



REFLEXÕES SOBRE O CONSUMO DE IMAGENS PELOS JOVENS DO “BRASIL PROFUNDO”

De forma relacional, os dispositivos móveis, as ambiências digitais para interações e a imagem digital promoveram o autorretrato como instrumento fundamental no processo de subjetivação na contemporaneidade, especialmente quando nos referimos às mídias sociais. Esses três fatores aproximam a produção fotográfica das narrativas cotidianas dos jovens.

Conforme Lemos (2007), a subjetivação é o resultado de uma prática concreta que sai de todas as atividades humanas, seja nos jogos de poder em que se está envolvido, ou através de suas práticas discursivas. Nessa perspectiva, entendemos o processo de subjetivação como inerente à existência humana, pois estamos sempre envolvidos em relações e nos expressamos por meio do discurso. Em nosso estudo, inserimos os autorretratos dos indivíduos nas mídias sociais como elemento que compõe o discurso.



VITOR BRAGA

Pós-doutor em Comunicação e Informação (UFRGS). Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS).

A subjetividade se constrói no cotidiano, o que implica movimento e elasticidade, a partir dos diversos elementos que atravessam o sujeito em seu dia a dia. Assim, é inerente às interações em canais digitais, como o WhatsApp e o Instagram, o desenvolvimento de recursos que possibilitam aos jovens se expressarem por meio de suas imagens pessoais: as selfies. Senft e Baym (2015) as consideram relacionadas a objetos e a práticas. Trata-se de um objeto fotográfico que inicia a transmissão de sentimentos humanos na forma de relacionamentos – entre o fotógrafo e o fotografado, entre a imagem e o *software* de edição, entre o observador e o observado, entre indivíduos circulando as imagens, entre usuários e os desenvolvedores de *softwares*. Uma *selfie* é também uma prática: um gesto que pode ser enviado a partir de mensagens para diferentes indivíduos, comunidades e audiências.

Em se tratando de jovens brasileiros, em um país de dimensões continentais, as assimetrias sempre se evidenciam quando comparamos regiões metropolitanas e o interior do país. Aqui, nos referimos a realidades socioeconômicas e culturais em que os jovens estão inseridos, as quais lhes disponibilizam diferentes formas de conceber as *selfies*. Também podemos mencionar as formas com que se conectam às mídias sociais, considerando: a realidade do acesso; as preferências por certos recursos e aplicativos, de uso dos dispositivos móveis; o poder aquisitivo e o domínio das funcionalidades e de produção das imagens; os aparelhos e o conhecimento na fotografia.

Tomando como base a importância que as imagens digitais vêm assumindo nos processos de subjetivação dos jovens nas mídias sociais, questionamos: como tais particularidades da produção e circulação de autorretratos podem dar pistas sobre o modo de ser e pensar desse jovem?

Nossa reflexão visa a compreender o consumo das mídias sociais dos jovens do interior, algo que requer maiores esforços de pesquisa na área da Comunicação. Isto porque nossa pesquisa traz argumentos para compreender como percebemos essa diferente realidade de acesso aos meios de comunicação – tanto em aspectos culturais quanto nas condições da infraestrutura oferecida pela cidade – que promove experiências diferentes de engajamento dos jovens nas mídias sociais. Tivemos interesse em saber como eles absorvem (ou repelem) o conteúdo oriundo das mídias e assim constroem suas subjetividades, especialmente em um contexto em que o consumo repercute nas mídias sociais e pode fornecer indícios das suas *performances* nas mediações da fotografia e dos canais digitais.

Para compreender essa questão, utilizamos, como lente interpretativa, a perspectiva dramaturgica (GOFFMAN, 2009), que nos apresenta subsídios acerca de como o indivíduo se comportaria, sempre de acordo com a situação e com as associações que faria com os outros atores, em um processo interacional, construindo suas subjetividades de acordo com as regras apreendidas no tempo, nas mais diversas situações. Fotografar e compartilhar são ações que estariam imbricadas nessa dinâmica da produção de imagens de si mesmo; saber gerenciar essas imagens que o outro vê (compartilhadas) é, na verdade, um processo complexo, no qual o indivíduo estaria produzindo também *performances*, visando a alcançar determinadas finalidades.

Para tanto, pretendemos tratar a discussão teórica a partir de algumas variáveis pertinentes à compreensão tanto do contexto de produção e compartilhamento quanto das sociabilidades inerentes ao contexto das mídias sociais. Cabe-nos refletir, tendo em vista as características tecno-culturais e socioeconômicas, em uma relação de complementaridade (DIJCK, 2013), cujas ambiências digitais promoveriam *affordances* que, então, configurariam o ambiente de modo a orientar o engajamento dos usuários (BOYD, 2011). Estes, por sua vez, se apropriariam e criariam novos significados para os recursos à disposição no processo de subjetivação por meio das *selfies*.

De modo a sistematizar a discussão deste capítulo, trazemos o que estamos apontando como subsídios para a compreensão dos processos de subjetivação no uso das *selfies*. Esses subsídios se originaram das reflexões na pesquisa realizada com jovens dos estados de Sergipe e Rio Grande do Sul,¹ pelo projeto “Performances mediadas pelas imagens fotográficas no Brasil Profundo: um estudo do uso das *selfies* pelos jovens”.²

A partir de uma revisão de literatura e do aprofundamento das reflexões na pesquisa de campo, apresentamos seis subsídios: (1) escalabilidade – referente à exposição de si mesmo em um contexto que questiona as noções históricas de privacidade; (2) demanda social – referente à noção de ver e ser visto, característica nas mídias sociais; (3) portabilidade dos dispositivos móveis – referente ao uso constante e sempre presente no cotidiano dos jovens; (4) manuseio das câmeras fotográficas – referente à facilidade e aos novos recursos implementados para a produção das *selfies*; (5) produção de memória – referente ao arquivamento e aos rastros deixados pelos indivíduos; e (6) replicabilidade – referente aos modos de apropriação e ressignificação dessas imagens digitais.

Embora esses subsídios não pretendam por si só esgotar a discussão,

1

As cidades escolhidas foram Cedro de São João (SE), Propriá (SE), Pedras Altas (RS) e Itati (RS).

2

Projeto de Estágio Pós-Doutoral realizado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, sob a supervisão da professora Nilda Jacks.

os consideramos um ponto de partida para autores que voltam o olhar para essa parcela da população brasileira no contexto contemporâneo, em que as mídias sociais tendem a assumir uma proposta totalizante do ponto de vista de uma gramática visual, de regras de convívio e etiqueta e de formas de produção das subjetividades desses jovens. É possível, porém, perceber traços de uma cultura regional característica dessas localidades. Ou seja, podemos perceber um *ethos* coletivo pertencente a essa cultura de compartilhamento das *selfies*, ao mesmo tempo em que [esses jovens constroem narrativas de si mesmo sob influência de seus contextos regionais](#). Quanto a esse último aspecto, vale ressaltar que, por habitarmos um país com dimensões continentais, temos diversos contextos socioeconômicos e culturais.

