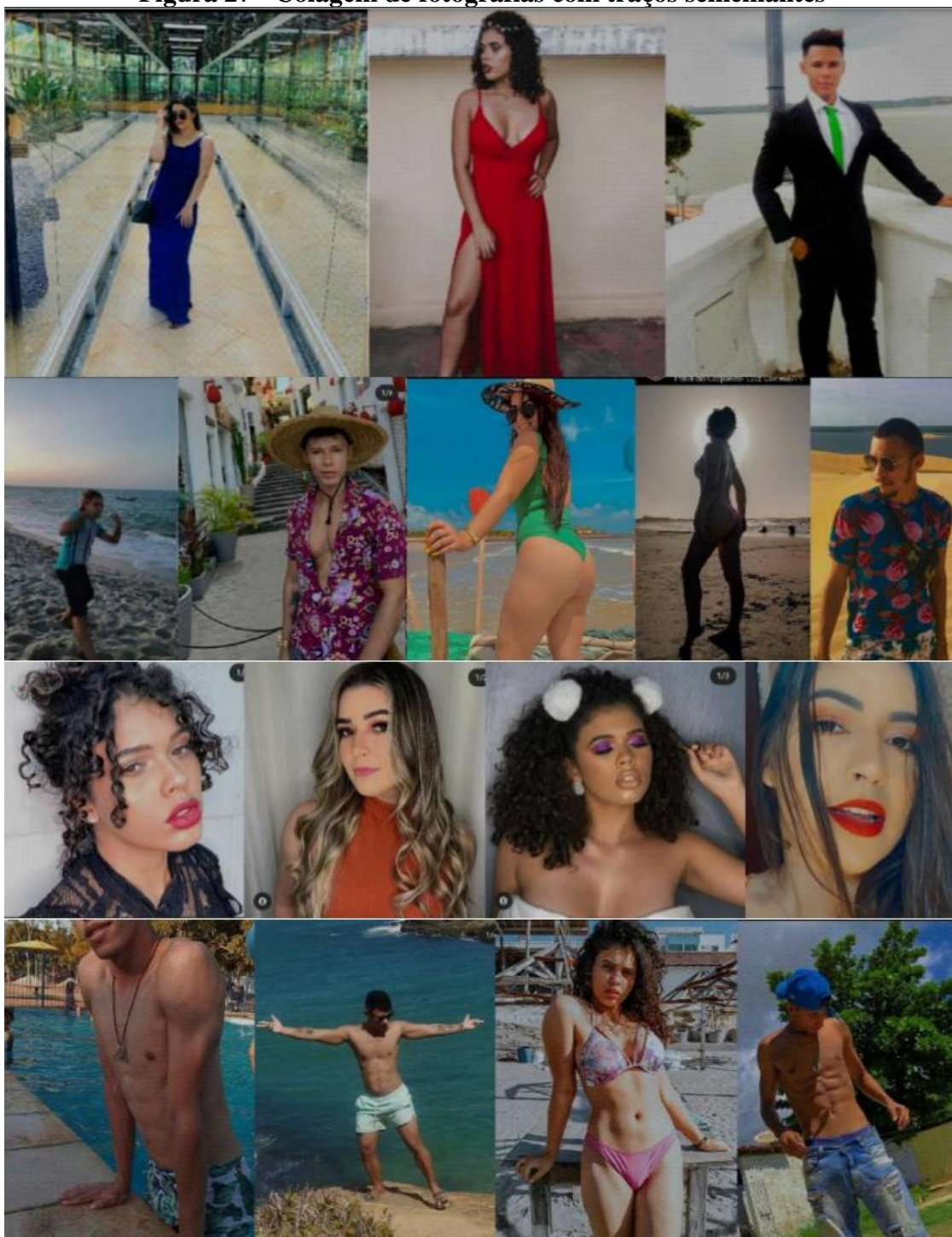
Figura 26- Perfis que a @vick_souzinha está seguindo



Fonte: *Instagram*

Quanto aos traços de subjetivação comuns entre os perfis estudados, posso destacar outros exemplos além da exposição estratégica da seminudez: exposição de rostos maquiados, exposição de viagens feitas pelo usuário, auto-exposição do usuário vestido com roupas elegantes e a auto-exposição do abdômen magro. Entendo essas repetições como indícios de produção de subjetividades homogêneas no *Instagram*.

Abaixo apresento uma colagem de fotografias. Cada linha possui uma sequência de uma ou duas fotografias de cada perfil. As agrupo pelos traços de semelhança que apresentei acima (exposição de rostos maquiados, exposição de viagens feitas pelo usuário e auto-exposição do usuário vestido com roupas elegantes e a auto-exposição do abdômen magro). Há fotos recentes e menos recentes:

Figura 27 - Colagem de fotografias com traços semelhantes

Fonte: *Instagram*.

Na primeira linha de figuras aparecem os perfis @vick_souzinha, @ana.iedon e azev.jr fazendo poses com roupas que considero elegantes. A beleza das roupas sugere que sejam de valor expressivo. Pelo repetição de fotografias de mesmo cunho, percebo que tais performances também são consideradas instagramáveis. Palpito que tais vestimentas oferecem elegância aos perfis. São roupas que são utilizadas eventualmente, em ocasiões especiais. Considero como

exemplo de produção de subjetividades capitalísticas, pois tais traços remetem a mercantilização têxtil e da moda. Além disso, essas fotografias também obtêm grande engajamento. Ser elegante é instagramável, percebo.

Na linha seguinte de fotografias aparecem @paulummm, @azev.jr, @vick_souzinha, @ana.iedon e @_eloidihego em ambientes que sugerem que estejam viajando. A maioria está em locais turísticos como praias. A ostentação turística pode ser vista também como modos de ser de uma produção de subjetividades capitalística, pois o lazer e o turismo no Brasil podem remeter a dinheiro e ostentação etc. Assim, grande parte das pessoas que viajam precisam ter um mínimo de condição econômica. Sendo assim, ostentar viagens é instagramável!

Na outra linha há dois pares de fotografias de @vick_souzinha e de @ana.iedon em que estão maquiadas. São só quatro exemplos de dezenas de outras imagens que performam esses modos de ser. São fotografias que geram bastante comentários e engajamento. Por meio dessa observação compreendo que rosto maquiado é instagramável! A utilização da maquiagem pode ser vista também como um exemplo de produção de subjetividades capitalística, pois aborda a utilização de produtos de "beleza" comercializados pelo mercado de cosméticos, dentre outros detalhes. A maquiagem serve para retirar rugas e linhas de expressão e destaca partes do rosto por meio de colorações sugestivas, deixando a face mais apresentável.

No *Instagram*, há vários efeitos que são utilizados nos *stories* e *reels* que maquam o rosto do usuário deixando-o mais instagramável. Sobre isso, recorde Han (2017), que afirma que na era das redes sociais e dos aplicativos de *photoshop* o semblante humano se transformou em face, esgotado totalmente em seu valor expositivo, em outras palavras, o semblante tornou-se face, pois seu fim está em sua mercantilização.

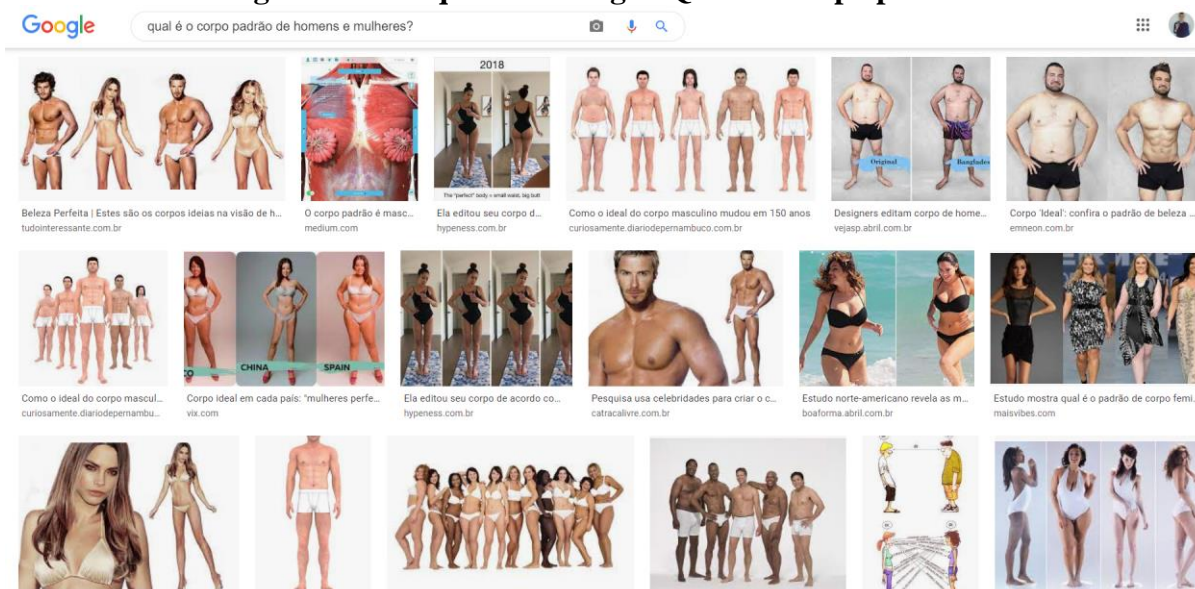
Na última linha sequencial de fotos há a repetição de fotografias em que 4 perfis mostram seus abdomens. Percebo que essas imagens trazem impregnado um padrão normativo de controle-estimulação, como critica Foucault (1979, p. 83): "fique nu..., mas seja magro, bonito, bronzado!" A exemplo disso, na primeira fotografia o perfil corta parte do seu rosto para focar na região em questão, não tão diferente da última fotografia em que o perfil direciona o seu olhar para o abdômen. Acredito que isso convida o espectador a direcionar seus olhos para a região em destaque. Entendo, portanto, que para estes perfis ser instagramável é, além de outras coisas, ser magro e/ou ter o abdômen definido.

