O INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADE

INSTAGRAM AS A SUBJECTIVITY PRODUCTION TOOL

Bruna Caroline Machado Gomes
Tânia Maia Barcelos

Resumo

Este artigo objetiva investigar a produção de subjetividade no mundo contemporâneo, por meio do Instagram, plataforma digital de compartilhamento de imagens e vídeos, criada em 2010. A perspectiva metodológica utilizada é a cartografia, baseada em formulações de Deleuze e Guattari (1995), visando acompanhar processos e movimentos da subjetividade. Na primeira parte do artigo, apresentamos seus pontos de partida e destacamos aspectos histórico-culturais das redes sociais. A partir de autores como Guattari e Rolnik (2011), percebemos que a subjetividade é modelada, gerida por diversas máquinas e instâncias, mas pode recusar homogeneizações e produzir processos de singularização. No Instagram, a subjetividade é fabricada nas conexões de visibilidade dos corpos e ancora-se na exterioridade da pele (SIBILIA, 2004). Essa estratégia possibilita a intensificação dos padrões normativos e, também, de resistências dos corpos que buscam criar e afirmar linhas de diferenciação da vida.

Palavras-chave: Produção de **s**ubjetividade; Instagram; Corpo.

Abstract

This article aims to investigate the production of subjectivity in the contemporary world, through Instagram, a digital platform for sharing images and videos, created in 2010. The methodological perspective used is cartography, based on formulations by Deleuze and Guattari (1995), aiming at keeping up with processes and movements of subjectivity. In the first part of the article, we present its starting points and highlight historical-cultural aspects of social networks. From authors such as Guattari and Rolnik (2011), we realize that subjectivity is modeled, managed by different machines and instances, but it can refuse homogenizations and produce singularization processes. On Instagram, subjectivity is manufactured in the connections of visibility of bodies and is anchored in the externality of the skin (SIBILIA, 2004). This strategy enables the intensification of normative standards and, also, resistance of bodies that seek to create and assert lines of differentiation in life.

Keywords: Subjectivity production; Instagram; Body.

Introdução

Investigar a produção de subjetividade no mundo contemporâneo, por meio das redes sociais, tem sido um desafio urgente e necessário para compreendermos movimentos e processos que se delineiam nos dispositivos digitais. Lançar um olhar para as redes sociais é também nos ocuparmos de uma produção que impacta corpos e subjetividades, dentro ou fora das ferramentas virtuais.

O mundo *online* inaugurou novas relações espaço-temporais que alteraram profundamente os modos de vida e de subjetivação. Nas redes sociais, plataformas facilitadoras de conexões, podemos nos relacionar com outras pessoas, baseados em interesses, curiosidades, visões de mundo, localizações, afinidades etc. A principal função de uma rede social é conectar pessoas, seja para construir novas conexões ou manter relações existentes.

A ferramenta a ser investigada, nesta pesquisa, é o Instagram, uma rede social *online* de compartilhamento de imagens e vídeos entre seus usuários. Criado em 2010, pelo americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, o Instagram é a terceira rede de mídia social mais popular do mundo, perdendo apenas para o *Facebook* e o *Youtube*[1]. Desde a sua criação, o Instagram ganhou popularidade no mundo e, hoje, está com bilhões de usuários que acessam a plataforma diariamente.

A presença dos brasileiros destaca-se nessa plataforma. Com mais de 50 milhões de usuários ativos, o Brasil é considerado o segundo país no *ranking* do Instagram, de acordo com informações da Folha de S. Paulo, publicadas em 2017[2]. A matéria destaca que os brasileiros são conhecidos como "*early-adopters*", por embarcarem nas novidades tecnológicas rapidamente.

A rede do Instagram permite a aplicação de filtros digitais que podem ser compartilhados em outras redes sociais, como *Facebook, Twitter e Tumblr*. Além disso, há o recurso *Stories*, do Instagram, que pode exibir fotos ou vídeos, de até 15 segundos, os quais ficam disponíveis por 24 horas e depois são apagadas automaticamente. A plataforma tem passado por diversas mudanças desde a sua criação e, ao contrário do que muitos usuários acreditavam, o Instagram tornou-se também um meio comercial, no qual diversas empresas criam perfis que podem divulgar, de forma interativa com o público alvo, a sua marca, o seu produto ou serviço (MELO, 2016, p. 2).