Neste capítulo, por meio de uma abordagem teórica oriunda de um pós-doutoramento, trazemos então reflexões sobre as *selfies* que esses jovens compartilham e consomem das suas redes sociais e dos influenciadores digitais que seguem.

Imagens e subjetividades no país profundo

Trazendo a discussão das *selfies* para o contexto brasileiro, em nossa pesquisa exploramos as particularidades no processo de produção e compartilhamento dessas imagens de si em diferentes lugares do país. Ao lançarmos nosso olhar para um “[Brasil Profundo](#)”, pretendemos averiguar como, em um contexto das mídias sociais, marcado pela universalização dos discursos e das representações, podemos ver traços de uma cultura regional nas imagens dos indivíduos que interagem nessas mídias.

Ainda a respeito dessas mídias, partimos do princípio de que os usuários não se apresentariam apenas como produtores de conteúdos, mas também como construtores de imagens de si, as quais serviriam de base para as suas expressões e comportamentos durante a interação (DA SILVA, 2017; MUSE, 2017). Essas imagens estariam em formatação com a circulação de material fotográfico, o qual possibilitaria aos usuários ocultar algumas características pessoais e ampliar aspectos que desejassem ressaltar. Tais estratégias repercutiriam tanto nas interações mediadas pelas tecnologias digitais quanto em contextos de copresença.

A *selfie* é mais expressiva do que muitos dos tipos de comunicação a



Vídeo
Documentário
“Brasil Profundo”



Texto
Desafios metodológicos da pesquisa “jovem e consumo midiático em tempos de convergência” no “Brasil profundo”

que estamos acostumados, pois revela o rosto e os olhos. Nossos corpos respondem a isso de forma semelhante ao contato humano, afirma Eler (2017). Nessa perspectiva, temos um elemento de corporeidade que repercute na experiência de cada usuário ao visualizar tais imagens. Assim, os processos de subjetivação envolvem essa produção de presença (GUMBRECHT, 2010), cujo corpo assume um elemento importante nas imagens de si mesmo nas mídias sociais.

A sociedade contemporânea tem como característica o crescente aumento no volume e circulação de imagens, especialmente quando tratamos das ambiências digitais (HUMPHREYS, 2018). Uma boa parte dessas imagens possui sua origem em dispositivos como os *smartphones*. Independentemente dos seus usos e das certezas que envolvem a questão, cabe-nos refletir sobre como tais dispositivos foram elevados à condição de ferramenta de monitoramento. Observa-se também outra prática comum dos jovens: o uso das suas imagens nas mídias digitais, em que dominam as ferramentas de edição dos aplicativos e de promoção de si mesmos por meio das imagens distribuídas (ELER, 2017).

Disponhamos, então, de novas condições materiais para ativarmos nossas subjetividades. Artefatos tecnomidiáticos seriam mais do que mediadores daquilo que é reservado ao passado. Também mediariam relacionamentos entre indivíduos e grupos de todo tipo: famílias, colegas de escola, membros de clubes, e seriam feitos por tecnologias, desde câmeras fotográficas a dispositivos móveis de comunicação.

Partimos do entendimento de que a crescente produção e o compartilhamento de fotografias digitais de si mesmo assumem um papel destacado na promoção de práticas sociais através da produção fotográfica da existência ordinária, em uma modalidade vernacular³ (BATCHEN, 2001), que se situa para além da composição de uma memória autobiográfica. As *selfies* representam a queda de uma indústria construída no século XX: a da fotografia voltada para a família, centrada no imaginário das indústrias [Kodak](#) e da [Polaroid](#) (ELER, 2017).

Levando em conta o grupo estudado em nossa pesquisa – jovens habitantes de cidades distantes geograficamente da zona de influência das regiões metropolitanas – pudemos refletir sobre como as particularidades na produção de imagens nesses lugares poderia afetar as formas de representar o cotidiano sob diversos aspectos: lugares e situações que garantem um capital social; formas de perceber os relacionamentos entre parentes e amigos

3

Produção de imagens predominantemente amadoras voltada para retratar o cotidiano das pessoas.



Na web
Verbete Kodak
(Wikipedia)



Na web
Site oficial da
Polaroid

e os ritmos de produção; compartilhamento e visualização dessas imagens, dentre outros aspectos.

Cabe-nos refletir a esse respeito por perceber que os estudos acerca da produção fotográfica vernacular têm, historicamente, voltado a sua atenção para os habitantes de regiões metropolitanas, com pleno acesso aos dispositivos e às informações cada vez mais compartilhadas em uma escala global (ELER, 2017; STORR, 2018). Esses estudos vêm, historicamente, desconsiderando os jovens do “Brasil Profundo” como intervenientes no consumo das imagens na contemporaneidade ([MONTARDO; PELANDA; PASE, 2017](#)).

Entendemos que tal distância geográfica poderia estar produzindo também uma distância social que, por sua vez, traria particularidades quanto ao consumo dessas imagens na contemporaneidade. Portanto, tratando-se do Brasil, historicamente é possível perceber essas assimetrias no que tange ao acesso à informação, aos bens e recursos – o que torna o interior pesquisado uma região com limitações em seu desenvolvimento, e também dependente das regiões metropolitanas dos estados.

A compreensão desse fenômeno requer, em uma primeira instância, que estejamos familiarizados com a discussão acerca do lugar em que os autorretratos dos jovens, em circulação nas mídias sociais, operam na condição de vetores para práticas sociais; e, em uma segunda instância, é preciso particularizar a discussão, considerando o pertencimento dos jovens ao “Brasil Profundo”, com as assimetrias históricas já mencionadas.

Subsídios: questões para entender o consumo das *selfies*

Nos próximos subtópicos, trazemos cada um dos subsídios de modo a sistematizar a análise ora empreendida. Cabe ressaltar que, embora sejam, aqui, apresentados em separado, eles caminham em paralelo e, não obstante, são também complementares. Ou seja, entender a replicabilidade que esses canais nas mídias sociais oferecem é reflexo da demanda social existente nesses mesmos canais, que pode ter uma relação com aspectos técnicos – plataformas de compartilhamento de conteúdo, câmeras, aplicativos de edição, dentre outras – e com aspectos sociais – exposição de si, *performances* para audiências imaginadas, privacidade, dentre outras. A correlação é constante, porém, nos subtópicos seguintes lidamos com cada subsídio em separado



Texto

Estudando a cultura através de selfies: implicações do aspecto digital dos dados em sua análise

para enfatizar a importância de cada um deles no processo de subjetivação explorado neste capítulo.

Ao direcionarmos a discussão para esses dois aspectos, trazemos, como referência, a interpretação de Dijck (2013) sobre as mídias sociais, tanto como construtos tecnoculturais quanto como estruturas socioeconômicas. Essa autora busca compreender a sociabilidade projetada pelo que nomeia de mídias de conectividade (*connectivity media*), que não consistem em objetos acabados, pois são afetadas continuamente por questões técnicas, sociais, econômicas, culturais e políticas, moldando, em contrapartida, essas mesmas questões. Por conta da complexidade desse cenário, a mesma autora considera um modelo de compreensão que, de um lado, toma essas plataformas como construtos tecnoculturais – tecnologia, conteúdo e usuários/ usos - e, por outro lado, como estruturas socioeconômicas – propriedade, governança e modelo de negócios. Acreditamos que esse modelo seja pertinente neste estudo por permitir a identificação de aspectos culturais atrelados a sistemas automatizados nas *selfies* postadas pelos jovens.