Para legitimar o abdômen magro/sarado como instagramável, cada uma dessas quatro fotografias possui dezenas de comentários que bem pontuam a admiração e a aprovação do olhar dos seguidores. E são as fotografias que mais obtêm engajamento, como foi visto na seção

anterior. Considero como exemplo de produção de subjetividades capitalísticas, pois tais traços muito são defendidos pelo mercado da moda e da saúde.

Sobre o corpo como produção de subjetividade capitalística, para exemplificar, pesquisei no *Google* Imagens: "qual é o corpo 'padrão?'" e obtive o seguinte resultado:

Figura 28 - Pesquisa no Google: Qual é o corpo padrão?



Fonte: Google Imagens.

Percebo que a maioria das fotos apresentadas pelo *Google* Imagens são de corpos magros e definidos em consonância com as fotografias publicizadas pelos perfis cartografados. Tal "padrão" não é distante dos que são publicizados pela televisão, revistas, sites etc. na atualidade, mesmo que algumas marcas em algum momento tenham buscado desconstruir tais padrões.

Além de tudo que refleti, considero que as fotografias apresentadas são indícios de homogeneização de subjetividades, pois repetem-se entre os perfis. Considero como modos de ser que são compartilhados entre os usuários. Lembro que Miranda (2005) aponta que há duas formas de produção de subjetividades, uma que ocorre por meio do assujeitamento às instituições produtoras de subjetividades e outra por meio de criações de novos processos múltiplos e heterogêneos, a qual chama de produção de subjetividades singularizadas.

Considero que a produção de subjetividades no *Instagram* permeia entre as duas formas de produção, sendo que os fatos trazidos nesta seção demonstram os traços de produção de subjetividades por sujeição, ou em outras palavras, na produção de subjetividades homogênea ou massificada, algo que demonstra a disciplina e/ou controle presentes. Não distante disso é que Guattari e Rolnik (1996) entendem a cultura como grande agenciadora de indivíduos cada vez

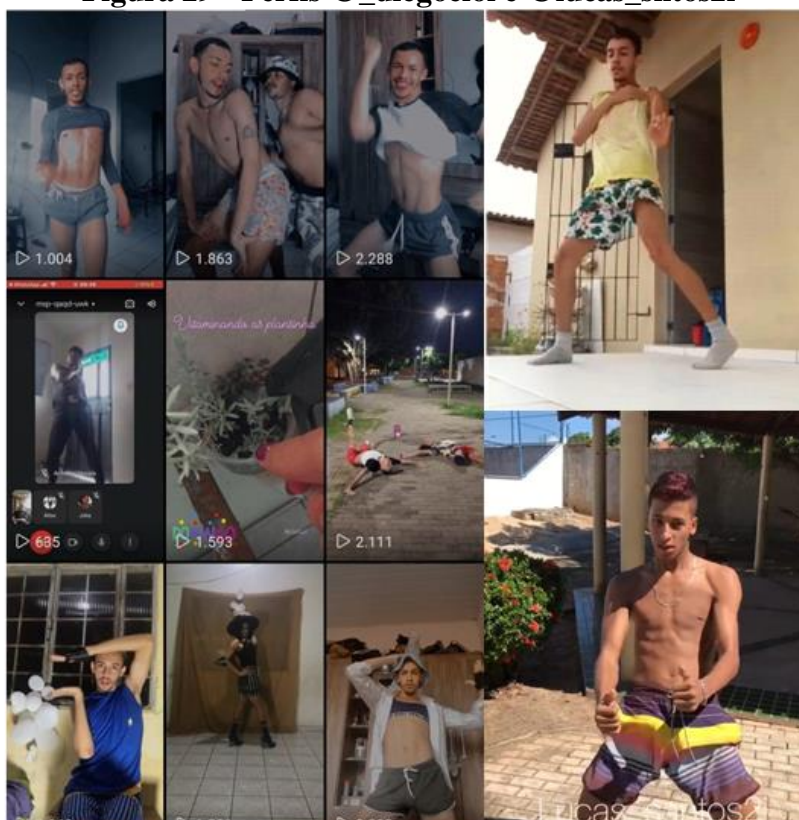
mais normatizados e compreende que essa cultura produz subjetividades homogeneizadas. A repetição de traços e modos de ser nas imagens que mostrei acima representam essa massificação de subjetividades que também atravessam a rede social *Instagram*.

Ainda sobre esse tocante, destaco a importância do olhar do outro na produção de subjetividades no *Instagram*:

4.4 A AUTORIDADE DO OLHAR DO SEGUIDOR

As figuras abaixo correspondem a imagens que apresentei no diário que intitulei de "joga a raba", feito no dia 21 de setembro de 2020, com @_diegoeloi e @lucas_sntos2i. Esses dois perfis são de dançarinos que utilizam dessa arte para gerar engajamento e visibilidade no *Instagram*. O primeiro dança o brega funk e o segundo jazz funk. O @lucas_sntos2i quando dança tira a camisa e coreografa a música de acordo com sua letra que evoca sexo e "pegação".

Figura 29 - Perfis @_diegoeloi e @lucas_sntos2i



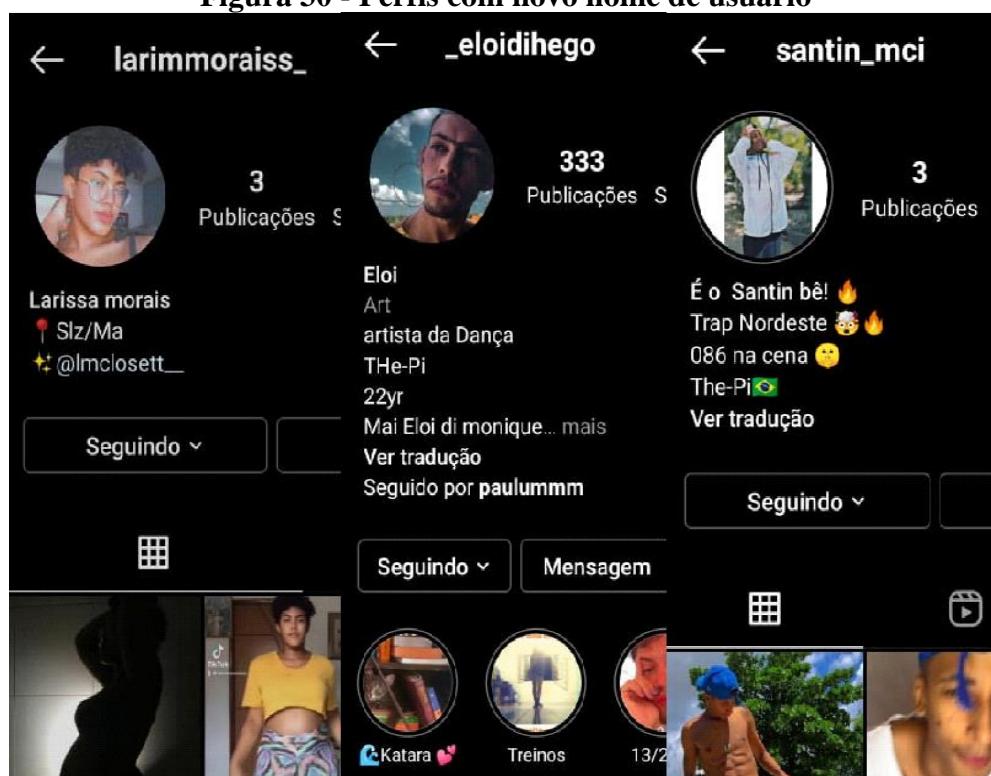
Fonte: *Instagram*

Os comentários presentes nas postagens dessas imagens são: "tu arraso", "mds", "brabo dms", "meu brabo que isso hein", "lindo" etc. São comentários que alimentam o processo de exposição de outros posts. Esse é um ponto bastante plausível para se lembrar da tese levantada

por Bruno no tocante à autovigilância. Quando Bruno (2013, p. 63) afirma: "Nota-se que tal regime de visibilidade escava uma subjetividade interiorizada, dobrada sobre si mesma, que, na sua forma ideal, instaura de si para consigo uma autovigilância que de algum modo continua o olhar do outro". Assegura também a existência de um controle e disciplina que é estabelecido nessa relação de visibilidade, por meio de assujeitamento e liberdade. Compreendo que o influenciador digital depende da legitimação do olhar do outro para se construir como tal.