Conforme Silva (2013), no Instagram, todos os dias são divulgadas, ao alcance das mãos, diversas fotografias e imagens que

1. Informação da Sprout Social–empresanorteamericanade gerenciamento de mídias sociais. Disponível em: https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/sprout-social.html. Acesso em: 10 out. 2019.
2. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1931057-com-50-milhoes-de-usuarios-brasil-e-segundo-no-ranking-do-instagram.shtml. Acesso em: 10 out. 2019.

colocam o cotidiano em destaque. A popularidade das pessoas está relacionada com o número de seguidores que acessam as informações postadas e disponibilizadas, com frequência, nos perfis das redes sociais.

Nesse sentido, modos de pensar, sentir e existir são criados, de forma veloz, desafiando-nos a novas problematizações no campo da produção de subjetividade. Compreendemos que, por meio do Instagram, assim como ocorrem em outras redes sociais, a percepção de si e do outro se desloca a cada instante.

As redes sociais produzem formas de existência e essa produção precisa ser investigada. É necessário perguntar, por exemplo, que modalidades de interação com o outro e com o mundo estamos construindo nas redes sociais, tão presentes em nosso dia a dia? Quais exclusões e possibilidades de resistência (às políticas de subjetivação dominantes) estão sendo produzidas no ciberespaço? Como o Instagram ajuda a produzir modos de constituição dos sujeitos na atualidade?

Por meio de autores, como Guattari (1992), Rolnik (2007) e Deleuze (1992), dentre outros, partimos de uma concepção de sujeito que não corresponde ao sujeito clássico, centrado na razão, na vontade e fonte de suas representações e de seus atos, uma vez que os modos de subjetivação se modificam histórica e culturalmente. O sujeito que se produz hoje é diferente do que se produziu em qualquer outro momento histórico. As subjetividades não estão dadas, mas criadas por diversas instâncias, inclusive pelo meio digital, sendo geridas por uma infinidade de máquinas que se constituem, incessantemente, de forma intercambiável, mutante e múltipla.

Esperamos, com este artigo, resultante de experiências de iniciação à pesquisa, realizadas no Curso de Psicologia da Universidade Federal de Catalão (UFCAT), ampliar a nossa formação e fazer interlocuções com outras áreas do conhecimento, buscando novas apreensões sobre a produção de subjetividade e os desafios apresentados no contexto do mundo digital.

Perspectiva metodológica

Na tentativa de perceber e acompanhar os movimentos da subjetividade no Instagram, utilizamos a cartografia como perspectiva metodológica do trabalho realizado através do Programa de Iniciação à Pesquisa. Formulada por Deleuze e Guattari (1995), a cartografia é um dos princípios do rizoma que apresenta múltiplas direções. Ela se faz no acompanhamento dos movimentos das subjetividades e dos territórios, buscando investigar processos de produção. Para Kastrup (2009), essa perspectiva exige aproximação e envolvimento do pesquisador com o campo problemático a ser investigado.

> A cartografia é sempre um método *ad hoc*. Todavia, sua construção caso a caso não impede que se procurem estabelecer algumas pistas que têm em vista descrever, discutir e, sobretudo, coletivizar a experiência do cartógrafo (KASTRUP, 2009, p. 32).

Desse modo, a cartografia emerge no processo e necessita de uma atenção flutuante, concentrada e aberta. Essa atenção não

visa selecionar ou coletar informações, mas produzir os dados da pesquisa (KASTRUP, 2009). Diferente dos métodos predominantes na ciência moderna, a cartografia não busca a representação de objetos por meio do seu isolamento. Sua transversalidade consiste na captação dos movimentos e das formas constituintes e não daquilo que já está constituído. O cartógrafo deve estar aberto aos encontros que ocorrem no processo da pesquisa e servir-se de fontes variadas, não somente escritas ou teóricas (ROLNIK, 1989).