Escalabilidade: alcance da exposição de si nas mídias sociais

A tecnologia permite uma distribuição mais ampla, aprimorando o acesso ao evento em tempo real ou ampliando o acesso às reproduções do momento. Mídias de transmissão, como TV e rádio, possibilitaram que os eventos fossem experimentados simultaneamente por grandes distâncias, escalando radicalmente a visibilidade potencial de determinado ato e remodelando a esfera pública (STARR, 2005). Mesmo que esses meios permitam a expansão do conteúdo, os canais de distribuição são frequentemente regulamentados – embora isso não impeça os “piratas” de criarem seus próprios públicos de transmissão.

A internet introduziu novas possibilidades de distribuição. As mídias sociais, por exemplo, permitiram que os jovens compartilhassem suas imagens em redes egocentradas, nas quais narram suas situações cotidianas. O que antes costumava estar reservado a um círculo mais íntimo – o cotidiano do lar – passou a assumir a função de cenário para o engajamento quando os jovens começaram a produzir imagens de ações corriqueiras, entre as quais estudar em casa ou brincar com animais de estimação, com o objetivo de engajar suas redes sociais. A fotografia vernacular expande, assim, sua capilaridade quando

passamos a ter acesso a tecnologias que permitem uma produção em maior escala e uma audiência ávida por consumir esse conteúdo. Isso ocorre por meio das postagens em aplicativos, como o WhatsApp, seja nas mensagens privadas ou nos grupos, seja nas atualizações nos *status*.

Embora permitam que muitos jovens transmitam conteúdo e criem suas redes sociais, os canais digitais não garantem por si só uma audiência. O que é escalável em públicos em rede pode não ser o que todos desejam escalar (BOYD, 2011). Além disso, enquanto um grupo de nicho pode alcançar uma visibilidade semelhante à de um influenciador digital, apenas uma pequena fração recebe atenção em massa, enquanto muitos outros recebem uma atenção muito pequena e localizada. A escalabilidade dos usuários das mídias sociais é, então, sobre a possibilidade de uma imensa visibilidade, e não a garantia dela.

Essas questões decorrem de uma apropriação peculiar da fotografia nas mídias sociais, pois as interações dos indivíduos em ambientes digitais, como o Instagram, dão partida às postagens em suas redes, principalmente nas *timelines*, formatadas a partir das postagens daqueles que os indivíduos seguem. Desse modo, somos capazes de perceber os rastros deixados pelas pessoas em postagens, comentários, curtidas, e identificar as interações ao longo de uma temporalidade.

Quando questionamos sobre os grupos sociais preferenciais para o compartilhamento das imagens dos jovens entrevistados, a maior parte declarou serem os amigos e os familiares, seguidos de perto dos colegas de estudo – do colégio ou da faculdade. Nesse quesito, alguns desses jovens apontaram ter um grande controle da audiência, garantindo-lhes certa privacidade em suas páginas pessoais. Ademais, o controle dessa audiência demonstrou ser uma forma também de gerenciamento de impressão,⁴ pois só assim eles conseguem direcionar as imagens de si mesmos para públicos distintos, embora convergentes em sua rede.

Há um temor por parte dos jovens de como as pessoas podem receber essas imagens que poderiam estar fora de contexto – algum colega do trabalho visualizando uma imagem do jovem, por exemplo – o que os levam a criticar certas práticas de compartilhar toda a rotina diária do jovem em plataformas como os *stories* do Instagram ou o *status* do WhatsApp. Parte do temor desconsidera o fato desses ambientes não serem os únicos a promover uma exposição de si além do que habitualmente as pessoas estavam acostumadas, em uma maior escala. Ou seja, o modo como essas plataformas

4

Goffman (2009) refere-se a uma habilidade do indivíduo ao transmitir uma mensagem com o intuito de gerenciar a impressão que o outro venha a ter dele. Nesse sentido, Goffman volta a sua análise para como, na interação, o indivíduo considera a situação social e a audiência para adotar uma *performance*, sempre em um processo adaptativo.

se estruturam não é fruto apenas de uma equipe desenvolvedora que propõe regras e padrões de exposição dos usuários no ambiente, muitas vezes deixando as informações de si de forma pública por padrão, como discute Boyd (2015). Cabe aos jovens também refletir sobre como o movimento para o engajamento dos usuários no compartilhamento – revelando, muitas vezes, a sua intimidade – seria reflexo da demanda dos próprios usuários por uma exposição de si, algo característico desse momento histórico das mídias sociais, como entende Sibilia (2016).

Ao perguntarmos se os seus contatos nas mídias sociais corresponderiam a pessoas que conheciam previamente ou se haviam feito um primeiro contato graças a esses canais digitais, a maioria dos entrevistados apontou a primeira opção: são amigos e parentes que já se relacionavam em outros ambientes – o familiar e o escolar. Se, por um lado, os jovens declararam ter algum receio em se relacionar com desconhecidos nesses canais, por outro, eles confessaram que, na verdade, moram em cidades pequenas, onde todos praticamente se conhecem. Logo, qualquer habitante da cidade que venha a segui-los ou procurar interagir já teria alguma referência com alguma localidade rural ou urbana, o que não seria um grande problema em dar um retorno.

Outra questão recorrente é o fato de a maioria dos jovens deixar o perfil aberto, não restringindo, dessa forma, o contato aos interessados em interagir. Sendo assim, podemos inferir que essa parcela dos jovens costuma utilizar as mídias sociais também como um modo de ampliar sua rede social. Isto porque, embora existam formas de controlar a privacidade e a audiência, o que vemos aqui é uma *performance* capaz de atingir novas audiências imaginadas, provavelmente com interesses em comum com eles, pois estamos falando, aqui, de jovens que costumam estar disponíveis para qualquer interessado.

Esse ponto ainda nos traz argumentos para pensar sobre o controle da audiência feito durante a *performance*: pela escolha das imagens preferencialmente direcionadas a uma rede social que compreenderia as atitudes do usuário e não traria repercussões negativas para ele. Isso traz mudanças na compreensão da fotografia como vetor de práticas sociais, pois antes ela estava destinada, prioritariamente, a amigos, aos familiares e a outras pessoas que desejassem ver suas imagens produzidas naquele momento da juventude (SILVA, 2008).

Demanda social: formas de ver e ser visto pelas redes sociais

Compartilhar um conteúdo nas mídias sociais pode ser compreendido como uma forma de o jovem gerenciar uma impressão: sempre que interagimos com os outros, por meio de diferentes linguagens, apresentamos uma imagem pública de nós mesmos (CHALFEN, 1987, p. 45). Tal compartilhamento costuma estar imbricado em um desejo de querer ser visto pelos usuários dessas mídias sociais. Trata-se de uma demanda social característica da contemporaneidade, como sugere Bruno (2005).