Operar mudanças no perfil para deixá-lo mais apresentável pode ser um outro efeito do olhar do outro. Tal evento não ocorreu somente com o meu perfil de pesquisa que de @ocartografovigilante tornou-se @poetavigia, mas também em alguns dos perfis que cartografei: @larimmoraiss_ tornou-se @larimmoraiss_, @_diegoeloi tornou-se @_eloidihego e @lucas_sntos2i tornou-se @santin_mci. Minha última consulta a esses perfis foi no dia 22 de abril de 2021. Aqui embaixo mostro como estão neste dia:

Figura 30 - Perfis com novo nome de usuário



Fonte: *Instagram*

Compreendo que nas redes sociais, em especial no *Instagram*, é legítimo mudar, desenvolver, ir e voltar etc. Quanto à produção de subjetividades homogêneas, entendo que o olhar do outro no *Instagram* exerce disciplina e/ou controle que produzem subjetividades e que são repetidas na medida em que são aprovadas, construindo um mapa ilustrativo do que é

instagramável e do que não é. O usuário sabendo como agir, exerce sobre si sua autovigilância. Sendo assim, “ninguém nasce instagramável”, mas sujeitar-se, aplicando autovigilância, autocontrole e policiamento para assim tornar-se. Não existe passividade.

Recordo Bruno (2013) quando trata sobre os regimes de visibilidade. Ela enfatiza, em consonância com Foucault (1987), que:

O olhar do outro deve constituir um olhar sobre si e abrir todo um outro campo de visibilidade que se situa agora no interior do próprio indivíduo (pensamentos, desejos, paixões) e que deve ser observado, nos vários sentidos da palavra, por ele mesmo. Todo o investimento na superfície dos corpos, dos comportamentos, gestos e atividades, todo o jogo dos olhares e das aparências deve escavar uma profundidade, uma interioridade, um desdobramento incorpóreo – alma, psiquismo, subjetividade – que estabelece de si para consigo os procedimentos de observação e correção que lhes são aplicados do exterior. (BRUNO, 2013, p. 62-63).

A fala de Bruno me ajuda a identificar como ocorre a autovigilância nos circuitos de vigilância e visibilidade do *Instagram*. Entendo que o olhar do seguidor, por meio das curtidas, comentários, compartilhamentos etc. define sua opinião e aprovação. Ao perceber isso, o perfil (influenciador ou não) direciona um olhar sobre si, avalia-se, policia-se, autorregula-se e performa de modo a agradar o olhar do seguidor. Posso observar tais processos atravessando todos os perfis estudados. Vejo isso por meio das repetições de modos de ser nos perfis e entre os perfis que em algum momento podem terem sido legitimadas pelo olhar do seguidor.

Bruno (2013) destaca “a observação e a correção” como procedimentos que desencadeiam mudanças no comportamento. A observação e a correção são autovigilância. Portanto, independente de o usuário for influenciador ou seguidor, ele será afetado por esses atravessamentos.

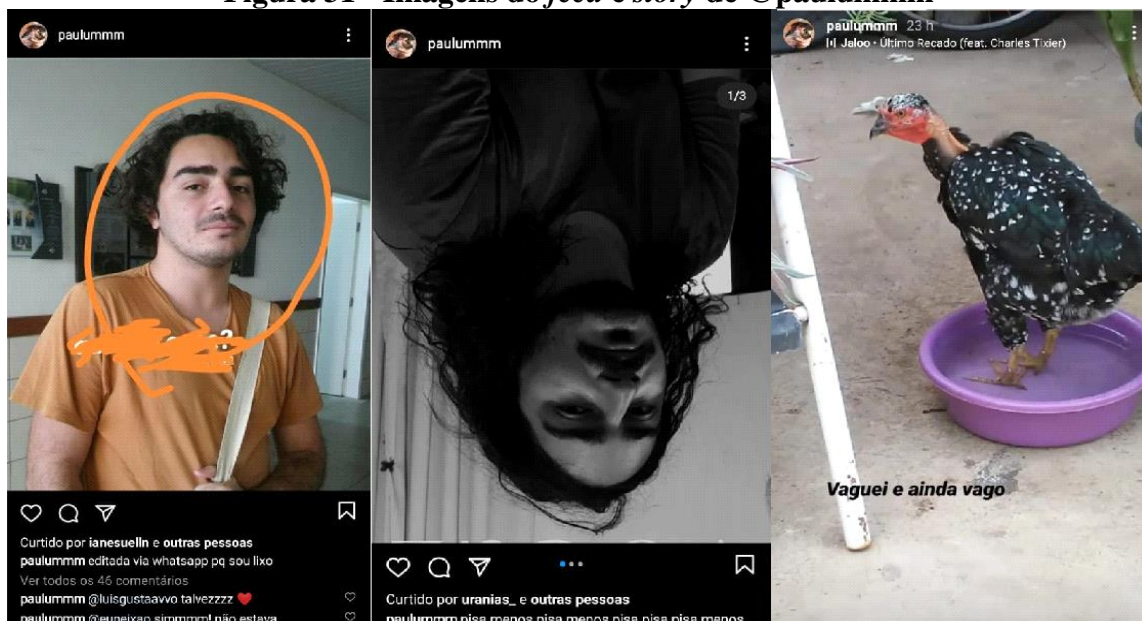
Abaixo discuto que o ser instagramável não se limita somente a perspectivas homogêneas. Identifico que existem modos de subjetivação heterogêneos que são instagramáveis. Assim, há diferentes formas de ser instagramável: pelo "belo", pelo "humor", pelo "tosco", pelo "excêntrico", pela "militância" etc. Este assunto se inaugurou quando cartografei o perfil de @paulummm, perfis que apresentou variadas performances diferentes dos outros perfis que cartografei. Por meio desse perfil, pude aferir que existem formas de resistência aos modos de subjetivação homogêneos capitalísticos.

4.5 LINHAS TÊNUES DE RESISTÊNCIA

Desde o primeiro momento em que, por meio da cartografia, identifiquei o perfil @paulummm, me surpreendi pelos modos de ser e existir que ele fazia circular em suas

publicações. No diário feito no dia 18 de dezembro de 2020, intitulado "sou quem sou, posto o que quero!", debati sobre o fato dele compartilhar fotografias "fora dos padrões" observados nos demais perfis. Abaixo relembro das fotografias que apresentei no diário.

Figura 31 - Imagens do feed e story de @paulummm



Fonte: *Instagram*

Nas fotografias em questão, ele fica de cabeça para baixo, risca o contorno do seu rosto e mostra de modo aleatório uma galinha. Não observei esses traços nos outros perfis que cartografei, porém, em minha habitação no território *Instagram* previamente à pesquisa, encontrei perfis que também operavam resistência a certos modos de ser expostos *Instagram*.