O primeiro passo da pesquisa desenvolvida foi a aproximação com autores da Filosofia da Diferença, Psicanálise, Comunicação, História, dentre outros. No segundo momento, aproximamo--nos do Instagram, atentas às pistas que despertaram a nossa atenção e provocaram os eixos principais deste artigo, incluindo as imagens que auxiliaram as reflexões a respeito dos aspectos corporais, muito presentes nessa ferramenta digital

Internet e redes sociais: breves reflexões

Há décadas, a *internet* vem revolucionando as nossas vidas, mudando situações cotidianas, como as formas de trabalhar, estudar, lidar com o tempo, o espaço, as informações e de nos relacionar com o outro e conosco. Estar conectado vinte e quatro horas por dia, interagindo, recebendo, divulgando e criando informações, não era realidade até poucos anos atrás.

Os primórdios da *internet* estão relacionados com o período da Guerra Fria (no final da década de 1950) e o trabalho de militares norte-americanos que desenvolveram a ARPANET (Rede da Agência de Investigação de Projetos Avançados dos Estados Unidos), durante a disputa do poder mundial com a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (ABREU, 2009).

Iniciada com objetivos militares, as tecnologias da *internet*, logo, ocuparam os ambientes universitários e tornaram-se temas para estudos e investigações, ganhando espaço entre a população como instrumento de comunicação e interação social. A partir da década de 1990, a *internet* foi perdendo o caráter acadêmico e, com a entrada de empresas e novos usuários, passou a se popularizar cada vez mais. Atualmente, a *internet* é um dos principais recursos de comunicação nas relações humanas, modificando os modos de interação no meio social e permitindo que pessoas, de qualquer parte do mundo, mantenham contatos e aproximações.

Desde que tivemos acesso à *internet*, "ferramentas, sites e *softwares* começaram a ser desenvolvidos, buscando atender novas demandas através desse novo universo digital" (SIMÕES, 2016, p. 13). Nesse contexto, plataformas de socialização *online* foram desenvolvidas, permitindo que as pessoas se conectassem ou interagissem de forma mais rápida e diminuindo os distanciamentos entre elas.

Os dispositivos móveis conectados à *internet* interferiram, significativamente, na noção de tempo e espaço. Conforme Silva (2013),

> Pode-se dizer que a relação entre a Internet e o telefone móvel veio para garantir a constante comunicação entre os indivíduos, e de forma simples e prazerosa, o usuário da rede pode interagir

> em tempo real tanto com seus conhecidos como com novos indivíduos, ampliando seu círculo social. Os obstáculos físicos que separavam pessoas e lugares foram superados pela velocidade com que a interação em rede acontece (p. 17).

As distâncias foram reduzidas pela *internet* e possibilitaram novas comunicações, fazendo com que a informação, hoje, seja passada com velocidade em diferentes espaços e temporalidades. No ciberespaço são produzidos outros modos de existir, construir e manter laços sociais.

De acordo com Levy (1999), a palavra *ciberespaço* foi criada por William Gibson, em 1984, no romance de ficção científica *Neuromante,* no qual designa o universo das redes digitais como campo de batalha entre as multinacionais e palco de conflitos mundiais. Levy (1999) conceitua o ciberespaço, que também denomina de rede, como "um espaço de comunicação aberto pela intercomunicação mundial dos computadores e das memórias dos computadores" (p. 92). Esse termo especifica a infraestrutura material de comunicação digital e, também, o universo de informações dentro dela, incluindo os seres humanos que interagem e produzem nesse espaço.

No espaço virtual tem se desenvolvido grandes plataformas de interação, tais como o *Facebook, o Twitter, o Instagram e o Snapchat,* denominadas redes sociais. Tais plataformas caracterizam-se, principalmente, pela possibilidade de comunicação e utilização de recursos técnicos. Simões (2016), por meio de autores como Recuero (2009), define a rede social na *internet* como um conjunto de dois elementos: os atores (pessoas ou instituições que utilizam e participam da rede) e as conexões, interações e laços sociais criados por esses atores. Tais atores ganham visibilidade nos seus perfis, expostos de forma pública, permitindo interações e conexões com outros perfis. Nesse sentido, as plataformas digitais "proporcionam as funcionalidades de individualização, visibilidade e interação" (SIMÕES, 2016, p. 14). Elas são sistemas dependentes dos atores sociais que utilizam e constituem as redes sociais.