Anteriormente, uma fotografia impressa enviada poderia receber uma afirmação verbal ou uma resposta por escrito. No momento contemporâneo, uma imagem publicada ou compartilhada nas mídias sociais receberá algum tipo de “curtida”: uma recompensa imediata e geral de um espectador, alguém que está assistindo, embora não necessariamente preste atenção (ELER, 2017).

Conforme os relatos, detectamos um perfil de usuário que acessa o aplicativo com uma frequência diária, embora nem sempre venha a postar as suas imagens. Entendemos que isso possa demonstrar um interesse por estar sempre atento ao que vem acontecendo, principalmente com a sua rede social: atualizações das pessoas que eles seguem em postagens nos mais diferentes turnos do dia. Podemos inferir que o acesso mais comum desses canais digitais se baseia no acesso às imagens dos seus contatos.

São várias as estratégias adotadas pelos jovens com o intuito de atender a essa demanda social. Alguns chegam a utilizar ferramentas para gestão das suas contas, de modo a saber quem visualizou suas postagens, quem deixou de seguir ou bloqueou, por exemplo. Tal preocupação com essas ferramentas, e suas potencialidades, pode ser indício para compreendermos como os jovens se apropriam delas para as suas *performances*, permitindo-lhes fazer uma gestão para além das funcionalidades iniciais desses aplicativos.

Em relação às situações mais comuns retratadas em *selfies*, aquelas compartilhadas com amigos e parentes foram as mais mencionadas, além das produzidas a sós – geralmente em casa, como já apontado aqui. Pudemos perceber que, de maneira geral, os entrevistados têm poucas restrições em compartilhar aquelas imagens produzidas nas situações sociais em grupo. Isto porque a opção de compartilhá-las foi bastante mencionada.

Tivemos jovens que, inclusive, se sentem mais instigados a produzir

imagens quando em companhia de sua rede social. Do mesmo modo que as produzidas com os amigos, aquelas com familiares são muito importantes para esses jovens, o que nos leva a deduzir que os valores familiares são fortes para os moradores do interior do país. Isto porque muitos deles preservam laços com parentes de primeiro e segundo grau, formando grandes famílias que moram próximas, seja no centro das cidades ou em zonas rurais.

Para esses jovens, a prática de produzir e compartilhar imagens com parentes reforça a preservação da família nesses contextos do interior do país. Tal importância pela preservação foi também detectada por Silva e Barroso (2017), em sua pesquisa com jovens do interior do país. Para esse público, as imagens operam no engajamento com seus familiares nas mídias sociais, para fortalecer um senso de comunhão com os parentes e a produção da memória das famílias.

As imagens dessas situações vão ao encontro de uma percepção que se tinha das situações usualmente concebidas para a produção fotográfica, desconstruindo, assim, uma memória dos lugares que costumavam ser comuns na produção fotográfica e, ao mesmo tempo, gerando novas demandas sociais de representação do indivíduo nessas situações mais corriqueiras: sozinho em casa ou com parentes, na companhia de colegas no trabalho, durante uma aula, entre outros.

Assim como defendeu Sontag (2004), a memória visual que os indivíduos possuem das grandes cidades costumava ser fruto de uma promoção feita pela experiência mediada das imagens – que pode ser obtida por meio de campanhas de turismo, ensaios fotográficos, álbuns de amigos e parentes, dentre outras formas de acesso pelas imagens. Tal conhecimento, de certa maneira, agenciaria a atividade de visitação e a o perante algum lugar, que nos faz eleger aquilo que   “digno de conhecer e ser fotografado” na nossa experiência direta com aquele local. Com as imagens digitais desses jovens, o centro de produ o da memória visual das cidades fica mais difuso, de modo que muitos optam por situa es nas quais estão os grupos sociais de seu interesse, ou mesmo em horários livres, o que reforça o valor que essa demanda social tem na produ o fotográfica.

Nas imagens em casa, os jovens costumam aproveitar o tempo livre para produzi-las e compartilhar com sua rede social. Interessante notar como isso funciona para o engajamento nas mídias sociais. Para os jovens, reforça a ideia da imagem operando aqui como um vetor de práticas sociais. Isto porque, no

caso deles, o ato de postar essas fotografias de si os auxilia na manutenção das relações com as redes sociais pelo fato de cada *post* ter, por si só, uma série de recursos para a obtenção de um *feedback* de sua rede social. Temos, assim, uma fotografia que pode dar início ou continuidade a uma interação nas redes dos jovens, e o ambiente de casa, nos horários livres, é importante nesse processo.

A própria escolha de um horário preferencial para postagem de suas fotografias, conforme o relato de alguns jovens, revela indícios para pensarmos sobre como essa demanda social impacta o ritmo de postagem. Isto porque muitos jovens declararam escolher um horário de maior fluxo de pessoas, garantindo a eles maior engajamento de sua rede. Tal preferência, por conseguinte, nos dá indícios para perceber um pouco do perfil do uso desses *sites* e aplicativos, sempre voltado para as últimas postagens feitas. As postagens parecem assumir um tempo de “sobrevida” curto, cabendo ao usuário pensar em horários capazes de promover maior engajamento da sua rede em ambientes cujo usuário, ao acessar a página inicial (*home*), vai estar sendo exposto aos últimos compartilhamentos feitos pelos seguidores e seguidos.

Tal questão nos faz refletir sobre a importância da ubiquidade e da portabilidade das câmeras para a fotografia vernacular da qual estamos falando, principalmente se pensarmos de que modo ambas dariam pistas para uma alteração na própria visualidade das imagens, voltadas para uma relação com o presente, nas rotinas diárias de cada um, assim como já discutido no artigo “Imagens em ambientes digitais e sua relação com o presente” (BRAGA, 2015a). Para essas pessoas é importante fotografar várias vezes durante a semana, e também é importante compartilhar logo após a produção da *selfie*.

Portabilidade: *smartphones* no cotidiano dos jovens

Ao nos aproximar da discussão acerca da portabilidade, cabe-nos refletir sobre como a internet móvel e os usos dos *smartphones* proporcionaram um protagonismo no processo de interpenetração entre lugares e não-lugares, transportando o usuário a qualquer espaço (CHAGAS, 2019). Da mesma forma, a internet, em si, acessada por esses aparelhos, já seria capaz de configurar um lugar para um não-lugar, onde os jovens são transportados ao manusear esses dispositivos de comunicação.

É interessante notar que, no caso dos jovens do interior do país, o uso dos dispositivos móveis ocorre, basicamente, pelos *smartphones* conectados à

internet, ora via dados móveis, ora via *wi-fi*. A diferença que percebemos entre os jovens desse contexto para aqueles de regiões metropolitanas ocorre, principalmente, em relação às condições de conexão com a internet. Isto porque tivemos vários relatos, por um lado, da dificuldade de os jovens se manterem conectados todo o tempo, possibilitando-lhes postar e acompanhar postagens; e, por outro lado, de como era necessário, naqueles contextos, o uso criativo do espaço público para ter acesso à internet por seus aparelhos: redes da vizinhança compartilhadas, senhas de acesso a redes *wi-fi* de órgãos públicos que os(as) amigos(as) repassavam, e pontos de acesso fornecidos pela prefeitura em praças e outras localidades.