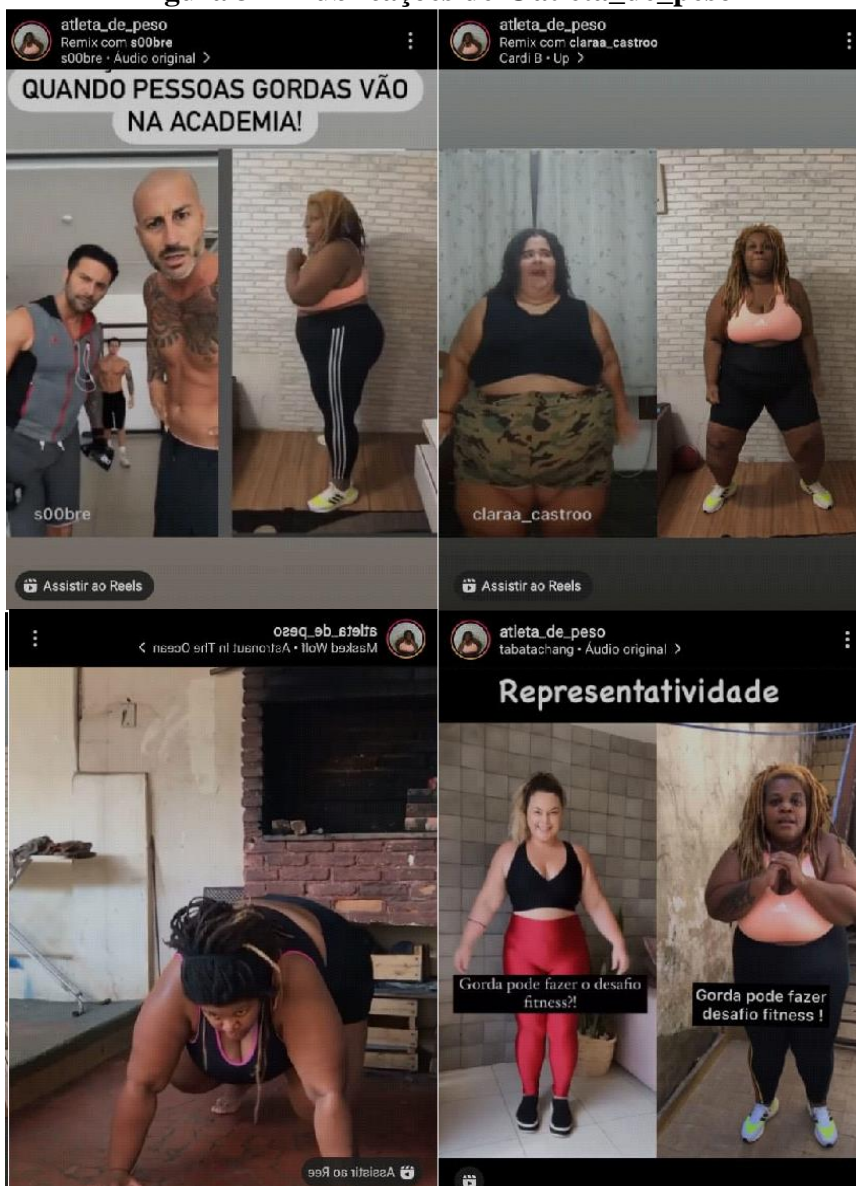
Considero que o perfil @paulummm opera resistência sobre as publicizações que valorizam o corpo magro e musculoso, o rosto maquiado, o corpo bem vestido, a foto de melhor composição etc. Entendo que por meio do tosco e do humor este perfil encontra espaço como sujeito instagramável. Assim, resistir a certos padrões capitalísticos é também instagramável e que o olhar do outro deixa-se encantar por diferentes referências, além das imediatamente capitalísticas. Lembro que @paulummm, embora adote outros padrões, possui número elevado de seguidores, ele é também um digital influencer como os outros.

Para exemplificar, posso referenciar outros perfis que operam resistência sobre os padrões que muito debati até agora. Perfis como @atleta_de_peso⁵⁴, que trata de uma atleta negra e gorda, estudante de educação física que prega que não é preciso ser magro para ser

⁵⁴ Disponível em: https://www.instagram.com/atleta_de_peso/. Acesso em: 29/04/21.

esportista. Ela possui mais de 73,6 mil seguidores (18 de abril de 2021), entre pessoas gordas e magras e vem conquistando muitos seguidores todos os dias. Ela é uma microinfluenciadora digital. Abaixo apresento algumas publicações deste perfil.

Figura 32 - Publicações de @atleta_de_peso



Fonte: *Instagram*

Perfis como @paullus e @atleta_de_peso demonstram que na sociedade de vigilância e visibilidade a diversidade de existências são também instagramáveis. Considero tais manifestações, em detrimento das outras, como heterogêneas. Isso mostra que há correntes heterogêneas de resistência que buscam tencionar padrões hegemônicos do que deve ser veiculado como modelo.

Compreendo que nas redes sociais coexiste uma pluralidade de referentes, uma

multiplicidade discursiva, embora cada perfil se destine a grupos mais ou menos homogêneos, de acordo com as regularidades de cada perfil e a constituição do público com quem comunica. Soares e Miranda (2009) discutem sobre isso:

Num mundo em que vivenciamos o extremo recrudescimento do individualismo, a produção de uma subjetividade massificada é vendida como promessa de singularização para milhões de sujeitos. No entanto, mesmo neste contexto de laminação das subjetividades, é possível singularizar no cotidiano, ensejando pequenas práticas que sejam focos de criatividade e de experiências de vida enriquecedoras das relações das pessoas com o mundo. Em sua crescente expansão, é próprio do capitalismo oferecer perigo para si mesmo, abrindo frestas, fendas, fissuras, a força motriz do processo de singularização (CAIAFA, 2000). No entanto, como nos ensinou Guattari, nada está dado, é preciso, a partir da compreensão de que a subjetividade é constantemente produzida, lutar por novos campos de possibilidades, inventando no cotidiano novos modos de existência, novas relações consigo mesmo e com o mundo. (SOARES; MIRANDA, 1999, p. 421).

Embora se perceba processos de subjetivação homogêneos, há a possibilidade de gerar tensionamentos que ponham em crise modelos lapidados de subjetivação (isto é, produção de subjetividades singularizadas). Minha pesquisa não teve o intuito de focar exclusivamente nesses perfis, porém sabe-se que existem centenas de pessoas que usam os seus perfis em redes sociais para levantar a bandeira da "diferença" como algo legítimo e importante, em busca de gerar menos desigualdade social e promover a autoaceitação por meio daqueles que se sentem "diferentes" na sociedade em que vivemos.

Ademais, há algo em comum em todos os perfis que cartografei e de outros perfis que passaram rapidamente por esta pesquisa: todos sujeitam-se à vigilância e à visibilidade, assim, à autovigilância. Percebo que todos os perfis buscam na visibilidade seus modos de viver e, assim, preocupam-se com a suas performances, com a qualidade do material que publicam e com outros traços que fazem parte dos padrões de ser instagramável. Em detrimento a isso, na próxima seção comento um pouco mais sobre "o ser visto" e busco discutir os estímulos sociais que podem ser desencadeados pela autoexposição.

4.6 SOU VISTO, LOGO EXISTO

Durante a cartografia dos perfis pude acompanhar alguns outros jogos de forças que muito me chamaram a atenção. Lembro que no diário que intitulei "descansando a beleza" (do dia 14 de dezembro de 2020), o perfil @vick_souzinha, um dos perfis mais interativos da pesquisa, havia ocultado a sua foto de perfil, me provocando vários questionamentos. Em uma tentativa bem-sucedida de perguntá-la sobre o porquê de tal ação, ela me respondeu que desejou

desconectar-se da plataforma, pois o ambiente de visibilidade não estava lhe fazendo bem, relembro.

Tal depoimento me faz lembrar de uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV) que afirma que 41% dos jovens dizem se sentir tristes, depressivos ou ansiosos em contato com as redes sociais (PSIQUIATRIAPAULISTA, 2020, s/p) e outro artigo afirma que o *Instagram* é a rede social mais nociva à saúde mental (CARBONARI, 2017).

O artigo do Olhar Digital (2019) utiliza como base uma pesquisa feita pela instituição Royal Society For Public Health⁵⁵, RSPH, em 2017. A entidade entrevistou 1.479 pessoas, de 14 a 24 anos, parcela da população cujas taxas de ansiedade e depressão aumentaram 70% nos últimos 25 anos, e constatou que 90% delas utilizam redes sociais. Por meio das entrevistas puderam constatar que a ansiedade, depressão, insônia, baixa autoestima etc. que sentiam estavam atrelados a utilização das redes sociais, especialmente o *Instagram*.

O site cita o caso de um publicitário de 28 anos:

O publicitário Lucas Alves, 28, sentiu na pele os efeitos negativos do *Instagram*. Ele possuía uma conta ativa desde 2012 e chegava a passar até cinco horas por dia procurando conteúdo. Dentre as preocupações, postar fotos era uma delas. Ele lembra que começou a perceber isso quando viajava, porque já arrumava a mala pensando em como iria ficar a foto e a postagem. O sentimento de comparação era constante, mesmo com o mural repleto de fotos. “Eu via ali só as viagens legais das pessoas e isso começou a me deprimir, mesmo sabendo que aquilo não era 100% real. A impressão era que minha vida estava num momento ruim, e no feriado de 1º de maio, eu decidi deletar o perfil”, conta Alves.

A experiência vivida por Lucas Alves pode ser similar ao que estava vivendo a @vick_souzinha, pois ela afirma que se sentia triste e o *Instagram* nem sempre a fazia bem. Um ponto parecido entre Lucas e da @vick_souzinha foi o fato de que ambos resolveram se afastar da rede social. Ele buscou excluir o *Instagram* de vez e a alternativa dela foi a ocultação da foto de seu perfil. Pelas suas palavras, acredito que ela deve ter diminuído o uso do aplicativo nesse período. Na cartografia percebi que havia pouca movimentação em seu perfil durante esse tempo.

A pesquisa me faz entender que a atitude de excluir o aplicativo, como fez o Lucas, é uma atitude pouco tomada por grande parte dos usuários desta rede social. Como afirma Jaguaribe: "Há, nos meios de comunicação, uma produção de “realidades” exacerbada pelo sensacionalismo, pela propulsão ao choque, pela necessidade imperiosa de produzir novidades,

⁵⁵ A RSPH é uma instituição de caridade independente dedicada à saúde pública. É localizada em Londres, no Reino Unido. Ela elabora pesquisa sobre saúde, elabora campanhas e projetos de políticas e práticas de saúde, educa, capacita e apoia indivíduos e comunidades ao cuidado com a saúde.

pela vertiginosa velocidade de informações fragmentárias" (JAGUARIBE, 2007, p.17). A autora compreende que na contemporaneidade os meios de comunicação despertaram demandas nas formas de ser. Acredito que no caso das redes sociais a demanda, além de outras coisas, é de ser visto e valorizado. Estar fora das redes sociais pode ser perder a visibilidade.