De acordo com Sibilia (2018), nas redes sociais, o sujeito escolhe o que deseja expor e o que pode ser deletado, selecionando imagens e informações sobre aquilo que deve ser lembrado ou não.

> A *Timeline* de *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 fundem e se confundem nessa biografia cuja textura é informática (SIBILIA, 2018, p. 7).

Assim, o sujeito determina como quer ser visto. O critério de veracidade, segundo Sibilia (2018, p. 01), "reside na exposição ao olhar dos outros". Como forma de assinalar e legitimar a própria existência, no meio digital, é preciso passar pelos olhares e pela validação do outro que lhe atribui valores e aprovação. Se algo aconteceu de fato, ou não, perdeu a relevância. Mudou-se

a maneira de uma lembrança do passado afetar o presente. O que importa é o efeito que essa informação é capaz de produzir no outro.

Expor a vida privada no ambiente público, buscando ser visto, curtido e comentado, estimula a participação nesse espetáculo, como afirma Sibilia (2016, p. 22): "as confissões diárias de *você*, *eu* e todos *nós* estão aí, em palavras e imagens, à disposição de quem quiser bisbilhotá-las; basta apenas um clique do *mouse.* E, de fato, tanto *você* como *eu* e todos *nós* costumamos dar esse clique". A busca pela visibilidade, por conexões e aprovação da subjetividade tornou-se o *modus operandi* das redes sociais, fazendo com que as pessoas busquem seguidores e *likes* por meio da exibição de si.

Podemos afirmar que, no século XXI, as tecnologias digitais, com as mídias, os celulares com câmeras, as redes sociais acentuaram a espetacularização de si, por meio de estratégias de visibilidade. Sibilia (2016) denomina esse fenômeno de "show do eu" que foi normalizado e democratizado pelas redes sociais, nas quais estão presentes fatos privados e compartilhados no espaço público, promovendo a intimidade da vida como espetáculo.

Segundo a autora, a crescente exibição da intimidade e o consumo da realidade do outro fez com que, no final de 2006, a revista *Time* escolhesse, como personalidade do ano, "pessoas comuns" usuárias das novas tecnologias de informação, comunicação e responsáveis pela produção de conteúdo nas redes sociais. Esse evento aponta que, na última década, a rede mundial de computadores tem sido uma forma de expor publicamente a intimidade, tornando as redes sociais "um verdadeiro festival de vidas privadas" (SIBILIA, 2016, p. 22).

Produção de subjetividade e Instagram

Neste artigo, o termo subjetividade não é concebido como sinônimo de identidade de um sujeito, com seus desejos e suas fantasias. Partimos da concepção de uma subjetividade fabricada, relativa ao sujeito, mas não reduzida a ele. A partir do aporte teórico de Guattarri e Rolnik (2011), pensamos em uma subjetividade de natureza industrial, modelada e gerida por diversas máquinas e instâncias.

> A subjetividade é produzida por agenciamentos de enunciação. Os processos de subjetivação, de semiotização - ou seja, toda a produção de sentido, de eficiência semiótica - não são centrados em agentes individuais (no funcionamento de instâncias intrapsíquicas, egóicas, microssociais), nem em agentes grupais (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p.39).

Assim, a produção de sentido decorre do funcionamento de máquinas de expressão extrapessoal (sistemas maquínicos, econômicos, sociais, tecnológicos) e infrapessoal (sistemas de percepção, sensibilidade, afetos, desejos, representações) que definem as maneiras de se perceber o mundo. Os agenciamentos coletivos de enunciação que produzem a subjetividade constituem entrecruzamentos das instâncias sociais, institucionais, individuais, tecnológicas. São eles que criam os modos de existência, comunicação, afetos, valores e consumo.

Na contemporaneidade, a subjetividade é produzida, majoritariamente, por agenciamentos da ordem capitalística, em que os indivíduos são consumidores de uma produção em massa de significados, representações e sensibilidades.