Esses aparelhos representam um polo para o qual convergem várias funcionalidades antes reservadas a dispositivos específicos, algo já apontado por Jenkins (2009), ao tratar das novas possibilidades de criação e difusão de conteúdo face às tecnologias digitais contemporâneas. Se, antes, o controle remoto era responsável pela interação entre o indivíduo e uma tela, agora a tela *touch* contribui para que o dispositivo portátil assuma uma condição multifuncional; em nosso caso, ressaltamos as funções de câmera fotográfica e da filmadora. O dispositivo, nessa perspectiva, possui uma tela total, integrando vários meios, funções, atribuições e formas de uso dos meios e telas anteriores (CHAGAS, 2019).

Dentre os lugares mais comuns que aparecem nas *selfies* compartilhadas, eventos – festas e *shows* –, passeios e viagens figuram como os mais mencionados. Os momentos menos ordinários são, assim, aqueles onde os jovens mais compartilham nas postagens. Um dos fatores para termos um alto número de imagens de tais momentos deve-se à portabilidade que as câmeras acopladas em seus *smartphones* possuem. Trata-se de uma penetração da fotografia vernacular no cotidiano, em virtude de os dispositivos tecnológicos de produção das imagens estarem presentes em toda a rotina diária dos jovens.

Nesses lugares, frequentados pelos jovens, percebemos também que a influência de seus amigos se torna decisiva para a maior parte deles, levando-os a manter sempre consigo os aparelhos para a produção desse “presente”, compartilhando com sua rede social nas plataformas de forma assíncrona, e interagindo com aqueles das ambiências digitais e em copresença. Eventos das cidades – como festas de padroeiros das cidades e *shows* – são vetores para engajamento social da sua rede. Ao interagir em copresença e na mediação de seus canais nas mídias sociais, reforçam a importância do *smartphone* para os jovens em situações que geram engajamento da sua rede.

Podemos perceber, nas falas dos jovens, a importância dos dispositivos móveis na criação das suas narrativas, especialmente nas *performances* mediadas pelas fotografias. Outro fator interessante são as diferenças na cultura interiorana dos dois estados, pois, nas cidades do Rio Grande do Sul, temos os rodeios como importantes eventos, enquanto em Sergipe as festas de padroeiros(as) ou aniversários das cidades figuram como as principais ocasiões.

No caso das viagens e dos passeios, percebemos como a geografia de cada localidade interfere na produção das imagens. Isto porque, se no Sul tivemos a menção às praias do litoral gaúcho e os passeios em áreas rurais serranas, no Nordeste a influência das praias e dos rios aparece com maior destaque. No primeiro caso, os jovens de Itati e Pedras Altas mencionaram as praias de Torres e do Uruguai; no segundo, as praias do litoral Sul de Alagoas e do Rio São Francisco, principalmente.

Com o surgimento da internet e a popularização das câmeras digitais, a partir da década de 1990, constatamos a ampliação tanto no modo com que as pessoas se representam por meio das imagens quanto no número de imagens produzidas. Já os *smartphones* garantiram a esses jovens pesquisados o uso de câmeras e amplo acesso à internet, exceto em momentos em que eles tinham dificuldade ou ausência de sinal em decorrência da baixa oferta de serviços de telefonia nas suas localidades. A interveniência dos dispositivos de produção de imagens – os quais, atualmente, compõem vários aparelhos e não apenas, de forma exclusiva, as câmeras fotográficas – é capaz de garantir o ato fotográfico em um número maior de situações cotidianas graças a essa portabilidade. Assim, vivenciamos um momento em que a fotografia se apresenta entre o artefato da memória e o meio de comunicação (DIJCK, 2007).

Cabe-nos refletir também sobre como as telas desses aparelhos são parte da experiência dos jovens nas cidades, seja em áreas urbanas ou rurais, assim como nas atividades domésticas, no ambiente escolar e no trabalho no campo. Por serem portáteis, essas telas compõem parte da sociabilidade dos jovens com suas redes. Acreditamos que, a longo prazo, essas telas permanecerão importantes no consumo desse público, e também poderão se transformar e se adequar a outros tamanhos e formas, configurando-se como uma “tela total” (CHAGAS, 2019, p. 20).

Manuseio: facilidades de produção, edição e distribuição das *selfies*

A história da evolução das telas acompanha o avanço e a transformação de todos os meios de comunicação e está relacionada diretamente ao comportamento contemplativo do espectador (CHAGAS, 2019). A fácil manipulação e seu posterior compartilhamento não seriam simplesmente novas características tecnológicas, mas refletiriam e construiriam o desejo por mecanismos para um exercício eficiente das *performances*.

Enquanto muitos imaginavam apenas um desenvolvimento tecnológico das imagens com a simulação digital, e a realidade virtual como aspectos importantes para a fotografia, o que também se fortaleceu nas últimas duas décadas foi a publicização visual de uma vida ordinária. A fotografia acompanha esse direcionamento quando proporciona aos jovens câmeras de fácil manuseio embutidas em seus *smartphones*, que, conectados à internet, permitem também um rápido compartilhamento.

A preferência por esse tipo de equipamento, de fácil manuseio, pelos jovens da pesquisa acompanha uma tendência no mundo todo pela menor adesão a equipamentos fotográficos, em contraposição a um crescimento no número de fotografias produzidas atualmente. Ou seja, embora tenhamos um mercado amador de câmeras e acessórios em recessão, temos, por outro lado, um crescimento no número de fotografias produzidas e compartilhamento, principalmente através de aparelhos como os *smartphones*. Nesse aspecto, como apontado por um balanço da revista *Fhox* (POR..., 2019), há um crescimento no mercado brasileiro de fotografia profissional. Conforme a International Data Corporation (IDC Brasil), 47,7 milhões de *smartphones* foram vendidos em 2017 – um crescimento de 9,7% ante 2016. Mais pessoas passaram a utilizar dispositivos móveis capazes de fazer fotografias.

Considerando as condições materiais de produção e compartilhamento, isso poderia demonstrar alterações na própria noção ritualística, à qual as imagens estavam condicionadas, e no seu valor de veracidade, posto em questão justamente pelo manuseio de *softwares* de manipulação e de curadoria, de modo a, por um lado, ressaltar aspectos de si, e, por outro, esconder ou omitir outros aspectos que não conviessem nas situações sociais.

Poucos jovens mencionaram as câmeras fotográficas dentre os dispositivos para fotografar, e, ainda assim, declararam ser de uso pontual, em ocasiões solenes ou que houvesse uma importância maior para eles. A falta

de destreza em lidar com tais aparelhos é resultado desse menor uso, o que ocorre pela falta de um conhecimento em fotografia e também por não terem acesso a esse conhecimento no cotidiano de suas vidas; seus parentes mais velhos não possuem esses aparelhos em geral, conforme os relatos dos entrevistados. Outros jovens também mencionaram o uso compartilhado com familiares ou amigos dessas câmeras.