Com Debord (2008), Sibilía (2009), Bruno (2013), Bauman (2014), entre outros autores, e da realidade que se apresenta por meio desta cartografia, posso pensar na existência da premissa "sou visto, logo existo". Ademais, levando em conta a representatividade da rede social *Instagram* na atualidade (3ª rede social mais utilizada no mundo em 2021) é possível substituir tal premissa por "estou no *Instagram*, logo existo".

Ainda sobre esse assunto, recordo outro perfil, @larimmorais_, que também cartografei e durante a cartografia o perfil foi apagado da plataforma abruptamente. Depois que fiz uma nova pesquisa na tentativa de localizá-lo na plataforma, encontrei-o com novo nome de usuário, com menos seguidores e como conta privada. Tal situação me fez refletir sobre o que ocasionou o apagamento do seu perfil e a criação de uma conta restrita. Tal dúvida foi carregada até o dia 21 de abril de 2021, quando resolvi retornar ao @poetavigia e buscar novamente o perfil da @larimmorais_. Para minha surpresa o perfil voltou a ser público e com mais de mil seguidores⁵⁶.

Depois que vi que ele estava adequado novamente a minha cartografia, mesmo fora do período em que estava elaborando meus diários, resolvi voltar a segui-lo na intenção de perguntar o porquê de suspender ou deletar o perfil e depois tê-lo deixado privado. Porém não obtive retorno.

Antes de encerrar esta seção, desejo voltar a falar sobre @vick_souzinha, mas para destacar algo que observei durante o período em que ela estava sem foto de perfil. No diário que intitulei de "descansando a beleza" (p. 68), embora a usuária @vick_souzina estivesse com sua foto de perfil oculta, dava para perceber um círculo sobre o ícone do perfil oculto, demonstrando que haviam *stories* seus publicados. Dessa forma, ela continuou utilizando a plataforma, mesmo estando "afastada", não desapeou-se por completo. Quanto a @larimmorais_, o caso é um pouco parecido, pois ela apagou seu perfil público, mas continuou na rede social utilizando outro nome de usuário.

Entendo a importância que o *Instagram* tem para os jovens por trás desses perfis, a ponto de não conseguirem se desvincular da plataforma. O *Instagram* é visto como a rede social que mais cresce e a que mais é utilizada por jovens no mundo (AVOZDASERRA, 2020), entendida

⁵⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/larimmorais_/. Acesso em: 31/05/2021.

como a mais inovadora (LAVADO, 2020), como a mais completa (SPADA, 2021) e como a rede social que mais permite a ascensão de pessoas comuns a digitais influencers no Brasil, como também o melhor canal para acompanhar esse público (MEIOEMENSAGEM, 2019).

Compreendo que todos os fatos que cartografei, desde as autoexposições do corpo seminu, das repercussões do olhar do outro, das linhas de resistência aos padrões encontrados, da dificuldade de desvinculação com a plataforma, entre outras coisas, são exemplos de autovigilância estabelecida pelo sujeito para consigo. No trajeto em que me performei como o @poetavigia (não tão diferente do que performo no perfil pessoal que tenho na plataforma) pude perceber na pele o quanto sujeitamos a autovigilância em nossa prática de utilização no *Instagram*. A tese é: ser instagramável é viver em autovigilância constante. Sobre isso, trago o tema cancelamento que debatarei na próxima seção.

4.7 MEDO DO CANCELAMENTO?

Na medida em que as redes sociais ampliaram os caminhos para a visibilidade, elas também possibilitaram o surgimento de formas de "boicote" a essa visibilidade. O cancelamento ou a cultura do cancelamento consiste nisso, numa punição simbólica do público sobre as pessoas da mídia (ou empresas), quando praticam, se omitem ou falam algo que desagrada esse público. A vigilância que assenta sobre os artistas, políticos, autoridades, influencers, empresas etc. está atenta aos possíveis comentários e/ou atitudes xenofóbicas, racistas, homofóbicas, machistas entre outras, possivelmente feitos por eles. Se assim for flagrado, pessoas ou empresas tentem a ser criticadas, perderem seguidores dentre outras ações que envolvem o virtual e o não virtual.

No diário de campo entre biscoitos e bolachas cito a cantora Anitta no tocante ao seu cancelamento em 2018, por não ter se posicionado politicamente nas eleições presidenciais desse mesmo ano. A cantora, devido a sua origem e as suas conquistas profissionais, passou a ser representante de grande público - como do pobre e negro, assim como de outros milhões de pessoas que admiram o seu trabalho e a tem como símbolo de força e luta, - que esperava dela uma postura de resistência aos discursos políticos que muito feriam a democracia, especificamente nessa eleição.

Tal situação que ocorreu com a cantora Anitta vem ocorrendo muito nos últimos meses sendo assunto discutido em sites, redes sociais, jornais e tevê. São vários os episódios em que artistas foram cancelados e estão buscando no "direito ao esquecimento" formas de reestruturar suas carreiras. Outro exemplo sobre cancelamento esteve no reality show Big Brother Brasil,

que na edição deste ano (2021) reuniu participantes famosos e digitais influencers, e uma das pautas mais discutidas no programa - e fora dele - foi o medo dos participantes serem cancelados devido alguma conduta que poderia ter que desapontasse o público. Percebeu-se que os participantes empregaram sobre si uma autovigilância em busca de evitar tal problema.

O *Instagram* e o *Twitter* passaram a ser espaços importantes para a prática do cancelamento, onde comportamentos considerados errados convertem-se em um "linchamento virtual" contra a pessoa responsável pelos atos, como uma forma de punição e uma maneira de realizar a justiça social. Dentre outras formas, o cancelamento ocorre quando uma corrente de pessoas se une e incentiva outras a deixarem de apoiar determinado perfil, por seu comportamento considerado incorreto, irresponsável e/ou repreensível. Acredito que na medida em que as pessoas adotam um influenciador, buscam que ele possa ser um espelho de boas performances e se performarem de modo contrário, pode-se ocorrer o cancelamento.

A repercussão de um cancelamento é bastante intensa tanto para o campo midiático como para a psique da pessoa cancelada:

A partir do momento que o “cancelamento” se torna uma ferramenta de inflição de dor e sofrimento psíquico, o fenômeno pode ser considerado abuso psicológico de um grupo contra um indivíduo, em que a pessoa em questão é vítima de julgamentos sem que tenha a possibilidade de se defender. Além disso, a “cultura do cancelamento” é considerada um risco para o debate saudável, já que ao estabelecer o que pode e o que não pode ser dito promove retrocessos e vai contra a luta progressista para dar voz a todos. (POLITIZE, 2021, s/p).

O cancelamento pode ser visto como um novo modelo de punição com semelhanças à vigilância panóptica, visto como um “tribunal da internet”. Comparando a vigilância panóptica moderna com este traço contemporâneo, percebo que em ambos casos as pessoas se policiam constantemente, moldam seus comportamentos, retém ações desagradáveis para evitar uma punição. No caso do cancelamento, a punição está na perda de uma visibilidade positiva (desvalorização do olhar do outro), da confiança, da fama/prestígio, do dinheiro etc. Assim, o cancelamento passa a ser uma espécie de vetor de subjetivação que tende também a disciplinar/controlar os corpos por meio de modelos sociais/culturais/morais/éticos.

Apesar de que os nanoinfluenciadores sejam o grupo com menor número de seguidores na pirâmide, entende-se que também podem ser atravessados por esse vetor de subjetivação, o cancelamento que tem o medo como principal acionador da autovigilância. Compreendo, assim, que ser instagramável é buscar andar nas linhas da aceitação, buscando agradar o maior número de pessoas possível.

Se tal dispositivo, o cancelamento, tenha a missão de diminuir as atitudes xenofóbicas, machistas, homofóbicas, gordofóbicas, racistas etc. posso pensa-lo como um instrumento importante dos nossos dias. Porém é necessário meditar as consequências dessa corrente, pois, de uma forma ou de outra, sempre são direcionadas às pessoas, e as consequências psíquicas podem ser severas.

4.8 AFINAL, O QUE É INSTAGRAMÁVEL?

Ouvi o termo "instagramável" pela primeira vez na 42ª edição do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação que ocorreu em Belém - PA - nos dias 2 a 7 de setembro de 2019. Era uma quinta-feira e estava junto ao grupo de pesquisa Comunicação, Imagens e Imaginários apresentando uma pesquisa sobre exibicionismo nas redes sociais. O termo me foi apresentado em uma roda de discussão sobre o meu trabalho e logo anotei e busquei mais informações sobre ele. Em minha pesquisa na internet naquele dia percebi que o termo já era muito falado e dizia respeito a "aquilo que pode ser postado no *Instagram*" e/ou "aquilo que está no *Instagram*".