> A ordem capitalística produz os modos das relações humanas até em suas representações inconscientes: os modos como se trabalha, como se é ensinado, como se ama, como se transa, como se fala e não para por aí. Ela fabrica a relação com a produção, com a natureza, com os fatos, com o movimento, com o corpo, com a alimentação, com o presente, com o passado e com o futuro- em suma, ela fabrica a relação do homem com o mundo e consigo mesmo (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p.51).

Os modos como os sujeitos vivenciam essa subjetividade oscilam entre dois polos. Como afirmam Guattari e Rolnik (2011), podemos estabelecer relações de opressão e alienação (nas quais o indivíduo se submete a subjetividade tal como a recebe) ou relações de expressão e criação, em que o indivíduo se reapropria dos componentes da subjetividade, produzindo processos de singularização. O segundo polo aponta possibilidades de escape e resistência ao que é massificado ou controlado pelo sistema vigente; modos de subjetivação singulares em linhas de fuga aos modelos dominantes.

A produção de subjetividade, por meio do Instagram, demanda conexões diárias, visibilidade e exposição de si. O cotidiano dos usuários é colocado em destaque nas fotografias que demonstram aspectos corriqueiros, como a roupa usada no dia a dia, a maquiagem, a comida, a rotina, os encontros com amigos etc. As pessoas tiram fotos com o próprio celular e publicam de forma instantânea. As fotos ficam registradas em uma espécie de álbum digital com um recurso de filtro, possibilitando a edição das imagens e, posteriormente, o compartilhamento com os seguidores virtuais.

A interação dos usuários ocorre através de curtidas e comentários nas imagens expostas da *Timeline (*página inicial da rede social) e nas reações e respostas aos *Stories,* além dos diálogos na função *Direct*, que é uma ferramenta de envio de mensagens privadas entre os perfis.

O Instagram tem grande capacidade de armazenamento de fotografias que podem ser guardadas em um álbum virtual e editadas antes de ser publicadas. Escolher, filtrar, editar as imagens, antes de serem postadas, faz parte do "performar" diante do olhar alheio e, nesse processo, as imagens são mostradas da melhor maneira possível, como aponta Sibilia (2018).

> É preciso exibir tudo o que se *é*; ou, mais exatamente, fazer uma sorte de curadoria permanente daquilo que se *está* ou se deseja *parecer*, clamando sempre pela imprescindível aprovação alheia, pois essa será a instância capaz de conceder valor – e até mesmo estatuto de verdade – ao que se expõe (SIBILIA, 2018, p. 9).

Nesse sentido, quanto mais nos mostramos, da forma que supomos, mais teremos repercussão nas redes sociais e isso aponta o que está em jogo: as *performances*. O que se projeta e, também,

a imagem vista pelos outros, são fundamentais para a definição de como alguém se torna importante na sociedade, ou como passa a existir.

Como argumenta Sibilia (2018), o olhar e a aprovação alheia confirmam a própria existência e, ao legitimá-la, há uma construção do sujeito na visibilidade; um sujeito com uma "memória editável", como se a vida fosse uma história contada em suporte digital e os episódios desagradáveis pudessem ser *deletados.* "O que somos perde a sólida consistência que costumava ostentar, para se tornar algo bem mais flexível e reprogramável ao gosto de cada um" (SIBILIA, 2018, p.08).

A demanda pelo efêmero dos dados *online,* explicitada nos aplicativos, como no *Instagram Stories*, mostra que a "verdade" sobre nós não vem do interior de cada um, como acreditávamos, mas provém do olhar alheio. Outras formas de controle e poder estão em curso, cada vez mais descentralizadas, sutis e facilitadas pelos dispositivos digitais de comunicação, pelo mercado e pela mídia. Para Sibilia (2018), a pretensão de manter algum controle sobre os dados digitais é cada vez menos plausível.

Instagram, aspectos corporais e subjetividade

As formas de controle do corpo e sua visibilidade nas redes sociais são componentes fundamentais da produção de subjetividade no mundo atual. O corpo é submetido a estratégias de cultivo da "boa aparência" que se impõe de maneira opressiva e generalizada.