Há uma percepção dos entrevistados de que em batizados, casamentos, formaturas e certos aniversários (15 anos ou de pessoas mais velhas) caberiam equipamentos fotográficos que não fossem apenas as câmeras de seus dispositivos móveis de comunicação. Esses jovens valorizam as festividades religiosas, considerando-as muito importantes, o que repercute na necessidade de haver aparelhos de uso profissional da fotografia para tais ocasiões, porém, por apresentarem dificuldade no manuseio desses aparelhos, eles dependem de especialistas da área. Temos, portanto, o uso de câmeras fotográficas para ocasiões consideradas solenes dentro da trajetória familiar. Note que, nesses casos, não estava sob a posse deles o aparelho, mas para o compartilhamento de uma finalidade: a produção de uma memória daquele momento.

Considerando essa prática de uso dos equipamentos fotográficos, constatamos a diferença de uma apropriação mais comum na fotografia analógica, predominante até o início deste século, de reservar as câmeras para viagens e ocasiões solenes. Com a facilidade do manuseio desses aparelhos, a população com acesso e domínio das ferramentas de produção aumentou consideravelmente, ocasionando, conforme Silva (2017), o consumo em larga escala de uma fotografia vernacular, direta e vinculada ao percurso de cada um, a exemplo das *selfies* compartilhadas nas mídias sociais.

Os canais de mídias sociais dos jovens surgem com essas formas de manuseio contemporâneas da fotografia, e são estruturados conforme as práticas de produção – geralmente por meio de imagens digitais dos *smartphones* –, de edição – aplicativos para esses dispositivos móveis – e de distribuição – pelos canais digitais de criação de galerias de imagens na *web*, sendo compartilhados via redes de dados móveis.

Produção de memória: apagamento dos rastros e valorização do presente

Quando tivemos a massificação da fotografia, e, posteriormente, a sua digitalização, pudemos presenciar transformações socioculturais no papel da

fotografia pessoal na comunicação e na formação das subjetividades e também na memória (DIJCK, 2007). Hand (2012) entende que as imagens produzidas e distribuídas estão relacionadas à construção de um passado, muito além de apenas lembrar algo. Isso porque elas são retrabalhadas em novos contextos sociais, com enquadramentos dados pelos indivíduos sobre as experiências vivenciadas. Essa memória seria gerada pelo que se costuma nomear de “mídia caseira” – fotografias de família, vídeos caseiros e gravações de áudio, dentre outros –, enquanto a memória cultural coletiva é produzida pelos meios de comunicação com contornos massivos: imagens de campanhas publicitárias ou de publicações, televisão, cinema e rádio, dentre outros. Nessa perspectiva, o primeiro tipo de mídia estaria confinado à esfera privada, enquanto o segundo pertenceria à esfera pública.

É interessante notar que podemos estar diante de novas apropriações da fotografia, mais voltada à comunicação dos instantes compartilhados nas postagens, que podem indicar caminhos para refletirmos sobre como os jovens estão concebendo os autorretratos: um modo de criar a sua memória autobiográfica. Ainda pode nos levar a refletir sobre a própria importância para esses jovens de terem guardado certos artefatos como forma de contar suas histórias.

Comumente, valorizamos nossas memórias como uma parte fundante da nossa subjetividade, e as tecnologias à disposição refletiriam, tipicamente, nosso momento histórico específico. Os jovens, todavia, parecem estar menos preocupados em compartilhar fotografias como objetos do que como experiências (KINDBERG, SPASOJEVIC, FLECK & SELLEN, 2005). “Conectar-se” e “manter contato”, em vez de “capturar o momento” e “preservar a memória”, são novos significados sociais transferidos para esse tipo de fotografia. Tirar uma foto, enviá-la e receber outras é uma interação praticamente síncrona nas páginas dos jovens nas mídias sociais.

Entendemos, nesse aspecto, que os jovens não lidam com imagens como um valor histórico pessoal ou familiar, mas sim como rastros produzidos pelas novas mídias. É por meio desses rastros que podemos entender a nós mesmos e aos outros, às vezes de novas maneiras (HUMPHREYS, 2018). Em uma perspectiva simbólica, podemos compreender que esses rastros operam como formas de se comunicar sobre situações do cotidiano, de se expressar pelas imagens de si mesmo.

Alguns jovens entrevistados declararam preocupação com o arquivamento das imagens digitais. Alguns deles imaginam que, ao postarem em suas páginas, estariam criando uma “linha do tempo” com as suas imagens. Tal po-

sição vai de encontro ao que havíamos detectado em pesquisa anterior (BRAGA, 2015b), quando entrevistamos jovens da capital e eles relataram menor cuidado com essa prática, pois, para eles, o mais importante é a apropriação da fotografia enquanto vetor de práticas sociais, em detrimento de preservar uma memória autobiográfica das suas imagens por meio dos aplicativos ou no armazenamento dos arquivos em outros dispositivos de *backup*.

Por outro lado, há uma percepção geral dos entrevistados de que essas imagens podem operar como um meio para as suas *performances* nas mídias sociais, e o maior temor não é o da perda das fotografias, mas das repercussões negativas que elas possam vir a trazer ao usuário. Com isso, a fotografia opera para “atualizar” as pessoas acerca dos lugares frequentados, dos relacionamentos, dos(as) amigos(as) em comum e das ações cotidianas, dentre outros aspectos. Com base nessas informações que podem ser obtidas pelos seguidores e “seguidos”, percebemos que parte dos jovens tendeu a enquadrar as *selfies* como um dos principais instrumentos para revelar quem eles realmente seriam. Esse enquadre reforça a compreensão que fazemos da fotografia como um importante propulsor de *performances* dos jovens nas mídias sociais.

Replicabilidade: apropriação e ressignificação das imagens

A replicabilidade é uma característica apontada por Boyd (2011) ao falar sobre as mídias sociais. A tecnologia introduziu uma série de ferramentas para ajudar as pessoas a duplicar texto, imagens, vídeo e outras mídias. Como os *bits* podem ser replicados mais facilmente do que os átomos, o conteúdo produzido nas mídias sociais é facilmente replicável. Além do que mais cópias são inerentes a esses sistemas.

Em um mundo de *bits* não há como diferenciar o *bit* original da sua duplicata. E como os *bits* podem ser facilmente modificados, o conteúdo pode ser transformado de maneira a dificultar a identificação de qual é a fonte e qual é a alteração. A natureza replicável do conteúdo nas mídias sociais, por meio de múltiplos canais concomitantemente, significa que o conteúdo replicado pode ser apropriado e alterado de maneira que as pessoas não o percebem facilmente (BOYD, 2011).

Podemos relacionar essa característica com a persistência nos rastros que esses canais digitais promovem. Isto porque tais canais se estruturam para oferecer serviços de armazenamento das imagens em sua plataforma interna

(no *back-end*), ao mesmo tempo em que criam interfaces para visualização das imagens aos usuários (no *front-end*), seja na criação de páginas pelo usuário, seja no acesso da sua rede de seguidores às suas páginas. Porém, embora estejamos lidando com sistemas persistentes, a qualidade das interações nessas postagens vai se tornando cada vez mais efêmera, e as postagens podem, rapidamente, ser superadas por novas, e por novos diálogos. Há uma obsolescência em razão da eterna busca pelo consumo do “novo”: das novas postagens que vão se seguindo ao longo de um dia (HUMPHREYS, 2018; STORR, 2018).