O constante crescimento desta rede social e seu abundante número de usuários fizeram dela uma referência no digital, podendo até definir aquilo que a ela pode ou não fazer parte. Assim, entende-se que nem toda fotografia está apta a ser postada no *Instagram* ou que nem toda performance é legítima de lá. Mas quem é que define o que é instagramável ou o que não é? De acordo com meu estudo com os 7 influenciadores digitais e meu perfil, o olhar do outro é aquele que detém essa autoridade e quantos mais olhares se tem (número de comentários, curtidas e seguidores), mais instagramável se é.

Os digitais influencers, começando pelos nanoinfluenciadores digitais, são sujeitos que chegaram a um positivo grau de aprovação do olhar do outro, isto é, a um patamar de definição importante do "ser instagramável". São pessoas que possuem um número grande de seguidores. Entretanto isso não os garante que sejam instagramáveis perpetuamente, pois em algum momento podem fazer circular algo que desagrade o olhar do outro ou mesmo deixem de alimentar a máquina, assim diminuindo a visibilidade.

Qual a relação entre o instagramável e a produção de subjetividades no *Instagram*? A grosso modo, tem tudo a ver, pois trata-se de uma produção de subjetividades que perpassa uma dinâmica própria de subjetivação que, porém, não é advinda de lá, mas que advém de diversos outros dispositivos, máquinas e coletivos já atravessados pelo capitalismo. Assim, como fiel máquina capitalística, aquilo que atravessa o *Instagram* bem representa aquilo que já vem circulando em outras máquinas como as outras redes sociais, sites, blogs, televisão, rádio,

grupos, instituições etc., subjetividades homogêneas que nascem da intenção de disciplinar, controlar e governar os corpos.

Compreendo que o *Instagram* com seus vetores de subjetivação, dentre os quais estão a vigilância, a visibilidade, o espetáculo etc., lança sobre os seus usuários dinâmicas de subjetivação que tem a intenção de doutrinar os corpos, assim como ocorria no panóptico de Bentham agindo sobre o efeito da autovigilância. E outra similaridade entre o *Instagram* e o panóptico é que ambos permitem que hajam linhas de resistência a tais dinâmicas de subjetivação.

O que tem haver com o instagramável, a produção de subjetividades e a autovigilância no *Instagram*? Por meio deste estudo posso entender que a autovigilância configura-se como modo de subjetivação manifesto nas redes sociais virtuais, sendo que no *Instagram* o status conferido pelos usuários ao reconhecimento e à admiração do olhar do outro são progressivamente interiorizados, constituindo todo um campo de práticas consigo, de autorregramento e autocontrole que passam a reger a esfera íntima e privada, em que as esferas de cuidado e controle de si se fazem na exposição pública ao alcance do olhar do outro e à norma por ele representada, norma a qual entendo por "instagramável".

Assim, o investimento de forças que grande parte dos usuários investem sobre si, advém de um conjunto de vetores e dispositivos que têm a intenção de tornar as pessoas instagramáveis, isto é, sobre uma produção capitalística. Portanto, concordo com Debord (2008, p.17) quando diz que "o que aparece é bom, o que é bom aparece", porém, hoje, nem tudo que aparece é bom, pois nem tudo que aparece é instagramável. A exemplo estão algumas das fotografias dos perfis @ana.iedon, @azv.jr, dentre outros estudados, que demonstraram que nem todas performances geram admiração e engajamento.

Concordo também com Han (2017, p.37) no tocante ao esvaziamento que há entre aquele que se expõe e aquele que vigia: "Em virtude de sua característica de chamar a atenção, falta-lhes *punctum*, intensidade semiótica (...) no máximo, apresentam o objeto que diz 'me agrada'". Compreendo que o instagramável entra numa categoria de esvaziamento e opacidade pelo fato de estar imerso em uma dinâmica de visibilidade sem alteridade. Pergunto: o que há por trás de uma fotografia exibicionista se não os apelos pornográficos (no sentido apontado por Han) muitas vezes a ela atravessada? O que há por trás de um comentário elogioso a uma fotografia de um corpo seminu, se não aspectos que transitam pelo voyeurismo? São perguntas sem respostas definitivas, mas que sugerem reflexões diante da trilha seguida até aqui.

5 CONSIDERAÇÕES TRANSITÓRIAS

Hoje sou costurado, sou tecido, sou gravado de forma universal, saio da estamperia, não de casa, da vitrina me tiram, recolocam, objeto pulsante, mas objeto que se oferece como signo de outros objetos estáticos, tarifados. Por me ostentar assim, tão orgulhoso de ser não eu, mas artigo industrial, peço que meu nome retifiquem. Já não me convém o título de homem. Meu nome novo é coisa. Eu sou a coisa, coisamente.

(Etiqueta, Carlos Drummond de Andrade)

Quais as relações entre a autovigilância no *Instagram* e a produção de subjetividades na contemporaneidade? Essa foi a indagação na qual me foquei durante a construção desta pesquisa e, por meio de tudo que vivi, construí, nesta trajetória, respostas possíveis. Mas, de fato, quais são essas relações? Ficou notório que são muitas, dentre as quais boa parte nos escapam.

Inicialmente, por meio de teorias modernas e contemporâneas, aprendi por quais óticas posso enxergar a autovigilância. O sentido em que a trabalhei debruçou-se numa vigilância que, de tão potente e profunda, passa a atravessar o ser humano a ponto de estimular um autocontrole sobre sua ação. Mas, para que isso ocorra, o ser humano deve entender como agir na sociedade capitalista de vigilância e visibilidade que, por sua vez, não cessa em ditar as regras, a saber, produzir subjetividades homogêneas/massificadas/assujeitadas.

Neste estudo entendi que, além da produção de subjetividades, há máquinas e vetores de subjetivação. As máquinas que abordei foram as "máquinas de ver" (BRUNO, 2013), dentre as quais está o *Instagram*. Tais máquinas, também vistas como dispositivos de poder e sujeição, são atravessadas por vetores diversos de subjetivação e conduzem a produção de subjetividades à perspectiva do ver e ser visto.

Os principais vetores de subjetivação apresentados foram a vigilância e o espetáculo, mas posso citar também a máscara, a performance, a publicidade, a propaganda, o consumo, a mercantilização, o exibicionismo, o narcisismo, o erotismo etc. O plano comum no território existencial *Instagram* me fez identificar e experimentar tais vetores.

Os diários de campo foram frutos de cuidadosas e espontâneas produções e cultivo de experiências. Essa "colheita de dados" feita durante e no final da "safra" fizeram de conceitos realidade (e o contrário). Lembro de identificar a vigilância e o controle atravessados em minha

múltipla vivência no *Instagram* que me tornava pesquisador, interventor, usuário, vigilante, vigiado, autovigilante/autovigiado e influencer (talvez).

Lembro das diversas vezes em que me deixei conduzir a tomar determinadas atitudes na plataforma, como mudar a imagem e as informações do perfil. Ninguém me falou, todavia muito foi me dito: deveria mudar, transformar, transmutar minhas ações para poder ser mais aceito, bem visto, agradável - como diz Han (2017) - ou instagramável. Percebo que não há um manual pronto que ensine a ser instagramável, porém é fácil saber, basta se inserir na plataforma e permitir-se ser atravessado por ela. A rede social não lhe fará performar, mas será o espaço perfeito para despertar aquilo que há de comum aos sujeitos, pois ser visto é bom.

Minha pesquisa teve como ponto peculiar o fato de ter sido toda atravessada pela pandemia do coronavírus. Desde quando comecei até o seu final, estive acompanhando sujeitos marcados pelos estímulos contextuais da ocasião, assim como eu. Porém, embora esses sujeitos estivessem compartilhando de tal ocasião, percebi que muito se equivocaram de comentar sobre ela em seus stories, feeds, IGTV e Reels. Talvez não fosse pelo fato de não darem crédito a situação, mas por buscarem o *Instagram* como uma forma de esquecer tal momento.

Além disso, pelo fato da convivência social ter sido anulada muitas vezes pelo isolamento social, o *online* foi território muito habitado, potencializando a vigilância, a visibilidade e a autovigilância. Percebi também que a autovigilância no sentido estudado com a autovigilância no sentido médico, vieram a se cruzar várias vezes, criando jogos de forças que potencializaram o controle e a disciplina.

Esta pesquisa propôs uma discussão acentuada sobre a produção de subjetividades nas redes sociais, diagnosticando sua extrema ligação com a autovigilância. Por meio deste estudo, compreendi que as subjetividades que atravessam a rede social *Instagram* pautam-se em lógicas de visibilidade capitalísticas as quais chamei de instagramáveis. Mas para ser instagramável é necessário haver autovigilância, isto é, performar conforme o comum - agir como manda o figurino. Todavia, por que não ser rebelde um pouco e ditar novas regras? Isso também é instagramável.