> A força incomum desse imperativo na época atual decorre, sem dúvida, da importância que vem ganhando o mercado das **aparências**. Cada vez mais, a subjetividade parece se ancorar na **exterioridade** da pele, nos sinais visíveis emitidos por um corpo que rivaliza constantemente pela captação dos olhares alheios em um mundo saturado de estímulos visuais (SIBILIA, 2004, p.70).

Conforme Sibilia (2004), a exaltação da prevenção e do *fitness,* considerados compulsórios, generaliza a obsessão pela saúde, juventude e beleza. A "boa aparência", que está ligada a um ideal de beleza corporal, propaga novos tipos de condenação moral, como a de tornar negligentes pessoas que não se adaptam aos padrões impostos.

Para Denise Sant'Anna (2000, p. 237), "o corpo é, por excelência, histórico, relacionado aos receios e sonhos de cada época, cultura e grupo social". O corpo não cessa de ser redescoberto, nos vários campos do saber e ao longo da história. Na década de 60, por exemplo, redescobriu-se um corpo na arte, na ciência, na política, dando lugar aos estudos de novas práticas e representações. Com a chegada dos anos 80 e da grande indústria da moda e da beleza, há novas redescobertas do corpo, que passa a necessitar de exercícios físicos para adquirir mais saúde e juventude. Chegamos aos anos 90, cansados de tantas redescobertas do corpo.

> [...]. Homens e mulheres musculosos e 'turbinados' continuaram, certamente, a fazer parte do cenário mundial. Mas uma parte do espírito de concorrente inabalável e de negociador

> esperto e atlético começava a se desmanchar em stress, depressão, colesterol, ansiedade ou a descobrir artroses, músculos distendidos e remédios falsificados (SANT'ANNA, 2000, p.244).

Nesse contexto, muitos corpos começaram a desacelerar preventivamente, tendo em vista garantir mais qualidade de vida. O corpo se livrou de antigas culpabilizações, conquistou um lugar de destaque, foi valorizado, mas também, amplamente explorado pelas técnicas científicas e pelo consumo excessivo de produtos. Após os anos 90, as redescobertas do corpo relacionavam-se com a coação da mídia e a "iniciativa, principalmente, no que tange à modificação do corpo com o apoio da ciência e da técnica" (SANT'ANNA, 2000, p. 246).

O corpo, hoje, está exposto nas redes sociais, tornou-se lugar de realização de projetos individuais e da construção de imagens de si, submetido a uma "série de estratégias de design epidérmico" (SIBILIA, 2008, p. 68) que lhe dão visibilidade, reconhecimento e auxílio na definição dos modos de existência. A vivência desse corpo relaciona-se com olhares e "curtidas" de seguidores virtuais.

No Instagram, isso fica explícito. A título de exemplo, mostramos algumas imagens que nos chamam a atenção, especialmente, para os aspectos corporais:



Imagem 1 - Carol Nakamura

Fonte Imagem 1: retirada do perfil do Instagram da influencer Bella Falconi.[3]



Imagem 2 - Bella Falconi

Fonte Imagem 2: Retirada do perfil do Instagram da Atriz Carol Nakamur[4]

Essas imagens mostram corpos modelados em academias de ginástica que exibem padrões de beleza ou ideais de "boa forma", cultuadas e desejadas por inúmeros seguidores do Instagram. Assim, elas alimentam, exercitam e delineiam padrões de beleza que exploram uma obsessão corporal de contornos praticamente religiosos (JACOB, 2014). Tais estratégias atuam como força

3. Influenciadora digital e modelo de referência no mundo *fitness.* Disponível em: https://www.instagram.com/p/CAdV0lRlr5q/?igshid=1a8wmwnlem93k. Acesso em: 01 jul. 2020.
4. Atriz e bailarina. Disponível em: https://www.instagram.com/carol_nakamura/?hl=pt-br. Acesso em: 01 jul. 2020.

impositiva e opressora dos corpos, facilitadas pelas conexões digitais, pelo alto grau de engajamento e pela viralização das imagens partilhadas. De acordo com Jacob (214), nas imagens expostas nas redes digitais destacam-se corpos supostamente perfeitos, *hashtags* de incentivo e palavras de ordem que impelem os seguidores. Fé, força e foco são termos comuns nas *hashtags* utilizadas.