Entre os jovens do interior, o hábito de interagir e de compartilhar imagens que permanecem postadas por um breve período de tempo⁶ foi mencionado com frequência, seguido das postagens nas suas páginas pessoais (*feed*) e no envio por mensagens no privado e em grupos, principalmente pelo WhatsApp. Nesse aspecto, os jovens podem estar lidando com duas práticas de consumo das imagens: aquelas que têm menor tempo de permanência nos aplicativos – com duração de até 24 horas – e aquelas que permanecem em suas páginas pessoais.

Temos um fato peculiar na utilização dos aplicativos nas mídias sociais utilizados pelos jovens: ao contrário de outros canais digitais, os aplicativos requerem do usuário imediato compartilhamento na rede. Fruto de uma particularidade técnica desses aplicativos, o ato de fotografar torna-se vinculado ao ato de compartilhar, induzindo assim a uma replicabilidade quase instantânea na experiência cotidiana dos jovens. Toda imagem produzida em aplicativos, como WhatsApp, Instagram, Snapchat e Facebook – os mais utilizados pelos jovens da pesquisa – será, necessariamente, compartilhada. Com essa prerrogativa de uso, esses aplicativos só funcionam se o usuário estiver conectado a alguma rede, seja ela via *wi-fi* ou por meio de algum plano de telefonia móvel, 3G ou 4G, por exemplo. Temos, assim, novamente, os construtos tecnoculturais influenciando os jovens.

Outra questão a apontar acerca da replicabilidade dos aplicativos nas mídias sociais é o fato da *durée* de uma interação ser múltipla, pois sua lógica de formatação por meio de postagens requereria uma posição do indivíduo para cada canal digital, o que permitiria ao jovem dar *feedbacks* a partir de diferentes temporalidades de acesso, apreciação e resposta. No Instagram, bastante mencionado pelos jovens, a publicação de uma imagem no *feed* é um cenário de interações com uma *durée* indeterminada, diferente daquela ocorrida nos *stories*, que requer imediatividade diante do tempo de permanência da postagem - de apenas 24 horas.

6

Nos referimos àquelas dos recursos *stories* (Instagram) e *status* (WhatsApp), principalmente.

Pensar sobre as imagens compartilhadas envolveria também questionarmos se a fotografia digital permitiu maior ou menor controle sobre as imagens pessoais, pois a circulação delas poderia fugir do alcance do indivíduo no momento de postá-las em alguma rede que, por conseguinte, poderia reproduzi-las e dar novo sentido a partir de apropriações feitas por outras redes. Acrescentamos ainda o fato da presença ubíqua da câmera, se considerarmos os dispositivos móveis de comunicação, que mudariam o que pode ser visto, registrado, discutido e lembrado, tornando a visualização da vida pública e privada ligada a relações de poder, conhecimento e autoridade (HAND, 2012; THOMPSON, 2014). Nesse sentido, a portabilidade é interveniente para compreendermos a replicabilidade das imagens nas mídias sociais.

Tamanha exposição nos levaria a constatar como as fotografias, sendo vinculadas a permanecer em arquivos pessoais, cada vez mais entrariam no domínio público, onde seriam apropriadas para servir aos processos de subjetivação desses fotógrafos-*performers*. Como resultado, já apontamos o temor por tal apropriação pelos jovens, e também críticas sobre o hábito de compartilhar toda a rotina diária do jovem em plataformas como os *stories* do Instagram ou o *status* do WhatsApp. Parte das críticas desconsidera o fato de esses ambientes não serem os únicos a promover uma exposição de si além do que habitualmente as pessoas estavam acostumadas.

Em decorrência da replicabilidade que as mídias sociais proporcionam, as produções das *selfies* levam os jovens a permanecer em exposição em um contexto que questiona as noções históricas de privacidade, comum nos momentos anteriores da sociedade habituada à preservação da intimidade (SIBILIA, 2016). Nesse aspecto, é possível perceber que os jovens revelam pouco temor com o fato de suas páginas estarem abertas ao público em geral, nas mídias sociais, independente de ser seguidor ou não.⁷ E nessas páginas os jovens podem postar imagens de lugares visitados, sozinho ou acompanhados, e expor detalhes de situações historicamente reservadas aos mais íntimos. Ademais, tais imagens podem ser replicadas para outros contextos no momento em que atores sociais acessam essas imagens, se sentem representados nelas e compartilham em suas redes, atingindo novas audiências.

7

Percebemos aqui o trabalho de desenvolvimento de regras e padrões de exposição dos usuários nas mídias sociais por parte das empresas, muitas vezes deixando as informações de modo público por padrão, como discute Boyd (2015).

Considerações finais

Neste capítulo discutimos as alterações na dinâmica das interações por meio do compartilhamento de fotografias, principalmente nas *performances* adotadas com as *selfies*. Nessa perspectiva, entendemos a fotografia como um importante vetor de práticas sociais. E levando em consideração o contexto sociocultural do grupo pesquisado, alguns indícios podem ser aqui lançados para a investigação do que está em jogo nas imagens compartilhadas pelos jovens, conforme o que estamos entendendo por subsídios.

Ao apresentarmos esses subsídios, pretendemos contribuir para uma leitura, a partir do campo da Comunicação, de como os jovens do interior do Brasil lidam com as mídias sociais, em especial aquelas voltadas ao compartilhamento de fotografias. Também nos aproximamos de uma discussão sobre como esses subsídios operam, individualmente ou conjuntamente, nos processos de subjetivação desse público a partir das imagens de si mesmo.

Pesquisas futuras podem lançar novos olhares sobre os jovens do “Brasil Profundo” com base em outros conteúdos cujos significados estão em construção nas mídias sociais. Isto porque acreditamos que as linguagens são também definidoras dos modos com que esses jovens repercutem suas ações e da sua rede nos canais digitais (FELIZOLA; BRAGA; MENDONÇA, 2019). Em nossa pesquisa, foi importante direcionar a atenção para as *selfies*, dada a importância que assumem para os jovens brasileiros, um dos países com mais usuários ativos das mídias sociais.

Não podemos deixar de mencionar a rica experiência com o campo em nosso projeto, que envolveu ter contato com uma realidade socioeconômica e cultural pouco explorada nas pesquisas sobre consumo nas mídias sociais no Brasil. E isso só foi possível graças à articulação do projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: Brasil Profundo”. Destacamos também a importância do ponto de vista pessoal – pelas relações construídas com esses atores sociais (ver **Figura 1**) – e do ponto de vista acadêmico – por desenvolver uma metodologia capaz de dar conta de explorar uma alteridade sem cair nos vícios do pesquisador da capital que lança o olhar para o interior do país.



Figura 1
Jovens entrevistados pela pesquisa, em Cedro de São João (SE).