A pesquisa, por se tratar de uma cartografia, foi bastante desafiadora. Durante todo o período de escrita estive bastante angustiado, pois ela me propõe imergir na pesquisa, assim, me expor, como criança que se lambuza com sua comida e até mesmo com o seu "próprio cocô". Elaborei uma pesquisa "com" em vez de "sobre". E cheguei a ser um instrumento de pesquisa da minha própria pesquisa. Isso foi bom, pois fez com que eu comprovasse, por meio da minha própria experiência, aquilo que eu buscava conhecer e compreender, cartografar.

Foi percebido que, embora tenha obtido interações com a plataforma e com outros perfis que seguiam o @poetavigia, não consegui criar um vínculo mais proximal com os 7 perfis que cartografei. Talvez pelo fato de que eles se sentiram incomodados com a minha "vigilância científica". Mas isso não impediu que eu pudesse interagir com as publicações que esses perfis compartilhavam na plataforma e observar os movimentos que eram criados por meio dessa interação e das de outros perfis. Assim, pesquisar "com" se deu pela imersão e pelo estado de igualdade que eu tracei com os perfis de pesquisa, mas não no sentido de que foi uma construção conjunta. É possível também que os influenciadores se caracterizem por essa falta de acessibilidade.

De antemão, pretendo dar continuidade a esta pesquisa por meio de outras pesquisas, pois existem várias outras dúvidas que vão nascendo na medida em que se busca compreender os processos do mundo.

Enfim, a pesquisa teve, além dos objetivos propostos, a missão de fazer entender que a produção de subjetividade ocorre fortemente por meio da mídia. Aquilo que vemos vêm a nos atravessar e nos produzir modos de ser variados, de acordo com as normas e regras que são postas lá, por um sistema imenso e onipresente.

A poesia de Carlos *Drummond* de Andrade, assim como as cartografias que fiz no *Instagram*, nos mostra que somos "coisados"/"instagramados" ou que devemos ser. Há muita importância em compreender o funcionamento da sociedade, nos garante mais resistência e sobriedade diante das inúmeras dinâmicas disciplinares e de controle, que muitas vezes ferem a ética e a verdade, gerando desigualdade social, angústia, ilusão e outras afecções aos nossos dias. Hoje, menos ou mais instagramável, compreendo o quanto a máquina permeia a minha vida.

REFERÊNCIAS

- A VOZ DA SERRA JORNAL. **Instagram, a plataforma digital que mais cresce entre as redes sociais. Sábado, 08 de fevereiro de 2020. Disponível em:** <https://avozdaserra.com.br/noticias/instagram-plataforma-digital-que-mais-cresce-entre-redes-sociais>. Acesso em 06/03/2020.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vigilância líquida**. São Paulo: Zahar, 2014.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Saúde regulamenta condições de isolamento e quarentena**. Publicado: Sexta, 13 de Março de 2020, 13h27. Disponível em: <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46536-saude-regulamenta-condicoes-de-isolamento-e-quarentena>. Acesso em: 30/03/2020.
- BREVES, Livia. **Nanoinfluenciadores: quem é a turma que tem menos de 10 mil seguidores e é o futuro das redes**. O GLOBO, 04/01/2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/gente/nanoinfluenciadores-quem-a-turma-que-tem-menos-de-10-mil-seguidores-e-futuro-das-redes-1-24168278>>. Acesso em: 24/05/2020.
- BRUNO, F.; KANASHIRO, M.; FIRMINO, R.. **Vigilância e visibilidade: Espaço, tecnologia e identificação**. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- BRUNO, Fernanda. Biovigilância e Contágio na Pandemia. **In: CORONA360, MAPI: PUC-RIO, 2020**. Vídeo. Disponível em: <http://www.iri.puc-rio.br/mapi/biovigilancia-e-contagio-na-pandemia/>. Acesso em: 8/05/2020.
- BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013. 190 p.
- CARBONARI, Pâmela. **Instagram é a rede social mais nociva à saúde mental, diz estudo**. Atualizado em 2 Maio 2019, 11h48 - Publicado em 19 Maio 2017. Disponível em: <https://super.abril.com.br/sociedade/instagram-e-a-rede-social-mais-prejudicial-a-saude-mental/>. Acesso em: 24/12/2020.
- DALMOLIN, Bernadete M.; PASSOS, Robert F. dos; RIBEIRO, Silvana. Cartografia social: produção de experiências de uma estética da educação. **Conjectura: Filos. Educ.**, Caxias do Sul, RS, v. 25, Dossiê, 2020
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.
- DELEUZE, Gilles. **Post-scriptum sobre as sociedades de controle**. Conversações: 1972-1990. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- DOMINGOS, Adenil Alfeu. **Storytelling: evolução, novas tecnologias e mídia**. Curitiba: 2009. *In.*: **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009**.
- DUARTE, Fábio e FREI, Klaus. Redes Urbanas. *In.*: DUARTE, Fábio; QUANDT, Carlos;

FILHO, Fabrancio. **Twitter será mais rígido com conteúdos sexuais e violentos em 2020.** Olhar digital, 06/12/2019. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/noticia/twitter-sera-mais-rigido-com-conteudos-sexuais-e-violentos-em-2020/94044>. Acesso em: 02/09/2020.

FILHO, Francisco A.; ALEXANDRE, Leila Rachel B. **A construção de objetos de discurso nos perfis fakes do twitter.** Scielo, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ld/v12n3/a06v12n3>>. Acesso em: 11/09/2020.

FONSECA, MAYARA DE S. G. Influenciadoras digitais de moda e beleza no Instagram: estratégias comunicacionais, institucionalidades e consumo midiático do público feminino. **Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito para obtenção do grau de doutora.** UFRN: 2019.

FOUCAULT, Michael. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, H. L.; RABINOW, P. **Michel Foucault: uma trajetória filosófica. Para além do estruturalismo e da hermenêutica.** 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009. p. 231-249.

_____. **Microfísica do poder.** Organização e tradução de Machado, R. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

_____. Subject and Power. In: Dreyfuss, H.; Rabinow P. **Beyond structuralism and hermeneutics.** Brighton: The Harvester Press, 1982.

_____. **Vigiar e punir.** Petrópolis: Vozes, 1987.

G1. **Instagram faz 10 anos como uma das maiores redes sociais do mundo e de olho no TikTok, para não envelhecer.** 06/10/2020 07h00. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos-como-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao-envelhecer.ghtml>. Acesso em: 02/05/2021.

_____. **Últimas notícias de coronavírus de 30 de março.** Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/30/ultimas-noticias-de-coronavirus-de-30-de-marco.ghtml>. Acesso em: 30/03/2020.

GARCIA, Ingrid. **Jazz Funk: a dança que mescla atitude e sensualidade.** 13 de agosto de 2017, às 19h00. Disponível em: <https://imirante.com/namira/brasil/noticias/2017/08/13/jazz-funk-a-danca-que-mescla-atitude-e-sensualidade.shtml>. Acesso em: 28/03/2020.

GOFFMAN, Erving. **La presentación de la vida cotidiana.** Buenos Aires: Amorrortu, 1989.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. Impasse pós-moderno e transição pós-mídia. Folha de São Paulo, Folhetin n. 479, São Paulo, p. 2-5, 13 de abril de 1986.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica: Cartografias do Desejo.** Petrópolis: Vozes, 1996.

GUIMARÃES, Heitor M. L. A pandemia de 2020: prelúdio de um neoliberalismo renovado? UFSM Voluntas: **Revista Internacional de Filosofia.** Santa Maria, v. 11, e38, p. 1-10.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Petrópolis, RJ : Vozes, 2017.

HUME, DAVID. **Investigação acerca do entendimento humano**. São Paulo: Nova Cultural, 1999. 350p.

IBGE. **Dicionário cartográfico. Governo do BRASIL, 2020. Disponível em:** <<https://www.ibge.gov.br/geociencias/metodos-e-outros-documentos-de-referencia/vocabulario-e-glossarios/16496-dicionario-cartografico.html?=&t=sobre>>. Acesso em: 05/07/2020.

KASTRUP, Virgínia. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. **Psicol. Soc. [online]**. 2007, vol.19, n.1, pp.15-22. ISSN 1807-0310. <https://doi.org/10.1590/S0102-71822007000100003>.

KASTRUP, Virgínia; PASSOS, Eduardo. Cartografar é traçar um plano comum. **Fractal, Rev. Psicol.**, v. 25 – n. 2, p. 263-280, Maio/Ago. 2013.

LACOM. **Instagram é oficialmente a rede com maior impacto para marcas. Confira algumas dicas para sua empresa. 2021.** Disponível em: <<https://lacom.ag/instagram-e-oficialmente-a-rede-com-maior-impacto-para-marcas/>>. Acesso em: 02/05/2021.