Para Jurandir Freire (2004),

> O cuidado de si, antes voltado para o desenvolvimento da alma, dos sentimentos ou das qualidades morais, dirige-se agora para a longevidade, a saúde, a beleza e a boa forma [...]. Ser jovem, saudável, longevo e atento à forma física tornou-se a regra científica que aprova ou condena outras aspirações à felicidade (p.190).

Essa *personalidade somática,* termo utilizado pelo autor para se referir à personalidade de nosso tempo, deixa-se adestrar com a mesma docilidade que os indivíduos de outros tempos históricos. Nesse sentido, como sugere Freire (2004), é preciso que fiquemos atentos aos novos inícios, sem sentir saudade do que já caducou.

A nossa imersão no Instagram levou a perceber que essa ferramenta digital promove docilidades, mas ao mesmo tempo, possibilita linhas de resistência ou de escape da subjetividade e dos corpos. As imagens abaixo apontam aspectos nessa direção:



Imagem 3 - Naiana Dias

Fonte - Imagem 3: Foto retirada do perfil do Instagram de Naiana Ribeiro[5].



Imagem 4 - Juliana Oliva

Fonte - Imagem 4: Foto retirada do perfil do Instagram de Juliana Oliva[6].



Imagem 5 - Bianca Manicongo

Fonte - Imagem 5: Foto retirada do perfil do Instagram de Bianca Manicongo[7].

A presença de corpos diversos em imagens espalhadas no Instagram indica que as redes sociais também criam possibilidades de escape aos padrões estabelecidos, sugerindo diferenciações significativas que questionam perfis ideais e prontos para serem consumidos rapidamente. As redes sociais podem ser espaços de reprodução e normatização, mas também, de produção de outras corporeidades e modos de existência.

5. Naiana Dias é ativista da rede social. Disponível em: https://www.instagram.com/itsnaiana. Acesso em: 01 set. 2020.
6. Juliana Oliva é assistente social e utiliza as redes sociais para dar dicas e receitas no cuidado da casa. Disponível em: https://instagram.com/divasobrerodas/. Acesso em: 25 set. 2020.
7. Bianca Manicongo é poetiza e cantora. Disponível em: https://instagram.com/bi_xarte/. Acesso em: 25 out. 2020.

Nos últimos anos, cada dia mais, corpos considerados fora dos padrões estão sendo expostos no Instagram e isso contribui para intensificar os questionamentos das imagens consideradas "perfeitas" - de corpos sem gordura, sem celulites, sem rugas, sem varizes e sem estrias. É importante que corpos de pessoas com deficiência, obesas, negras ou trans ganhem visibilidade e possam circular, sem violências, pelos espaços da cidade.

Os corpos são diversos e as redes sociais podem facilitar suas lutas por dignidade, embora facilitem também os preconceitos e as formas de violência. Mas como argumentam Couto Junior, Pocahy e Carvalho (2019), a partir das brechas que se abrem, cotidianamente, podemos criar estratégias de resistência para colocar em suspensão as normas vigentes e desnaturalizá-las. Para esses autores, as imagens-ideias colocadas em circulação e difundidas na internet, convidam os/as usuários/as a questionar regimes de verdade que desqualificam modos de ser/estar no mundo, mobilizando a potência das micropolíticas em rede e fortalecendo os movimentos em favor de novas estéticas de existência (COUTO JUNIOR, POCAHY E CARVALHO, 2019).

A partir dos autores citados, percebemos que as redes sociais, hoje, são ferramentas imprescindíveis, de informação, comunicação, mobilização, interação e criação de espaços de solidariedade. Com milhões de usuários, muitos movimentos sociais caminham nessa perspectiva, do uso das redes digitais como exercício da macro e da micropolítica, em defesa de direitos conquistados e das lutas pela diferenciação e variação da vida.

Como destacam Guattari e Rolnik (2011), na produção de subjetividade há relações de opressão e alienação, mas também de expressão e criação. É nessa direção que caminhou este artigo: de apontar vestígios ou linhas investigativas de processos de subjetivação que oprimem, mas também que resistem aos movimentos brutais de docilização dos corpos e da subjetividade, no contexto do uso generalizado das ferramentas digitais no cotidiano.