Fonte: Acervo da pesquisa.

Sendo assim, a questão que nos guiou é se seria possível identificar estratégias particulares nessas postagens com *selfies* em um “Brasil Profundo”, onde temos realidades socioeconômicas e culturais distintas, que, por conseguinte, podem proporcionar diferentes formas de ter acesso às tecnologias digitais, e também estratégias de adoção de *performances* características de cada região de um país com dimensões continentais.

Nas múltiplas *performances* dos jovens do “Brasil Profundo”, eles formam cenários de interação em seus perfis, disponíveis quase em tempo integral para a interlocução com as suas redes sociais. Tais *performances* só são possíveis porque esses jovens buscam gerenciar a impressão para a sua rede egocentrada, principalmente, em quatro finalidades: (1) promoção profissional de serviços que oferecem; (2) demonstração de afeto a amigos(as), parceiros(as) de relacionamento e familiares; (3) ampliação da rede de seguidores; (4) exposição de lugares e situações que costumam frequentar, dentre outras.

Sintetizando essas finalidades, a análise da pesquisa nos mostrou que, na primeira finalidade, os jovens do Sul do país pesquisados promovem seus trabalhos em cooperativas de produtores agrícolas, colégios em que trabalham e no trabalho no campo, enquanto os nordestinos promovem seu trabalho no comércio local, no campo e na pesca, principalmente a do Rio São Francisco. Na segunda finalidade, os jovens do Sul demonstram afeto especialmente pelos parentes e parceiros de relacionamento, e os nordestinos tam-

bém enfatizam os amigos do colégio e da vizinhança. Já na terceira, os jovens do Sul pretendem ampliar a rede, procurando novos contatos profissionais e amizades, enquanto no caso dos nordestinos os contatos profissionais não aparecem com força nos relatos. Por fim, na quarta finalidade, os jovens do Sul costumam expor os ambientes escolares, o cotidiano do lar na companhia de parentes ou sozinhos, a rotina de trabalho no campo e as festividades como as gineteadas, enquanto os nordestinos expõem os ambientes escolares e o cotidiano do lar na companhia de parentes ou sozinhos, além de festividades como aniversário da cidade, *shows* e festas de padroeiros da região.

Com base no exposto, concluímos que as práticas fotográficas contextualizadas nesses ambientes digitais apontam para um uso social da imagem, voltado ao compartilhamento de experiências em que se estreitam laços a partir do imagético, tornando os ambientes digitais espaços de maximização da rede de contatos e para processos de subjetivação muito localizados com as narrativas do cotidiano dos jovens. Compreender o que se passa nas mentes e nos corações desses jovens requer também acessar suas páginas e tentar traduzir todo o processo de subjetivação criado por eles por meio das imagens de si mesmos.

Referências

- BATCHEN, Geoffrey. **Each wild idea**: writing photography history. Cambridge: Oxford University Press, 2010.
- BOYD, Danah. Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. *In*: PACHARISSI, Zizi (ed.). **A networked self**: identity, community, and culture on social network sites. Nova York: Routledge, 2011. p. 39–58.
- BOYD, Danah. **It's complicated**: the social lives of networked teens. New Haven: Yale University Press, 2015.
- BRAGA, Vitor. Imagens em ambientes digitais e sua relação com o presente. **C-Legenda** - Revista do Programa de Pós-Graduação em Cinema e Audiovisual, Rio de Janeiro, v. 1, n. 33, p. 54-65, 2015a.
- BRAGA, Vitor. **Capture, compartilhe e interaja**: um estudo sobre as condições materiais e as performances sociais observadas em um aplicativo de produção e compartilhamento de imagens. 2015. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015b.
- BRUNO, Fernanda. Quem está olhando? variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. **Contemporânea**: Revista de Comunicação e Cultura, v. 3, n. 2, p. 53–69, 2005.
- CHAGAS, Adriano. **A imagem portátil**: celulares e audiovisual. Curitiba: Appris, 2019.
- CHALFEN, Richard. **Snapshot versions of life**. Madison: University of Wisconsin Press, 1987.
- DA SILVA, José Afonso. O segundo clique da fotografia.

Entre o registro e o compartilhamento. **Discursos Fotográficos**, v. 13, n. 22, p. 147–168, 2017.

DIJCK, Jose VAN. **Mediated memories in the digital age**. Stanford: Stanford University Press, 2007.

DIJCK, Jose VAN. **The culture of connectivity: a critical history of social media**. Nova York: Routledge, 2013.

ELER, Alicia. **The selfie generation: how our self-images are changing our notions of privacy, sex, consent, and culture**. Nova York: Skyhorse Publishing, 2017.

FELIZOLA, Matheus Pereira; BRAGA, Vitor; MENDONÇA, Flavio. Consumo midiático de jovens: uma incusão no interior sergipano. **Interfaces Científicas - Humanas e Sociais**, v. 8, n. 1, p. 107-124, 17 jun. 2019.

GOFFMAN, Eeriving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2010.

HAND, Martin. **Ubiquitous photography**. Cambridge: Polity, 2012.

HUMPHREYS, Lee. **The qualified self: social media and the accounting of everyday life**. Cambridge: MIT Press, 2018.

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

KINDBERG, Tim; SPASOJEVIC, Mirjana; FLECK, Rowanne; SELLEN, Abigail. I saw this and thought of you: some social uses of camera phones. CHI 2005. **Anais...** portland: 2005. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.94.8354&rep=rep1&type=pdf> Acesso em: 22 de mar. 2020.

LEMOS, Flávia Cristina. História, cultura e subjetividade: problematizações. **Revista do Departamento de Psico-**

logia - UFF, v. 19, n. 1, p. 61–68, 2007.

MONTARDO, Sandra; PELANDA, Eduardo; PASE, André. Estudando a cultura através de selfies: implicações do aspecto digital dos dados em sua análise. **Rizoma**, v. 5, n. 2, p. 42–55, 2017.

MUSE, Mariana Ferraz. **Narrativas fotográficas no Instagram**. Florianópolis: Insular, 2017.

POR onde anda o dinheiro na fotografia brasileira?. **Fhox**, São Paulo, 8 maio 2019. Blog. Disponível em: <https://fhox.com.br/negocios/mercado/dinheiro-na-fotografia-brasileira/>. Acesso em: 22 de dez. de 2020.

SENFTE, Thereza; BAYM, Nancy. What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. **International Journal of Communication**, v. 9, n. 1, p. 1588–1606, 2015.

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

SILVA, Armando. **Álbum de família: a imagem de nós mesmos**. São Paulo: Senac, 2008.

SILVA, Ricardo Duarte; BARROSO, Livia. Reflexões sobre as relações das populações rurais com os meios massivos: estudo de caso da chegada da eletricidade na comunidade de Pau D'arco, Piauí. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 11, n. 2, p. 5–22, 31 ago. 2017.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

STARR, Paul. **The creation of the media: political origins of modern communication**. Nova York: Basic Books, 2005.

STORR, Will. **Selfie: how we became so self-obsessed and what it's doing to us**. Londres: Picador, 2018.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2014.