LEAL, Michele da Rosa Baptista; PETRARCA, Rita de Cássia. Narciso e o Espelho das Redes Sociais. *Psicólogo*, [S.l.]. (2015). Disponível em <<https://psicologado.com.br/abordagens/psicanalise/narciso-e-o-espelho-das-redes-sociais>>. Acesso em 10 Set 2020.

MEIO E MENSAGEM. **Instagram é principal rede para seguir influencers.** 13 de setembro de 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/09/13/instagram-e-a-principal-rede-para-acompanhar-influenciadores-aponta-estudo.html>. Acesso em: 02/05/21.

SOARES, Leonardo; MIRANDA, Luciana Lobo. **Produzir subjetividade: o que significa?** Revista Estudos e pesquisas em psicologia, Rio de Janeiro: UERJ, ano 9, n. 2, pag. 408-424, 2009.

MACIEL JÚNIOR, Auterives. **Resistência e prática de si em Foucault**. Trivium [online]. 2014, vol.6, n.1, pp. 01-08.

MIRANDA. Subjetividades: a (des)construção de um conceito. In JOBIM E SOUZA, Solange (org.). **Subjetividade em questão: a infância como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2005.

MONEGO, Sonia; GUARNIERI, Vanderleia. **A fotografia como recurso de memória**. Cadernos do CEOM. Documentos: da produção à historicidade n°. 36, ano 25/2012.

MOURA, Rafael Moraes. **Ministros do Supremo dizem que vão barrar medida de Bolsonaro para furar isolamento**. Jornal virtual Estadão. Publicado as 16:20 do dia 30/03/20. Disponível em: <<https://www.msn.com/pt-br/noticias/justica/ministros-do-supremo->

[dizem-que-v%C3%A3o-barrar-medida-de-bolsonaro-para-furar-isolamento/ar-BB11VbQK?ocid=chromntp](#)>. Acesso em: 30/03/2020.

OLMOS, Olívia M. de Quadros; FAVERA, Rafaela B. D. Ostentação nas redes sociais como meio de prova e o posicionamento dos tribunais de justiça: liberdade de expressão versus dívidas. In: **Anais** do IV Seminário Nacional Demandas Sociais e Políticas Públicas na Sociedade Contemporânea. UNISC, 2015.

OTTO, Isabella. **Você sabe o que significa a sigla LGBTQI+?** 23 jun 2019, 12h14 - Publicado em 23 jun 2019, 10h0. Disponível em: <<https://capricho.abril.com.br/vida-real/voce-sabe-o-que-significa-a-sigla-lgbtqi/>>. Acesso em: 05/04/2020.

OLIVEIRA, Fátima Cristina Regis Martins de. **Nós, ciborgues: ecnologias de Informação e Subjetividade Homem-Máquina**. Curitiba-PR: PUCPress - Editora Universitária Champagnat, 1ª edição, 2012.

PADILHA, Adriano. TBT (Throwback Thursday). **Dicionário online, 2020**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/tbt/>>. Acesso em: 24/03/2020.

PASSOS, E.; KASTRUP, V. Sobre a validação da pesquisa cartográfica: acesso à experiência, consistência e produção de efeitos. **Fractal, Rev. Psicol.** vol.25 no.2. Rio de Janeiro May/Aug. 2013

PASSOS, Émille C. de A.; XAVIER, Monalisa P. A produção de subjetividade na midiáticação: um estudo do perfil @voguebrasil. **Anais** do II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiáticação e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

POLITIZE. **Cultura do cancelamento: o que é?** Publicado em 20 de maio de 2021. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/cultura-do-cancelamento/>>. Acesso em: 02/07/2021.

PSIQUIATRIAPAULISTA. **O Instagram está prejudicando a sua saúde mental**. 4 de fevereiro de 2020, in Ansiedade. Disponível em: <<https://psiquiatriapaulista.com.br/o-instagram-esta-prejudicando-a-sua-saude-mental/>>. Acesso em 24/12/2020.

PRADO FILHO, Kleber e TETI, Marcela Montalvão. A cartografia como método para as ciências humanas e sociais. **Barbaroi** [online]. 2013, n.38, pp. 45-49. ISSN 0104-6578.

REGIS, Victor Martins; FONSECA, Tania Mara Galli. Cartografia: estratégias de produção do conhecimento. **Fractal, Rev. Psicol**, v. 24, n. 2, mai/ago. 2012, p. 271 – 286.

RINALDI, Camila. **Jovem brasileiro passa 1h30 por dia no Instagram, mas quase não lê**. OLHAR DIGITAL: 30/05/2019. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/noticia/jovem-brasileiro-passa-1h30-por-dia-no-instagram-mas-quase-nao-le/86337>. Acesso em: 21/05/2020.

RODRIGUEZ, Pablo Esteban. Espetáculo do Dividual: Tecnologias do eu e vigilância distribuída nas redes sociais. **Revista ECO PÓS**. ISSN 2175-8689. Tecnopolíticas e Vigilância, V. 18, N. 2, 2015.

ROSE, N. Como se deve fazer a história do eu? **Educação & Realidade**. Porto Alegre, v. 26, n. 1, p. 34-57, jan./jun.2001.

RUSSI, Pedro. Exarcebações de (auto) vigilância nas Redes Sociais: Internet, inferências e problematizações. *In*: SAID, Gustavo (org.). **Tecnologias midiáticas e subjetividade**. Teresina: EDUFPI, 2016. p. 57-92.

SALLES, Felipe. **Quantos usuários do Instagram existem no Brasil e no mundo em 2020?** apptuts, 2020. Disponível: <<https://www.apptuts.com.br/tutorial/redes-sociais/quantos-usuarios-do-instagram-existem-no-brasil-mundo-2017>>. Acesso em: 20/03/2020.

SOUZA, Queila. **O Tempo Das Redes**, São Paulo: Editora Perspectiva S/A, 2008. p. 156-182.

SIBILIA, Paula. “Você é o que Google diz que você é”: a vida editável, entre controle e espetáculo. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 42, p. 214-231, maio/ago. 2018.

_____. **“O show do eu”**. FLIP 2016. TV BOITEMPO. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FfJkQ8XH01M&t=2415s>>. Acesso em: 02/05/2021.

_____. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009, 286p.

_____. **Redes ou paredes: a escola em tempos de dispersão**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012. 222 p.

SERRÃO SILVA, Heriton V.; ALENCAR, Marcia F. A vitrine digital e o homem-marca: um anova expectativa comunicacional na hipermodernidade. *In*: **Anais da IV Jornada de Pesquisa e Extensão em Comunicação / Flávia de Almeida Moura, Larissa Leda Fonseca Rocha, Ramon Bezerra Costa (Organizadores)**. — São Luís, 2017. 359 p.

SERRÃO SILVA, Heriton V. A Ostentação e o Exibicionismo como Estratégias Comunicacionais nas Redes Sociais: Uma Revisão de Literatura. *In*: **Anais 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Belém - PA – 2 a 7/09/2019**

SILVA, Nathan C. e; AZEVEDO, Marília M. de; GALHARDI, Antônio C. Redes sociais: a era do exibicionismo digital. *In*: **Anais do X Workshop de Pós Graduação e Pesquisa do Centro Paula Souza**. São Paulo, 6 à 8 de outubro de 2015. ISSN: 2175-1897.

SÓ GEOGRAFIA. Cartografia. **Virtuous Tecnologia da Informação**. 2007-2020. Disponível em: <<http://www.sogeografia.com.br/Conteudos/GeografiaFisica/Cartografia/>>. Acesso em: 07/03/2020 às 23:29.

SOUZA, Pedro F. de; FURLANB, Reinaldo. A questão do sujeito em Foucault. **Psicol. USP**. vol. 29, nº 3. São Paulo: Set./Dez. 2. Disponível em: <<https://gramaticaecognicao.com/sufixo-ismo/>>. Acesso em: 10/09/2020.

SOUZA, Raphael. Redes sociais, comunicação e ação. *In*: SOUZA, Raphael; MORAIS, Leandro. **Mundo virtual: portas abertas às redes sociais**. Joinville: Clube de autores, 2017. p. 41-x.

SOUZA, S. R. L. de; FRANCISCO, A. L. O Método da Cartografia em Pesquisa Qualitativa: Estabelecendo Princípios... Desenhando Caminhos... *In.*: **Anais** do 5º Congresso Ibero-Americano em Investigação Qualitativa - Investigação Qualitativa em Saúde. 2016.

SIBILIA, P. “O show do eu” [áudio completo]. *In.*: TV BOITEMPO. Christian Dunker e Paula Sibilía na Flip 2016. **Youtube**, 4 de jul. de 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FfJkQ8XH01M&feature=youtu.be>>. Acesso em: 03/08/2020.

VAZ, Paulo; BRUNO, F. **Types of self surveillance: from abnormality to individuals ‘at risk’**. *Surveillance & Society*. V. 1, n. 3, 2003.

XAVIER, Monalisa. Pontes. **A consulta transformada: experimentações de dispositivos interacionais "psi" na sociedade em midiatização**. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação do Programa de Pós-Graduação em ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS): São Leopoldo, 2014.