Considerações Finais

Concluímos este artigo ressaltando a importância de mais pesquisas no campo da produção de subjetividade por meio das ferramentas digitais que têm mudado drasticamente nossos modos de viver. Destacamos também a necessidade da Psicologia, nossa área de formação, fazer interlocuções com outras áreas do saber e buscar novas compreensões sobre seu objeto de estudo, a subjetividade.

Esperamos que este artigo, resultante de experiências de iniciação à pesquisa, realizadas no Curso de Psicologia da Universidade Federal de Catalão (UFCAT), sejam pontos de partida para outros estudos e investigações a respeito dos desafios que se apresentam nas interações digitais da atualidade, como o Instagram e outras ferramentas disponíveis na rede da internet. Essa rede mundial de computadores tornou-se um extenso laboratório de experimentação e criação de novas subjetividades.

É preciso avançar nesses estudos, sobretudo no campo das possibilidades de resistência.

Percebemos que há muitos trabalhos com críticas importantes às perspectivas normatizadoras das redes sociais, mas defendemos que haja, também, mais produções que apontem linhas de resistência e invenção dos corpos e da subjetividade; novas cartografias que podem ser realizadas em trabalhos posteriores, com mais tempo para estudos e pesquisas. Por ser um trabalho inicial de pesquisa, compreendemos seus limites e acreditamos que ele foi satisfatório, apesar das dificuldades encontradas. A metodologia utilizada é complexa e demanda mais leituras e experimentações que poderão ser realizadas em novas empreitadas acadêmicas.

Referências

ABREU, Karen Cristina Kraemer. **Histórias e usos da internet.** Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2009. Disponível em: www.bocc.ubi.pt. Acesso em: 05 jan. 2020.

DELEUZE, G; GUATTARI, F**. Mil platôs -** capitalismo e esquizofrenia. vol. 1. Rio de janeiro: Ed. 34, 1995.

DILTON RIBEIRO COUTO JUNIOR, R.D; POCAHY, F.; CARVALHO, F.S.P. Ensinar-aprender com os *memes*: quando as estratégias de subversão e resistência viralizam na internet. **Periferia**, v. 11, n. 2, 2019, p. 17-38.

GUATTARI, F; ROLNIK, S**. Micropolitica:** Cartografias do Desejo. Vol. 4. Petrópolis: Vozes, 1996.

JACOB, H. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. **Rev. Communicare**. v. 14, n. 1, 2014, p.18-105.

KASTRUP, V. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. In: KASTRUP, Virginia; PASSOS, Eduardo; ESCÓSSIA, Liliana da. (Orgs.). **Pistas do Método da Cartografia.** Pesquisa – Intervenção e Produção de Subjetividade. Porto Alegre: Editora Sulina, 2015. p. 32-51.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 2009.

LÉVY, Pierre. **Ciberespaço**: 1. ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

MELO, Cristianne et al. **O instagram como ferramenta de aproximação entre Marca e Consumidor.** INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da comunicação, Caruaru – PE, 2016.

ROLNIK, Suely. **Cartografia Sentimental**: Transformações contemporâneas do desejo. Editora Estação Liberdade, São Paulo, 1989.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. As Infinitas Descobertas do Corpo. **Caderno Pagu** (14), São Paulo, p. 235-249, 2000.

SIBILIA, Paula. 2004. O pavor da carne: riscos da pureza e do sacrifício no corpo-imagem contemporâneo. **FAMECOS**, n. 25, Porto Alegre, 2004, p. 68-84.

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

SIBILIA, Paula. **O Show do Eu:** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, Simone Genuíno da. **Entre filtros e hashtags**: Instagram, o novo espelho de narciso**.** Mossoró, RN, 2013. 52f. Monografia Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio Grande no Norte, 2013.

SIMÕES, Maria Luiza Fialho de Lima. **Sou visto, logo existo:** uma análise comparativa dos espetáculos do Instagram, Instagram Stories e Snapchat. 2016. 76f. Monografia Comunicação da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, 2016.